



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA C.P.A.**

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTOR: Diego Armando Sánchez Becerra

DIRECTOR: Ing. Mauricio Aragón

IBARRA, FEBRERO 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se realizó para analizar la propuesta de implementación de una empresa orientada a la prestación de servicio de lavandería de ropa, en función a las necesidades de las familias de Ibarra que en los últimos años han cambiado su forma de vida, en especial las mujeres, ya que ellas están teniendo más participación en el ámbito laboral, de igual manera los estudiantes o personas que realizan cualquier actividad, por ende este grupo no dispone de tiempo para asear sus prendas, por ello es el propósito de la investigación que analizó la viabilidad respecto a la apertura de esta empresa, el mismo que ayudará especialmente a las amas de casa, estudiantes universitarios, profesionales o cualquier tipo de personas que requieran utilizar el servicio de lavandería de forma eficiente, garantizando la calidad de las prendas. Mediante esto se pudo lograr determinar las necesidades reales de las familias en el cuidado de sus prendas de vestir, de igual manera se estableció la demanda potencial a satisfacer la cuál va hacer el tamaño del proyecto en función a la capacidad instalada y solvencia del investigador, mediante el diagnóstico situacional se conoció las actividades económicas, características, número de personas y ubicación donde se dará a conocer e instalará la empresa, permitiendo observar de manera más detallada el entorno de la empresa. Además se fundamentó en especificaciones del servicio que se está ofertando, como los requerimientos de los posibles consumidores, características de la competencia, precios competitivos, de igual manera la maquinaria, insumos, personal operativo y administrativo que se requiera para brindar un servicio de calidad. Se pudo observar y detallar aspectos financieros para conocer la inversión propia y financiada por una institución bancaria también se llegó a determinar la estructura organizacional en la empresa para el desarrollo de sus tareas y responsables de sus funciones. Finalmente se analizó los impactos que se deriven del servicio como; social, económico, ambiental, tecnológico, entre otros.

ABSTRACT

This project was carried out to analyze the feasibility to implement a company focused on providing the service of laundry, according to the needs of the families of Ibarra that in recent years have changed their way of living, especially women, since they are having more participation in the labor activity, as well as students or people that perform any other activity and for this reason they do not have time to clean their clothes. This company will also help housewives, college students, professionals or any people that require the service of laundry, this service will ensure the quality of the garments. By means of this research, it was possible to determine the real needs of families about the cleanliness and care of their clothing, at the same time it was determined the possible clients. It also allowed to establish the size of the project according to the facilities and the economic resources of the researcher. Through the diagnostic some aspects were known for example the economic activities, characteristics, number of people and the place where the enterprise will be set up, it allowed to know more details about the enterprise. Besides it was based on specifications of the service that will be offered, for example the requirements of the possible clients, characteristics of other enterprises that offer the same service, competitive prices, also the machinery, supplies, operative and administrative staff that the enterprise requires to offer a high quality service. It was also possible to show financial aspects to know the personal investment and the financed investment through a bank, besides it was defined the organization of the enterprise to institute the responsibilities of each member of the committee. Finally some impacts were analyzed such as social, economic, environmental and technological among others.



AUTORÍA

Yo, **Diego Armando Sánchez Becerra**, portador de la C.I. N° 210017569-0 declaro que soy autor exclusivo de la presente investigación y que ésta es original, autentica y personal del “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Todos los efectos académicos y legales que se derivan de la siguiente investigación, son de mi exclusiva responsabilidad.

Diego Armando Sánchez Becerra

Ing. Com. Mauricio Aragón
C.I. 2100175690

C.I. 1001600560

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado **DIEGO ARMANDO SÁNCHEZ BECERRA**, para optar por el Título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 22 días del mes de Julio del 2015.



Ing. Com. Mauricio Aragón

C.I. 1001600566



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **DIEGO ARMANDO SÁNCHEZ BECERRA**, con cédula de ciudadanía N° 210017569-0, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Diego Armando Sánchez Becerra

C.I. 210017569-0

Ibarra, a los ...13.. días del mes de ...febrero ... de 2016....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	210017569-0	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Sánchez Becerra Diego Armando	
DIRECCIÓN:	Barrio Los Olivos, calle 17 de Julio	
EMAIL:	dasb1990@hotmail.com diegoasanchezb1990@hotmail.com	
TELÉFONO FIJO:	(2) 358-020	TELÉFONO MÓVIL: 0986779135
DATOS DE LA OBRA		
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN EMPRESA DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”	
AUTOR:	DIEGO ARMANDO SÁNCHEZ BECERRA	
FECHA:	2015-07-24	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO		
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO	<input type="checkbox"/> POSGRADO

TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	ING. MAURICIO ARAGÓN

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.

Yo, **Diego Armando Sánchez Becerra**, con cédula de ciudadanía N°. 210017569-0, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

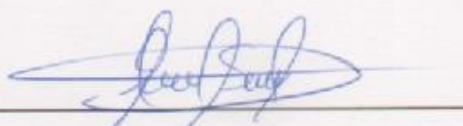
3. CONSTANCIAS.

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los...13 . días del mes de febrero.. de 2016....

Diego Sánchez

EL AUTOR:



Diego Armando Sánchez Becerra

C.I. 210017569-0

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo de grado a Dios por la vida y el esfuerzo para sobrellevar cualquier situación en este camino.

A mis padres los cuales me han sabido apoyar a lo largo de mi vida velando mi bienestar y educación profesional siendo mi apoyo incondicional en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba, es por ellos que soy lo que ahora soy.

A la Universidad Técnica del Norte, por dame la bienvenida, las oportunidades que me ha brindado y sobre todo a mis maestros, a cada uno de ellos que han formado parte primordial en mi vida profesional.

A mis amigas/os que en su momento supieron ayudarme y apoyarme en este proceso de aprendizaje.

Diego Sánchez

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad.

Agradezco a mi familia por estar siempre conmigo, a mi PADRE Alcívar Sánchez, a mi MADRE Luisa Becerra; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo que me ha ayudado a estar en este momento de mi vida.

A mis compañeras/os por haber sido participe de este largo camino en el cual estamos culminando.

A mi director de tesis quien me ha conducido y ayudado en todo momento de este periodo académico, Ing. Mauricio Aragón.

Diego Sánchez

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado ejecutará como primer punto el diagnóstico y análisis situacional de la ciudad de Ibarra, con el fin de conocer el entorno empresarial de la ciudad, a través de documentos, fuentes, entrevistas, entre otros identificando las fortalezas y debilidades del mismo.

En el segundo capítulo se estructura el marco teórico en base a la investigación bibliográfica y linkográfica que nos permitirá conocer e identificar conceptos relacionados al tema para describir, comprender, explicar e interpretar el problema desde un plano teórico, así como el planteamiento de las hipótesis que contienen una respuesta al problema estudiado.

En el tercer capítulo se ejecutará el estudio de mercado para determinar posicionamiento del producto en el mismo, mediante la aplicación de encuestas, entrevistas, focus group, entre otros, para determinar la oferta y demanda del producto, el precio de comercialización, los canales de distribución y las estrategias de mercadotecnia a ser empleado para las expectativas.

En el cuarto capítulo se describe el estudio técnico el mismo que permite, propone y analiza las diferentes opciones tecnológicas para producir el servicio que se requiere, además verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas. Al igual analiza los equipos, las maquinarias, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y por tanto los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.

En el quinto capítulo se elaborará la estructura organizacional del proyecto lo cual me permitirá identificar la jerarquía y sus subordinados del personal ejecutivo, administrativo y trabajadores, al igual la naturaleza y a donde se pretende llegar.

En el sexto capítulo se establecerá el estudio económico financiero en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación al

igual el análisis efectuado en el capítulo de estudio técnico que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica, comprendiendo el monto de los recursos financieros necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación.

En el séptimo capítulo se determinará los principales impactos en el ámbito social, empresarial, económico, ético y ambiente, los mismos que pretenden complementar el desarrollo del proyecto para satisfacer todos los requerimientos del inicio de una empresa.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE.....	xiii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xxi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xxiv
INTRODUCCIÓN.....	xxvi
ANTECEDENTES.....	xxvi
JUSTIFICACIÓN.....	xxvii
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	xxviii
Objetivo general.....	xxviii
Objetivos específicos.....	xxviii
CAPÍTULO I.....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	29
Antecedentes.....	29
Obejtivos.....	30
Objetivo general.....	30
Objetivos específicos.....	30
Variables.....	30
Matriz de relación diagnóstica.....	32
Mecánica operativa.....	33
Identificación de la población.....	33
Identificación de la muestra.....	34
Técnicas e instrumentos.....	35

Información secundaria.....	36
Distribución geográfica.....	36
Distribución demográfica.....	38
Costumbres de lavado de ropa.	39
Caracterización económica.	39
Población Económicamente Activa.	40
Necesidades básicas insatisfechas (NBI).	41
Requisitos para el funcionamiento de una microempresa.....	43
Registro único de contribuyentes.....	43
Patente municipal.....	44
Para inscribir una microempresa se requiere:	44
Manejo ambiental.....	44
Cruce estratégicos de A.O.O.R. (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos).....	46
Estrategias Aliados y Oportunidades.	46
Estrategias Oponentes y Oportunidades.	47
Estrategias Aliados y Riesgos.....	47
Estrategias Oportunidades y Riesgos.....	47
Determinación de la oportunidad de inversión o factibilidad.....	48
CAPÍTULO II.....	49
MARCO TEÓRICO.....	49
Objetivo general.....	49
Estudio de factibilidad.	49
Proyecto de inversión.....	49
Entidad económica.....	50
Sociedad anónima.	50
Requisitos generales para la constitución de una empresa.	51
Empresa de servicio.	52
Diseño y desarrollo del servicio.....	53
Lavado de ropa.....	53
Procesos de lavado de ropa.	54
Secado de ropa.	54
Doblado y empaquetado.	55
Principios en los que descansa la calidad del servicio.	55
Organización metodológica.	56

Métodos.....	56
Inductivo.	56
Deductivo.....	57
Analítico.....	57
Técnicas.	57
Observación.	57
Encuesta	58
Instrumentos.....	58
Entrevista.	58
Cuestionario.	58
Estudio financiero.	59
Contabilidad.....	59
Contabilidad financiera.	60
Catálogo de cuentas.	60
Diagnóstico de la situación actual.....	61
Estados financieros.	61
Activo.....	62
Pasivo.....	62
Patrimonio o capital social.....	63
Estado de resultados.....	63
Ingresos	64
Gastos.....	64
Costos.....	65
Gastos de operación.	65
Insumos.	65
Gastos administrativos.....	66
Gastos de ventas.....	66
Depreciación.	67
Gastos financieros.....	67
Flujo de caja.....	67
Evaluación financiera.....	67
Valor actual neto (VAN).....	68
Tasa interna de rendimiento (TIR).....	68
Periodo de recuperación de la inversión (PRI).	69

Punto de equilibrio.....	69
Costo/Beneficio.....	70
Investigación de mercado.	70
Demanda.	70
Oferta.	71
Precio.	71
Muestreo.	72
Segmentación de mercado.	72
Promoción.....	72
Publicidad.	73
Estudio técnico.....	73
Tamaño del proyecto.....	74
Localización del proyecto.	74
Macro localización.....	74
Micro localización.	75
Ingeniería del proyecto.	75
Flujo grama de procesos.	75
Inversiones fijas.	76
Inversiones diferidas.	76
Capital de trabajo.	76
Estructura organizacional.....	76
Misión.	77
Visión.....	77
Organigrama estructural.....	77
Impactos.....	78
Impacto económico.	78
Impacto social.	78
Impacto empresarial.....	79
Impacto ambiental.....	79
Obligaciones Tributarias.....	80
Registro Único de Contribuyente.....	80
Cuando debo obtener el RUC.	80
Requisitos para inscribirse en el RUC.	81
Actualizaciones del RUC.....	82

Plazo para actualizar el RUC.	82
Requisitos para actualizar el RUC.	82
Razones para suspender el RUC.	83
Requisitos para la suspensión del RUC.	83
Plazo para suspender el RUC.	83
Tipo de Contribuyente.	83
Personas Naturales.	83
PYMES.	85
Definición.	85
Tratamiento tributario.	85
Deberes de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad.	85
Declaraciones que se deben presentar.	86
CAPÍTULO III.	87
ESTUDIO DE MERCADO.	87
Identificación del servicio.	87
Objetivos.	88
Objetivo general.	88
Objetivos específicos.	88
Variables.	88
Oferta existente.	88
Demanda.	88
Clientes.	89
Segmento de mercado.	89
Promoción y publicidad.	89
Precio.	89
Matriz de variable de mercado.	90
Tabulación y análisis de información.	91
Encuestas aplicadas.	91
Entrevistas dirigidas a los propietarios de empresa de servicio de lavado de ropa.	104
Análisis de la oferta.	111
Proyección de la oferta.	112
Análisis de la demanda.	113
Proyección de la demanda.	114
Balance oferta y demanda.	115

El precio.	116
Estructura y segmentación del mercado.	116
Segmentación geográfica.	116
Segmentación demográfica.	117
Tamaño de las familias.	118
Nivel de ingreso.	118
Ocupación.	118
Mercado meta.	118
Estrategias de mercadeo.	119
Calidad del servicio al cliente.	119
Estrategia para el precio.	119
Estrategia para la plaza o distribución.	119
Estrategia para la promoción o comunicación.	120
Estrategias para costos.	120
Estrategias para la competencia.	120
Atención al cliente.	120
Conclusiones del estudio de mercado.	121
CAPÍTULO IV.	122
ESTUDIO TÉCNICO.	122
Tamaño del Proyecto.	122
Localización del proyecto.	123
Macro localización.	123
Micro localización.	125
Ingeniería del proyecto.	127
Infraestructura física.	127
Flujo grama de procesos.	128
Requerimiento maquinaria.	130
Requerimiento equipo de cómputo.	130
Requerimiento de equipo de oficina.	130
Requerimiento de suministros de oficina.	131
Requerimiento de servicios básicos.	131
Requerimiento muebles y enseres.	131
Requerimiento útiles de aseo.	132
Requerimiento de insumos.	132

Requerimiento de publicidad.	132
Mantenimiento de equipos.	133
Talento humano.	134
Capital de trabajo.	135
Requerimientos de la reinversión de equipo de cómputo.	135
Determinación de inversiones.	135
Inversiones fijas.	135
Inversiones diferidas o gastos de operación.	136
Inversión total del proyecto.	136
Financiamiento.	136
CAPÍTULO V	137
EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	137
Determinación de ingresos proyectados.	137
Determinación de egresos proyectados.	138
Proyección de egresos o costos del servicio.	140
Gastos operativos y administrativos.	140
Depreciación de propiedad, planta y equipo.	145
Depreciación de la reinversión de propiedad, planta y equipo.	146
Gastos financieros.	146
Amortización de la deuda.	147
Distributivo de gastos.	149
Proyección estado de situación financiera.	150
Estado de resultados proyectados.	151
Flujo de caja proyectado.	153
Evaluación financiera.	154
Costo de oportunidad.	154
Tasa de descuento o rendimiento medio.	154
Cálculo del VAN.	155
Cálculo de la TIR.	156
Cálculo del índice beneficio/costo.	157
Recuperación del dinero en el tiempo.	157
Punto de equilibrio.	157
CAPÍTULO VI	160
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	160

La empresa.....	160
Nombre o razón social.....	160
Misión.....	160
Visión.....	161
Políticas.....	161
Principios.....	162
Valores.....	163
Estructura organizacional.....	164
Orgánico funcional.....	165
Manual de funciones.....	165
Gerente general.....	165
Contador.....	166
Recepcionista.....	166
Operador de lavadoras.....	167
Operador de secadores.....	168
CAPÍTULO VII.....	169
IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	169
Impactos.....	169
Impacto económico.....	169
Impacto social.....	170
Impacto empresarial.....	171
Impacto ambiental.....	171
CONCLUSIONES.....	173
RECOMENDACIONES.....	175
BIBLIOGRAFÍA.....	176
ANEXOS.....	182

ÍNDICE DE TABLAS

Nº 1: Matriz de relación diagnóstica.....	36
Nº 2: Población masculina y femenina de Ibarra.....	33
Nº 3: Distribución porcentual de habitantes de la provincia.....	42
Nº 4: Caracterización económica.....	40
Nº 5: Población Económicamente Activa.....	41
Nº 6: Matriz A.O.O.R. (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos).....	45
Nº 7: Personas naturales y extranjeras obligadas a llevar contabilidad año 2015	84
Nº 8: Matriz de variable de mercado	90
Nº 9: ¿Qué género es?.....	91
Nº 10: Señale. ¿Dónde se encuentra su edad?.....	98
Nº 11: Señale. ¿Cuál es su ocupación?.....	99
Nº 12: Señale. ¿En qué barrio reside?.....	100
Nº 13: Si se creara una empresa dedicada al servicio de lavado en agua y secado de ropa. ¿Estaría dispuesto a utilizar este servicio?.....	101
Nº 14: ¿En qué días dispone de tiempo para realizar el lavado de ropa?.....	102
Nº 15: ¿Con qué frecuencia lava sus prendas de vestir?.....	103
Nº 16: ¿Para qué tipo de ropa utilizaría este servicio?.....	104
Nº 17: ¿Cómo realiza la limpieza de su ropa?.....	105
Nº 18: Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Cuántos kilos aproximadamente lava al mes?.....	106
Nº 19: Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Califique la atención recibida por empresas del servicio de lavado de ropa?.....	107
Nº 20: ¿Cuál sería el medio de comunicación que le gustaría conocer el servicio de lavado de ropa?.....	108
Nº 21: ¿Cuánto estaría dispuesto/a a cancelar por cada proceso de lavado y secado?.....	109
Nº 22: Oferta del servicio de lavado de ropa actual.....	111
Nº 23: Determinación de la tasa de crecimiento	112
Nº 24: Proyección de la oferta	113
Nº 25: Demanda de ropa por kilos	114
Nº 26: Proyección de la demanda.....	120
Nº 27: Balance oferta y demanda.....	115

Nº 28: Proyección de los precios.....	123
Nº 29: Tamaño del proyecto.....	130
Nº 30: Maquinaria.....	130
Nº 31: Equipo de computo.....	130
Nº 32: Equipo de oficina.....	130
Nº 33: Suministros de oficina.....	131
Nº 34: Servicios básicos.....	131
Nº 35: Muebles y enseres.....	131
Nº 36: Útiles de aseo.....	132
Nº 37: Insumos.....	132
Nº 38: Publicidad.....	132
Nº 39: Mantenimiento de equipos.....	133
Nº 40: Talento humano.....	134
Nº 41: Capital de trabajo.....	135
Nº 42: Reinversión de equipo cómputo.....	135
Nº 43: Inversiones fijas.....	135
Nº 44: Inversiones diferidas o gastos de operación.....	136
Nº 45: Inversión total del proyecto.....	136
Nº 46: Financiamiento del proyecto.....	136
Nº 47: Proyección de la capacidad instalada anual.....	138
Nº 48: Determinación de ingresos.....	138
Nº 49: Determinación de egresos.....	145
Nº 50: Proyección de egresos o costo del servicio.....	140
Nº 51: Comportamiento histórico sueldo básico unificado general.....	140
Nº 52: Sueldos proyectados mensuales.....	148
Nº 53: Sueldos proyectados anualmente.....	142
Nº 54: Salarios proyectados mensuales.....	143
Nº 55: Salarios proyectados anuales.....	149
Nº 56: Resumen de gastos operativos y administrativos.....	144
Nº 57: Porcentajes de depreciación.....	150
Nº 58: Depreciación de propiedad, planta y equipo.....	145
Nº 59: Depreciación de la reinversión de propiedad planta y equipo.....	146
Nº 60: Condiciones de financiamiento.....	147
Nº 61: Tabla de amortización.....	147

Nº 62: Distributivo de gastos	149
Nº 63: Estado de Situación Financiera.....	150
Nº 64: Proyección de estado de resultados	151
Nº 65: Impuesto a la Renta 2015 – Personas Naturales.....	152
Nº 66: Proyección del Flujo de caja.....	153
Nº 67: Costo de oportunidad.....	158
Nº 68: Flujos netos actualizados	155
Nº 69: Flujo neto actualizado.....	156
Nº 70: Recuperación del dinero en el tiempo	157
Nº 71: Determinación de costos fijos.....	158
Nº 72: Determinación de costos variables	158
Nº 73: Escala de valoración cuantitativa.....	169
Nº 74: Matriz de impacto económico.....	174
Nº 75: Matriz del impacto social.....	170
Nº 76: Matriz del impacto empresarial	171
Nº 77: Matriz del impacto ambiental.....	176
Nº 78: Características de la lavadora industrial Dexter T-30.....	186
Nº 79: Características de la secadora industrial Dexter T-30	187

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Nº 1: Población masculina y femenina de Ibarra	33
Nº 2: Ubicación geográfica	37
Nº 3: División parroquial del cantón Ibarra	37
Nº 4: Distribución porcentual de habitantes de la provincia.....	38
Nº 5: Caracterización económica	40
Nº 6: Población Económicamente Activa	41
Nº 7: ¿Qué género es?.....	91
Nº 8: Señale. ¿Dónde se encuentra su edad?	92
Nº 9: Señale. ¿Cuál es su ocupación?	93
Nº 10: Señale. ¿En qué barrio reside?.....	94
Nº 11: Si se creara una empresa dedicada al servicio de lavado en agua y secado de ropa. ¿Estaría dispuesto a utilizar este servicio?.....	95
Nº 12: ¿En qué días dispone de tiempo para realizar el lavado de ropa?	96
Nº 13: ¿Con qué frecuencia lava sus prendas de vestir?.....	97
Nº 14: ¿Para qué tipo de ropa utilizaría este servicio?.....	98
Nº 15: ¿Cómo realiza la limpieza de su ropa?	99
Nº 16: Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Cuántos kilos aproximadamente lava al mes?	100
Nº 17: Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Califique la atención recibida por empresas del servicio de lavado de ropa?.....	101
Nº 18: ¿Cuál sería medio de comunicación que le gustaría conocer el servicio de lavado de ropa?.....	102
Nº 19: ¿Cuánto estaría dispuesto/a a cancelar por cada proceso de lavado y secado?	103
Nº 20: Cantón Ibarra	117
Nº 21: Provincia de Imbabura.....	124
Nº 22: Ciudad de Ibarra	124
Nº 23: Micro localización	126
Nº 24: Distribución de la planta.....	127
Nº 25: Simbología diagrama de flujo.....	128
Nº 26: Flujo grama de procesos	129
Nº 27: Logotipo de la empresa.....	163
Nº 28: Organigrama estructural	165

N° 29: Lavadora industrial Dexter T-400	186
N° 30: Secadora industrial Dexter T-30	187

INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

En la ciudad de Ibarra se han creado empresas de lavado de ropa en diferentes sitios de acuerdo a las necesidades de los clientes, a sus prendas o a su vez de los espacios físicos donde residen, dando oportunidades a pequeñas empresas beneficiando las tareas cotidianas de toda familia.

Un servicio de lavado de ropa reduce el tiempo, además implica economizar y tener una calidad en las prendas de vestir. Este servicio se está volviendo necesario, por el crecimiento constante de las personas económicamente activas al igual del crecimiento poblacional en estudiantes en la zona norte del Ecuador – Ibarra, para lo cual es importante mejorar la eficacia de las maquinarias como a su vez la atención al cliente.

La historia del lavado, cuenta que se lavaba con agua caliente y jabón, así mismo debía ser escurrida y golpeada con palas de madera, para que quedara limpia, actualmente esta costumbre aún sigue vigente en algunas zonas del mundo. Para el siglo XVII, se llegó a crear una máquina de lavado de ropa, la cual era de madera y simulaba una tinaja, como las que se utilizaban para lavar ropa a mano.

El inventor de la lavadora eléctrica tal como la conocemos hoy en día fue Alva Fisher. La primera máquina de este tipo apareció en 1901. Fisher construyó una máquina que contenía un tambor, al cual se le introducía agua y jabones. Es así que se conseguía lavar ropa, de una manera muchísima más práctico. (Rimachi Guno, 2014)

Actualmente en algunas empresas es evidente que hace falta adecuar las instalaciones, el talento humano y los recursos necesarios para el buen servicio, creando una baja en la productividad y satisfacción en los procesos de rentabilidad.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad realizar los estudios de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de lavandería en el sector El Olivo, en la ciudad de Ibarra, ya que se han considerado como un lugar propicio para el ofrecimiento de esta prestación a los consumidores al satisfacer sus necesidades y también beneficio económico para la entidad.

Además encuentra su sustento no solo en la determinación de si se está satisfaciendo a la demanda en el mercado ibarreño con respecto a los servicios de lavandería, sino además en el hecho que se podría optimizar el nivel de vida y seguridad sanitaria de la población, con una propuesta que busca mejorar la modalidad del servicio en torno al lavado de prendas en el sector urbano de la ciudad de Ibarra, en base a las necesidades de éste.

El mejoramiento de cualquier servicio trae consigo que la competencia entre las empresas busque factores de diferenciación que la pongan a la cabeza de las otras. Por ello al diagnosticar la oferta y demanda de estos servicios, ligado con los procesos de calidad vinculados a estos, brindan el detalle de cómo se encuentra el sector y ayuda a plantear alternativas que mejoren la calidad de vida de los habitantes a través del tiempo.

El país requiere de inversión privada para reactivar su economía, la misma que ayuda al desarrollo de nuevas empresas contribuyendo al desarrollo económico y social del país, por esta razón, es importante que se incentive la creación e instalación de nuevas empresas que vengan a producir bienes y servicios, que generen empleos y ayuden de esta manera a mejorar la economía popular para salir de la recesión económica en la que nos encontramos.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general.

Elaborar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de lavandería de ropa, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, mediante instrumentos de selección de información, para determinar si el Proyecto es rentable.

Objetivos específicos.

1. Elaborar un diagnóstico y análisis situacional a través de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos (A.O.O.R.) en la ciudad de Ibarra, para analizar los aspectos positivos y menos favorables de la empresa.
2. Elaborar el Marco Teórico en el que se fundamentará, los conceptos teóricos- científicos a través de fuentes bibliográficas y linkográficas.
3. Elaborar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del servicio de lavandería en la ciudad de Ibarra, mediante entrevistas y encuestas al mercado meta.
4. Realizar el estudio técnico mediante recopilación de información donde se va a establecer la empresa, para determinar activos fijos, diferidos y capital de trabajo.
5. Realizar el estudio económico financiero para determinar la rentabilidad del Proyecto, mediante los indicadores financieros TRM, VAN, TIR, B/C, PE.
6. Establecer la estructura organizacional del proyecto, a través de la misión, visión, manual de funciones, entre otros, para dar a conocer la disposición de la empresa.
7. Determinar los principales impactos, mediante el uso de indicadores que permitan visualizar los aspectos positivos y negativos que pueda seguir la ejecución del Proyecto con la finalidad de potencializar los positivos y minimizar los negativos.

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes.

San Miguel de Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "la ciudad blanca", cuenta con un total de 181.175 habitantes los cuales se dividen en 93.389 mujeres y 87.786 hombres.

El crecimiento poblacional total del cantón Ibarra, entre los periodos del 1990 al 2001 es del 28.60%, un 72.78% representa al área urbana, es decir un 131.859 habitantes y el 27.22% que son 49.316 habitantes se incrementaron en el área rural. (INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, 2010).

Del total de la población existente en Ibarra un 79.30% forma parte de la Población Económicamente Activa, es decir 143.672 habitantes participan en la producción de bienes y servicios, integrando grupos económicos como: Comercio, agricultura, ganadería, caza, selvicultura, pesca, industrias manufactureras, construcción entre otros. (Ibarra G. A., 2015).

Sin embargo, las actividades que se realizan en el cantón se enfoca tanto en el comercio formal como informal, los mercados más comercializados son: el Mercado Santo Domingo y el Amazonas, actualmente tenemos el mercado la Bahía.

Las coordenadas son 0°21'46" N 78°07'48" O. En el mapa es 0°21'46" N 78°07'48" O. La distancia es 112 km a Quito, 533 km a Guayaquil, 575 km a Cuenca y 246 km a Ambato. (Fundación Wikimedia, Inc., 2014).

1.2. Objetivos.

1.2.1. Objetivo general.

Elaborar un diagnóstico y análisis situacional a través de aliados, oponentes, oportunidades, riesgos (A.O.O.R.) en la ciudad de Ibarra, para analizar los aspectos positivos y menos favorables de la empresa.

1.2.2. Objetivos específicos.

- Establecer aspectos políticos como legales del Proyecto a realizar.
- Estudiar factores socio demográficas de la ciudad de San Miguel de Ibarra.
- Establecer los factores socio económicos del área de influencia del Proyecto a implantarse.
- Estudiar aspectos geográficos de la ciudad de San Miguel de Ibarra.
- Establecer factores culturales del Proyecto a ejecutar.

1.3. Variables.

Las variables son atributos, cualidades, características observables que poseen las personas, objetos, instituciones, entre otras, las mismas que expresan magnitudes que varían discretamente, por lo cual, el presente estudio de investigación ha estimado las siguientes:

- ✓ Factores políticos – legales
- ✓ Factores socio demográficos
- ✓ Factores socio económicos
- ✓ Factores socio geográficos
- ✓ Factores culturales

Los indicadores son instrumentos de medida que pueden ser usados para describir y comprender cómo funciona la variable, por ello el presente proyecto de investigación ha determinado los siguientes:

Factores políticos – legales.

- Políticas ambientales.
- Políticas públicas.
- Requisitos para constituir la empresa.

Factores socio demográficos.

- Población de hombres.
- Población de mujeres.
- Población económicamente activa.
- Edad.

Factores socio económicos.

- Actividades comerciales.
- Ingreso económico.

Factores geográficos.

- Coordenadas.
- Parroquias rurales.
- Parroquias urbanas.

Factores culturales.

- Costumbres.

1.4. Matriz de relación diagnóstica.

Tabla N° 1:
Matriz de relación diagnóstica.

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuentes de información	Técnicas	Informante
Establecer aspectos generales de la ciudad.	Políticos - Legal	Políticas ambientales Políticas públicas	Secundaria	Bibliografía	INEC
		Requisitos para la creación de una empresa	Secundaria	Bibliografía	Municipio de Ibarra
Estudiar factores sociodemográficos de la ciudad de San Miguel de Ibarra.	Social	Población hombres Población mujeres Personas económicamente activas Edades	Secundaria	Bibliografía	INEC
Establecer los factores socioeconómicos del área de influencia del proyecto a implantarse.	Socio económico	Actividades comerciales Ingreso económico	Secundaria	Bibliografía	INEC Municipio de Ibarra
Estudiar aspectos geográficos de la ciudad de San Miguel de Ibarra.	Geográfico	Coordenadas Parroquias rurales Parroquias urbanas	Secundaria	Bibliografía	INEC Municipio de Ibarra
Establecer factores culturales del proyecto a ejecutar.	Cultural	Costumbres	Secundaria	Bibliografía	INEC

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor, año 2014

1.5. Mecánica operativa.

1.5.1. Identificación de la población.

Las fuentes de información son: las instituciones INEC y el Departamento de Rentas del Municipio de Ibarra, ya que estas instituciones proporcionarán la información necesaria para la conformación de la empresa de lavado de ropa.

Según el censo realizado por el INEC en 2010, la ciudad de Ibarra tiene una población de 181.175 habitantes, la población femenina es de 93.389 habitantes que representan el 51,55% y la población masculina es de 87.786 habitantes que representan el 48,45%. Los idiomas que predominan en esta ciudad son el español y quichua.

Tabla N° 2:

Población masculina y femenina de Ibarra.

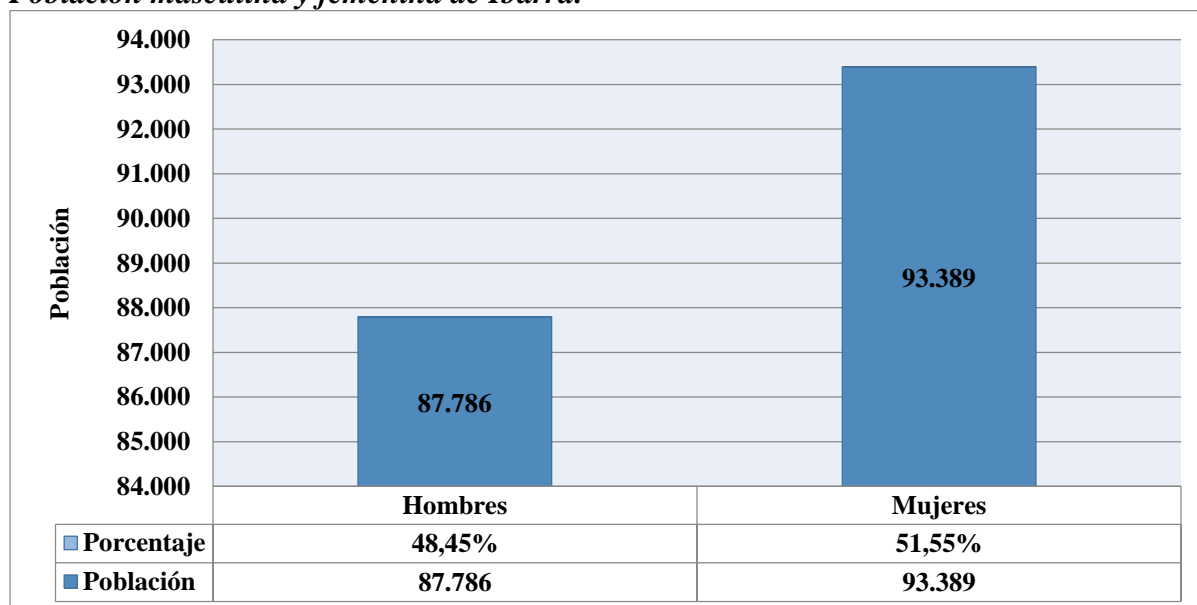
Género	Casos	Porcentaje
Hombres	87.786	48,45%
Mujeres	93.389	51,55%
TOTAL	181.175	100,00%

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 1:

Población masculina y femenina de Ibarra.



Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

1.5.2. Identificación de la muestra.

La población motivo de la investigación serán los hogares de Ibarra y estudiantes los mismos que se encuentran dentro del sector urbano, además debemos tomar en cuenta la tasa de crecimiento poblacional intercensal del cantón de 1,90%. Población total urbana al 2010 es de 131.856 habitantes. Una vez determinada la población se dividió para 3.71 que es el número de miembros en promedio que tiene una familia en Ibarra, según INEC 2010. Por lo cual el tamaño de la muestra es de 39.153. Para el cálculo se utilizará la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \delta^2 N}{e^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

δ = Varianza = 0,5

e = Error = 0,05

N = Tamaño de la población

Z = Valor tipificado corresponde 1,96

Nc = 95%

Además debemos considerar la tasa de crecimiento poblacional para el cantón de Ibarra que es 1,90% por lo cual se utilizará esta fórmula para identificar la población proyectada.

$$P = \frac{[P_o * (1 + i)^n]}{\text{Promedio } N^{\circ} \text{ familias}}$$

Donde:

$P =$ Población proyectada

$P_o =$ Proyección inicial

$i =$ Tasa de crecimiento poblacional

$n =$ Número de periodos

$$P = \frac{\left[(131.856) * \left(1 + \frac{1,90}{100} \right)^5 \right]}{3,71}$$

$$P = \frac{[131.856 * (1,019)^5]}{3,71}$$

$$P = 39.153$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)^2 * (39.153)}{(0,05)^2 * (39.153 - 1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{37.602,8917}{98,8413124} = \mathbf{380}$$

El número de encuestas que se debe aplicar es de 380.

1.6. Técnicas e instrumentos.

Las técnicas que se utilizaron para la recopilación de la información fueron bibliográficas, ya que para este capítulo se necesitó más información técnica de la que se dispone en diferentes establecimientos públicos como es el INEC. y el Municipio de Ibarra.

1.6.1. Información secundaria.

La información secundaria contiene investigación organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que facilita y maximiza el acceso a documentos primarios originales, para lo cual sirvió en la indagación como base para la recopilación de búsqueda de aspectos fundamentales como; la demografía, el aspecto socio económico, la geografía y los factores culturales; además de los factores externos que influyen en el proyecto, dentro de las fuentes obtenidas se encuentran el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y el Municipio de Ibarra.

Información situacional acerca del proyecto u objeto de estudio.

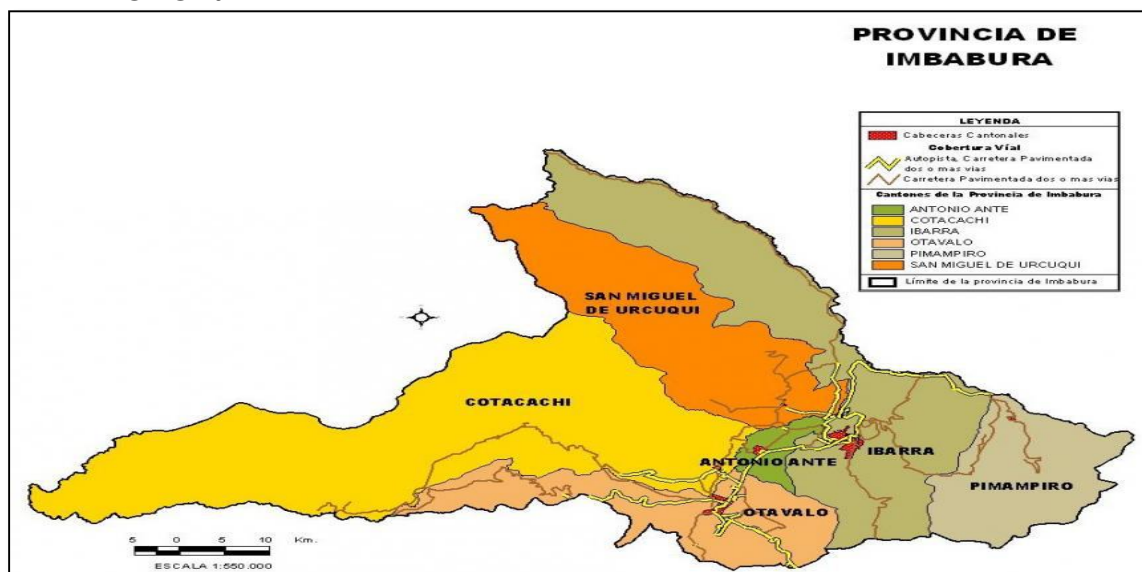
1.6.1. Distribución geográfica.

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas $00^{\circ} 20' 00''$ y $78^{\circ} 06' 00''$, ubicada a 2.228 metros s.n.m.; está estratégicamente ubicada al noroeste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 Km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico.

Tiene una superficie de 1.162,22 Km² con una densidad de 131,87 hab/ Km² en el cantón, 2.604 hab/ Km² en el área urbana y 39,91 hab/ Km² en el área rural.

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la sierra del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y la provincia del Carchi y al sur con la provincia de Pichincha.

Ilustración N° 2:
Ubicación geográfica

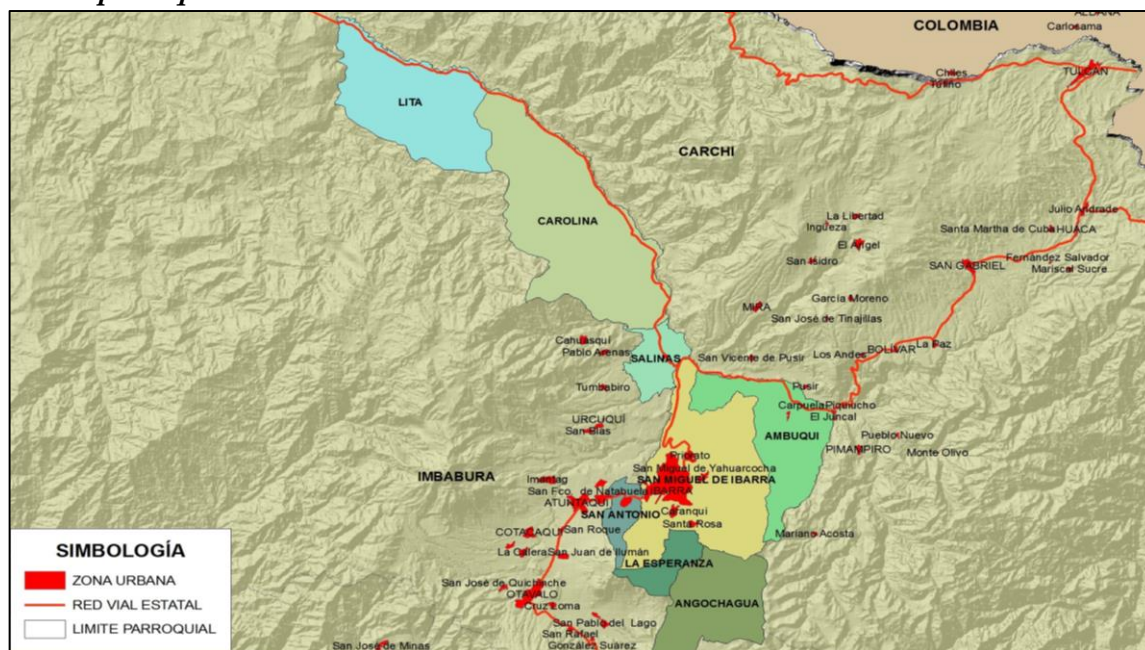


Fuente: Imbabura WordPress

Elaborado por: El autor, año 2015

El cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y las siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio; con una superficie total de 1.162,22 Km² (Ibarra M. A., 2015).

Ilustración N° 3:
División parroquial del cantón Ibarra



Fuente: INEC, 2009, ESC: 1:50000

Elaborado por: SEMPLADES, 2011

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura.

Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C.

1.6.2. Distribución demográfica.

Imbabura siempre ha estado entre las 10 provincias principales con mayor densidad demográfica del Ecuador, así lo demuestran datos del INEC. Por lo cual partimos desde los datos del 2001, donde Imbabura presenta una densidad demográfica de 74,6 siendo la séptima provincia con mayor densidad demográfica en el país. En comparación con los resultados del Censo de Población y Vivienda, INEC 2010 Imbabura presenta una densidad demográfica de 86,8 pero ahora es la octava provincia con mayor densidad del país.

Tabla N° 3:

Distribución porcentual de habitantes de la provincia

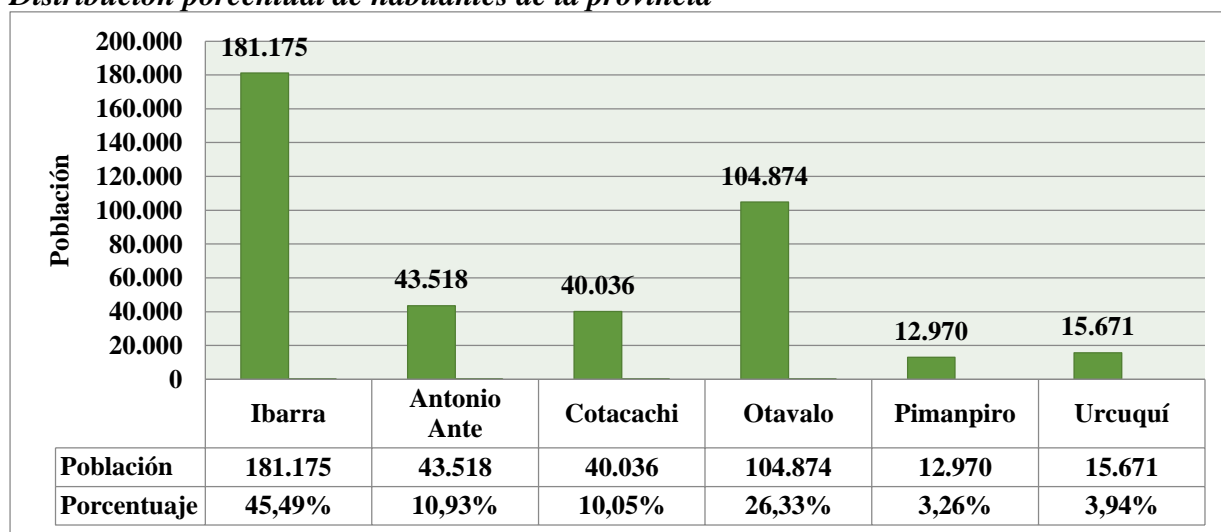
Cantón	Población	Superficie (Km²)	Densidad (hab/km²)	Porcentaje
Ibarra	181.175	1.092,95	165,77	45,49%
Antonio Ante	43.518	82,24	529,16	10,93%
Cotacachi	40.036	1.687,34	68,62	10,05%
Otavaló	104.874	490,23	213,93	26,33%
Pimampiro	12.970	449,44	28,86	3,26%
Urcuquí	15.671	785,30	19,96	3,94%
TOTAL	398.244	4.587,50	1026,30	100,00%

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 4:

Distribución porcentual de habitantes de la provincia



Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

Se observa que la mayor densidad de población se encuentra en el cantón de Ibarra, seguido por Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Urcuquí y finalmente Pimampiro.

1.6.3. Costumbres de lavado de ropa.

Las costumbres son formas de comportamiento particular que asume toda una comunidad y que la distinguen de otras; tales como: danzas, fiestas, comidas, idioma, prendas de vestir o artesanías, para ello en el siglo XIX; las mejores lavanderías privadas tenían el suelo de piedra, lavaderos de ladrillo y un canal de desagüe, además al pasar de los años se han implementado lavaderos en el hogar elaborados del material antes mencionado o de cemento, seguido por el secado en alambres o tendedores si es que el clima acompaña.

De igual manera se lava a través de una lavandera para evitar hacer esta actividad ya sea por motivos de falta de tiempo u otras. Hasta finales de los años 50, todas las tareas eran realizadas a mano por las damas, mientras que los hombres trabajaban.

Para estas mujeres dedicadas a la lavandería, cada década ha significado un cambio, pues en los años 60 del siglo XX, dependiendo del poder adquisitivo de cada familia, comenzaron a entrar en los hogares los llamativos aparatos electrónicos, comprándolos en su mayor parte a plazos. (LA HORA, 2015).

1.6.4. Caracterización económica.

La clasificación de las actividades económicas de la población del cantón de Ibarra permite cuantificar a los habitantes que se encuentran trabajando en cada una de ellas, también permite estudiarlos y clasificar en función de su situación laboral.

Ibarra se caracteriza por el comercio, el mismo donde se identifica la mayor actividad comercial de los demás cantones.

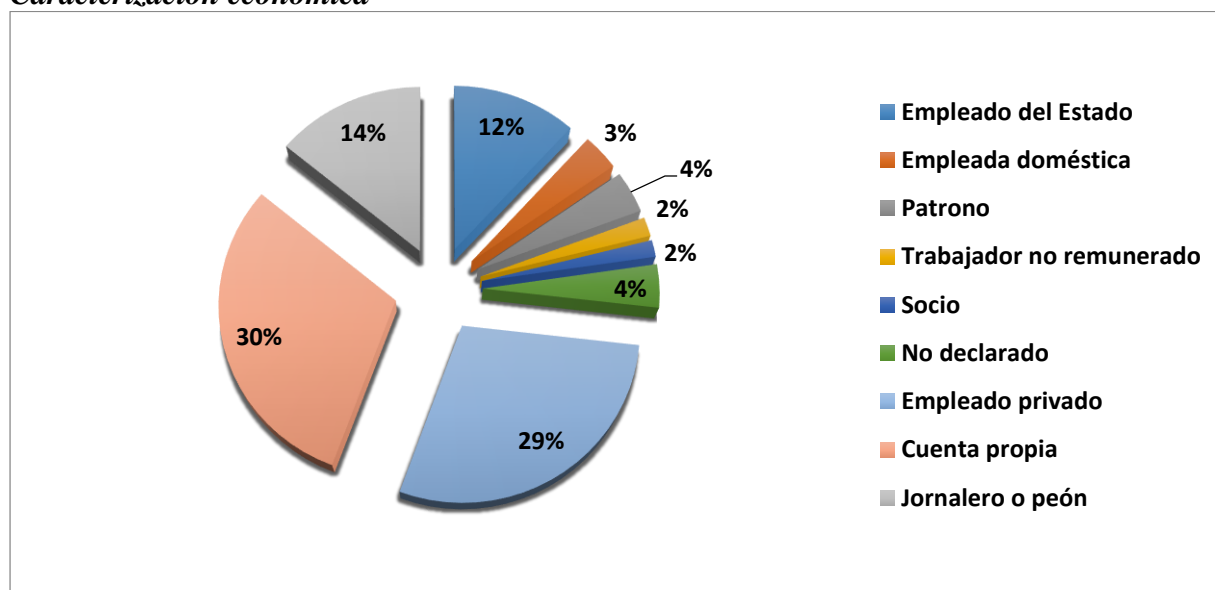
Tabla N° 4:
Caracterización económica

Actividades	Población	Género		Porcentaje
		Hombre	Mujer	
Empleado del Estado	21.379	11.545	9.834	11,80%
Empleada doméstica	6.341	254	6.087	3,50%
Patrono	7.247	4.059	3.188	4,00%
Trabajador no remunerado	3.261	1.728	1.533	1,80%
Socio	2.899	1.942	957	1,60%
No declarado	7.428	3.194	4.234	4,10%
Empleado privado	52.178	31.829	20.349	28,80%
Cuenta propia	54.896	31.291	23.605	30,30%
Jornalero o peón	25.546	21.714	3.832	14,10%
TOTAL	181.175	107.556	73.619	100,00%

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 5:
Caracterización económica



Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

1.6.5. Población Económicamente Activa.

La P.E.A. son personas que al menos trabajan una hora, en tareas con o sin remuneración, incluyendo en alguna actividad productiva o negocio o finca, este es el principal indicador de la oferta de mano de obra en una sociedad. Estas personas son todas aquellas que teniendo edad para trabajar y en su capacidad y disponibilidad ejercer una actividad ya sea un

servicio, producción o al comercio. La población en edad de trabajo y la población económicamente activa se calculan para las personas de 10 años de edad y más.

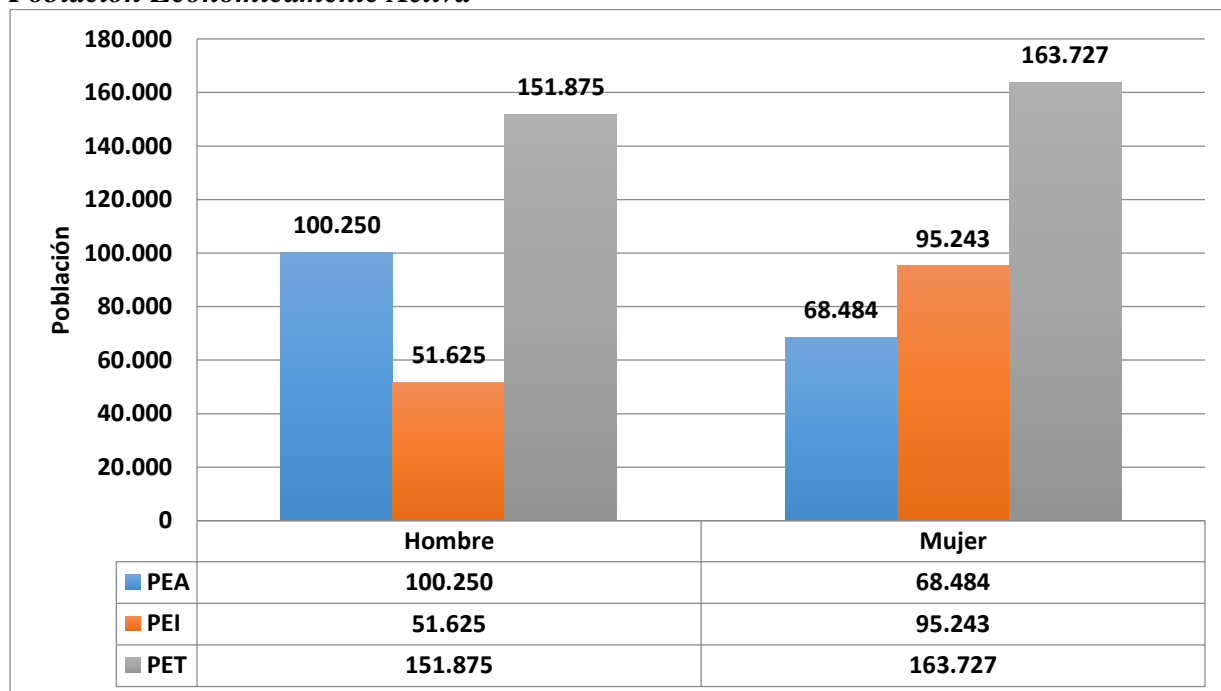
Tabla N° 5:
Población Económicamente Activa

Imbabura	PEA (Población Económicamente Activa)	PEI (Población Económicamente Inactiva)	PET	PT
			(Población de Edad de Trabajar)	(Población Total)
Hombre	100.250	51.625	151.875	193.664
Mujer	68.484	95.243	163.727	204.580
TOTAL	168.734	146.868	315.602	398.244

Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 6:
Población Económicamente Activa



Fuente: INEC, 2010

Elaborado por: El autor, año 2015

1.7. Necesidades básicas insatisfechas (NBI).

Indicador: Empleo, desempleo e índice de pobreza.

La definición de necesidades básicas insatisfechas.

Número de personas que viven en condiciones de “pobreza”, expresados como porcentaje del total de la población en un determinado año.

Se considera “pobre” a una persona si pertenece a un hogar que presenta carencias persistentes en la satisfacción de sus necesidades básicas incluyendo: vivienda, salud, educación y empleo.

La metodología aplicada fue definida por la Comunidad Andina de Naciones (COMUNIDAD ANDINA, 2015), según recomendaciones de la reunión de expertos gubernamentales en encuestas de hogares; empleo y pobreza. Esta definición establece a un hogar como pobre si presenta una de las siguientes condiciones, o en situación de extrema pobreza si presenta dos o más de las siguientes:

1. La vivienda tiene características físicas inadecuadas (aquellas que son inapropiadas para el alojamiento humano: como paredes exteriores de lata, tela, cartón, estera o caña, plástico u otros materiales de desecho o precario; con piso de tierra. Se incluyen las móviles, refugio natural, puente similares).
2. La vivienda tiene servicios inadecuados (viviendas sin conexión a acueductos o tubería, o sin sanitario conectado a alcantarillado o a pozo séptico).
3. El hogar tiene una alta dependencia económica (aquellos con más de 3 miembros por personas ocupado y que el jefe(a) del hogar hubiera aprobado como máximo dos años de educación primaria).
4. En el hogar existen niños(as) que no asisten a la escuela (aquellos con al menos un niño de seis a doce años de edad que no asiste a la escuela).

5. El hogar se encuentra en un estado de hacinamiento crítico (aquellos con más de tres personas en promedio por cuarto utilizado para dormir).

1.7.1. Requisitos para el funcionamiento de una microempresa.

Indicador: Requisitos para la creación de una microempresa, impuestos, patentes y manejo ambiental.

1.7.1.1. Registro único de contribuyentes.

Tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos, y proporcionar información a la administración tributaria.

Están obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeras, que realicen actividades económicas permanentes, ocasionales o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones honorarios y otras rentas a tributación en el Ecuador.

El plazo a inscribirse es TREINTA DÍAS contados a partir de la constitución o inicio de las actividades económicas.

Los requisitos para inscribir una microempresa son: cédula de identidad y formulario.

Para las empresas se requiere la escritura de constitución de la compañía, copia de la cédula de identidad del representante legal y formulario.

La actualización de los datos de inscripción se realiza cuando:

- Cambia la actividad económica.
- Cambio de domicilio.

- Finaliza la actividad.
- Aumento o disminución del capital.

1.7.1.2. Patente municipal.

Es el permiso municipal obligatorio para el ejercicio de una actividad económica habitual.

La inscripción se debe realizar en la jefatura de rentas del Municipio, debe cancelar el impuesto de patente anual para la inscripción y de patente mensual para el ejercicio de la actividad.

1.7.1.3. Para inscribir una microempresa se requiere:

- Copia de cédula de identidad.
- Informe sobre la dirección de la microempresa.
- El plazo es de 30 días, contados a partir del inicio del negocio.
- El costo está determinado por la naturaleza, volumen, y ubicación del negocio.
- La exoneración del pago de la patente tienen exclusivamente los artesanos calificados.

1.7.1.4. Manejo ambiental.

El artículo 19 hace mención que las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelar.

En el artículo 33 establece como instrumentos de aplicación a las normas ambientales los siguientes: parámetros de calidad ambiental, normas de efluentes y emisiones, normas técnicas de calidad de productos, régimen de permisos y licencias administrativas, evaluaciones de impacto ambiental, listados de productos contaminantes y nocivos para la salud humana y el medio ambiente, certificaciones de calidad ambiental de productos y servicios y otros que serán regulador en el respectivo reglamento.

Además en el artículo 42 menciona que toda persona natural, jurídica o grupo humano podrá ser oída en los procesos penales, civiles o administrativos, que se inicien por infracciones de carácter ambiental, aunque no hayan sido vulnerados sus propios derechos.

El Presidente de la Corte Superior del lugar en que se produzca la afectación ambiental, será el competente para conocer las acciones que se propongan a consecuencia de la misma. Si la afectación comprende varias jurisdicciones, la competencia corresponderá a cualquier de los presidentes de las cortes superiores de esas jurisdicciones. (CONGRESO NACIONAL, 2015).

1.8. Determinación de A.O.O.R.

Tabla N° 6:

Matriz A.O.O.R. (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

Aliados	Oponentes
<p>a. Existe entidades financieras, las cuales ofrecen una inversión adecuada para la creación de PYMES, que ayuden a generar el bienestar social.</p> <p>b. Servicio de calidad, contará con todos los servicios básicos, para el buen funcionamiento.</p> <p>c. La ubicación de la empresa cuenta con vías de primer y segundo nivel, lo cual facilita el acceso.</p> <p>d. Dotación de maquinaria con tecnología de punta, que satisfagan las expectativas sobre el servicio de lavado de ropa.</p>	<p>a. Existen varias empresas de servicio de lavado de ropa, las mismas que llevan en el mercado años de funcionamiento, y que están posicionadas en el mismo.</p> <p>b. No controlar de manera eficiente el servicio con las necesidades que merecen los posibles clientes.</p> <p>c. En Ibarra existen personas que prestan el servicio de lavandería, lo cual representa un gran obstáculo para la empresa.</p>

Oportunidades	Riesgos
a. Negociación con clientes potenciales, es decir, crear convenios con empresas que adecuen el servicio de lavado de ropa.	a. Constantes cambios en los niveles de satisfacción de los clientes por el servicio.
b. Modernizar el servicio de lavado de ropa, con lugares más amplios, máquinas con mejor tecnología y un buen servicio o el autoservicio.	b. Al momento de iniciar un negocio, es indispensable contar con una institución financiera que facilite un financiamiento directo, por lo cual a las exigencias sobre restricciones crediticias, se dificulte la implementación.
c. Políticas públicas establecidas en el país, que fomentan la generación de emprendimientos.	c. Implementación de lavanderías de mayor tecnología y cobertura, es decir, que existan precios más bajos.
d. Mediante la implementación, se crean fuentes de empleo para la población de Ibarra, impulsando al desarrollo económico.	d. Incremento en el precio de kilovatio/hora, por lo cual aumentan los costos.
e. Iniciar en el mercado como una nueva empresa de servicio de lavandería de ropa, con un enfoque diferente a las demás.	

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor, año 2015

1.8.1. Cruce estratégicos de A.O.O.R. (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos).

1.8.1.1. Estrategias Aliados y Oportunidades.

- El aprovechamiento de instituciones financieras, así como de políticas de implementación de PYMES, que fortalecen la ejecución de este Proyecto, ya que ayuda a emprender un negocio y no a interrumpirlo.
- El servicio de calidad ampliará la negociación con clientes potenciales, dando así un enfoque adicional del resto de la competencia.
- Al tener tecnología de punta fortalece el servicio, pero, además da bienestar a la comunidad a través de fuentes de empleo.
- Al tener una ubicación adecuada, es del agrado del cliente, ya que así se hace más fácil su llegada.

1.8.1.2. Estrategias Oponentes y Oportunidades.

- Crear lazos con empresarios para el lavado de prendas de su compañía, fortaleciendo la empresa sin importar la competencia que tiene años en el mercado.
- Modernizar los espacios físicos, maquinaria o medio, por el cual, llegar a los clientes, se podrá satisfacer a todas las nuevas sugerencias o necesidades por parte de los mimos.
- Con el mejoramiento continuo, ayudará a que las prendas ya lavadas sean entregadas personalmente al cliente, logrando potencializar estratégicamente más mercado.

1.8.1.3. Estrategias Aliados y Riesgos.

- Al medir los grados de satisfacción la empresa, contará con todos los servicios, ayudando a incrementar estos niveles.
- Actualmente el Banco Desarrollo da oportunidad de emprender, es decir, microcréditos, el mismo que no sitúa retrasos para su ejecución.
- Se fortalecerá con tecnología de punta, logrando economizar y ahorrar tiempo, con el fin de no perjudicar al cliente.

1.8.1.4. Estrategias Oportunidades y Riesgos.

- Al contar con espacios amplios, los clientes se sentirán más cómodos, de igual manera con la tecnología que se utilizará podrán recibir un servicio de excelencia.
- Al aliarse con empresarios potenciales y proponerles estrategias comerciales, aportará al crecimiento en el mercado. Además ayudando a fomentar nuevas plazas de empleo.
- Con la colaboración del gobierno, se favorecerá en la reducción de los costos en implementar un negocio, es decir, las políticas favorables para las nuevas empresas, por ejemplo la reducción de tasa de interés para PYMES, fortificando así la permanencia en el mercado.

1.9. Determinación de la oportunidad de inversión o factibilidad.

Los datos obtenidos del diagnóstico a lo largo del análisis, muestra la situación en la que la empresa se va a desarrollar, la cual es favorable. En base a datos históricos y actuales, se obtendrá el comportamiento de los consumidores del servicio a ofrecer, y mediante eso, se puede elaborar estrategias para ofrecer un servicio de calidad, cumpliendo así todos los requisitos de los consumidores.

El servicio de lavado, secado de ropa ayudará de manera considerable a profesionales, amas de casa, población que necesite optimizar su tiempo y economizar gastos, manteniendo de igual manera la calidad de las prendas de vestir, generando riqueza económica. Al mismo tiempo se respetará el medioambiente que le rodea, utilizando maquinaria y equipos de tecnología de punta, de acuerdo a las políticas ecuatorianas ambientales.

Como consecuencia, se generarán nuevas oportunidades a la ciudadanía de Ibarra, la cual ofrece la conformidad de que una necesidad insatisfecha sea tomada para mejorar la calidad de vida de los mismos,; todo esto gracias a la utilización eficiente de la maquinaria y una atención adecuada,; además, reducir costos y ofertar un servicio que cumpla con los estándares de calidad nacional e internacional.

Por ello, el Proyecto de investigación *“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de lavandería de ropa en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”*, fortificará los aliados y oportunidades, mitigando los riesgos y oponentes del mismo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Objetivo general.

Elaborar el marco teórico en el que se fundamentará, los conceptos teóricos- científicos a través de fuentes bibliográficas y linkográficas.

2.2. Estudio de factibilidad.

Briceño & Paúl (2014), menciona lo siguiente: “Se realiza cuando el proyecto representa montos de inversión considerables, o se está empleando una tecnología todavía no probada en la industria.” (p. 17).

Para la creación de una empresa, se realiza un estudio de factibilidad, el mismo que se debe investigar todos los factores económicos, sociales y políticos para la formación del ente económico.

2.3. Proyecto de inversión.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Plan que, si se le asigna determina monto de capital y se le proporcionan diversos insumos, producirá un bien o un servicio útil a la sociedad.” (p. 2).

Proyecto de inversión determina el monto del capital de trabajo, el mismo que involucra todo lo que se va a necesitar en dicha creación, cubriendo una necesidad de toda sociedad.

2.4. Entidad económica.

Calleja Bernal (2011), dice: Es aquella unidad identificable que realiza actividades económicas, constituida por combinaciones de recursos humanos, materiales y financieros (conjunto integrado de actividades económicas y recursos), conducidos y administrados por un único centro de control, que toma decisiones encaminadas al cumplimiento de los fines específicos para los que fue creada. (p. 4).

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: *“Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o servicios que, al ser vendidos, producirá una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general.” (p. 5).*

Es toda aquella unidad que, cuyo esfuerzo con la mezcla de recursos humanos, materiales y económicos, ofrece un producto o servicio para la rentabilidad de la misma y de las personas en función al ente económico.

2.5. Sociedad anónima.

CONGRESO NACIONAL (2015), dice: Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías civiles anónimas, están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (p. 27).

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: *“La compañía anónima es una sociedad cuyo capital se encuentra dividido en acciones negociables; está formada por aportes de los socios, que responden únicamente por el monto de su inversión expresa y evidente.” (p. 254).*

La compañía anónima o sociedad se caracteriza por su capital, que está dividido con sus accionistas. Estos responden únicamente por el valor de su inversión. Estas están reguladas por la Superintendencia de Compañías.

2.6. Requisitos generales para la constitución de una empresa.

Económica (2012), dice: Los pasos para la creación de una empresa son las siguientes:

- 1. Decidir qué tipo de compañía se va a constituir.*
- 2. Escoger el nombre de su empresa.*
- 3. Reserva el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.*
- 4. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía., Ltda. es \$400.00 y para S.A. es \$800.00).*
- 5. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía (Estos puede ser realizado en cualquier notaría).*
- 6. Presentar en la Superintendencia de Compañía, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.*
- 7. Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañía luego de esperar el tiempo establecido (48 horas).*
- 8. Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.*
- 9. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.*
- 10. Inscribir en el Municipio las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.*

- 11. Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.*
- 12. Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de Representante Legal y Administrador.*
- 13. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el Registro Civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC y firmado por el representante; y, copia de pago de luz, agua o teléfono.*
- 14. Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.*
- 15. Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.*
- 16. Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral con copia de RUC, copia de C.I, y papeleta de Representante Legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en Ministerio de Trabajo; y, copia de último pago de agua, luz o teléfono. (p. 9).*

2.7. Empresa de servicio.

Bravo Santillán, Lambretón Torres, & Márquez González (2011), dice: Este tipo de empresas ofrecen servicios a los clientes, por lo tanto no requieren de espacios para almacenamiento.

Sin embargo, para que la empresa pueda estar en condiciones de ofrecer sus servicios, es necesario que se realicen los esfuerzos encaminados a contar con la infraestructura y organización interna que se realicen que estos servicios sean generados. Todas las actividades encaminadas a hacer posibles estas condiciones son responsabilidad de la función o departamento de operaciones. (p. 7).

Las empresas de servicio se caracterizan por satisfacer a sus clientes, a través de una actividad, la cual involucra un servicio y recursos económicos. Algo importante de considerar es que no requiere de espacio para el almacenamiento.

2.7.1. Diseño y desarrollo del servicio.

Cabrera (2011), dice: Para el diseño se sugiere seguir las siguientes etapas:

- 1. Definir la necesidad;*
- 2. Diseñar el servicio base;*
- 3. Diseñar los servicios complementarios y accesorios;*
- 4. Determinar el soporte físico;*
- 5. Determinar las necesidades del personal; y*
- 6. Establecer los estándares de servicio. (p. 17)*

2.7.1.1. Lavado de ropa

Vilcaguano (2010), menciona lo siguiente: “Las lavanderías son empresas en cuyos establecimientos se cuentan con instalaciones y equipos necesarios, para realizar el servicio de lavado en agua y el arrendamiento de lavadoras automáticas para todo público.” (p. 20).

El servicio de lavado de ropa, es una actividad en el que a través de maquinaria de lavado de ropa y secado, se puede efectuar la limpieza de las prendas de vestir, satisfaciendo las necesidades de los clientes.

2.7.1.2. Procesos de lavado de ropa.

Vilcaguano (2010), dice: El lavado de ropa de la familia se realiza en diferentes etapas, según el tipo de sociedad, fibras y colores.

Proceso de lavado:

Separar la ropa antes de cada lavado según los colores y las temperaturas indicadas.

- 1. No llenar demasiado la lavadora y utilizar un detergente sin agentes blanqueadores para la ropa de color.*
- 2. Lavar al revés, los colores estarán mejor protegidos y la ropa no se desgasta tan rápidamente.*
- 3. Utilizar jabones neutros para lavar prendas delicadas.*
- 4. Hay que lavar con agua fría y sobre todo no hay que tender la prenda en vertical sino, tender la ropa encima. (p. 21).*

2.7.1.3. Secado de ropa.

Vilcaguano (2010), dice: Manifiesta que se requiere de un trato especial, puesto que cada prenda está elaborada con diferente material, es decir si es delicada, blanca o de color, como por ejemplo si es ropa de lana se puede secarla en la lavadora, y si es de algodón no se la puede secar en la secadora. (p. 22).

El secado de ropa es una acción, en la que por medio de un clima cálido o de maquinaria especializada se logra efectuar este propósito, el mismo que requiere un trato especial, es decir la ropa según su material se debe secar, en la secadora.

2.7.1.4. Doblado y empaquetado.

Vilcaguano (2010), dice: Indica que para ofrecer un servicio de calidad se entrega la ropa en armadores y si es posible en el mismo día, dependiendo de la urgencia del cliente, utilizar los mejores suavizantes y detergentes que cuiden el estado de las prendas; en fin, toda una serie de elementos para conseguir la satisfacción del cliente. (p. 22).

El doblado y empaquetado es un servicio propio de toda empresa dedicada a la asistencia al cliente, esta actividad se logra con suavizantes que cuiden las prendas logrando una satisfacción.

2.7.1.5. Principios en los que descansa la calidad del servicio.

Babel (2012), dice: La percepción es muy importante en el tema de Calidad de Servicio, ya que muchas veces sesga la forma de identificar las necesidades, cualidades o gustos de los clientes. Por este motivo, se debe conocer muy bien lo que es la percepción, para evitar caer en errores, tomando en cuenta que la Calidad de Servicio es subjetiva.

Los aspectos que influyen sobre la persona que percibe son:

- a) Las necesidades y deseos, es decir, la motivación de la persona que percibe aquello que le proporcionaría satisfacción.*
- b) Las expectativas, se tiende a percibir lo que se espera, aquello que resulta más familiar.*
- c) El estilo de cada persona para enfrentarse al ambiente que lo rodea. Algunas personas perciben más un conjunto de detalles, no pudiendo recordar por separado algunas características específicas del objeto, otras en cambio reparan en tales detalles.*
- d) La educación que recibió en el hogar, considerando la forma de ver la vida (dinero, trabajo, valores, religión, entre otros.).*

e) *La formación académica, también guía nuestra forma de ver o sentir las cosas o situaciones.*

f) *Conociendo estos elementos, se puede observar que cuando un cliente entra a un negocio, su percepción dependerá de una serie de aspectos, tales como:*

- *La limpieza y el orden que tiene el establecimiento.*
- *La atención que recibe (mirada, palabras, gestos).*
- *La calidad de los productos que se ofrecen.*
- *Las garantías que tienen los productos.*
- *El valor agregado que pueda recibir.*

2.8. Organización metodológica.

2.8.1. Métodos.

2.8.1.1. Inductivo.

Torres Camilo, (2010), dice: La inducción viene a ser un caso de la reducción empleado en las ciencias de la naturaleza. En la reducción se concluye de un enunciado condicional y de su premisa menor o mayor. Se trata de una generalización de la premisa menor. La inducción se suele caracterizar como un raciocinio que va de lo singular a particular a la universal. Esta tiende a desarrollar teorías científicas generales a partir de observaciones particulares. (p. 23).

El método inductivo es el estudio de las pruebas que permiten medir la probabilidad de las explicaciones, así como reglas para construir argumentos fuertes.

2.8.1.2. Deductivo.

Torres Camilo, (2010), menciona lo siguiente: “El método deductivo consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible reducir conclusiones finales, a partir de una enunciado supuestos llamados premisas” (p. 13).

Es un método científico que considera concluir con razonamiento lógico las verdades previamente establecidas, para después aplicarlos en casos individuales.

2.8.1.3. Analítico.

Owen (2012), dice: El método analítico se distinguen elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado, la física, la química y la biología utilizan este método; a partir de la experimentación y el análisis de gran número de casos se establecen leyes universales. Consiste en la extracción de las partes de un todo, con el objeto de estudiarlas y examinarlas por separado, para ver, por ejemplo las relaciones las mismas. (p. 12).

El método analítico es el análisis de un objeto que ejecuta una relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto; y a su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis.

2.8.2. Técnicas.

2.8.2.1. Observación.

Hamlet (2013), dice: La técnica de observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación. La técnica de observación se suele utilizar principalmente para observar el comportamiento de los consumidores, por lo general, al usar esta técnica el observador se mantiene encubierto, es decir, los sujetos de estudio no son conscientes de su presencia. (p. 8).

La técnica de observación consiste en mirar lo que ocurre a tu entorno, es este caso, en el medio por el cual estamos realizando esta investigación, es decir, las empresas que ofrecen servicio de lavado de ropa.

2.8.2.2. Encuesta

Hamlet (2013), menciona lo siguiente: “La encuesta es una técnica de investigación que consiste en una interrogación verbal o escrita que se realiza a las personas, con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.” (p. 12).

La encuesta consiste efectuar interrogantes, ya sea verbales o escritas, con el fin de obtener información que se estuvo indagando.

2.8.3. Instrumentos.

2.8.3.1. Entrevista.

Santos (2012), menciona lo siguiente: “La entrevista es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o reducir información, y en virtud de las cuales, se toman determinadas decisiones” (p. 5).

La entrevista es una conversación entre el entrevistado y el entrevistador, proporcionando información relevante al tema en cuestión.

2.8.3.2. Cuestionario.

Hamlet (2013), dice: El cuestionario es un instrumento compuesto por un conjunto de preguntas diseñadas para enerar los datos necesarios para alcanzar los objetos del estudio, es un plan formal para recabar información de cada unidad de análisis objeto de estudio y que constituye el centro del problema de investigación. (p. 4).

El cuestionario consiste en un banco de preguntas diseñadas previamente para indagar sobre lo que se va a investigar, logrando tabular y analizar, el mismo que permitirá reflejar resultados creíbles.

2.9. Estudio financiero.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos, que sirven de base para la evaluación económica.” (p. 6).

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico.” (p. 170).

El estudio financiero es el más importante, ya que se analizan: costos, gastos, ingresos e inversiones, los mismos que incurrirán en la creación de la empresa, expresando en un tiempo determinado la situación económica del ente.

2.9.1. Contabilidad.

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: Es un sistema de información que mide las actividades de la empresas, procesa esta información en estados y comunica los resultados a los tomadores de decisiones.” (p. 7).

Calleja Bernal (2011), menciona lo siguiente: “Es el lenguaje de los negocios” (p. 3).

La contabilidad es un sistema expresado en transacciones, la cual manifiesta movimientos contables o económicos de la entidad, de igual manera se refleja en los estados financieros para la comunicación de resultados, posteriormente la toma de decisiones.

2.9.2. Contabilidad financiera.

Calleja Bernal (2011), menciona lo siguiente: “Es una técnica que se utiliza para el registro de las operaciones que afectan económicamente a una entidad y que produce sistemática y estructuradamente información financiera.” (p. 14).

Zapata Sánchez (2011), dice: Da orientación financiera. Se fundamenta en los principios generalmente aceptados ahora NIIF y NIC. Como resultado final entrega estados financieros de uso general. Es empleada por quienes toman decisiones externas, como los accionistas, los proveedores, los clientes, el gobierno, etc. Genera información sobre el pasado o hechos históricos de la organización. Es obligatoria por diversas leyes.” (p. 8).

La contabilidad financiera es la técnica para el registro de operaciones económicas de la empresa, la misma que debe estar enmarcado en las normas vigentes de contabilidad, de igual manera se ve reflejado en los estados financieros, para la toma de decisiones.

2.9.3. Catálogo de cuentas.

Calleja Bernal (2011), menciona lo siguiente: “Relación de los números y nombres de las cuentas, colocadas en el orden de la clasificación básica: activo, pasivo, capital, etcétera. [Guajardo, 1995: 108.]” (p. 179).

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: “Es un instrumento de consulta que permite presentar a la gerencia estado financieros y estadísticos de importancia trascendente para la toma de decisiones, y posibilitar un acuerdo control.” (p. 27).

El catálogo de cuentas es de gran importancia para la consulta de lo que se debe utilizar en la contabilidad, es decir agrupar correctamente una actividad o algunas de ellas, evidenciadas en las transacciones, situadas en activo, pasivo, capital, ingresos, costos y gastos.

2.9.4. Diagnóstico de la situación actual.

Filion, Cisneros Martínez, & Mejía Morelos (2011), dice: El diagnóstico empresarial, que puede tener diversos objetivos, cada vez más valorado por los administradores y dirigentes. Es útil en las situaciones de demanda de financiamiento o de venta de las empresas, pero también constituye una herramienta de buena administración y de vigilancia estratégica. (p. 284).

El diagnóstico de la situación actual detecta un problema por resolver o una oportunidad de mercado que aprovechar, con el objeto de obtener retribución económica.

2.9.5. Estados financieros.

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: “Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado” (p. 63).

Calleja Bernal (2011), dice: El balance general, también llamado estado de situación financiera o estado de posición financiera, muestra información relativa a una fecha determinada sobre los recursos y obligaciones financieras de la entidad, por consiguiente, los activos en orden de su disponibilidad, revelando sus restricciones; los pasivos atendiendo a su exigibilidad, revelando sus riesgos financieros; así como el capital contable o patrimonio contable a dicha fecha. [Norma de Información Financiera A-3, “Necesidades de los usuarios y objetivos de los estados financieros”, párr. 42.] (p. 85).

Los estados financieros son necesarios para analizar los movimientos económicos en relación a la entidad, identificando el activo, pasivo y patrimonio. Además, debe estar elaborado bajo las normas de contabilidad vigentes.

2.9.5.1. Activo.

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: “Es un recurso controlado por la entidad como resultados de sucesos pasados, del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos.” (p. 26).

Calleja Bernal (2011), menciona lo siguiente: “Es un recurso controlado por una entidad, identificado, cuantificado en términos monetarios, del que se esperan fundadamente beneficios económicos futuros, derivado de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad.” (p. 88).

El activo es un recurso de la entidad, el mismo que se debe controlar para beneficios futuros, derivados de operaciones pasadas.

2.9.5.2. Pasivo.

Calleja Bernal (2011), menciona lo siguiente: “Es una obligación presente de la entidad, virtualmente ineludible, identificada, cuantificada en términos monetarios, y que representa una disminución futura de beneficios económicos, derivada de operaciones ocurridas en el pasado, que han afectado económicamente a dicha entidad.” (p. 88).

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: “Es una obligación presente de la empresa, surgida a raíz de sucesos pasados, al vencimiento de la cual, y para cancelarla, la entidad espera desprenderse de recursos que incorporan beneficios económicos.” (p. 26).

El pasivo es una obligación vigente de la empresa, esto representa obligaciones actuales de la empresa, derivadas de operaciones pasadas.

2.9.5.3. Patrimonio o capital social.

Calleja Bernal (2011), menciona lo siguiente: “Es el valor residual de los activos de la entidad, una vez deducidos todos sus pasivos.” (p. 88).

Zapata Sánchez (2011), menciona lo siguiente: “Es un título que denota el interés de los socios o accionistas en la empresa, representa los aportes iniciales de capital más la acumulación de Reservas, Superávit de capital y Utilidades no distribuidas.” (p. 249).

El patrimonio de una empresa es la diferencia entre el activo de la empresa menos el pasivo de la misma, resultando el capital social o a su vez la aportación de los socios u accionistas.

2.9.6. Estado de resultados.

Calleja Bernal (2011), dice: Estado de muestra la información relativa de sus operaciones en un periodo y por ende, de los ingresos y gastos, así como de la utilidad (pérdida) neta. [Normas de Información Financiera A-3. Necesidades de los usuarios, objetivos de los estados financieros, párr. 42.] (p. 297).

Zapata Sánchez (2011), dice: El estado de resultados muestra los efectos de las operaciones de una muestra y su resultado final, ya sea ganancia o pérdida; resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la empresa durante un período determinado. (p. 62).

El estado de resultados es un informe, en el cual se presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de ingresos y egresos, con el propósito de medir los movimientos económicos, es decir, la utilidad o pérdida del período, para la toma de decisiones, además debe estar preparado bajo las normas contables vigentes.

2.9.6.1. Ingresos

Zapata Sánchez (2011), dice: Son los beneficios económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien, como decremento de las obligaciones, que dan como resultado aumentos del patrimonio neto y no están relacionados con las aportaciones de los propietarios a este patrimonio. (p. 26).

Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo (2014), menciona lo siguiente: “Representan recursos que recibe el negocio por la venta de una servicio o producto, en efectivo o a crédito.” (p. 43).

Los ingresos constituyen todo lo que la empresa obtiene por la venta de sus bienes o servicios que oferta en el mercado, el mismo que puede ser en efectivo como a crédito.

2.9.6.2. Gastos.

Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo (2014), menciona lo siguiente: “Son activos que se han usado o consumido en el negocio para obtener ingresos y que disminuyen el capital de la empresa.” (p. 43).

Zapata Sánchez (2011), dice: Son los decrementos en los beneficios económicos, producidos a lo largo del período contable, en forma de salidas o disminuciones del valor de los activos, o bien de nacimiento o aumento de los pasivos, que dan como resultado decrementos en el patrimonio neto, y no están relacionados con las distribuciones realizadas a los propietarios de este patrimonio. (p. 26).

Los egresos son desembolsos de dinero, los mismos que se realizan por diversas razones, con la finalidad de adquirir lo necesario para ofrecer un producto o servicio de calidad.

2.9.6.3. Costos.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costos de oportunidad).” (p. 171).

Bravo Valdivieso (2011), menciona lo siguiente: “Constituye una inversión, es recuperable, trae consigo ganancia, es un concepto que tiene vigencia en la empresa industrial (Costo de Materia Prima, Costo de Mano de Obra, etc.)” (p. 6).

Los costos son desembolsos recuperables, es decir, una inversión en toda entidad económica.

2.9.7. Gastos de operación.

Pabel (2013), menciona lo siguiente: “Los gastos de operación son los que se generan en el proceso de transformar el producto.” (p. 5).

Alcaide (2014), dice: Los gastos operativos son aquellos gastos que se derivan del funcionamiento normal de una empresa. Se contraponen a los gastos no operacionales, aquellos gastos que un agente económico realiza de forma extraordinaria y poco frecuente. Los gastos operacionales pueden entenderse como costos ordinarios que la empresa debe afrontar con la finalidad de obtener beneficios. (p. 18).

Los gastos de operación son desembolsos que consisten en el desarrollo del producto o servicio; además, se pueden entender como costos ordinarios.

2.9.7.1. Insumos.

Alcaide (2014), dice: El término insumo se utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se pueden determinar como materias

primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos. El recurso a ciertos insumos siempre tiene que ver con actividades productivas, que tienen por fin la realización de otro bien más complejo y que implica un mayor proceso de elaboración. Cuando el insumo es utilizado en combinación con otros insumos, más o menos complejos para la elaboración de otro tipo de productos,; dejan de considerarse como tales, ya que han perdido sus características esenciales. (p. 15).

Los insumos son todos los implementos que sirven para un fin, se puede definir como materias primas para diferentes actividades o procesos.

2.9.7.2. Gastos administrativos.

Valdez (2013), dice: Los gastos administrativos son todos los gastos que se relacionan en forma directa con la oficina o departamento administrativo. En esta categoría, están comprendidos aquellos gastos que no tienen relación directa con el movimiento de las ventas, sino que más bien se hacen como parte de las operación total del negocio, y se conocen con el nombre de gastos administrativos. (p. 45).

Los gastos administrativos son aquellos que se relacionan directamente con el personal, es decir, el pago de salarios.

2.9.7.3. Gastos de ventas.

Valdez (2013), menciona lo siguiente: “Son todos los gastos que se relacionan directamente con al oficina o departamento de ventas.” (p. 46).

Los gastos de ventas se relacionan con la preparación del producto o servicio, de igual manera a la publicidad o promoción del mismo, es decir, está relacionado con el departamento de ventas.

2.9.7.4. Depreciación.

Valdez (2013), menciona lo siguiente: “Es el proceso de asignar a gasto el costo de un activo de planta o activo fijo durante el periodo en que se usa el activo.” (p. 48).

La depreciación consiste en la disminución del bien adquirido progresivamente según la vida útil que este bien tenga, de igual manera, a través de un peritaje para determinar los años de utilización.

2.9.7.5. Gastos financieros.

Valdez (2013) menciona lo siguiente: “Se relaciona con los intereses que paga la empresa a los bancos por los préstamos concedidos para su financiamiento.” (p. 51).

Los gastos financieros son los intereses de las instituciones bancarias, es decir, el financiamiento para ejecutar el Proyecto.

2.9.8. Flujo de caja.

Valdez (2013) menciona lo siguiente: “El flujo de caja es un estado financiero de una empresa que resume sus orígenes y operaciones de efectivo durante un período específico.” (p. 55).

El flujo de caja es un informe financiero, detallando los ingresos y egresos de dinero de la empresa en un período dado.

2.9.9. Evaluación financiera.

Nassir Sapag (2011), menciona lo siguiente: “La evaluación del Proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite la inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión.” (p. 253).

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Describe los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, anota sus limitaciones de aplicación y los compara con métodos contables de evaluación para mostrar la aplicación práctica de ambos.” (p. 7).

La evaluación financiera hace mención a proceder o tener constantes controles, que permitan conocer cómo se ha manejado el dinero, para mejorar la productividad de la empresa, proporcionando datos sobre la rentabilidad y la recuperación de la inversión.

2.9.9.1. Valor actual neto (VAN).

Baca Urbin, (2013), menciona lo siguiente: “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (p. 208).

Nassir Sapag (2011), menciona lo siguiente: “Es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos.” (p. 253).

El valor actual neto es la diferencia entre su valor de mercado y su costo, es decir, se debe emprender un proyecto cuando el valor neto es positivo, caso contrario no se debe proceder o no es factible.

2.9.9.2. Tasa interna de rendimiento (TIR).

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.” (p. 209).

Nassir Sapag (2011), menciona lo siguiente: “Mide la rentabilidad como porcentaje” (p.254).

La tasa interna de retorno es aquella que hace que el valor actual neto estimado de una investigación se haga igual a cero, es decir, se debe emprender el proyecto cuando el TIR es superior al rendimiento requerido.

2.9.9.3. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).

Briceño & Paúl (2014), dice: Es un indicador de rentabilidad, debe ser usado conjuntamente con alguno de los indicadores de rentabilidad que se acostumbra emplear (VPN o TIR). La lógica que sigue su uso es simple, se escoge el proyecto que recupera la inversión de la manera más rápida posible. (p. 108).

Nassir Sapag (2011), menciona lo siguiente: “Es el tercer criterio más usado para evaluar un proyecto y tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.” (p. 255).

El período de recuperación de la inversión menciona que la rentabilidad debe usarse conjuntamente con los indicadores, es decir, se evalúa el proyecto para recuperación de la inversión de manera rápida.

2.9.9.4. Punto de equilibrio.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los costos variables.” (p. 76).

Briceño & Paúl (2014), menciona lo siguiente: “Desde la perspectiva de la evaluación de proyectos, el punto de equilibrio se define como el valor de cualquiera de las variables críticas (o de riesgo) que hace que el VPN sea cero.” (p. 130).

El punto de equilibrio es la igualdad entre los ingresos por las ventas con los costos fijos y costos variables, es decir, es el punto donde la empresa ni pierde pero tampoco gana.

2.9.9.5 Costo/Beneficio.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos de efectivo dividido por la inversión inicial.” (p. 70).

El costo/beneficio es una técnica que permite valorar la inversión, es decir que por cada dólar invertido la empresa debe tener esa capacidad de pago sin afectar a otras actividades.

2.10. Investigación de mercado.

Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo (2014), menciona lo siguiente: “Es el desarrollo, interpretación y comunicación de la información orientada a las decisiones para su uso en todas las fases del proceso de marketing.” (p. 177).

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Estudio que proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.” (p. 25).

La investigación de mercado es una herramienta, la misma que proporciona información relevante sobre la oferta y demanda, para satisfacer el mercado insatisfecho, con precios competitivos.

2.10.1. Demanda.

Parkin (2014), menciona lo siguiente: “Se refiere a la relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo.” (p. 5).

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (p. 28).

La demanda es el factor más relevante de todo proyecto de inversión, ya que se debe analizar minuciosamente la cantidad de clientes que se pretende captar.

2.10.2. Oferta.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (p. 54).

Parkin (2014), menciona lo siguiente: “Se refiere a la relación íntegra entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida del mismo.” (p. 62).

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios que impone el mercado.

2.10.3. Precio.

Parkin (2014), menciona lo siguiente: “Es el número de unidades monetarias (dólares, pesos, euros, colones, etc.), que deben cederse a cambio de él.” (p. 56).

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.” (p. 61).

El precio es el valor expresado en una cantidad monetaria de un bien o servicio ofrecido en el mercado.

2.10.4. Muestreo.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características del conjunto.” (p. 39).

El muestreo es un conjunto de personas que van hacer encuestada, con la finalidad de estudiar o determinar la aceptación del bien o servicio. Además, se debe representar de tal forma que las características observadas sean generalizadas.

2.10.5. Segmentación de mercado.

Guajardo Cantú & Andrade de Guajardo (2014), menciona lo siguiente: “La división del mercado total de un bien o servicio en varios grupos menores y homogéneos. La segmentación nos permite enfocarnos en el segmento o segmento más atractivos que la organización pueda atender y servir.” (p. 148).

Filion, Cisneros Martínez, & Mejía Morelos (2011), menciona lo siguiente: “Es un grupo específico de clientes con necesidades, patrones de compra y características similares.” (p.227).

La segmentación de mercado es la división de toda la población, es un grupo al cual va dirigido el producto o servicio, es decir, las personas que van a adquirir el servicio.

2.10.6. Promoción.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Promoción parte del proceso de marketing utilizado para incentivar al comprador potencial, la promoción de venta se suele realizar mediante contacto directo entre comprador y vendedor”. (p. 36).

La promoción consiste en incentivar al usuario a que adquiera el producto o servicio, a través del contacto directo.

2.10.7. Publicidad.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “La publicidad está dirigida a grandes grupos y suele recurrirse a ella, cuando la venta directa de vendedor a comprador es ineficaz.” (p. 36).

La publicidad consiste en la difusión de información sobre el bien o servicio que se está ofreciendo en el mercado.

2.11. Estudio técnico.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Investigación que consta de determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.” (p. 6).

Nassir Sapag (2011), menciona lo siguiente: “Permitirá determinar los requerimientos de obras físicas, maquinaria y equipos, su vida útil, los recursos humanos y los recursos materiales, los cuales deberán ser cuantificados monetariamente para proyectar los flujos de caja que posibilitarán las evaluaciones posteriores.” (p. 95).

El estudio técnico sirve como una base que ayuda a determinar el tamaño del proyecto que se está realizando, determinando su ubicación, procesos de producción, infraestructura, inversiones y talento humano para tener un organismo institucional adecuado y legal.

2.11.1. Tamaño del proyecto.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente; “El tamaño el proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y la capacidad de la producción requerida, con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.” (p. 40).

El tamaño del proyecto indica que es la capacidad instalada, dependiendo de factores como el equipo y la tecnología.

2.11.2. Localización del proyecto.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital a obtener el costo unitario mínimo.” (p. 45).

La localización del proyecto depende del análisis de varios factores como las vías de acceso, servicio básicos y la infraestructura; una adecuada decisión puede involucrar el éxito o fracaso de la empresa, por ello, debe tomarse con responsabilidad.

2.11.2.1. Macro localización.

Owen (2012), menciona lo siguiente: “La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalara la empresa o negocio, es decir, establecer la provincia, el cantón y la ciudad.” (p. 24).

La macro localización es la ubicación de la empresa a nivel provincial y de ciudad.

2.11.2.2. Micro localización.

Owen (2012), menciona lo siguiente: “La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la micro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio.” (p. 24).

La micro localización es la ubicación precisa de la empresa, es decir: el barrio, las calles, entre otras.

2.11.3. Ingeniería del proyecto.

Baca Urbina (2013), dice: La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de los aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como: determinar los procesos productivos, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicio básico, que se requieren para la correcta realización del proyecto. (p. 70).

La ingeniería del proyecto determina los recursos necesarios para cumplir con el tamaño del proyecto.

2.11.3.1. Flujo grama de procesos.

Alteco (2015), dice: Un flujo grama de procesos es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso es representado por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas, que indican la dirección de flujo del proceso. (p. 1.)

El flujo grama de procesos es un diagrama secuencial empleado en muchos campos, para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea, es decir, sistemáticamente los pasos a seguir para llegar al servicio final.

2.11.3.2. Inversiones fijas.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Comprende la adquisición de todos los activos fijos y tangibles para iniciar las operaciones de la empresa.” (p. 66).

Inversiones fijas es un factor determinante dentro del estudio financiero, ya que la gerencia precisa la cuantía de recursos que se destinan al capital permanente.

2.11.3.3. Inversiones diferidas.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Dentro de las inversiones diferidas constan todos los gastos iniciales para la creación de una empresa, a que los debe realizar un Abogado. En este rubro también se incluye los gastos de estudio” (p. 69).

Inversiones diferidas constituye fundamentalmente la iniciación de un proyecto, como pueden ser los gastos de constitución e instalación, permisos de operación, gastos de estudio, entre otros.

2.11.3.4. Capital de trabajo.

Baca Urbina (2013), menciona lo siguiente: “Activos corrientes menos pasivos corrientes. Una medida de la capacidad de pago de las deudas en el corto plazo.” (p. 77).

El capital de trabajo se refiere a la cantidad de dinero con la que contamos para cubrir con los gastos inmediatos.

2.12. Estructura organizacional.

Hernández & Rodríguez (2012), mencionan lo siguiente: “La estructura organizacional tiene que ver con aspectos con la situación legal, organización, misión, visión, políticas, objetivos y valores establecidos en un proyecto” (p. 34).

La estructura organizacional hace mención a la situación legal, organizacional, política, objetivos, valores, entre otros aspectos de la empresa.

2.12.1. Misión.

Hernández & Rodríguez (2012), mencionan lo siguiente: “La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa, teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos; la misión en cambio es dinámica. La misión responde a la interrogante.” (p. 34).

La misión consiste en establecer el objetivo o la actividad en la cual está realizando, es decir la función que debe cumplir la entidad económica.

2.12.2. Visión.

Hernández & Rodríguez (2012), mencionan lo siguiente: “La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser. Señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a los que queremos ser.” (p. 35).

Filion, Cisneros Martínez, & Mejía Morelos (2011), menciona lo siguiente: “El acto de visionar seis elementos compuestos que, durante el proceso, se acoplan entre sí de forma consecutiva y constituyen una serie de etapas.” (p. 111).

La visión reside en el futuro, es decir, señala el rumbo que quiere seguir o los objetivos planteados a largo plazo, que se vayan a cumplir, mediante un análisis de crecimiento de mercado.

2.12.3. Organigrama estructural.

Hernández & Rodríguez (2012), mencionan lo siguiente: “El organigrama estructural es la orientación gráfica de la estructura, organiza y muestra la composición de las unidades

administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación y líneas de autoridad.” (p. 46).

Es una representación gráfica de la estructura orgánica de la empresa, en forma esquemática, es decir las áreas que la integran.

2.13.Impactos.

Epstein (2010), menciona lo siguiente: “Los impactos constituyen un análisis detallado de las huellas y aspectos positivos y negativos que un proyecto en diferentes áreas o ámbitos.” (p. 20).

Los impactos son aspectos de mediano a largo plazo de un proyecto para la población u objeto de investigación. Estos pueden ser positivas como negativas.

2.13.1. Impacto económico.

Epstein (2010), menciona lo siguiente: “El impacto económico es el más importante debido a que en este se basa el interés de la población, lo que se espera es incrementar el ingreso familiar al mismo nivel de un salario obtenido en una determinada zona.” (p. 20).

El impacto económico mide la repercusión y los beneficios de la inversión en la empresa. Además, cualquier aspecto susceptible a este, por ejemplo el personal que labora en la entidad.

2.13.2. Impacto social.

Epstein (2010), dice: Un impacto social de un proyecto se refiere a la solución de posibles problemas, que puede dar al desarrollo social dentro de una región del país, con el fin de mejorar las condiciones de vida, tales como son: la satisfacción de las necesidades básicas, crecimiento

económico y específicamente en los terrenos educacional, profesional, social, cultural, entre otros. (p. 45).

Este impacto social hace referencia a todos los aspectos o problemas de una población específica que posea. A través de una ponderación se clasifican en positivos o negativos, con el único fin de potencializar o minimizar respectivamente.

2.13.3. Impacto empresarial.

Epstein (2010), menciona lo siguiente: “Una empresa socialmente responsable es consciente de su capacidad de impacto en su entorno y estableciendo canales de diálogo. Identifica estos impactos e intenta implementar mecanismos para minimizar o compensar los efectos negativos y potenciar los positivos.” (p. 22).

El impacto empresarial se concentra en identificar y potencializar procesos y recursos necesarios para sobrellevar las actividades cotidianas del ente económico.

2.13.4. Impacto ambiental.

Epstein (2010), menciona lo siguiente: “Por impacto ambiental se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativas o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración.” (p. 21).

El impacto ambiental se entiende como el efecto que produce la actividad humana sobre el entorno.

2.14. Obligaciones Tributarias.

2.14.1. Registro Único de Contribuyente.

SRI (2015), dice: Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional, o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente.

El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIU (Clasificador Internacional Industrial Único) (p. 1).

El Registro Único del Contribuyente es un requisito para poder comercializar sin inconvenientes una actividad que decida realizar, obviamente cumpliendo con todos los parámetros de control tributario que demanda el gobierno.

2.14.1.1. Cuando debo obtener el RUC.

SRI (2015), dice: Al iniciar una actividad económica o cuando se disponga de bienes o derechos por lo que se tenga que tributar, toda personas tiene la obligación de acercarse a las oficinas

del SRI a obtener el RUC, documento único que le acredita a realizar transacciones comerciales de forma legal.

2.14.1.2. Requisitos para inscribirse en el RUC.

SRI (2015), dice:

Identificación del contribuyente.

- *Original de la cédula de identidad o de ciudadanía.*
- *Original del pasaporte y tipo de visa vigente, para extranjeros.*

Ubicación de la matriz y establecimientos.

- *Original y copia de la planilla de servicios básicos.*
- *Original y copia del estado de cuenta bancaria, tarjeta de crédito o de telefonía celular.*
- *Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagada o servicio de internet.*
- *Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que detalle la dirección exacta del contribuyente.*
- *Original y copia del contrato de arrendamiento.*
- *Original y copia de la escritura de compra venta del inmueble u original y copia del certificado del Registro de la Propiedad.*
- *Contrato de concesión comercial o contrato en comodato.*
- *Original y copia de la certificación de la junta parroquial más cercana al lugar de domicilio.*

2.14.1.3. Actualizaciones del RUC.

SRI (2015), menciona lo siguiente: “Señala que si existe algún cambio en la información entregada en la inscripción, como por ejemplo: la razón social, ubicación, actividad económica u otro dato que conste en el Registro Único de Contribuyentes.”

La actualización del RUC es de gran importancia, ya que cualquier cambio generado por el contribuyente debe conocer el S.R.I.

2.14.1.4. Plazo para actualizar el RUC.

SRI (2015), menciona lo siguiente: “El plazo máximo es de 30 días hábiles, después de ocurridos los cambios en la información del RUC.

EL S.R.I. como ente regulador, informa al contribuyente todos los plazos para cualquier situación que requieran las personas naturales como jurídicas.

2.14.1.5. Requisitos para actualizar el RUC.

SRI (2015), dice:

Presentar original de la cédula de identidad o ciudadanía, pasaporte y visa vigente o credencial de refugiados.

- *Presentar original del certificado de votación.*
- *Presentar original y entregue una copia del documento que respalde el cambio de información que va a realizar el contribuyente, guardando relación con los requisitos de inscripción.*
- *Se solicitaron originales y copias de los requisitos de inscripción a aquellos contribuyentes que no hayan actualizado sus datos hasta el 01 de enero del 2004.*

2.14.1.6. Razones para suspender el RUC.

SRI (2015), dice:

- *Se debe realizar el trámite de suspensión del EUC cuando temporalmente se deja de realizar todas las actividades económicas que constan en el RUC.*
- *Con la emisión de la resolución de cese de actividades del RUC ya no se generan obligaciones tributarias para el contribuyente.*

2.14.1.7. Requisitos para la suspensión del RUC.

SRI (2015), menciona lo siguiente:

“Circunstancias para suspender el RUC.

- *Solicitud de cese de actividades / cancelación del RUC para personas naturales.*
- *Presentar original de la cédula de identidad o ciudadanía del contribuyente.*
- *Presentar el original del certificado de votación.”*

2.14.1.8. Plazo para suspender el RUC.

SRI (2015), menciona lo siguiente: “Señala que el plazo máximo es de 20 días hábiles, desde la fecha de la terminación de la actividad económica.”

2.14.2. Tipo de Contribuyente.

2.14.2.1. Personas Naturales.

SRI (2015), dice: Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas.

Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos, de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en: obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas, desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

Tabla N° 7:
Personas naturales y extranjeras obligadas a llevar contabilidad año 2015

Parámetros	Fracciones básicas desgravadas	Nº	Total
Capital propio		9	97.200,00 USD
Ingresos	10.800,00 USD	15	162.000,00 USD
Gastos		12	129.600,00 USD

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: El autor, año 2015

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador público legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad,; sin embargo deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos. (p. 2).

2.14.3. PYMES.

2.14.3.1. Definición.

SRI (2015), dice: Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas, que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo general, en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas, entre las que destacamos las siguientes:

- *Comercio al por mayor y al por menor.*
- *Agricultura, silvicultura y pesca.*
- *Industrias manufactureras.*
- *Construcción.*
- *Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.*
- *Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.*
- *Servicios comunales, sociales y personales. (p. 3).*

2.14.3.2. Tratamiento tributario.

SRI (2015), dice: Para fines tributarios las PYMES de acuerdo al tipo de RUC que posean se las divide en personas naturales y sociedades. De acuerdo a cuál sea su caso, Ud. podrá encontrar información específica para cumplir con sus obligaciones tributarias, escogiendo las opciones Personas Naturales o Sociedades. (p. 3).

2.14.4. Deberes de las personas naturales obligadas a llevar contabilidad.

SRI (2015), dice:

- *Inscribirse en los registros pertinentes, proporcionando los datos necesarios relativos a mi actividad; y, comunicación oportunamente los cambios que se presenten.*
- *Emitir y entregar comprobantes de venta.*
- *Llevar los libros y registros contables relacionados con mi actividad económica.*
- *Presentar las declaraciones que correspondan y pagar los impuestos a tiempo.*

2.14.5. Declaraciones que se deben presentar.

SRI (2015), dice:

- *IVA obligatoria en todos los casos.*
- *Impuesto a la renta anual. Obligatoria solo si supera la base exenta de ingresos de la tabla del impuesto que se fija anualmente.*
- *ICE mensual solo en los casos especiales.*
- *Acudir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas cuando se requiera.*

El Servicio de Rentas Internas como ente regulador, se encarga de controlar los movimientos que generan los contribuyentes, ya sean personas naturales como jurídicas. La tributación es un principal motor de la economía del país, generando actualmente una estabilidad monetaria, a través de una eficiente distribución de las riquezas que se recaudan anualmente.

Gracias a esto se debe acatar todo requisito para implementar la empresa de servicio de lavandería de ropa en la ciudad de Ibarra, e ir cumpliendo con cada una de ellas para su normal funcionamiento.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Identificación del servicio.

La finalidad de realizar el estudio de mercado es conocer la factibilidad de implementar una empresa de servicio de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.

Los objetivos del capítulo contribuyeron para determinar el nivel de la oferta y la demanda existentes en el sector que se va a implementar la empresa. Para determinar la oferta se aplicó entrevistas a los propietarios de las empresas de lavado de ropa existentes en la ciudad, así mismo la demanda se cuantificó en función de las necesidades, gustos y preferencias de los usuarios.

La empresa de lavado de ropa tiene como mercado meta a las familias, estudiantes y personas que trabajan, las mismas que se encuentran en la ciudad de Ibarra en el sector urbano, con un promedio de 3,71 personas por hogar, segmentado en los diferentes barrios, tomando únicamente los de estrato medio alto; debido al costo e innovación del servicio.

Para diseñar los instrumentos de recopilación de datos se tomaron diversas variables e indicadores que contribuyeron al análisis de la necesidad del servicio, precio, demanda, oferta y calidad.

La empresa de lavado de ropa contará con maquinaria y equipos que aseguren la calidad del servicio, así también estará conformado con talento humano eficiente y capaz de resolver los problemas que se presenten; es decir, contará con las instalaciones necesarias y suficientes para ofrecer atención de excelencia.

3.2. Objetivos.

3.2.1. Objetivo general.

Elaborar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del servicio de lavandería en la ciudad de Ibarra, mediante entrevistas y encuestas al mercado meta.

3.2.2. Objetivos específicos.

- Conocer los servicios existentes referentes al servicio de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.
- Determinar la aceptación del servicio y demanda existente sobre el lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.
- Conocer los hábitos del mercado objetivo.
- Determinar el segmento de mercado en el servicio de lavado de ropa.
- Especificar la forma adecuada de realizar la promoción y publicidad para el servicio de lavado de ropa.
- Determinar los precios probables del servicio a ofertar.

3.3. Variables.

3.3.1. Oferta existente.

- Empresas económicamente activas.
- Proveedores existentes.
- Calidad y atención.

3.3.2. Demanda.

- Cantidad de prendas.

- Número de personas que utilizan el servicio.
- Frecuencia de lavado.

3.3.3. Clientes.

- Tipos de prendas.
- Días en los que se requiera el servicio.

3.3.4. Segmento de mercado.

- Distribución de la población.
- Lugares de residencia.

3.3.5. Promoción y publicidad.

- Medios de comunicación.

3.3.6. Precio.

- Margen de contribución.
- Métodos de fijación de precios.

3.4. Matriz de variable de mercado.

Tabla N° 8:

Matriz de variable de mercado

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuentes de información	Técnicas	Público meta
Conocer los servicios existentes referentes al servicio de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.	Competencia	Empresas	Primaria	Entrevista	Empresas de lavado de ropa
	Proveedores	Proveedores existentes			
	Prestación del servicio.	Calidad y atención			
<i>Determinar la aceptación del servicio y demanda existente sobre el lavado de ropa en la ciudad de Ibarra.</i>	Aceptación	Cantidad de prendas	Primaria	Encuesta	Clientes potenciales
	Demanda	Número de personas que utilizan el servicio.			
	<i>Días en frecuencia de lavado.</i>	Frecuencia de lavado			
Conocer los hábitos del mercado objetivo.	Clientes	Tipos de prendas Días en los que se requiere el servicio	Primaria	Encuesta	Clientes potenciales
Determinar el segmento de mercado en el servicio de lavado de ropa.	Segmento de mercado	Distribución de la población Lugar de residencia	Primaria	Encuesta	Clientes Potenciales
<i>Especificar la forma adecuada de realizar la promoción y publicidad para el servicio de lavado de ropa.</i>	Promoción Publicidad	Medios de comunicación	Primaria	Encuesta	Empresas de lavado de ropa
<i>Determinar los precios probables del servicio a ofertar.</i>	Precio	Margen de contribución	Primaria	Encuesta	Clientes potenciales
		Métodos de fijación de precios	Secundario		

Fuente: Propia

Elaborado por: El autor, año 2015

3.5. Tabulación y análisis de información.

3.5.1. Encuestas aplicadas.

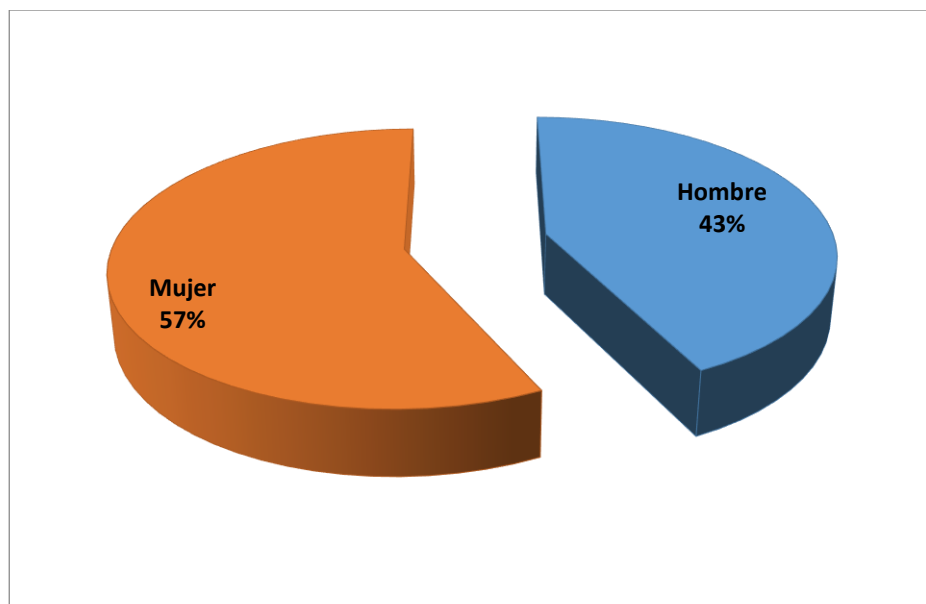
Tabla N° 9:
¿Qué género es?

Género	Valores	Porcentaje
Hombre	163	42,74%
Mujer	217	57,11%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 7:
¿Qué género es?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

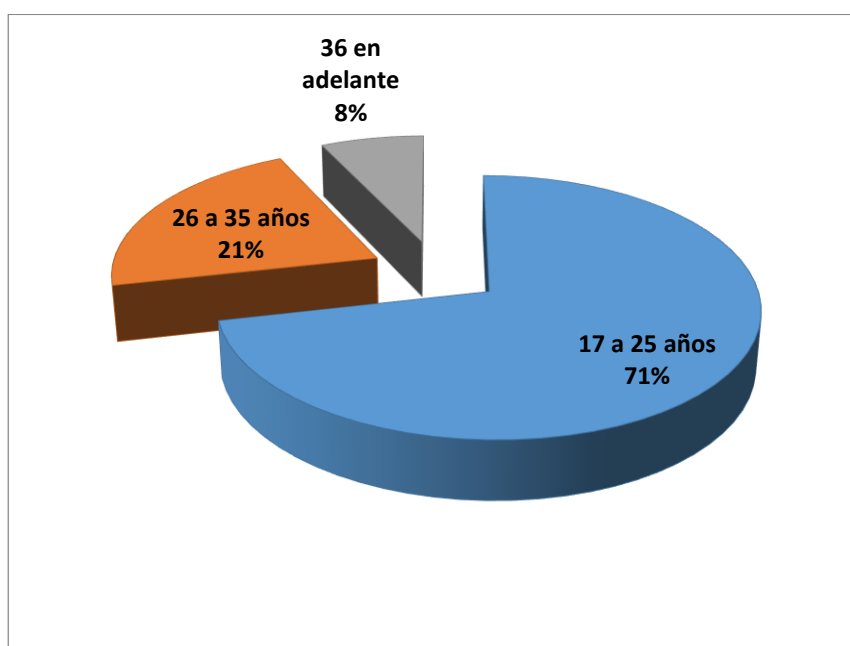
Análisis: Un gran porcentaje de encuestadas fueron mujeres, esto ocurre por el hecho de pasan más tiempo con estas obligaciones que son las del hogar. La diferencia corresponde al género masculino, ya que muchos de ellos realizan estas tareas personalmente o mandan a que la realicen.

Tabla N° 10:**Señale. ¿Dónde se encuentra su edad?**

Edad	Valores	Porcentaje
17 a 25 años	271	71,32%
26 a 35 años	81	21,32%
36 en adelante	28	7,37%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 8:**Señale. ¿Dónde se encuentra su edad?**

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Análisis: La población encuestada fue en un rango de edad entre los 17 a 36 años en adelante, la misma que la gran mayoría está entre los 17 a 25 años, por el hecho de que es zona universitaria,; respecto a una edad comprendida entre 26 a 35 años está en un 21% de encuestados y de 36 años en adelante con la diferencia, esto nos ayuda a saber el mercado, al cual vamos a dirigirnos que son en gran medida universitarios.

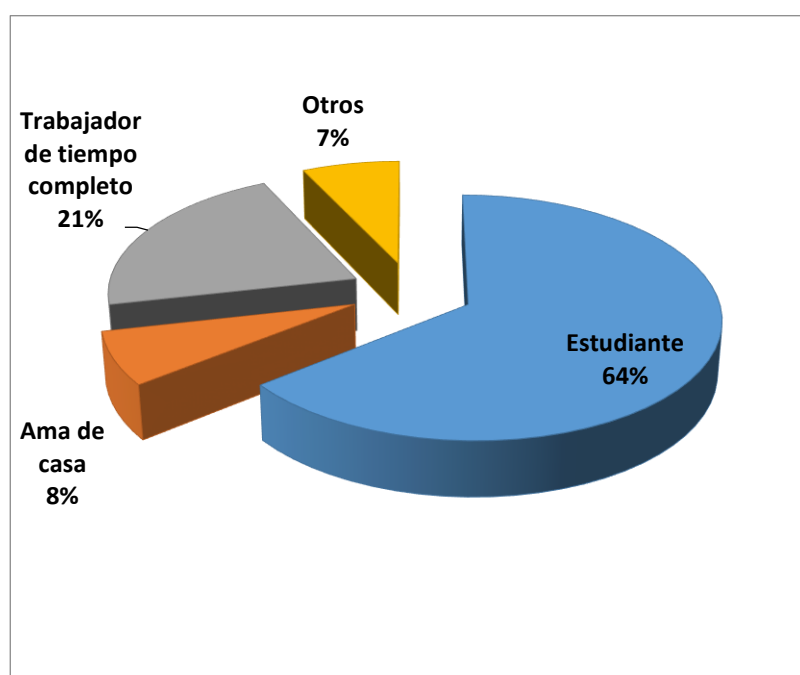
Tabla N° 11:
Señale. ¿Cuál es su ocupación?

Ocupación	Valores	Porcentaje
Estudiante	244	64,21%
Ama de casa	28	7,37%
Trabajador de tiempo completo	81	21,32%
Otros	27	7,11%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 9:
Señale. ¿Cuál es su ocupación?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

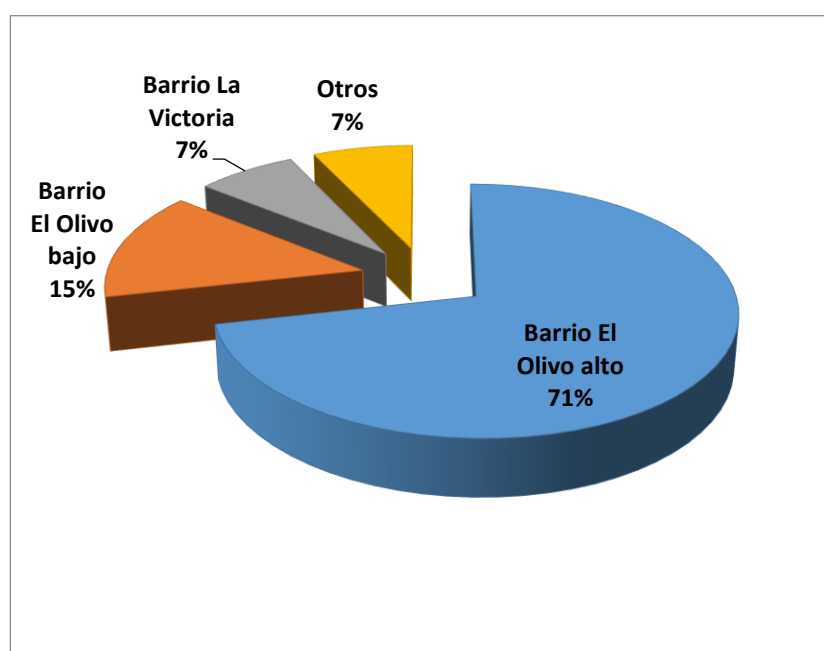
Análisis: Este gráfico hace mención específicamente al mercado al cual se va a ofrecer el servicio, por eso, un gran porcentaje corresponde a estudiantes por ser zona geográfica universitaria, seguido con un 21% son trabajadores de tiempo completo y amas de casa con otros con un 15%, dando como resultado un enfoque claro a donde se está dirigiendo la prestación

Tabla N° 12:**Señale. ¿En qué barrio reside?**

Lugar de residencia (barrios)	Valores	Porcentaje
Barrio El Olivo alto	271	71,32%
Barrio El Olivo bajo	55	14,47%
Barrio La Victoria	27	7,11%
Otros	27	7,11%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 10:**Señale. ¿En qué barrio reside?**

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Análisis: Respecto al lugar de residencia, se encaminó a obtener información específicamente del barrio El Olivo Alto, ya que esta área es la escogida para implementar el proyecto, por ende equivale a un 71%, mientras que los demás barrios cercanos están entre un 7 a 15%, declarando el mercado estratégico de la población meta.

Tabla N° 13:

Si se creara una empresa dedicada al servicio de lavado en agua y secado de ropa. ¿Estaría dispuesto a utilizar este servicio?

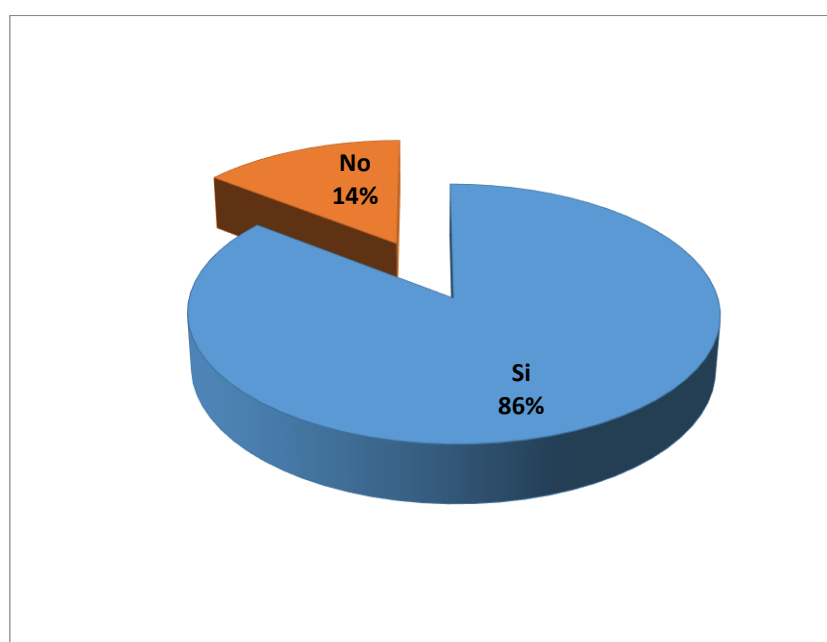
Servicio	Valores	Porcentaje
Si	325	85,53%
No	55	14,47%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 11:

Si se creara una empresa dedicada al servicio de lavado en agua y secado de ropa. ¿Estaría dispuesto a utilizar este servicio?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

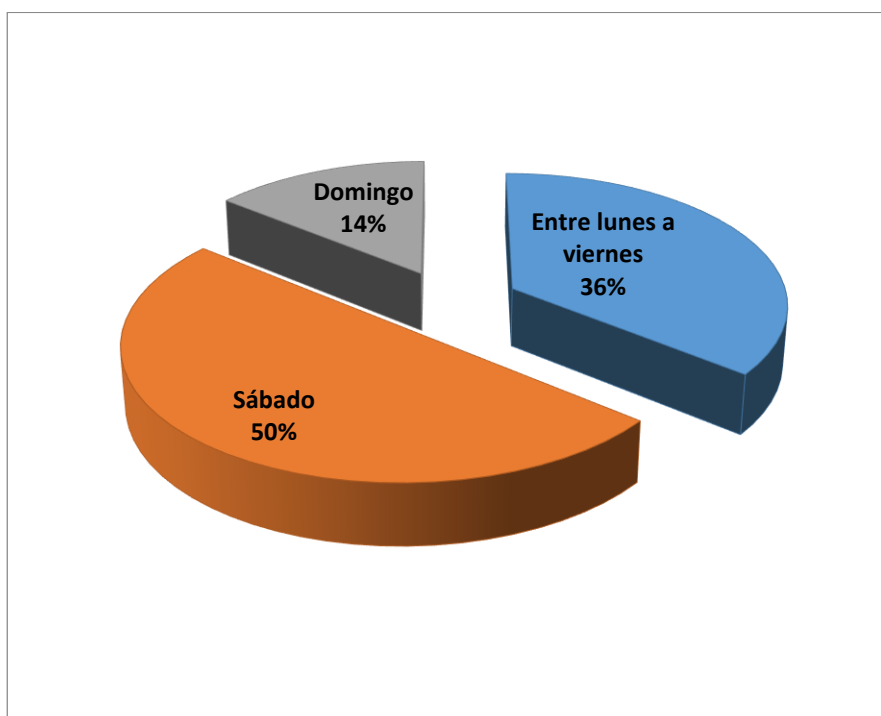
Análisis: Las encuestas manifestaron que sí acudirían a la empresa para realizar el lavado de prendas en un 86%, es decir si están dispuestos acceder al servicio; en cambio en menos medida manifestaron que no acudirían. Los motivos son muchos, en especial el factor económico, falta de credibilidad por las entidades, entre otros. Concluyendo la población está dispuesta a utilizar esta actividad.

Tabla N° 14:**¿En qué días dispone de tiempo para realizar el lavado de ropa?**

Días que dispone	Valores	Porcentaje
Entre lunes a viernes	136	35,79%
Sábado	190	50,00%
Domingo	54	14,21%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 12:**¿En qué días dispone de tiempo para realizar el lavado de ropa?**

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Análisis: Este gráfico manifiesta que la mitad de las personas prefieren lavar sus prendas de vestir los días sábados. Además, en menos proporción lavan entre los días comprendidos de lunes a viernes; y los domingos, solo una minoría. Resumiendo que los días sábados son en los cuales más personas disponen de tiempo para limpiar sus prendas, esto permite observar que el proyecto está bien encaminado al ofrecer los seis primeros días de la semana el servicio.

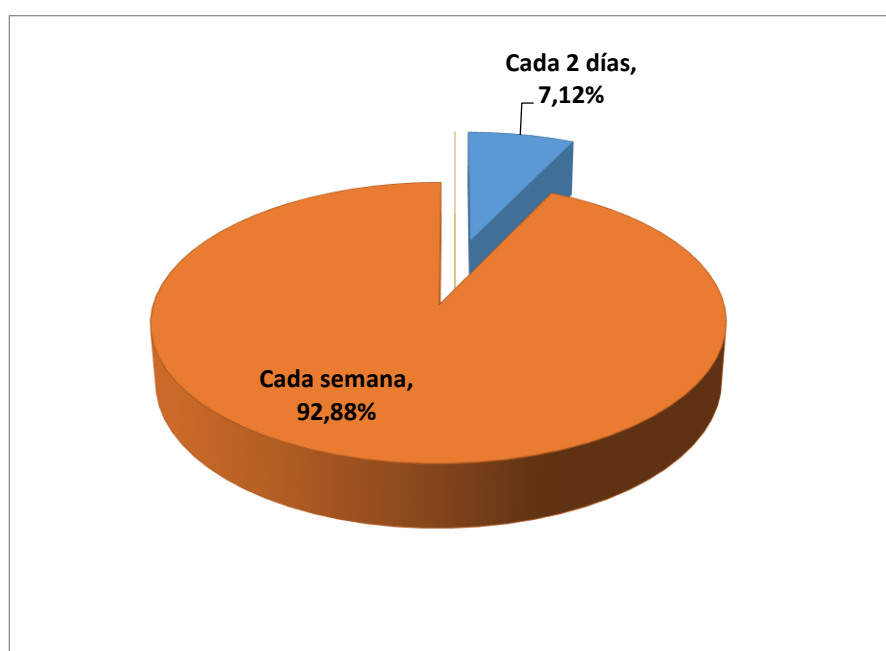
Tabla N° 15:
¿Con qué frecuencia lava sus prendas de vestir?

Frecuencia	Valores	Porcentaje
Cada 2 días	27	7,11%
Cada semana	353	92,89%
Cada 15 días	0	0,00%
Otros	0	0,00%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 13:
¿Con qué frecuencia lava sus prendas de vestir?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

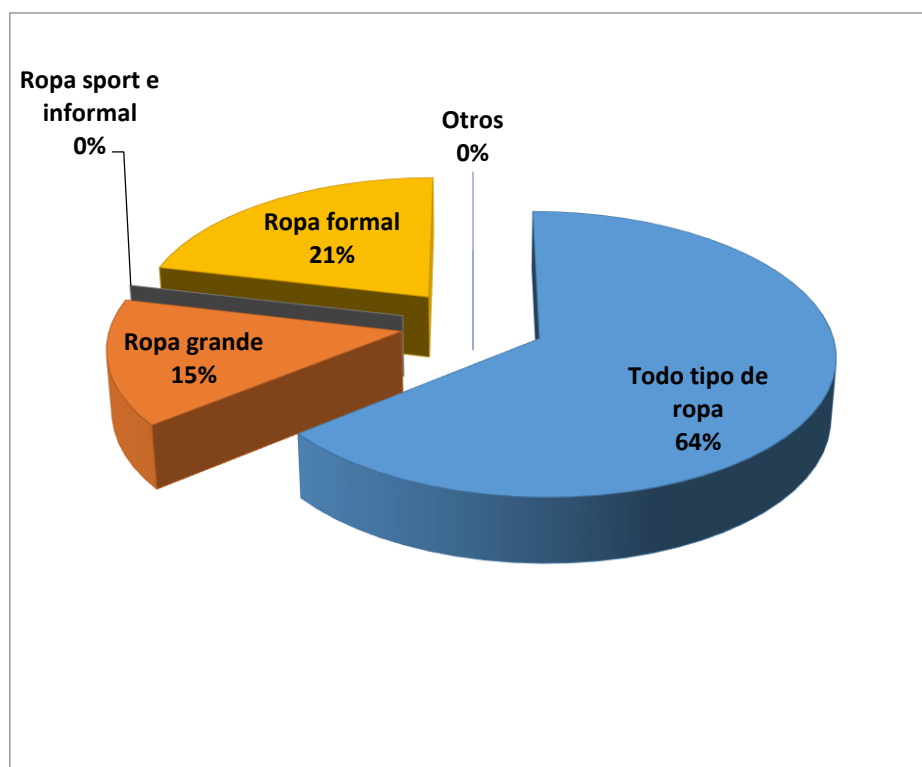
Análisis: Las personas prefieren realizar su limpieza de prendas de vestir cada semana en un 92,88%; y la diferencia cada dos días. Este resultado demuestra que toda la población asea sus prendas en este lapso, permitiendo que el proyecto sea aún más factible, logrando un mercado consistente por la frecuencia de lavado.

Tabla N° 16:
¿Para qué tipo de ropa utilizaría este servicio?

Tipo de ropa	Valores	Porcentaje
Todo tipo de ropa	244	64,21%
Ropa grande	55	14,47%
Ropa sport e informal	0	0,00%
Ropa formal	81	21,32%
Otros	0	0,00%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas
Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 14:
¿Para qué tipo de ropa utilizaría este servicio?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas
Elaborado por: El autor, año 2015

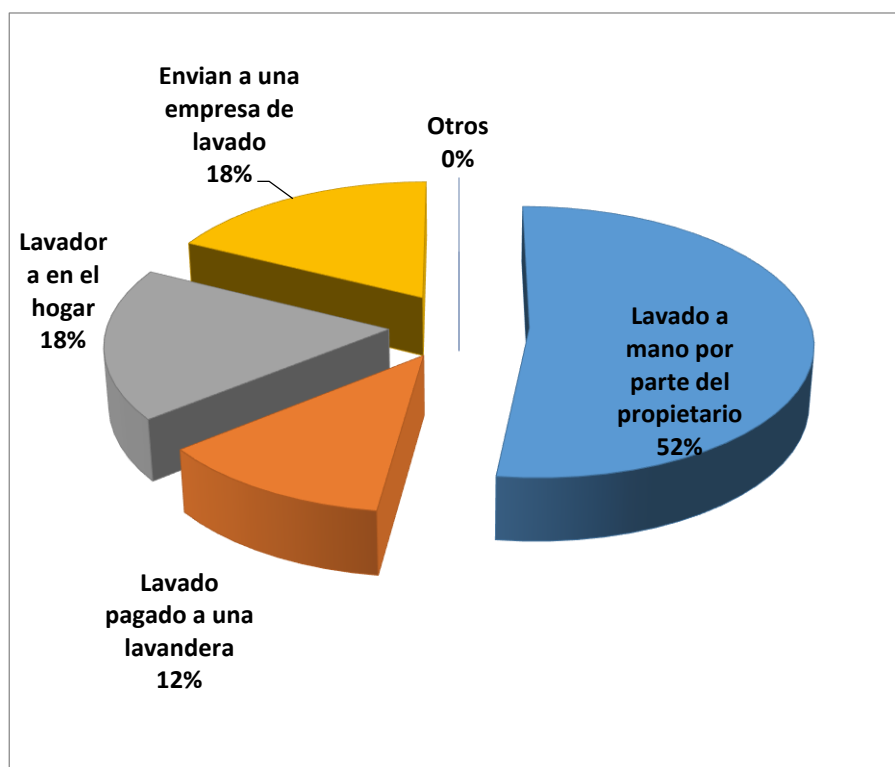
Análisis: Un 64% de personas que fueron encuestadas manifestaron que ocuparía este servicio para lavar toda clase de ropa, mientras que en un 21% solo prendas formales por el cuidado de las mismas y el resto en el lavado de ropa grande, descartando la ropa informal o de sport, ya que esto lo realizan en sus hogares. Esto nos afirma el consumo por parte del mercado.

Tabla N° 17:
¿Cómo realiza la limpieza de su ropa?

Limpieza de su ropa	Valores	Porcentaje
Lavado a mano por parte del propietario	198	52,11%
Lavado pagado a una lavandera	46	12,11%
Lavadora en el hogar	69	18,16%
Envían a una empresa de lavado	67	17,67%
Otros	0	0,00%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas
Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 15:
¿Cómo realiza la limpieza de su ropa?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas
Elaborado por: El autor, año 2015

Análisis: Al momento de realizar la limpieza de sus prendas, las personas prefieren lavar en su hogar, pero en un 18% mandan a empresas de lavado de ropa o acuden a las mismas, demostrando aún más el mercado existente. Es así que se ven reflejado algunas desventajas, pero posibles de dominarlas para beneficio del ente económico, por ejemplo precios competitivos o llegar de mejor manera a los clientes.

Tabla N° 18:

Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Cuántos kilos aproximadamente lava al mes?

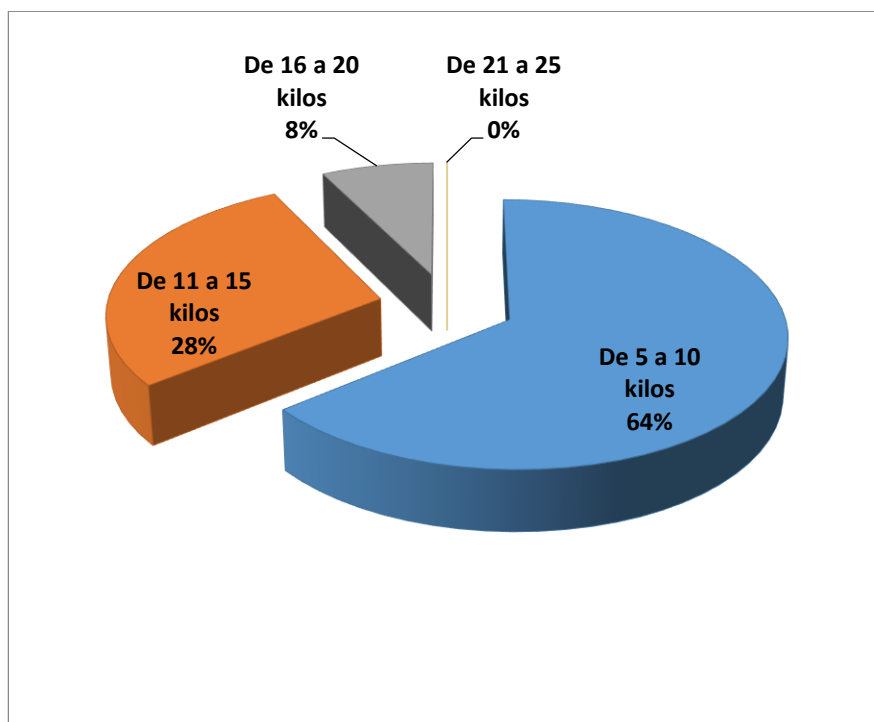
Lavado en kilos	Valores	Porcentaje
De 5 a 10 kilos	43	64,18%
De 11 a 15 kilos	19	28,36%
De 16 a 20 kilos	5	7,46%
De 21 a 25 kilos	0	0,00%
TOTAL	67	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 16:

Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Cuántos kilos aproximadamente lava al mes?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Análisis: Para esta pregunta solo se toma en cuenta a las personas que han asistido a una empresa de lavado de ropa, es decir, un 17,67% de la interrogante anterior, para considerar la cantidad en kilogramos que normalmente suele utilizar, dando como resultado que lavan sus prendas de vestir entre 5 a 20 kilos por cada semana, demostrando beneficios de rentabilidad a la empresa por este ciclo.

Tabla N° 19:

Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Califique la atención recibida por empresas del servicio de lavado de ropa?

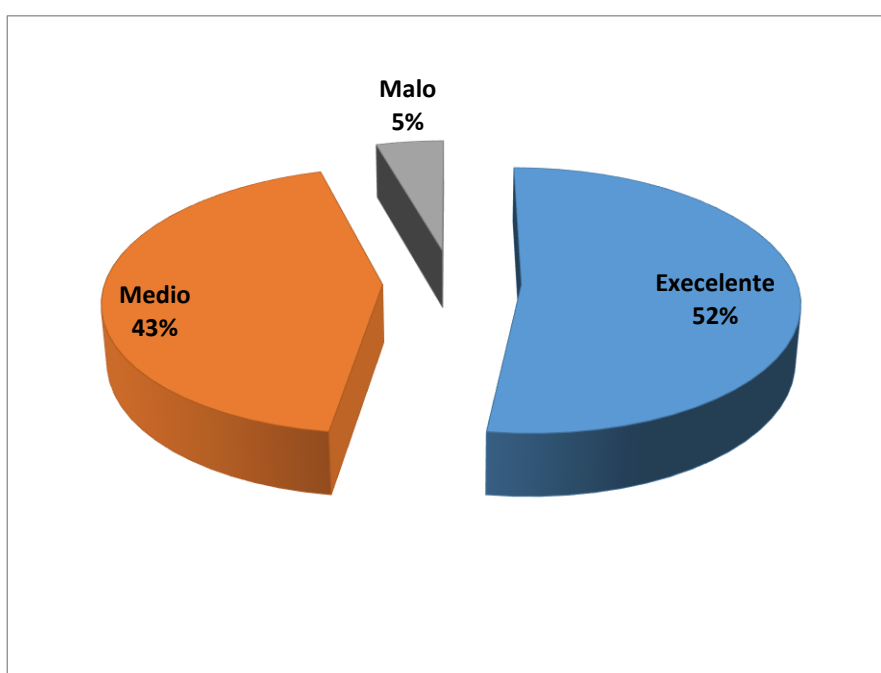
Calificación de la atención recibida	Valores	Porcentaje
Excelente	35	52,24%
Medio	29	43,28%
Malo	3	4,48%
TOTAL	67	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 17:

Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue "Envía a una empresa de lavado"; ¿Califique la atención recibida por empresas del servicio de lavado de ropa?



Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

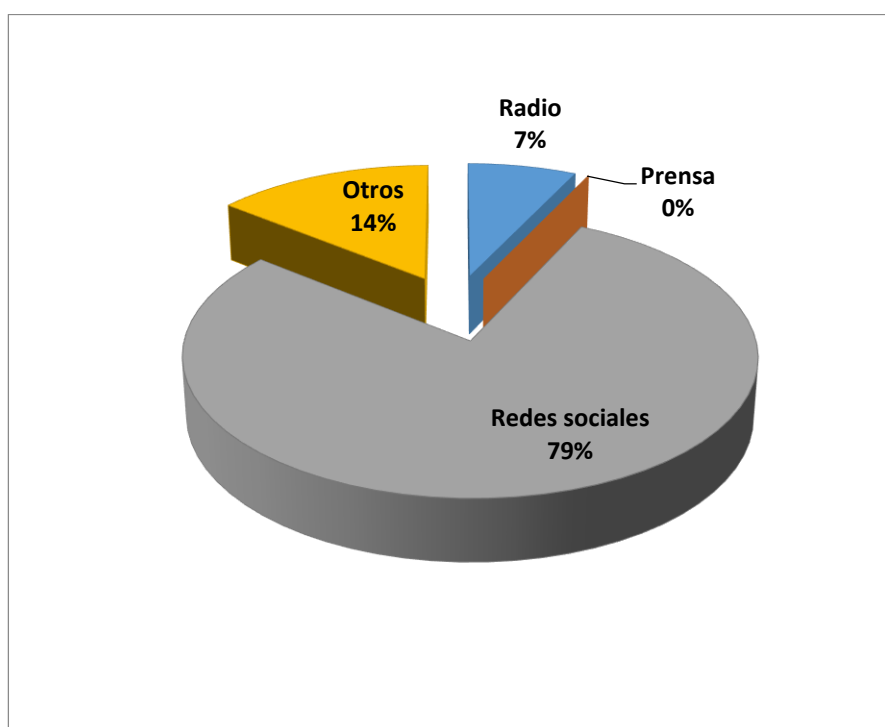
Análisis: Las personas que han asistido a una empresa de lavado de ropa, manifiestan que la atención recibida fue en gran medida excelente, seguido en menos proporción con media y por último con una mala experiencia. Por ello, es importante conocer la opinión de los posibles consumidores, para acatar cualquier sugerencia o expectativa que deseen recibir del nuevo servicio.

Tabla N° 20:**¿Cuál sería el medio de comunicación que le gustaría conocer el servicio de lavado de ropa?**

Medios de comunicación	Valores	Porcentaje
Radio	27	7,11%
Prensa	0	0,00%
Redes sociales	299	78,68%
Otros	54	14,21%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 18:**¿Cuál sería el medio de comunicación que le gustaría conocer el servicio de lavado de ropa?**

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

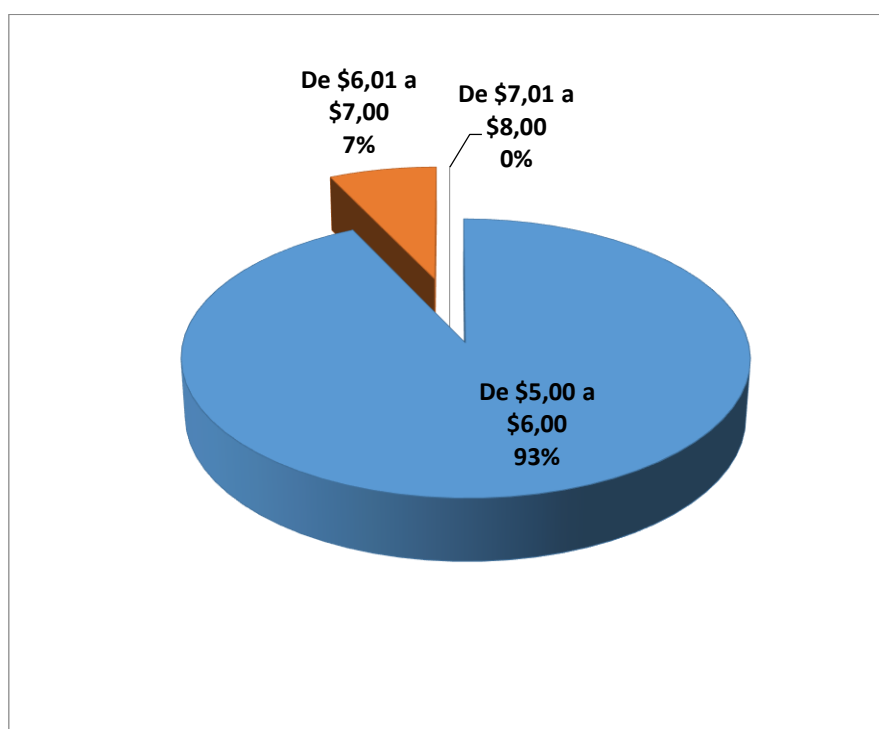
Análisis: El medio por el cual prefieren recibir información fue a través de redes sociales, el mismo que incentiva a que las empresas crezcan, en menor proporción está por medio de boca en boca o por hojas volantes, y finalmente por la difusión radial, logrando entender que la tecnología ayuda mucho para la promoción y publicidad del servicio, logrando optimizar recursos económicos.

Tabla N° 21:**¿Cuánto estaría dispuesto/a a cancelar por cada proceso de lavado y secado?**

Precios	Valores	Porcentaje
De \$5,00 a \$6,00	352	92,63%
De \$6,01 a \$7,00	28	7,37%
De \$7,01 a \$8,00	0	0,00%
TOTAL	380	100,00%

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015°

Ilustración N° 19:**¿Cuánto estaría dispuesto/a a cancelar por cada proceso de lavado y secado?**

Fuente: Investigación de mercado - encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Análisis: En esta investigación, en gran parte, las personas prefieren precios bajos, los mismos que por todos los factores de optimizar recursos ayudarán a poseerlos competitivamente, en primera instancia ganando mercado y segundo lograr mantener estos costos sin desfavorecer al consumidor.

3.5.2. Entrevistas dirigidas a los propietarios de empresa de servicio de lavado de ropa.

ENTREVISTA A LA EMPRESA “LAVA FÁCIL”.

Fecha: 1 de Junio del 2015.

1. ¿Hace qué tiempo se dedica a esta actividad?.

La empresa Lava Fácil empezó sus funciones hace seis años, logrando permanecer el en el mercado con precios accesibles a sus consumidores. Como propietaria se encuentra la Sra. Sophía Sánchez.

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?.

Los servicios que ofrece son: lavado, suavizado, secado y doblado de las prendas de vestir, además de cobijas. Los clientes no manipulan las máquinas, esto se debe por el temor de desconocer si los usuarios conocen el funcionamiento de las máquinas.

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?.

Los proveedores son: La Fabril y Quiso de detergentes, suavizantes, entre otros productos. De igual manera, manifestó que las maquinas fueron compradas desde de los Estados Unidos de América.

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?.

La publicidad se realiza de persona en persona, es decir que los mismos clientes informan del servicio a la familia, amigos, entre otros, y estos a su vez, acuden para confirmar los comentarios recibidos.

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?.

La empresa realizó una inversión de 90.000.00 USD. El hecho es por las máquinas, ya que estas son importadas y equivalen a un gran valor económico.

6. ¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?.

Posee 9 lavadoras y 5 secadoras, todas la máquinas se utilizan por el personal que labora en la empresa.

7. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?.

Las lavadoras pequeñas tienen la capacidad para 18 libras – 8 kilos, las medianas 35 libras – 15,56 kilos y las grandes 50 libras – 22,22 kilos, las secadoras son de la misma capacidad.

8. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?

Al mes atiende aproximadamente 200 clientes, que son fieles al buen servicio y atención que brinda la empresa.

9. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?.

Las prendas lavadas de vestir aproximadamente son 1000, ya que no porta con un registro, esto se debe a que posee tachos de ropa y lo que entre en las lavadoras, fija los precios, más no se guía por los kilos de ropa que le dan.

10. ¿Podría mencionar cuantas prendas ha lavado los tres últimos años mensualmente?.

En el 2013 aproximadamente 850 y en el 2014 900 prendas. Esto nos permite analizar el crecimiento que ha tenido la empresa, por lo cual el porcentaje de crecimiento es del 7,78%, en los últimos años.

11. ¿De qué manera determina el precio de servicio?.

Los precios van de acuerdo a cuanto lava, es decir, van de 6,00 USD si la abarca en la lavadora pequeña, 12,00 USD en la mediana y 18,00 USD en la grande.

12. ¿Cuál es su mercado potencial?.

El mercado potencial son las familias, oficinistas, en sí toda clase de personas que llegan a la empresa a requerir los servicios de lavado.

13. ¿Cuál es el horario de atención?.

Atienden a partir de las 8:30 a 19:30 horas de lunes a sábado, los domingos no tiene mucha clientela, es por ello que no abre este día.

ENTREVISTA A LA EMPRESA “BURBUJA AZUL”.

Fecha: 1 de Junio del 2015.

1. ¿Hace qué tiempo se dedica a esta actividad?.

La empresa Burbuja Azul inició sus funciones hace siete años, logrando permanecer el en el mercado con precios viables a sus usuarios. Como dueña se encuentra la Sra. Inés Guevara.

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?.

Los servicios que brinda son: lavado, suavizado, secado y doblado de las prendas de vestir y además la limpieza de cobijas. Los usuarios no manipulan las maquinas, sino el personal de la empresa económica.

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?.

Esta empresa tiene un solo proveedor el mismo que es “Chemalke”, quien es el que le proporciona todos los insumos de limpieza que requiere, por ejemplo: suavizantes, detergentes, jabones, entre otros productos necesarios.

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?.

La publicidad se hace por medio de tarjetas de presentación y a través de redes sociales. Esta última es la más usada por su facilidad de llegar al cliente rápidamente. Además, por los buenos comentarios de personas que han utilizado el servicio, es decir de boca en boca.

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?.

La inversión fue de 5.000,00 USD entre las máquinas, exhibidores y muebles. Las máquinas no son industriales, es decir son las que se adquieren para el uso personal del hogar.

¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?.

La empresa posee cuatro lavadoras y tres secadoras, estas son suficientes para la continuidad del negocio, algo importante de destacar es que el espacio físico no le permite abarcar más

7. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?.

La capacidad que posee en las lavadoras grandes de 13 kilos y en las secadores de 17 kilos, las máquinas de mayor contenido son mejores, por el hecho de que entran más prendas de vestir.

8. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?.

La empresa posee aproximadamente 60 clientes al mes que asisten continuamente, es decir son fijos. La señora no cuenta con un registro de usuarios que llegan a la empresa cada semana.

9. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?.

Se lava aproximadamente 50 docenas, es decir 600 prendas de vestir, de igual manera no tiene un registro, lo cual ocasiona desconfianza en su respuesta.

10. ¿Podría mencionar cuantas prendas ha lavado los tres últimos años mensualmente?.

En el 2013 aproximadamente 540 y en el 2014 570 prendas. Esto nos permite analizar el crecimiento que ha tenido esa empresa, por lo cual el porcentaje de crecimiento es del 5,26% en los últimos años.

11. ¿De qué manera determina el precio de servicio?.

La propietaria cobra la docena a 4,00 USD. Es en función a las prendas e incluye el detergente que utiliza, de igual manera el secado y doblado, es decir por kilo está a 1,33 USD.

12. ¿Cuál es su mercado potencial?.

La mayoría de los clientes son comerciantes que realizan negocios en la ciudad, así como las familias, pero estas son en menos proporción.

13. ¿Cuál es el horario de atención?

El horario es de 7:00 a 13:00 y de 15:00 a 19:00 horas de lunes a sábado, en el espacio de tiempo que no atiende los posibles clientes buscan otros lugares para su lavado, lo cual le ocasiona menos ingresos o pérdida de consumidores.

ENTREVISTA A LA EMPRESA “FRESH AND CLEAN”.

Fecha: 2 de Junio del 2015.

1. ¿Hace qué tiempo se dedica a esta actividad?

La empresa Fresh and Clean inició sus funciones hace un año, por ende, aún no tiene un fuerte posicionamiento en el medio Como propietaria se encuentra la Sra. Olga Imbaquingo.

2. ¿Cuáles son los servicios que se ofertan?

Los servicios que ofrece son el lavado, suavizado, secado y doblado de las prendas de vestir, también las cobijas, las personas que arriban a la empresa no manejan las máquinas, solo el personal del ente económico.

3. ¿Quiénes son sus proveedores de los insumos de limpieza y maquinaria?

Los proveedores son los supermercados, no tiene un proveedor fijo, sino que adquiere en cualquier supermercado, pero adquiere en gran proporción obteniendo descuentos considerables.

4. ¿De qué manera hace la publicidad del negocio?

Tiene un rótulo para atraer clientes, de igual manera en redes sociales, permitiéndole ofrecer el servicio a muchas más personas.

5. ¿A cuánto asciende la inversión para llevar a cabo la implementación de su empresa?.

La inversión realizada es de 12.000,00 USD, esto involucra a la maquinaria que son de uso personal del hogar; además los costos que incurre en el mismo como en insumos o gasto arriendo.

6. ¿Cuál es la cantidad de lavadoras que posee?.

La empresa dispone de cuatro lavadoras y tres secadoras. Los artefactos adquiridos son nuevos, permitiéndole iniciar con normalidad las funciones y brindando un buen servicio a los nuevos clientes gracias al número de maquinaria.

7. ¿Cuál es la capacidad que tienen las lavadoras?.

Las lavadoras tienen una capacidad de 14 kilos las pequeñas, 16 kilos las medianas y 18kilos las grandes, de igual manera las secadoras.

8. ¿Cuál es la cantidad de clientes al mes?.

Por ser nuevo en el mercado no tiene un grupo considerable de clientes, supo mencionar que aproximadamente 50 usuarios al mes.

9. ¿Cuál es la cantidad de prendas lavadas al mes?.

La cantidad de prendas lavadas al mes son alrededor de 60 docenas, es decir de 720 piezas de ropa.

10. ¿Podría mencionar cuantas prendas ha lavado los tres últimos años mensualmente?.

En lo que restó del año pasado lavó 470, este año 480 prendas de vestir aproximadamente. Por lo cual, el crecimiento que ha tenido la empresa fue del 2,12%, entendiéndose por ser nuevo en el mercado.

11. ¿De qué manera determina el precio de servicio?.

Los precios van de acuerdo a cuanto lava, es decir en la lavadora pequeña a 5,00 USD, en la lavadora mediana a 10,00 USD y en la grande a 15,00 USD, esto incluye el suavizado, secado y doblado.

12. ¿Cuál es su mercado potencial?.

Su mercado potencial son las familias y todas las personas que requieran de este servicio. Por el momento no tiene clientes seguros o leales, pero la atención que brinda es de gran importancia para que regresen los que ya han acudido, promulgando comentarios buenos, llamando la atención de nuevos consumidores.

13. ¿Cuál es el horario de atención?.

El horario es de 8:00 a 15:30 horas de lunes a sábado; el domingo no porque no hay movimiento para el lavado de ropa.

3.6. Análisis de la oferta.

La oferta del servicio de lavado de ropa está compuesto por tres empresas entrevistadas en la ciudad de Ibarra. Para el análisis de la oferta se toma la información proporcionada por las empresas antes mencionadas.

Tabla N° 22:
Oferta del servicio de lavado de ropa actual

Empresas	Número de maquinas		Capacidad de las máquinas en kilogramos	
	Lavadoras	Secadoras	Mensual	Anual
Lava fácil	9	5	17.424	209.088
Burbuja azul	4	2	7.488	89.856
Fresh and Clean	4	3	9.216	110.592
TOTAL	17	10	34.128	409.536

Fuente: Información mediante entrevista
Elaborado por: Diego Sánchez, año 2015

3.6.1. Proyección de la oferta.

Tabla N° 23:

Determinación de la tasa de crecimiento

Tasa de crecimiento por empresas	
Lava fácil	7,78%
Burbuja azul	5,27%
Promedio total de crecimiento anual	6,53%

Fuente: Información levantada mediante entrevista, pregunta 10.

Elaborado por: El autor, año 2015

La tasa de crecimiento de las empresas más representativas del servicio de lavado de ropa se determinó en función a las prendas lavadas en forma mensual, por lo cual tenemos que la empresa “Lava fácil” tiene un crecimiento del 7,78% y “Burbuja azul” de 5,27%. Por ello el crecimiento promedio anual es del 6,53%.

Para ello se tomará la fórmula del monto para la proyección de la oferta.

Formula del monto.

$$C_n = C_0 * (1 + i)^n$$

Donde:

$$C_n = \text{Proyección de la oferta}$$

$$C_0 = \text{Total capacidad en kilogramos}$$

$$i = \text{Tasa de índice de proyección}$$

$$n = \text{Periodos}$$

$$C_{2015} = 409.536$$

$$C_{2016} = 409.536 * (1 - 0,0653)^1 = 436.279$$

$$C_{2017} = 436.279 * (1 - 0,0653)^1 = 464.768$$

$$C_{2018} = 464.768 * (1 - 0,0653)^1 = 495.117$$

$$C_{2019} = 495.117 * (1 - 0,0653)^1 = 527.448$$

$$C_{2020} = 527.448 * (1 - 0,0653)^1 = 561.890$$

Tabla N° 24:

Proyección de la oferta

Año	Oferta en kilogramos
2015	409.536
2016	436.279
2017	464.768
2018	495.117
2019	527.448
2020	561.890

Fuente: Información mediante entrevista

Elaborado por: El autor, año 2015

3.7. Análisis de la demanda.

Para el cálculo de la demanda se va a tomar como referencia los datos obtenidos en la encuesta donde se consultaba sobre la aceptación del servicio de lavado de ropa. Los resultados fueron en un 85,53% (Tabulación tabla N° 12) las familias utilizarían el servicio de lavado de ropa frente a un 14,47% que no está de acuerdo con la creación de este servicio.

El total de familias que viven en la zona urbana de la ciudad de Ibarra y no se encuentran dentro de la población con recursos limitados es de 39.153 (Capítulo I, cálculo de la muestra) familias, sin embargo se va a tomar en cuenta solo al 85,53% de ellas ya que es el porcentaje de aceptación que tienen el servicio de lavado de ropa, es decir se tomará a 33.488 familias de la ciudad de Ibarra como la demanda total, del cual el 17,67% (Tabulación tabla N° 17) es de la demanda actual y el 82,33% no aplica por no usar el servicio de lavado.

Tabla N° 25:
Demanda de ropa por kilos

Cantidad de ropa por kilogramos				
Promedio kilos de ropa	Número de familias	Porcentaje	Kilos de ropa al mes	Kilos de ropa al año
7.50	3.798	11,34%	28.485	341.820
13	1.678	5,01%	21.814	261.768
18	441	1,32%	7.938	95.256
No aplica	27.571	82,33%	-	-
TOTAL	33.488	100,00%	58.237	698.844

Fuente: Información mediante encuesta - promedio de tabla 17

Elaborado por: El autor, año 2015

Para el cálculo del porcentaje se procedió a través de una regla de tres entre la tabla 18 de la encuesta es decir $(17.67 \cdot 64.18) / 100 = 1134 \cdot 100 = 11,34\%$, así respectivamente con los demás. Para los kilos de ropa al mes se multiplican promedio kilos de ropa por número de familias, ejemplo $(7.50 \cdot 3.798) = 28.485$, de igual manera con los restantes y finalmente al año por doce meses.

3.7.1. Proyección de la demanda.

Para la proyección de la demanda se utilizó la fórmula del monto misma que será detallada a continuación, además el porcentaje utilizado en la proyección es la tasa de crecimiento poblacional intercensal del cantón Ibarra que es el 1,90% según INEC 2010.

Fórmula de monto.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

$$C_n = \text{Demanda proyectada}$$

$$C_0 = \text{Demanda Inicial}$$

$$i = \text{Tasa de crecimiento poblacional}$$

$$n = \text{Periodos}$$

$$C_{2015} = 698.844$$

$$C_{2016} = 698.844 * (1 + 0,019)^1 = 712.122$$

$$C_{2017} = 712.122 * (1 + 0,019)^1 = 725.652$$

$$C_{2018} = 725.652 * (1 + 0,019)^1 = 739.439$$

$$C_{2019} = 739.439 * (1 + 0,019)^1 = 753.488$$

$$C_{2020} = 753.488 * (1 + 0,019)^1 = 767.804$$

Tabla N° 26:

Proyección de la demanda

Año	Servicio de lavado por kilos
2015	698.844
2016	712.122
2017	725.652
2018	739.439
2019	753.488
2020	767.804

Fuente: Información mediante encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

La demanda estimada para el año en curso es de 698.844 kilos de ropa correspondiente a 5.917 familias del sector urbano de la ciudad de Ibarra, por lo que la demanda aumenta cada año considerablemente.

3.8. Balance oferta y demanda.

Tabla N° 27:

Balance oferta y demanda

Año	Oferta	Demanda	Diferencia
2015	409.536	698.844	289.308
2016	436.279	712.122	275.843
2017	464.768	725.652	260.884
2018	495.117	739.439	244.322
2019	527.448	753.488	226.040
2020	561.890	767.804	205.914

Fuente: Información mediante encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

Una vez determinado la oferta y la demanda se procedió a balancear las cantidades de cada variable, obteniendo como resultado la demanda a satisfacer, cuya cantidad para el 2015 es de 289.308 kilogramos de ropa y así respectivamente para los demás años.

3.9. El precio.

Para la fijación de los precios se tomó como referencia un promedio de los precios que maneja la competencia, la misma que se tomará el porcentaje de inflación promediado del 2010 al 2014 que es 3.85% Banco Central del Ecuador (2014). El precio se va a fijar en función de un promedio que la competencia ha establecido para ofertar sus servicios el cual es de 1,36 USD por kilo en lavadoras medianas.

Tabla N° 28:
Proyección de los precios

Año	Precios
2015	1,36
2016	1,41
2017	1,46
2018	1,52
2019	1,58
2020	1,64

Fuente: Información mediante encuestas

Elaborado por: El autor, año 2015

3.10. Estructura y segmentación del mercado.

Para la segmentación de mercado se dividió el cantón Ibarra en zona urbana y rural para lo cual se segmenta la población urbana de la ciudad para la implementación de la empresa, a continuación se analizó la segmentación considerando las siguientes variables.

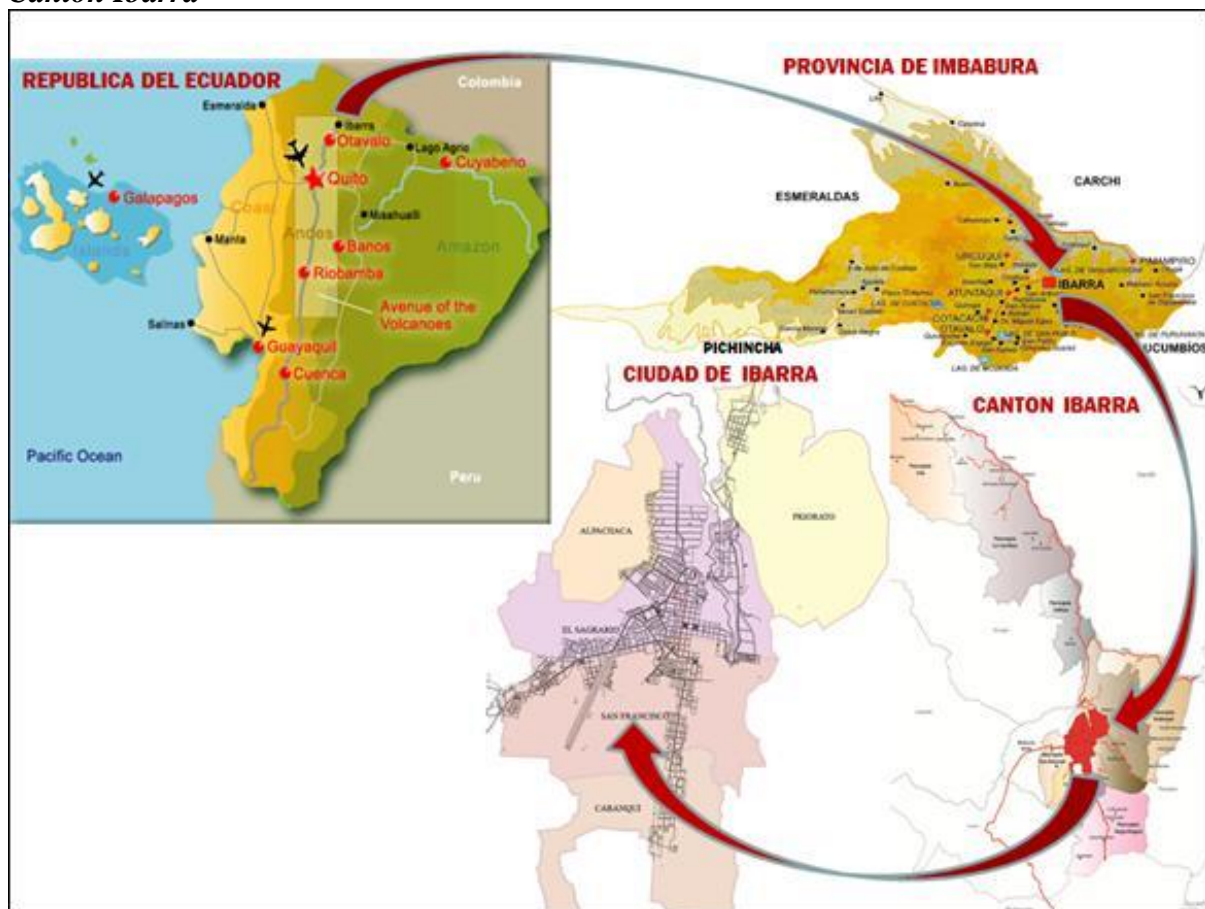
3.10.1. Segmentación geográfica.

Para la segmentación geográfica se dividió el mercado, considerando las parroquias urbanas del cantón Ibarra.

a. San Francisco

- b. El Sagrario
- c. Los Ceibos y Ruinas de Caranqui
- d. Alpachaca
- e. Priorato y La Laguna

Ilustración N° 20:
Cantón Ibarra



Fuente: <https://www.google.com.ec>
Elaborado por: Google, año 2015

3.10.2. Segmentación demográfica.

Para la segmentación demográfica se dividió el mercado total en grupos, a partir de variables como: tamaño de las familias, ingresos y ocupación. Los componentes demográficos constituyeron la base para segmentación de los grupos de consumidores. En vista a esto las

necesidades, preferencias y tasas de uso de prestación de servicio varían de acuerdo a las variables demográficas.

3.10.2.1. Tamaño de las familias.

El tamaño de las familias es una variable de la segmentación demográfica que se tomó en cuenta para la determinación de la población urbana y cálculo de la muestra. En el Ecuador el número de miembros en promedio por cada familia es de 3,71 en la ciudad de Ibarra según el INEC 2010. Es decir que 33.488 familias es el mercado total.

3.10.2.2. Nivel de ingreso.

Por tratarse de un servicio que se demanda cuatro veces al mes, se demuestra que tiene un promedio de gasto de 52,36 USD por familia, por lo cual se ha tomado en cuenta las familias que tengan ingresos desde dos salarios vitales en adelante.

3.10.2.3. Ocupación.

Para segmentar la ocupación se enfocó primordialmente en los estudiantes ya que en los barrios El Olivo alto, El Olivo bajo y en La Victoria residen muchos de ellos, además abarca a las amas de casa y a trabajadores que actualmente forman parte de la población económicamente activa en dependencia.

3.11. Mercado meta.

El mercado meta de la empresa a crearse del servicio de lavado de ropa, secado y doblado en la ciudad de Ibarra, constituyen las familias urbanas del cantón, cuyo propósito es contribuir a mejorar la calidad de vida de las familias y en especial de las amas de casa que no pueden cumplir con esta actividad, debido a las diligencias propias de sus trabajos y del hogar.

3.12. Estrategias de mercadeo.

3.12.1. Calidad del servicio al cliente.

Una de las formas más importantes de diferenciar a una empresa de servicios es entregar de manera consistente una prestación de más alta calidad que los competidores. La clave está en cumplir o superar las expectativas de eficacia en el servicio de los clientes, mediante el conocimiento de las necesidades de los consumidores, mismo que se convierten en objetivos que deben ser cumplidos para la satisfacción del usuario.

Un cliente satisfecho es la mejor publicidad que una empresa puede tener para posicionarse en la mente de sus consumidores.

3.12.2. Estrategia para el precio.

El precio promedio por kilo es de 1,36 USD que se ajusta a la cantidad de ropa que el usuario requiere lavar y el servicio que éste necesite como lo es el secado y doblado. Se debe mencionar que dicho precio es tomado por la competencia.

Se determina un precio competitivo y accesible para que la empresa pueda penetrar en el mercado de una manera más acertada, para lo cual cada año irá subiendo de acuerdo a la tasa de inflación de 3,85% actualmente.

3.12.3. Estrategia para la plaza o distribución.

Los canales de distribución constituyen los medios a través de los cuales la empresa oferta el servicio al segmento de mercado.

Los canales de distribución son directos entre la empresa y el cliente, aquí no existen intermediarios.

3.12.4. Estrategia para la promoción o comunicación.

Utilizar el internet para crear catálogos que describan los servicios que la empresa oferta, a través de las redes sociales que da apertura a promocionar todo referente a obsequios o descuentos en ciertas cantidades de ropa que los usuarios necesiten del servicio de lavado.

La promoción para dar a conocer a la empresa también se lo realiza a través de paquetes publicitarios como son hojas volantes o en los medios de comunicación que permitan llegar al segmento de mercado en el que está enfocada la empresa.

3.12.5. Estrategias para costos.

Para la asignación del precio del servicio de lavado de ropa, se tomará en consideración los costos de operación de la empresa, mismos que reaccionarán de acuerdo a las variaciones en los volúmenes de servicio de lavado. En esta fase se repasará los costos fijos, variables y costo total.

3.12.6. Estrategias para la competencia.

La competencia influirá en la determinación del precio de servicio de lavado de ropa, por lo que habrá que combinar precios, promociones y descuentos en épocas importantes; día de la madre, día del padre, día del obrero, entre otros. La estrategia frente a la competencia será la calidad del servicio de lavado que ninguna empresa haya dado a sus clientes, como la entrega de las prendas bien secas y obviamente bien lavadas.

3.12.7. Atención al cliente.

Otra de las estrategias de mercado será la esmerada atención al cliente por el personal encargado de cumplir con cualquier requerimiento que el usuario manifieste, la empresa de

servicio de lavado de ropa deberá ser excelente, es por ello que se contará con números de taxis ejecutivos para la movilidad del cliente si éste lo requiera.

3.13. Conclusiones del estudio de mercado.

El servicio de lavado de ropa está diseñado para facilitar esta actividad doméstica a todas las familias, ya que en la actualidad no disponen del tiempo necesario para realizar el cuidado de las prendas de vestir.

Investigada la demanda se determina que el proyecto tiene gran aceptación dentro de los usuarios con una respuesta positiva del 85,53% de los encuestados.

Asimismo se determinó que la empresa puede satisfacer al 17,67% del total de la demanda expresada en familias, para ello se puede decir que se va a captar a 5.917 de las 33.488 familias. Esta cifra está en función de la capacidad instalada misma que puede aumentar conforme la empresa vaya posicionándose en el mercado.

La oferta nos permitió conocer las ventajas y desventajas de la competencia, mismas que deben ser utilizadas y aprovechadas por la empresa. La entidad económica de mayor renombre es la de Lava Fácil por su experiencia y buen servicio, por ello, las estrategias de mercado que se van a utilizar deben ser precisas al medio en el cual se va a posicionar el proyecto.

Luego de conocer la oferta y demanda del servicio de lavado de ropa, se determinó la demanda potencial a satisfacer en 275.843 kilos para el año 2016.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se analiza el balance de equipos, obras físicas, personal, insumos, tamaño, localización, y la estimación de costos, que constituye el principal trabajo del Proyecto, y la variedad de elementos que conforman los desembolsos.

Una vez que se ha culminado el estudio de mercado se determina una demanda potencial a satisfacer que es representativa y atractiva para el servicio de lavado de ropa. Además, se establecen los precios con los que se maneja la empresa misma que fueron fijados en función de la competencia y fueron proyectados con la tasa de la inflación.

Para iniciar las operaciones de la empresa de lavado de ropa será importante disponer de capital propio y capital ajeno. El inversionista aportará con el 47,29% de capital propio y el 52,71% de capital financiado. Dichos costos de operación corresponden a la valoración monetaria de recursos destinados a la administración y puesta en marcha del proyecto, es decir: inversiones, costos de prestación del servicio, costos de administración, ventas y financieros.

La inversión fija y diferida constituye la base para calcular el monto de las depreciaciones y amortizaciones anuales, dato que se utilizará en el estado de resultado

4.1. Tamaño del Proyecto.

El tamaño del Proyecto dependerá de la demanda potencial a satisfacer que exista en el mercado y la capacidad instalada con la que la empresa cuente para cubrir las necesidades del mercado que se ha dispuesto.

Tabla N° 29:
Tamaño del proyecto

Servicio de lavado de ropa	Número de máquinas	Capacidad diaria en kg	Capacidad semanal en kg	Capacidad mensual en kg	Capacidad anual en kg	Demanda insatisfecha en kg
Lavadora industrial Dexter T-400, 30 libras (13,60 Kg).	2	82	492	1.968	23.616	289.308
Secadoras industriales Dexter T-30, 30 libras (13,60 Kg).	2	82	492	1.968	23.616	
Total	4	164	984	3.936	47.232	289.308

Fuente: Capacidad instalada de la maquinaria

Elaborado por: El autor, año 2015

Por lo cual se considera cubrir en un 16,33% la demanda insatisfecha, esto por la capacidad que lavado por las máquinas anualmente, este porcentaje fue dado entre la capacidad anual o la capacidad instalada sobre la demanda insatisfecha anual, $[(47.232/289.308)*100]$.

4.2. Localización del proyecto.

4.2.1. Macro localización.

La macro localización se refiere a la ubicación del proyecto a nivel macro, es decir de la provincia, el cantón y el barrio donde estará ubicada.

La empresa de lavado de ropa estará ubicada en la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura.

EL sitio definido cuenta con óptimas condiciones para su normal funcionamiento, además para su selección se analizó algunos factores que inciden en la localización; como el mercado de servicios en el cual está destinado el proyecto, los insumos, la mano de obra, la

infraestructura, las vías de acceso, la disponibilidad de los servicios básicos además del marco jurídico en el que se despliega.

Ilustración N° 21:
Provincia de Imbabura



Fuente: Google.map
Elaborado por: Google, año 2015

Ilustración N° 22:
Ciudad de Ibarra



Fuente: Google-map
Elaborado por: Google, año 2015

4.2.2. Micro localización.

La micro localización analiza los aspectos relacionados con los asentamientos sociales, actividades productivas, determinación de centros de desarrollo, selección y delimitación del área donde operará el proyecto.

El servicio de lavado de ropa estará ubicado en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura parroquia El Sagrario, barrio El olivo alto en las calles 17 de julio.

Una vez que se ha escogido el lugar donde se va a implementar el proyecto se debe determinar el lugar exacto donde va a operar la empresa de servicio de lavado de ropa.

En la encuesta realizada, las personas fueron de los barrios El Olivo alto, El Olivo bajo, La Victoria, entre otros por lo cual la empresa se ubicará en dicho sitio.

Los aspectos analizados para la micro localización son los siguientes:

- a) La edificación deberá poseer un área adecuada para iniciar la empresa, con espacios adecuados para todo lo requerido.
- b) La ubicación de la empresa debe ser escogida de manera estratégica para que garantice la recepción y entrega de los insumos y el servicio.
- c) Debe contar con todos los servicios básicos de agua, energía eléctrica, recolección de basura, alcantarillado, teléfono, internet y vías de primer orden para agilizar el transporte, entre otros.

Ilustración N° 23:
Micro localización



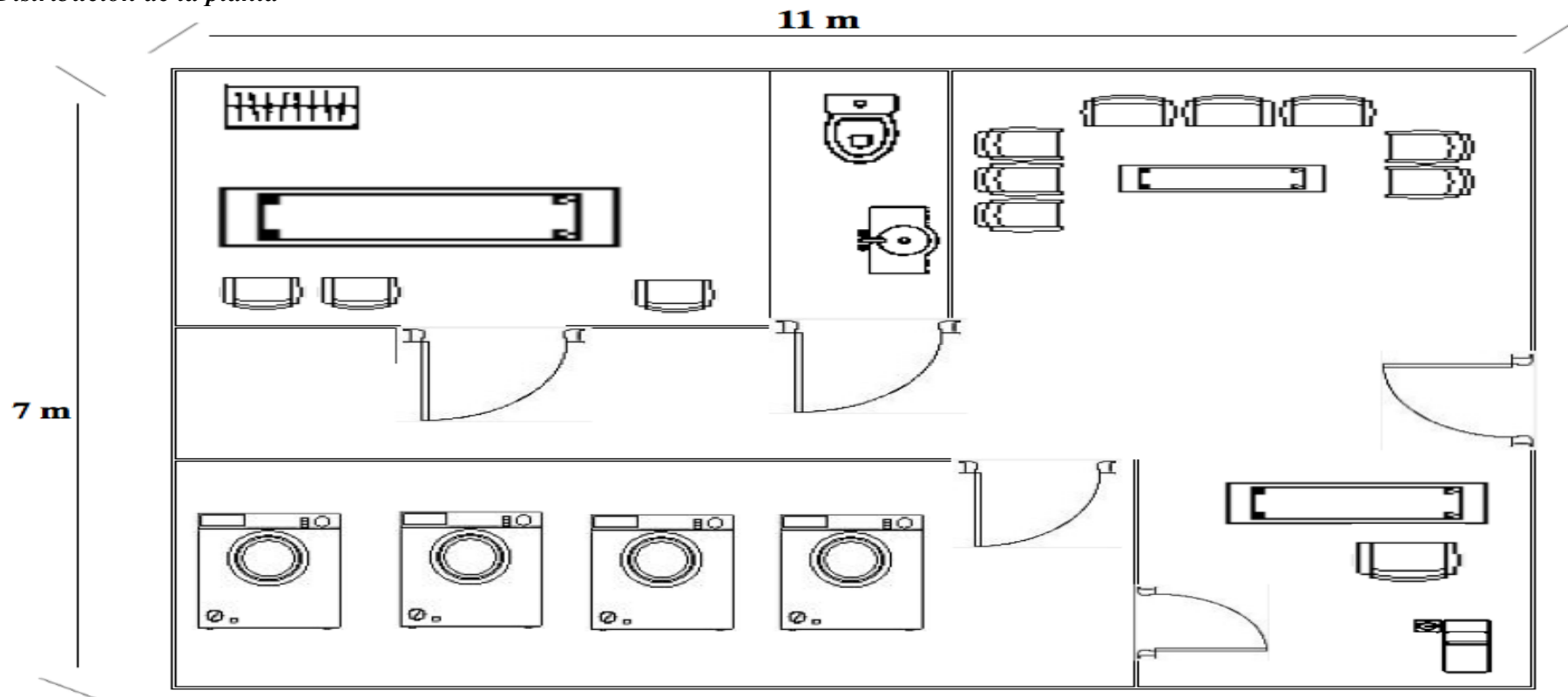
Fuente: Google.map

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3. Ingeniería del proyecto.

4.3.1. Infraestructura física.

*Ilustración N° 24:
Distribución de la planta*



Fuente: Observación personal
Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.2. Flujo grama de procesos.

Ilustración N° 25:

Simbología diagrama de flujo




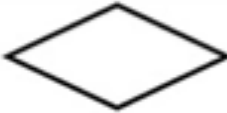



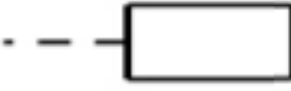



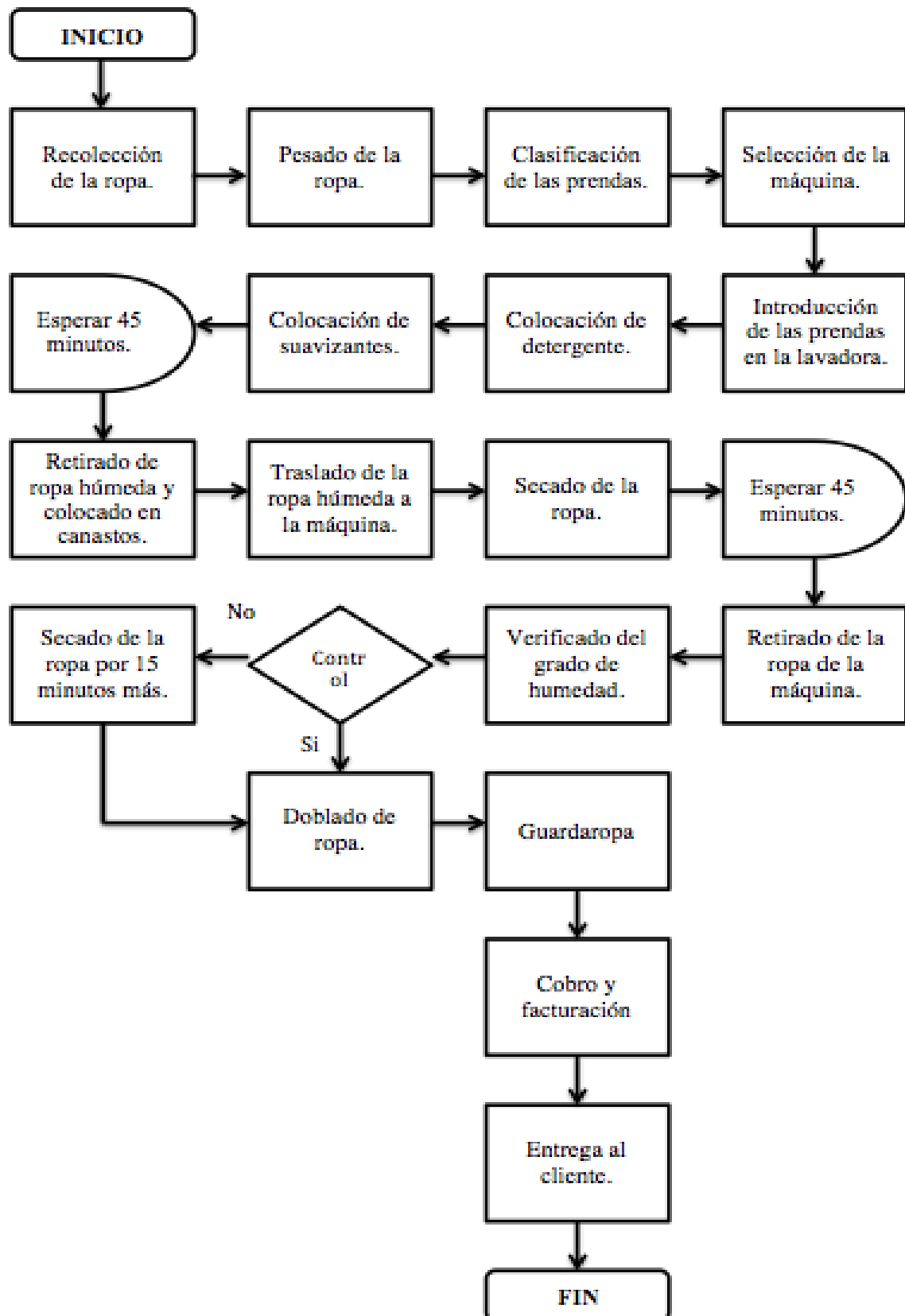
SÍMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	Inicio o término	Señala donde se inicia o termina un diagrama; además se usa para indicar un órgano administrativo o puesto que realiza la actividad.
	Disparador	Indica el inicio de un procedimiento, contiene el nombre de la unidad administrativa donde se da inicio.
	Actividad	Representa la ejecución de una o más actividades de un procedimiento.
	Decisión	Indica las posibles alternativas dentro del flujo del procedimiento.
	Documento	Representa cualquier tipo de documento que entre o salga en el procedimiento.
	Archivo definitivo	Indica que se guarda un documento en forma permanente.
	Archivo temporal	indica que se guarda un documento durante un periodo establecido.
	Anotación	No forma parte del diagrama de flujo, es un elemento que se adiciona a una operación o actividad para dar una explicación.
	Conector	Representa el enlace de actividades con otra dentro de un procedimiento.
	Conector de página	Representa el enlace de actividades en hojas diferentes en un procedimiento.
	Dirección de flujo	Conecta símbolos, señalando el orden en que línea de unión debe realizarse.

Ilustración N° 26: Flujo grama de procesos



Fuente: Observación personal – Maritza Vilcaguano
Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.3. Requerimiento maquinaria.

Tabla N° 30:

Maquinaria

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Lavadora industrial Dexter T-400, 30 libras (13,33 Kg).	2	5.050,00 USD	10.100,00 USD
Secadoras industriales Dexter T-30, 30 libras (13,33 Kg).	2	4.050,00 USD	8.100,00 USD
Total			18.200,00 USD

Fuente: Mercado libre

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.4. Requerimiento equipo de cómputo.

Tabla N° 31:

Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Computadora Mac	1	1.966,00 USD	1.966,00 USD
Balanza 100 Kg.	1	80,00 USD	80,00 USD
Impresora Epson multifunción láser WIFI.	1	222,00 USD	222,00 USD
Total			2.268,00 USD

Fuente: Provesum Cía. Ltda.; Tienda Mac; Mercado libre.

Elaborado por: El autor, año 2015.

4.3.5. Requerimiento de equipo de oficina.

Tabla N° 32:

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Teléfono	1	25,00 USD	25,00 USD
Calculadora	2	20,00 USD	40,00 USD
Total			65,00 USD

Fuente: Provesum Cía.

Elaborado por: El autor, año 2015.

4.3.6. Requerimiento de suministros de oficina.

Tabla N° 33:
Suministros de oficina

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Papelería (resmas)	5	4,50 USD	22,50 USD
Bolígrafos	12	0,30 USD	3,60 USD
Lápices	12	0,30 USD	3,60 USD
Borradores	10	0,22 USD	2,20 USD
Total			31,90 USD

Fuente: Provesum Cía.

Elaborado por: El autor, año 2015.

Estos valores corresponden a tres meses ya que en gran cantidad de adquisición son mejores los descuentos.

4.3.7. Requerimiento de servicios básicos.

Tabla N° 34:
Servicios básicos

Detalle	Total
Energía eléctrica	180,00 USD
Agua potable	175,00 USD
Teléfono	40,00 USD
Internet	25,00 USD
Total	420,00 USD

Fuente: Provesum Cía.

Elaborado por: El autor, año 2015.

4.3.7. Requerimiento muebles y enseres.

Tabla N° 35:
Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Escritorio 2x2	2	270,00 USD	540,00 USD
Silla giratoria	2	70,00 USD	140,00 USD
Sillas plásticas con espaldares	6	15,00 USD	90,00 USD
Mesa para doblado de acero inoxidable grande	1	340,00 USD	340,00 USD
Basurero de 12 litros de acero inoxidable	3	37,00 USD	111,00 USD
Canastos para la ropa	3	25,00 USD	75,00 USD
Extintor de 20 libras marca admiral	1	42,50 USD	42,50 USD
Total			1.338,50 USD

Fuente: Mercado Libre

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.8. Requerimiento útiles de aseo.

Tabla N° 36:

Útiles de aseo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Papel higiénico	12	0,90 USD	10,80 USD
Escoba de cerdas suaves	1	3,00 USD	3,00 USD
Basurero plástico	1	15,00 USD	15,00 USD
Trapeador de cerdas finas	1	2,50 USD	2,50 USD
Guantes	1	2,50 USD	2,50 USD
Desinfectante de 1 litro	1	1,80 USD	1,80 USD
Jabón líquido	1	3,50 USD	3,50 USD
Fundas de basura	15	0,08 USD	1,20 USD
Total			40,30 USD

Fuente: La Favorita Cía. Ltda.

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.9. Requerimiento de insumos.

Tabla N° 37:

Insumos

Detalle	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Total
Detergente líquido	4	Caneca	25,00 USD	100,00 USD
Suavizante	4	Caneca	25,00 USD	100,00 USD
Blanqueador	4	Caneca	15,00 USD	60,00 USD
Quita manchas	4	Galón	3,50 USD	14,00 USD
Fundas de empaque	50	Docenas	3,50 USD	175,00 USD
Armadores de acero inoxidable	48	Docenas	20,95 USD	1005,60 USD
Total				1.454,60 USD

Fuente: La Favorita Cía. Ltda.

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.10. Requerimiento de publicidad.

Tabla N° 38:

Publicidad

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Promoción y publicidad	1	300,00 USD	300,00 USD
Total			300,00 USD

Fuente: La Favorita Cía. Ltda.

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.11. Mantenimiento de equipos.

Tabla N° 39:
Mantenimiento de equipos

Detalle	Valor inicial	Porcentaje de mantenimiento	Total
Maquinaria	18.200,00 USD	1%	182,00 USD
Equipo de computación	1.966,00 USD	4%	78,64 USD
Balanza e impresora	302,00 USD	20%	60,40 USD
Total			321,04 USD

Fuente: La Favorita Cía. Ltda.

Elaborado por: El autor, año 2015

Para los valores de mantenimiento de equipo fueron añadidos en base a tres meses ya que toda maquinaria y equipo de cómputo mínimo se debe hacer un chequeo de operatividad cada tercer mes.

4.3.12. Talento humano.

Tabla N° 40:
Talento humano

Nómina	Sueldo básico	Aporte patronal (12,15%)	Fondo de reserva (8,33%)	Vacaciones	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Total mensual	Total trimestral
Gerente	650,00 USD	78,98 USD	54,15 USD	27,08 USD	54,17 USD	29,50 USD	893,87 USD	2.681,61 USD
Asesor contable y tributario	250,00 USD						250,00 USD	750,00 USD
Operario 1 - Recepcionista	355,00 USD	43,13 USD	29,57 USD	14,79 USD	29,58 USD	29,50 USD	501,58 USD	1.504,74 USD
Operativo 2 - lavado y secado	355,00 USD	43,13 USD	29,57 USD	14,79 USD	29,58 USD	29,50 USD	501,58 USD	1.504,74 USD
Operativo 3 - recepcionista y doblado	355,00 USD	43,13 USD	29,57 USD	14,79 USD	29,58 USD	29,50 USD	501,58 USD	1.504,74 USD
Total	1.965,00 USD	208,37 USD	142,86 USD	71,45 USD	142,91 USD	118,32 USD	2.648,61 USD	7.945,82 USD

Fuente: Sueldos sectoriales IEISS.9

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.13. Capital de trabajo.

Tabla N° 41:
Capital de trabajo

Capital de trabajo	Valores mensuales	Valores trimestrales
Costos de comercialización	2.029,88 USD	6.089,63 USD
Insumos	484,87 USD	1.454,60 USD
Útiles de aseo	40,30 USD	120,90 USD
Personal operativo	1.504,74 USD	4.514,21 USD
Gastos administrativos	1.681,52 USD	5.044,58 USD
Personal administrativo	1.143,87 USD	3.431,61 USD
Servicios básicos	420,00 USD	1.260,00 USD
Suministros de oficina	10,63 USD	31,90 USD
Gastos de mantenimiento	107,01 USD	321,04 USD
Gastos de venta	300,00 USD	900,00 USD
Publicidad	300,00 USD	900,00 USD
Total gastos/capital de trabajo	4.011,40 USD	12.034,26 USD

Fuente: Capítulo IV.

Elaborado por: El autor, año 2015

El capital de trabajo está elaborado por tres meses como base de inicio de los costos y gastos que se incurrirán en la operación de la empresa.

4.3.14. Requerimientos de la reinversión de equipo de cómputo.

Tabla N° 42:
Reinversión de equipo cómputo

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Total
Computadora HP	1	1.500,00 USD	1.500,00 USD
Balanza 100 Kg.	1	100,00 USD	100,00 USD
Impresora Epson multifunción láser WIFI.	1	250,00 USD	250,00 USD
Total			1.850,00 USD

Elaborado por: El autor, año 2015.

4.3.15. Determinación de inversiones.

4.3.15.1. Inversiones fijas.

Tabla N° 43:
Inversiones fijas

Detalle	Valor
Equipo de computo	2.268,00 USD
Equipo de oficina	65,00 USD
Muebles y enseres	1.338,50 USD
Maquinaria	18.200,00 USD
Total	21.871,50 USD

Fuente: Capítulo IV.

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.15.2. Inversiones diferidas o gastos de operación.

Tabla N° 44:

Inversiones diferidas o gastos de operación

Detalle	Valor
Aspectos legales, permisos del cuerpo de bomberos, patente	900,00 USD
Honorario notario	500,00 USD
Registro de la propiedad	400,00 USD
Constitución de la empresa	350,00 USD
Elaboración del estudio de factibilidad	1.860,00 USD
Total	4.010,00 USD

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.15.3. Inversión total del proyecto.

Tabla N° 45:

Inversión total del proyecto

Detalle	Valor
Capital de trabajo	12.034,26 USD
Inversión fija	21.871,50 USD
Inversión diferida o gastos de operación	4.010,00 USD
Total	37.915,76 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

4.3.16. Financiamiento.

El financiamiento del proyecto se lo va a realizar a través del Banco Desarrollo sede Ibarra con una tasa efectiva del 15,00% a 5 años, los pagos del crédito se realizará de forma mensual.

Tabla N° 46:

Financiamiento del proyecto

Inversión total	Monto	Porcentaje
Inversión financiada	20.000,00 USD	52,71%
Inversión propia	17.915,76 USD	47,29%
Total	37.915,76 USD	100,00%

Elaborado por: El autor, año 2015

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Determinación de ingresos proyectados.

Los ingresos corresponden a las ventas promedio que se espera alcanzar en un periodo de proyección de 5 años. Estas ventas pertenecen a la demanda a captar, la cual es de un 16,33% (Tamaño del proyecto – Capítulo IV), este porcentaje se calculó en función a la capacidad instalada.

Para la proyección de la capacidad instalada se utilizó la fórmula del monto, el mismo que será detallado a continuación, además el porcentaje utilizado en la proyección es la tasa de crecimiento poblacional intercensal del cantón Ibarra que es el 1,90% según INEC 2010.

Fórmula del monto.

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

C_n = Capacidad instalada proyectada – tamaño del proyecto

C_o = Capacidad instalada inicial

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = Periodos

$$C_{2015} = 47.232$$

$$C_{2016} = 47.232 * (1 + 0,019)^1 = 48.129$$

$$C_{2017} = 48.129 * (1 + 0,019)^1 = \mathbf{49.044}$$

$$C_{2018} = 49.044 * (1 + 0,019)^1 = \mathbf{49.976}$$

$$C_{2019} = 49.976 * (1 + 0,019)^1 = \mathbf{50.925}$$

$$C_{2020} = 50.925 * (1 + 0,019)^1 = \mathbf{51.893}$$

Tabla N° 47:

Proyección de la capacidad instalada anual

Año	Servicio de lavado por kilos anuales
2015	47.232
2016	48.129
2017	49.044
2018	49.976
2019	50.925
2020	51.893

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor, año 2015

Para obtener los ingresos se proyectó la capacidad instalada para los 5 años, multiplicados por la proyección de los precios fijados para el servicio de lavado de ropa.

Tabla N° 48:

Determinación de ingresos

Producto	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Capacidad instalada	47.232	48.129	49.044	49.976	50.925	51.893
Precio	1,36 USD	1,41 USD	1,46 USD	1,52 USD	1,58 USD	1,64 USD
Total	64.235,52	67.862,47	71.604,05	75.963,06	80.461,88	85.104,22
	USD	USD	USD	USD	USD	USD

Fuente: Estudio de mercado & Estudio técnico

Elaborado por: El autor, año 2015

5.2. Determinación de egresos proyectados.

Los egresos son determinados por la inversión que se realiza para la implementación de la empresa en lo que se refiere a los insumos, materiales, servicios básicos y mantenimiento.

Tabla N° 49:
Determinación de egresos

Detalle	Cantidad	Precio	Total mensual	Total anual
Insumos				3.288,00 USD
Detergente líquido	4 canecas	25,00 USD	100,00 USD	1.200,00 USD
Suavizante	4 canecas	25,00 USD	100,00 USD	1.200,00 USD
Blanqueador	4 canecas	15,00 USD	60,00 USD	720,00 USD
Quita manchas	4 canecas	3,50 USD	14,00 USD	168,00 USD
Otros materiales				3.741,80 USD
Fundas de empaque	50	3,50 USD	175,00 USD	2.100,00 USD
Armadores de acero inoxidable	48	20,95 USD	1.005,60 USD	1.005,60 USD
Balanza S&B 100 Kg.	1	80,00 USD	80,00 USD	80,00 USD
Canastos para la ropa	3	17,00 USD	51,00 USD	51,00 USD
Papel higiénico	12	0,90 USD	10,80 USD	129,60 USD
Basurero plástico	1	15,00 USD	15,00 USD	180,00 USD
Escoba de cerdas suaves	1	3,00 USD	3,00 USD	36,00 USD
Trapeador	1	2,50 USD	2,50 USD	30,00 USD
Guantes	1	2,50 USD	2,50 USD	30,00 USD
Desinfectante de 1 litro	2	1,80 USD	3,60 USD	43,20 USD
Jabón líquido	1	3,50 USD	3,50 USD	42,00 USD
Fundas de basura	15	0,08 USD	1,20 USD	14,40 USD
Servicios básico				5.040,00 USD
Energía eléctrica			180,00 USD	2.160,00 USD
Agua potable			175,00 USD	2.100,00 USD
Teléfono			40,00 USD	480,00 USD
Internet			25,00 USD	300,00 USD
Gastos de mantenimiento				1.284,12 USD
Mantenimiento de lavadoras y secadoras			107,01 USD	1.284,12 USD
Total				13.353,92 USD

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: El autor, año 2015

5.2.1. Proyección de egresos o costos del servicio.

Para la proyección se tomó en consideración la tasa de inflación a diciembre 2014, el mismo que es 3,67% por lo cual la siguiente tabla hace mención a lo antes dado.

Tabla N° 50:
Proyección de egresos o costo del servicio

Producto	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Egresos o costos del servicio	13.353,92 USD	13.844,01 USD	14.352,08 USD	14.878,81 USD	15.424,86 USD	15.990,95 USD
Total	13.353,92 USD	13.844,01 USD	14.352,08 USD	14.878,81 USD	15.424,86 USD	15.990,95 USD

Fuente: Banco Central del Ecuador, tasa de inflación diciembre del 2014

Elaborado por: El autor, año 2015

5.2.2. Gastos operativos y administrativos.

Para la proyección de los sueldos se utilizará la tasa de crecimiento en función de la evolución del sueldo básico unificado del periodo 2015 al 2020.

Tabla N° 51:
Comportamiento histórico sueldo básico unificado general

Año	Sueldos básico unificados
2010	240,00 USD
2011	264,00 USD
2012	292,00 USD
2013	318,00 USD
2014	340,00 USD
2015	354,00 USD

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: El autor, año 2015

Para el cálculo de la tasa de incremento porcentual de los sueldos básicos unificados se procederá a realizar lo siguiente:

$$M = C * (1 + i)^{n-1}$$

M = Sueldo básico 2015

C = Sueldo básico 2010

i = Tasa de crecimiento

n = Periodos

$$354,00 \text{ USD} = 240,00 \text{ USD} * (1 + i)^{6-1}$$

$$\frac{354,00 \text{ USD}}{240,00 \text{ USD}} = (1 + i)^5$$

$$\sqrt[5]{\frac{354,00 \text{ USD}}{240,00 \text{ USD}}} = (1 + i)$$

$$1,080832522 - 1 = i$$

$$0,080832522 * 100 = i$$

$$i = 8,08\%$$

Tabla N° 52:
Sueldos proyectados mensuales

Nómina	N ^o	Remuneración	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Gerente	1	650,00 USD	702,52 USD	759,28 USD	820,63 USD	886,94 USD	958,61 USD	1.036,06 USD
Asesor contable y tributario	1	250,00 USD	270,20 USD	292,03 USD	315,63 USD	341,13 USD	368,69 USD	398,49 USD
Total	2	900,00 USD	972,72 USD	1.051,31 USD	1.136,26 USD	1.228,07 USD	1.327,30 USD	1.434,55 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

Tabla N° 53:
Sueldos proyectados anualmente

Rubros	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo básico unificado	8.430,24 USD	9.111,36 USD	9.847,56 USD	10.643,28 USD	11.503,32 USD	12.432,84 USD
Aporte patronal (12,15%)	1.024,27 USD	1.107,03 USD	1.196,48 USD	1.293,16 USD	1.397,65 USD	1.510,59 USD
Fondos de reserva (8,33%)		758,98 USD	820,30 USD	886,59 USD	958,23 USD	1.035,66 USD
Vacaciones		379,64 USD	410,32 USD	443,47 USD	485,14 USD	518,04 USD
Décimo tercer sueldo	702,52 USD	759,28 USD	820,63 USD	886,94 USD	958,61 USD	1.036,06 USD
Décimo cuarto sueldo	354,00 USD	382,60 USD	413,51 USD	446,92 USD	483,03 USD	522,06 USD
Total	10.511,03 USD	12.498,95 USD	13.508,86 USD	14.600,38 USD	15.780,09 USD	17.055,12 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

En esta tabla, se detalla todos los beneficios del gerente, por tener relación laboral en la empresa, el asesor contable y tributario es por honorarios profesionales, es decir, no tiene beneficios laborales.

Tabla N° 54:
Salarios proyectados mensuales

Nómina	N°	Remuneración	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Operativo 1 – repcionista	1	355,00 USD	383,68 USD	414,69 USD	448,19 USD	484,41 USD	523,55 USD	565,85 USD
Operativo 2 – lavado y secado	1	355,00 USD	383,68 USD	414,69 USD	448,19 USD	484,41 USD	523,55 USD	565,85 USD
Operativo 3 – repcionista y doblado	1	355,00 USD	383,68 USD	414,69 USD	448,19 USD	484,41 USD	523,55 USD	565,85 USD
Total	3	1.065,00 USD	1.151,05 USD	1.244,06 USD	1.344,58 USD	1.453,22 USD	1.570,64 USD	1.697,55 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

Tabla N° 55:
Salarios proyectados anuales

Rubros	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Salario	13.812,62 USD	14.928,68 USD	16.134,92 USD	17.438,62 USD	18.847,66 USD	20.370,56 USD
Aporte patronal (12,15%)	1.678,23 USD	1.813,84 USD	1.960,39 USD	2.118,79 USD	2.289,99 USD	2.4745,02 USD
Fondos de reserva (8,33%)		1.243,54 USD	1.344,03 USD	1.252,62 USD	1.569,99 USD	1.696,84 USD
Vacaciones		622,03 USD	672,29 USD	726,61 USD	785,32 USD	848,77 USD
Décimo tercer sueldo	1.151,05 USD	1.244,04 USD	1.344,57 USD	1.453,20 USD	1.570,62 USD	1.697,52 USD
Décimo cuarto sueldo	1.062,0 0 USD	1.147,8 1 USD	1.240,55 USD	1.340,79 USD	1.449,13 USD	1.566,21 USD
Total	17.703, 91 USD	20.999,97 USD	22.696,77 USD	24.530,67 USD	26.512,75 USD	28.654,98 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

Para el décimo cuarto sueldo de igual manera se ha utilizado la tasa de crecimiento calculada en base al sueldo básico unificado del 2015 como año base, para los demás años.

Tabla N° 56:
Resumen de gastos operativos y administrativos

Personal	2016	2017	2018	2019	2020
Operativo	20.999,97 USD	22.696,77 USD	24.530,67 USD	26.512,75 USD	28.654,98 USD
Administrativo	12.498,95 USD	13.508,86 USD	14.600,38 USD	15.780,09 USD	17.055,12 USD
Total	33.498,92 USD	36.205,63 USD	39.131,05 USD	42.292,84 USD	45.710,10 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

5.2.3. Depreciación de propiedad, planta y equipo.

Para el cálculo de la depreciación de los equipos, se utilizará el método de línea recta, el mismo que es alícuota constante periódica, consistiendo en el desgaste con el paso del tiempo de los activos fijos. Los porcentajes son los siguientes para la aplicación:

Tabla N° 57:
Porcentajes de depreciación

Planta y equipo	Porcentaje	Años
Equipo de oficina	10,00%	10
Muebles y enseres	10,00%	10
Maquinaria	10,00%	10
Equipo de computo	33.33%	5

Elaborado por: El autor, año 2015

Tabla N° 58:
Depreciación de propiedad, planta y equipo

Detalle	Valor	Años	2016	2017	2018	2019	2020
Equipo de oficina	65,00 USD	5	13,00 USD	13,00 USD	13,00 USD	13,00 USD	13,00 USD
Muebles y enseres	1.338,50 USD	10	133,85 USD	133,85 USD	133,85 USD	133,85 USD	133,85 USD
Maquinaria	18.200,00 USD	10	1.820,00 USD	1.820,00 USD	1.820,00 USD	1.820,00 USD	1.820,00 USD
Equipo de computo	2.268,00 USD	3	756,00 USD	756,00 USD	756,00 USD		616,67 USD
Total	21.871,50 USD		2.722,85 USD	2.722,85 USD	2.722,85 USD	1.966,85 USD	2.583,52 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

Esta tabla, se actualiza a la reinversión que se va realizar en lo que corresponde al equipo de computación, es decir a la depreciación, el mismo que se detalla en la Tabla 57.

5.2.4. Depreciación de la reinversión de propiedad, planta y equipo.

Tabla N° 59:

Depreciación de la reinversión de propiedad planta y equipo

Detalle	Valor	Años	2019	2020	2021	2022
Equipo de computo	1.850,00 USD	3	0,00 USD	616,67 USD	616,67 USD	616,67 USD
Total	1.850,00 USD		0,00 USD	616,67 USD	616,67 USD	616,67 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

5.2.5. Gastos financieros.

Para el funcionamiento del proyecto se necesitará una inversión inicial de 20.000,00 USD el 52,71% de la inversión total para la implementación de dicho proyecto, se realizará a través de la institución financiera Banco Desarrollo sede Ibarra, a una tasa efectiva del 15,00% a 5 años, los pagos se realizarán de forma mensual.

Tabla N° 60:
Condiciones de financiamiento

Condiciones de crédito	
Monto	20.000,00 USD
Plazo	5 años
Período de pago	Mensual
Interés	15,00%

Fuente: Banco Desarrollo, sede Ibarra

Elaborado por: El autor, año 2015

5.2.6. Amortización de la deuda.

En la tabla de amortización se puede evidenciar las cuotas, capital, interés y saldo que se deberá cancelar en el préstamo.

Tabla N° 61:
Tabla de amortización

N°	Saldo	Cuota	Intereses	Amortización
0	20.000,00 USD			
1	19.774,20 USD	225,80 USD	250,00 USD	475,80 USD
2	19.545,58 USD	228,62 USD	247,18 USD	475,80 USD
3	19.314,10 USD	231,48 USD	244,32 USD	475,80 USD
4	19.079,73 USD	234,37 USD	241,43 USD	475,80 USD
5	18.842,43 USD	237,30 USD	238,50 USD	475,80 USD
6	18.602,16 USD	240,27 USD	235,53 USD	475,80 USD
7	18.358,89 USD	243,27 USD	232,53 USD	475,80 USD
8	18.112,57 USD	246,31 USD	229,49 USD	475,80 USD
9	17.863,18 USD	249,39 USD	226,41 USD	475,80 USD
10	17.610,67 USD	252,51 USD	223,29 USD	475,80 USD
11	17.355,01 USD	255,67 USD	220,13 USD	475,80 USD
12	17.096,15 USD	258,86 USD	216,94 USD	475,80 USD
13	16.834,05 USD	262,10 USD	213,70 USD	475,80 USD
14	16.568,68 USD	265,37 USD	210,43 USD	475,80 USD
15	16.299,99 USD	268,69 USD	207,11 USD	475,80 USD
16	16.027,94 USD	272,05 USD	203,75 USD	475,80 USD
17	15.752,49 USD	275,45 USD	200,35 USD	475,80 USD
18	15.473,60 USD	278,89 USD	196,91 USD	475,80 USD
19	15.191,22 USD	282,38 USD	193,42 USD	475,80 USD
20	14.905,31 USD	285,91 USD	189,89 USD	475,80 USD
21	14.615,83 USD	289,48 USD	186,32 USD	475,80 USD
22	14.322,73 USD	293,10 USD	182,70 USD	475,80 USD
23	14.025,96 USD	296,76 USD	179,03 USD	475,80 USD
24	13.725,49 USD	300,47 USD	175,32 USD	475,80 USD
25	13.421,26 USD	304,23 USD	171,57 USD	475,80 USD
26	13.113,23 USD	308,03 USD	167,77 USD	475,80 USD
27	12.801,34 USD	311,88 USD	163,92 USD	475,80 USD
28	12.485,56 USD	315,78 USD	160,02 USD	475,80 USD
29	12.165,83 USD	319,73 USD	156,07 USD	475,80 USD
30	11.842,11 USD	323,73 USD	152,07 USD	475,80 USD

31	11.514,33 USD	327,77 USD	148,03 USD	475,80 USD
32	11.182,47 USD	331,87 USD	143,93 USD	475,80 USD
33	10.846,45 USD	336,02 USD	139,78 USD	475,80 USD
34	10.506,23 USD	340,22 USD	135,58 USD	475,80 USD
35	10.161,76 USD	344,47 USD	131,33 USD	475,80 USD
36	9.812,98 USD	348,78 USD	127,02 USD	475,80 USD
37	9.459,85 USD	353,14 USD	122,66 USD	475,80 USD
38	9.102,30 USD	357,55 USD	118,25 USD	475,80 USD
39	8.740,28 USD	362,02 USD	113,78 USD	475,80 USD
40	8.373,73 USD	366,55 USD	109,25 USD	475,80 USD
41	8.002,60 USD	371,13 USD	104,67 USD	475,80 USD
42	7.626,84 USD	375,77 USD	100,03 USD	475,80 USD
43	7.246,37 USD	380,46 USD	95,34 USD	475,80 USD
44	6.861,15 USD	385,22 USD	90,58 USD	475,80 USD
45	6.471,12 USD	390,03 USD	85,76 USD	475,80 USD
46	6.076,21 USD	394,91 USD	80,89 USD	475,80 USD
47	5.676,37 USD	399,85 USD	75,95 USD	475,80 USD
48	5.271,52 USD	404,84 USD	70,95 USD	475,80 USD
49	4.861,62 USD	409,90 USD	65,89 USD	475,80 USD
50	4.446,59 USD	415,03 USD	60,77 USD	475,80 USD
51	4.026,37 USD	420,22 USD	55,58 USD	475,80 USD
52	3.600,90 USD	425,47 USD	50,33 USD	475,80 USD
53	3.170,12 USD	430,79 USD	45,01 USD	475,80 USD
54	2.733,94 USD	436,17 USD	39,63 USD	475,80 USD
55	2.292,32 USD	441,62 USD	34,17 USD	475,80 USD
56	1.845,17 USD	447,14 USD	28,65 USD	475,80 USD
57	1.392,44 USD	452,73 USD	23,06 USD	475,80 USD
58	934,05 USD	458,39 USD	17,41 USD	475,80 USD
59	469,92 USD	464,12 USD	11,68 USD	475,80 USD
60	0,00 USD	469,92 USD	5,87 USD	475,80 USD
Total	683.833,29 USD	20.000,00 USD	8.547,92 USD	28.547,92 USD

Fuente: Banco Desarrollo, sede Ibarra

Elaborado por: El autor, año 2015

Como se puede considerar en la tabla de amortización, el préstamo solicitado se debe cancelar en 60 cuotas mensuales de 475,80 USD; en consecuencia el monto de los intereses que se pagará es de 8.547,92 USD que deberán ser entregados bajo condiciones previamente establecidos.

5.3. Distributivo de gastos.

En esta tabla se detalla todos los gastos en lo que se incurre para la implementación del proyecto.

Tabla N° 62:
Distributivo de gastos

Años	2016	2017	2018	2019	2020
Rubros					
Costos del servicio	13.844,01 USD	14.352,08 USD	14.878,81 USD	15.424,86 USD	15.990,95 USD
Gastos administrativos	36.471,77 USD	39.178,48 USD	42.103,90 USD	44.509,69 USD	48.543,62 USD
Sueldos y salarios	33.498,92 USD	36.205,63 USD	39.131,05 USD	42.292,84 USD	45.710,10 USD
Depreciaciones	2.722,85 USD	2.722,85 USD	2.722,85 USD	1.966,85 USD	2.583,52 USD
Gasto arriendo	250,00 USD	250,00 USD	250,00 USD	250,00 USD	250,00 USD
Gastos de venta	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD
Gasto publicidad	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD
Gastos financieros	2.805,73 USD	2.338,92 USD	1.797,08 USD	1.234,02 USD	372,17 USD
Intereses	2.805,73 USD	2.338,92 USD	1.797,08 USD	1.234,02 USD	372,17 USD
Total gastos	56.721,51 USD	59.469,49 USD	62.379,78 USD	64.768,56 USD	68.506,74 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

5.4. Proyección estado de situación financiera.

Este estado presenta la situación financiera y económica del proyecto, de manera estimada.

Tabla N° 63:
Estado de Situación Financiera

LAUNDRY LIMPIO Y LUMINOSO	
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	
AÑO CERO	
Activo	
Activo Corriente	
Efectivo y sus equivalentes	12.034,26 USD
Propiedad planta y equipo	
Maquinaria	18.200,00 USD
Depreciación acumulada maquinaria	
Muebles y enseres	1.338,50 USD
Depreciación acumulada muebles y enseres	
Equipos de oficina	65,00 USD
Depreciación acumulada equipos de oficina	
Equipo de computo	2.268,00 USD
Depreciación acumulada equipo de computo	
Diferido	4.010,00 USD
Total de activos	37.915,76 USD
Pasivos	
Préstamo bancario	20.000,00 USD
Total de pasivos	20.000,00 USD
Patrimonio	
Capital social	17.915,76 USD
Utilidad por ejercicios	
Total de pasivo más patrimonio	37.915,76 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

5.5. Estado de resultados proyectados.

Tabla N° 64:
Proyección de estado de resultados

LAUNDRY LIMPIO Y LUMINOSO					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ingresos proyectados					
Ventas	67.862,47 USD	71.604,05 USD	75.963,06 USD	80.461,88 USD	85.104,22 USD
Otros ingresos					
(=) Total ingresos	67.862,47 USD	71.604,05 USD	75.963,06 USD	80.461,88 USD	85.104,22 USD
Egresos proyectados					
(-) Costos de producción	13.844,01 USD	14.352,08 USD	14.878,81 USD	15.424,86 USD	15.990,95 USD
(=) Utilidad bruta	54.018,46 USD	57.251,96 USD	61.084,26 USD	65.037,02 USD	69.113,27 USD
(-) Gastos administrativos y operativos	33.498,92 USD	36.205,63 USD	39.131,05 USD	42.292,84 USD	45.710,10 USD
(-) Gastos de ventas	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD	3.600,00 USD
(-) Amortización	802,00 USD	802,00 USD	802,00 USD	802,00 USD	802,00 USD
(-) Depreciación	2.722,85 USD	2.722,85 USD	2.722,85 USD	1.966,85 USD	2.583,52 USD
(=) Utilidad Operacional	13.394,69 USD	13.921,48 USD	14.828,36 USD	16.375,33 USD	16.417,65 USD
(-) Gastos financieros	2.805,73 USD	2.338,92 USD	1.797,08 USD	1.234,02 USD	372,17 USD
(=) Utilidad antes de obligaciones	10.588,95 USD	11.582,55 USD	13.031,28 USD	15.141,31 USD	16.045,48 USD
(- 15%) Participación trabajadores	1.588,34 USD	1.737,38 USD	1.954,69 USD	2.271,20 USD	2.406,82 USD
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	9.000,61 USD	9.845,17 USD	11.076,59 USD	12.870,12 USD	13.638,66 USD
Impuesto a la renta	0,00 USD	0,00 USD	148,50 USD	148,50 USD	148,50 USD
(=) Utilidad neta proyectada	9.000,61 USD	9.845,17 USD	10.928,09 USD	12.721,62 USD	13.490,16 USD

Elaborado por: El autor año 2015

El estado financiero de resultados manifiesta el beneficio o pérdida real de la operación del proyecto al finalizar un periodo. El proceso consiste en la diferencia entre el total de ingresos y egresos proporcionados por el servicio de lavado de ropa; finalizando con el estipulado en la ley como son el 15% de beneficio a trabajadores.

Respecto al impuesto a la renta, se determinó para cada periodo del proyecto a través de la tabla del impuesto a la renta 2015 de personas naturales, ofreciendo una fuente verídica que proporciona el S.R.I.

Tabla N° 65:

Impuesto a la Renta 2015 – Personas Naturales

Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	Porcentaje del Impuesto a la Fracción Excedente
0,00 USD	10.800,00 USD	0,00 USD	
10.800,00 USD	13.770,00 USD	0,00 USD	5,00 %
13.770,00 USD	17.210,00 USD	149,00 USD	10,00 %
17.210,00 USD	20.670,00 USD	493,00 USD	12,00 %
20.670,00 USD	41.330,00 USD	908,00 USD	15,00 %
41.330,00 USD	61.980,00 USD	4.007,00 USD	20,00 %
61.980,00 USD	82.660,00 USD	8.137,00 USD	25,00 %
82.660,00 USD	110.190,00 USD	13.307,00 USD	30,00 %
110.190,00 USD	En adelante	21.566,00 USD	35,00 %

Fuente: Servicios de Rentas Internas – Resolución NAC-DGERCGC14-00001085

Elaborado por: El autor, año 2015

5.6. Flujo de caja proyectado.

Tabla N° 66:
Proyección del Flujo de caja

LAUNDRY LIMPIO Y LUMINOSO						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	(37.915,76 USD)					
Utilidad operacional		13.394,69 USD	13.921,48 USD	14.828,36 USD	16.375,33 USD	16.417,65 USD
(+) Depreciación		2.722,85 USD	2.722,85 USD	2.722,85 USD	1.966,85 USD	2.583,52 USD
(+) Amortización diferido		792,00 USD	792,00 USD	792,00 USD	792,00 USD	792,00 USD
(=) Total ingresos		16.919,54 USD	17.446,33 USD	18.353,21 USD	19.144,18 USD	19.803,17 USD
Egresos						
(-) Participación trabajadores		1.588,34 USD	1.737,38 USD	1.954,69 USD	2.271,20 USD	2.406,82 USD
(-) Impuestos a la renta		0,00 USD	0,00 USD	148,50 USD	148,50 USD	148,50 USD
(-) Pago de la deuda		2.805,73 USD	2.338,92 USD	1.797,08 USD	1.234,02 USD	372,17 USD
(-) Reinversión de activos					1.850,00 USD	
(=) Total egresos		4.394,07 USD	4.076,31 USD	3.900,27 USD	5.503,71 USD	2.927,49 USD
(=) Flujo neto	(37.915,76 USD)	12.525,46 USD	13.370,02 USD	14.452,94 USD	13.640,47 USD	16.875,68 USD

Elaborado por: El autor, año 2015.

El flujo de caja muestra las entradas y salidas de efectivo, derivado de los ingresos como de los egresos, los mismos que constituyen el motor de toda empresa para continuar su operación.

5.7. Evaluación financiera.

Para determinar la factibilidad del proyecto, se aplica evaluadores financieros que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

5.7.1. Costo de oportunidad.

En el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa pasiva referencial para el aporte propio y la tasa activa referencial para el aporte financiero, según información recopilada del Banco Central se encuentra la tasa pasiva al 5,14% y la tasa activa del 11,83% (ECUADOR, 2015).

Tabla N° 67:
Costo de oportunidad

Concepto	Monto	Aportación	Tasa de ponderación	Valor ponderado
Aporte propio	17.915,76 USD	47,29	5,14	243.07060
Aporte financiada	20.000,00 USD	52,71	11,83	623.55930
Total	39.049,47 USD	100,00	16,97	866.62990

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: El autor, año 2015

$$CK = \text{Valor ponderado}/100 = 866.62990/100 = 8,66\%$$

Esto nos menciona que el proyecto en condiciones ideales debe rendir el 8,66%.

5.7.2. Tasa de descuento o rendimiento medio.

$$TRM = (1 + CK)(1 + INFL) - 1$$

Donde:

CK = Porcentaje de costo de capital

INFL = Inflación

$$\text{TRM} = (1+0,0866) (1+0,0367)-1$$

$$\text{TRM} = 0,1265 * 100 = \mathbf{12,65\%}$$

Esta tasa de rendimiento medio refleja que el proyecto debe rendir en un 12,65% siendo un porcentaje razonable haciendo a un lado que sea sobrevalorado.

5.7.3. Cálculo del VAN.

$$\text{VAN} = -P + \frac{FN1}{(1+i)^1} + \frac{FN2}{(1+i)^2} + \frac{FN3}{(1+i)^3} + \frac{FN4}{(1+i)^4} + \frac{FN5}{(1+i)^5}$$

Donde:

P = Flujo de cada año cero.

FN = Flujo neto a partir del primer año.

i = Tasa de rendimiento medio.

Tabla N° 68:

Flujos netos actualizados

Años	Flujo neto	Tasa	Flujos netos actualizados
0			(37.915,76 USD)
2016	12.525,46 USD	1,127	11.118,49 USD
2017	13.370,02 USD	1,269	10.535,04 USD
2018	14.452,94 USD	1,430	10.109,10 USD
2019	13.640,47 USD	1,611	8.469,10 USD
2020	16.875,68 USD	1,814	9.300,82 USD
Total	70.864,57 USD	7,250	11.616,79 USD

Elaborado por: El autor, año 2015

$$\text{VAN} = 11.616,79 \text{ USD}$$

Siendo un VAN positivo significa que el proyecto rinde ganancias por lo tanto su implementación resulta rentable, es decir, si se coloca 37.915,76 USD en el proyecto se espera recaudar 11.616,79 USD.

5.7.4. Cálculo de la TIR.

Para este cálculo debemos obtener el VAN positivo y el VAN negativo, procedimiento que permite identificar la Tasa Interna de Retorno.

Tabla N° 69:
Flujo neto actualizado

Años	Flujo neto	Tasa	Flujos netos actualizados
0			(37.915,76 USD)
2016	12.525,46 USD	1,240	10.101,99 USD
2017	13.370,02 USD	1,537	8.696,79 USD
2018	14.452,94 USD	1,906	7.582,22 USD
2019	13.640,47 USD	2,363	5.771,42 USD
2020	16.875,68 USD	2,930	5.758,75 USD
Total	70.864,57 USD	9,977	(4,60 USD)

Elaborado por: El autor, año 2015

$$TIR = ti + (ts - ti) \left[\frac{VAN_i}{VAN_s + VAN_i} \right]$$

Donde:

ti = Tasa inferior

ts = Tasa superior

VAN_i = Es el valor del VAN positivo

VAN_s = Es el valor del VAN negativo

$$TIR = 0,1265 + (0,2399 - 0,1265) \left[\frac{11.616,79}{11.616,79 + (-4,60)} \right]$$

$$TIR = 0,2399 * 100 = \mathbf{23,99\%}$$

La TIR que maneja el proyecto es de 23,99% este porcentaje es mayor a la TRM por lo que el proyecto es aceptable y su implementación es viable.

5.7.5. Cálculo del índice beneficio/costo.

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \sum \frac{\text{Flujo neto actualizado} - \text{Inversión}}{\text{Inversión}}$$

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \sum \frac{11.616,79 - (-37.915,76)}{37.915,76} = \frac{49.532,55}{37.915,76}$$

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = 1,306$$

Este resultado es de 1,306 lo cual significa que por cada dólar invertido la empresa va a ganar 0,306.

5.7.6. Recuperación del dinero en el tiempo.

Tabla N° 70:

Recuperación del dinero en el tiempo

Año	Flujo neto	Flujos netos actualizado	Flujo acumulado	Inversión inicial	Período de recuperación
2016	12.525,46 USD	11.118,49 USD	11.118,49 USD	37.915,76 USD	4 años 8 meses 21 días
2017	13.370,02 USD	10.535,04 USD	21.653,53 USD		
2018	14.452,94 USD	10.109,10 USD	31.762,62 USD		
2019	13.640,47 USD	8.469,10 USD	40.231,72 USD		
2020	16.875,68 USD	9.300,82 USD	49.532,55 USD		
Total	70.864,57 USD	49.532,55 USD	154.298,91 USD		

Elaborado por: El autor, año 2015

El tiempo en el que se ha estimado recuperar la inversión es de 4 años 8 meses y 21 días; es un tiempo prudente para posicionar el servicio en la mente de nuestros clientes.

5.7.7. Punto de equilibrio.

Para el cálculo del punto de equilibrio en valores monetarios se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}}$$

Donde:

Ventas = 67.862,47 USD (Determinación de ingresos año 2016)

Tabla N° 71:
Determinación de costos fijos

Detalle	Valores
Gastos administrativos	12.498,95 USD
Gastos de venta	3.600,00 USD
Gastos financieros	2.805,73 USD
Gastos operativos	792,00 USD
Depreciación	2.722,85 USD
Total	22.429,53 USD

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor, año 2015

Tabla N° 72:
Determinación de costos variables

Detalle	Valores
Costos de producción	13.844,01 USD
Mano de obra	20.999,97 USD
Total	34.843,98 USD

Fuente: Estudio financiero

Elaborado por: El autor, año 2015

$$PE = \frac{22.429,53}{1 - \frac{34.843,98}{67.862,47}}$$

$$PE = \frac{22.429,53}{0.486550041} = 46.099,12 \text{ USD}$$

El punto de equilibrio en valores monetarios nos arrojó un resultado de 46.099,12 USD el mismo que representa un monto donde ni se pierde ni se gana en el año 2016.

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

Donde:

$$Cf = 22.429,53 \text{ USD}$$

$$Pv = \text{Precio año 2016} = 1,41 \text{ USD}$$

$$Cvu. = 34.843,98 \text{ USD}/48.129 \text{ Kg} = 0,72 \text{ USD}$$

$$PE = \frac{22.429,53}{1,41 - 0,72}$$

$$PE = \frac{22.429,53}{0,69} = 32.694 \text{ Kg}$$

El punto de equilibrio en unidades nos arrojó un resultado de 32.694 Kg el mismo que representa un monto donde ni se pierde ni se gana en el año 2016.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

6.1. La empresa.

La empresa “LAUNDRY LIMPIO Y LUMINOSO” adoptará la razón social de una persona natural, ya que la inversión propia para la implementación puede ser cubierta en un 47,29% y financiada en un 52,71% por parte de la institución financiera. Además se establecerán parámetros estratégicos, organizativos y legales del ente económico.

6.1.1. Nombre o razón social.

*Ilustración N° 27:
Logotipo de la empresa*



Elaborado por: El autor, año 2015

6.1.2. Misión.

Laundry limpio y luminoso es una empresa dedicada a la prestación de servicio de lavado y secado de ropa, el mismo que brinda una atención de calidad y un proceso de lavado muy adecuado a sus prendas, satisfaciendo todos los requerimientos de nuestros consumidores.

6.1.3. Visión.

Laundry limpio y luminoso en el año 2018 estará establecida en el mercado de servicio de lavado y secado de ropa en la zona Norte del país, ofreciendo excelencia, responsabilidad y calidad; disponiendo de un espacio físico apropiado y tecnología que el mercado y el cliente requieran.

6.1.4. Políticas.

a) Política de mercadeo.

Las ventas estarán en función a la promoción y publicidad que se vaya a plantear, permitiendo acercarse más con los consumidores.

b) Política de talento humano.

El proceso de incorporación del personal, se realizará de manera minuciosa, seleccionando a los candidatos que cumplan con todo las competencias requeridas, previamente se establecerán programas de inducción al servicio, ayudando a fortalecer la empresa, a través de ellos.

c) Política de servicio de lavado.

Amabilidad y cumplimiento con todo lo que demande el cliente, considerando como prioridad la calidad del lavado de ropa de vestir que se vaya a ofertar, reflejando la credibilidad de la empresa.

d) Política financiera.

Operará con capital propio y financiado, procurando optimizar recursos, controlando los costos y gastos, de manera eficiente, a través de la contabilidad.

e) Política ambiental.

Preservar el ambiente que nos rodea con procesos mejorados, minimizando la contaminación que emanan los insumos utilizados por la empresa, previamente adquiridos bajo controles de seguridad ambientales, regulado por organismos de inspección.

f) Política de distribución.

Esto nos ayudará a estar en contacto con los clientes, previamente bajo el registro de visitas a la empresa, permitiendo viabilizar la entrega de las prendas de vestir a los consumidores.

6.1.5. Principios.**a) Compromiso social.**

Se contribuirá a mejorar la calidad de las familias, especialmente de estudiantes universitarios, de igual manera a la generación de fuentes de empleo, siendo parte del desarrollo del país.

b) Calidad.

Laundry Limpio y Luminoso se caracterizará por la eficiencia del proceso de lavado de ropa de vestir, generando resultados que beneficien satisfactoriamente al cliente como a la empresa.

c) Ecologismo.

Laundry Limpio y Luminoso preservará el medio ambiente, acatando la normativa vigente impartida por el gobierno, para el cuidado en el cual habitamos, mejorando la calidad de vida.

d) Mejora continua.

La empresa se deberá adaptar a los constantes cambios de satisfacción o medio por el cual llegar al cliente, logrando cumplir con todas las expectativas del mercado, por ejemplo los avances tecnológicos en la maquinaria.

6.1.6. Valores.**a) Puntualidad.**

Entrega oportuna del servicio, es decir cumplir con los tiempos de lavado, previamente estipulados al cliente, evitando inconvenientes.

b) Respeto.

Laundry Limpio y Luminoso fomentará un ambiente sano con el personal, aliados y los usuarios, acatando sugerencias si el caso lo amerite.

c) Honestidad.

La empresa siempre será transparente en sus procesos y decisiones tomadas con el único fin de salvaguardar los beneficios institucionales como de mercado.

d) Responsabilidad.

El personal garantizará todo lo acordado previamente con el cliente, dando realce a la calidad del servicio.

e) Ética.

La unidad económica trabajará con disciplina y moral en todas las actividades relacionados con el servicio de lavado der ropa.

f) Calidad.

La empresa Laundry Limpio y Luminoso tendrá estándares de calidad altos, tanto en sus insumos como en el servicio que presta, todo éxito reside con un control, el mismo que se aplicará en todas las actividades.

6.2. Estructura organizacional.

Para el diseño de la estructura organizacional hay que tomar en cuenta ciertos parámetros como: definir qué puestos se deben crear en la empresa y qué perfil debe reunir cada aspirante para ocupar cada cargo, ya que el talento humano es el pilar de toda organización.

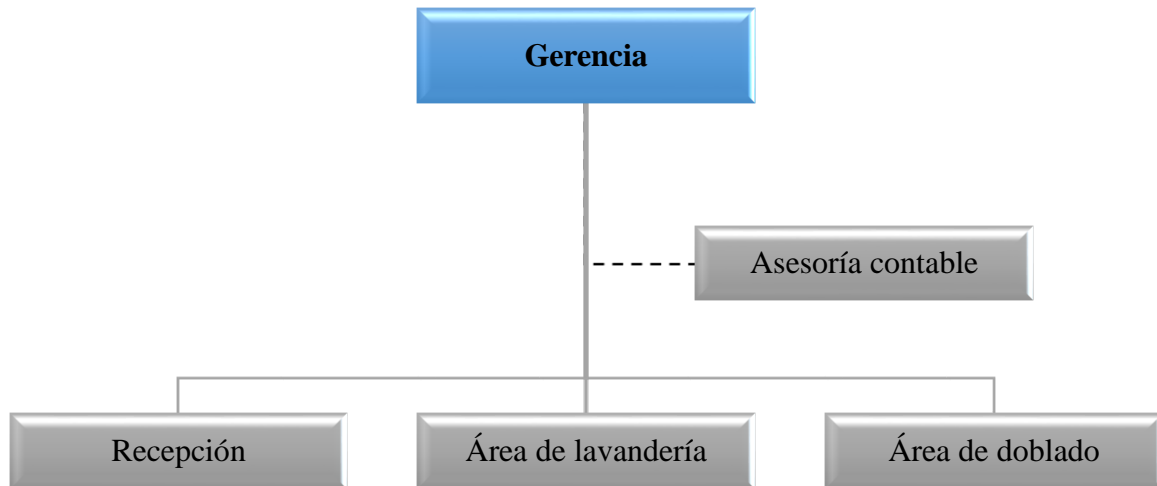
La estructura organizativa es considerada como el esquema de jerarquización, división y distribución de las diferentes áreas que componen a la empresa.

La estructura estará conformada por:

- Gerencia.
- Recepción.
- Área de lavandería.
- Área de doblado.

6.3. Orgánico funcional.

*Ilustración N° 28:
Organigrama estructural*



Fuente: Estudio técnico
Elaborado por: El autor, año 2015

6.4. Manual de funciones.

6.4.1. Gerente general.

Objetivo del puesto.

Dirigir las actividades de la empresa de servicio de lavado de ropa con apego y estrategias gerenciales, apoyándose en las diferentes jefaturas de la entidad.

Funciones generales.

- Realizar una estructura organizacional que dinamice la comunicación y coordinación de todas las actividades de la empresa de lavado de ropa.
- Establecer objetivos y funciones de cada área de la empresa de lavado de ropa.
- Controlar las funciones de cada una de las áreas de la empresa.

- Desarrollar políticas y estratégicas para alcanzar los objetivos planteados.
- Velar por el bienestar del recurso humano.

6.4.2. Asesor contable.

Objetivo del puesto.

Administrar las actividades contables, tributarias y financieras de la empresa de servicio de lavado de ropa para un adecuado control de los recursos y planeación, logrando proporcionar información contable y bancaria oportuna para la toma de decisiones.

Funciones generales.

- Realizar facturación de ventas del servicio de lavado de ropa.
- Realizar la jornalización o registro contable.
- Realizar los ajustes respectivos en el proceso del registro de las transacciones.
- Elaborar los estados financieros y económicos.
- Elaborar los roles de pago de los trabajadores de la entidad.
- Presentar informes sobre la situación financiera al gerente general.
- Preparar y realizar declaraciones tributarias al S.R.I.
- Mantener un control de inventarios y activos fijos de la empresa.
- Asesorar sobre cualquier asunto financiero que solicite el gerente.

6.4.3. Recepcionista.

Objetivo del puesto.

Ejecutar actividades pertinentes al área secretarial, aplicando técnicas oportunas, logrando eficiencia y eficacia en el desempeño acorde a los objetivos de la empresa.

Funciones generales.

- Recepción de llamadas telefónicas provenientes de clientes y proveedores.
- Llevar registro de las instalaciones.
- Realizar tareas normales de su área.
- Actualizar la agenda del gerente.
- Mantener actualizados los archivos de la empresa.
- Realizar la limpieza de las instalaciones.

6.4.4. Operador de lavadoras.**Objetivo del puesto.**

Ejecutar el proceso de servicio de lavado de ropa de acuerdo a los objetivos de la empresa “Laundry Limpio y Luminoso”.

Funciones generales.

- Realizar el proceso del servicio de lavado de ropa.
- Ejecutar las actividades de servicio de lavado de ropa.
- Monitoreo y control del proceso de prestación del servicio de lavado.
- Realizar actividades encaminadas a dar un servicio de lavado de calidad.
- Asignación y registro de tiempos de las actividades de prestación de servicio de lavado de ropa, con el propósito de informar los parámetros obtenidos.

6.4.5. Operador de secadores.

Objetivo del puesto.

Ejecutar el servicio de secado y doblado de las prendas, en función de los estándares de calidad que se establezcan.

Funciones generales.

- Realizar las actividades referentes al secado de las prendas.
- Supervisar y controlar el mantenimiento preventivo de las maquinarias e implementos de limpieza.
- Asignación y registro de tiempos de las actividades de prestación del servicio, con el propósito de informar estándares de tiempos y calidad.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Impactos.

Los impactos constituyen los posibles efectos que pueden causar el desarrollo y ejecución del Proyecto; por lo que se evalúa de manera cualitativa; los impactos son: económico, social, empresarial y ambiental, ya que son los de mayor relevancia en el entorno de la empresa de lavado, secado, doblado y entrega de ropa.

Para expresar los resultados de los impactos es fundamental valorar cada variable a través de indicadores, asignando un parámetro de valoración a cada uno. Para evaluarlos se utilizará la siguiente escala.

Tabla N° 73:
Escala de valoración cuantitativa

Impactos	Valoración
Positivo alto	3
Positivo medio	2
Positivo bajo	1
No hay impacto	0
Negativo bajo	-1
Negativo medio	-2
Negativo alto	-3

Elaborado por: El autor, año 2015

Los impactos que representan la implementación de la empresa de lavado de ropa en la ciudad de Ibarra se van a analizar en función de esta escala.

7.1.1. Impacto económico.

Se pretende analizar la situación financiera en el mercado, lo cual nos ayuda a conocer la rentabilidad del servicio y el crecimiento que éste va a obtener en el tiempo.

Tabla N° 74:
Matriz del impacto económico

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Oferta de empleo						X	
Estabilidad económica							X
Ingresos de la empresa							X
Mejoramiento de calidad de vida					X		
Total					1	2	6

Elaborado por: El autor, año 2015

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{1 + 2 + 6}{4} = 2,25$$

Este impacto es de nivel positivo medio, el mismo que demuestra que depende tanto del personal que labora en la empresa como de los usuarios que contribuyen al incremento de los ingresos, beneficiando a todos aquellos que intervienen en la prestación del servicio. Estos se ven reflejados en los indicadores financieros que son: VAN, TIR y Beneficio/Costo.

7.1.2. Impacto social.

Este impacto tiene por objeto analizar las ventajas en el momento que la empresa esté consolidada, satisfaciendo todos los requerimientos de nuestros clientes y ayudando al cambio de la matriz productiva del país.

Tabla N° 75:
Matriz del impacto social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo						X	
Estabilidad laboral							X
Desarrollo de entorno					X		
Total					1	2	3

Elaborado por: El autor, año 2015

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{1 + 2 + 3}{3} = 2$$

El nivel de impacto social es positivo medio, ya que la implementación de este Proyecto generará fuentes de empleo y brindará estabilidad laboral para todos los empleados; la

localización del Proyecto está en una zona comercial y su implementación contribuirá al desarrollo de la economía del sector, especialmente de la zona rural de Ibarra.

7.1.3. Impacto empresarial.

Este impacto nos ayudará analizar el mercado, es decir el comportamiento con la prestación del servicio; los clientes si va hacer desleal o leal, respetando todos los estatutos del país, logrando brindar un buen servicio de calidad.

Tabla N° 76:
Matriz del impacto empresarial

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Eficiencia							X
Eficacia							X
Planificación							X
Organización							X
Dirección							X
Mercado						X	
Promoción							X
Posicionamiento							X
Control							X
Total						2	3

Elaborado por: El autor, año 2015

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{2 + 24}{9} = 2,89$$

El impacto empresarial esperado es positivo alto, el mismo que es consiente del entorno en el cual se va a desarrollar, logrando implementar procesos socialmente responsables. De igual manera repercute positivamente en la organización como en la zona donde se va a desenvolver el proyecto, adoptando medidas de potencializar estos indicadores.

7.1.4. Impacto ambiental.

Este impacto nos ayuda a conocer cómo se va a preservar el medio ambiente que nos rodea, por lo cual se estimará el menor efecto negativo para la ejecución del servicio de lavado de ropa, logrando tener estándares de calidad ambientales.

Tabla N° 77:
Matriz del impacto ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Contaminación del medio ambiental						X	
Conservación de recursos naturales						X	
Utilización adecuada de los recursos					X		
Total					1	4	

Elaborado por: El autor, año 2015

$$\frac{\epsilon}{N} = \frac{1 + 4}{3} = 1,67$$

El impacto ambiental un nivel positivo bajo a medio en lo referente a la contaminación, ya que debido a la utilización de maquinaria con tecnología de punta se disminuye la contaminación y se realiza una utilización adecuada de los recursos en especial del agua.

CONCLUSIONES

1. Al haber observado las variables del diagnóstico situacional, se concluyó que todos los factores tales como: político, social, demográfico, entre otros, son indispensables para visualizar el entorno general en donde se va a desarrollar el Proyecto de lavandería de ropa en la ciudad de Ibarra, los mismos que demostraron los beneficios como son: la ubicación, las vías de primer orden, la población que reside en la ciudad, de igual manera, su cultura y la factibilidad para la adquisición de los insumos.
2. Las necesidades de las familias de la ciudad se analizaron conforme al segmento de mercado, las cuales manifestaron el poco tiempo que disponen para realizar las tareas de su hogar, en especial para el lavado de sus prendas de vestir. Además, requieren de un servicio que cumpla con sus requisitos y exigencias de una manera rápida y oportuna, beneficiando la disponibilidad a la colectividad en general.
3. Las empresas de lavado de ropa poco a poco se han ido incrementando, debido al comportamiento de la sociedad, ya que las antiguas prácticas tradicionales de lavado se han dejado a un lado por cuestiones de priorizar el tiempo en otras actividades. Además la competencia en la que se ve inmerso el Proyecto es bastante fuerte ya que hay diversas empresas que están en el mercado hace 7 años, por lo cual han ganado posicionarse en la mente de los consumidores.
4. El estudio de mercado establece la parte más importante de la investigación, por lo que se ejecutó un cuestionario para determinar todas las variables que pueden afectar a la implementación del Proyecto, dando como resultado una demanda por satisfacer creciente.
5. El estudio financiero manifestó que el Proyecto es factible económicamente de acuerdo al resultado de la evaluación financiera; el mismo que expresó la rentabilidad a partir del primer año que se vaya a ejecutar. Obteniendo así un valor actual neto (VAN) de 11.616,79

USD; tasa interna de retorno (TIR) de 23,99% y la relación beneficio – costo de 1,306, demostrando la rentabilidad de esta actividad.

6. El estudio organizacional permitió definir el tipo de empresa, la razón social, misión, visión, valores y principios. Además, se estipuló las funciones a desempeñar del talento humano con sus respectivos cargos.
7. Los impactos que se espera con la implementación del Proyecto en su mayoría son positivos medios ya que el Proyecto contará con buenas prácticas empresariales y ambientales, aplicando tecnología de punta amigable con el medio ambiental que consume el agua necesaria para cada lavado, sin que se generen desperdicios y mala utilización, con ello se espera aplicar una adecuada dirección de los recursos ya manipulados.

RECOMENDACIONES

1. A pesar de que el entorno en el que se desenvuelve la empresa es próspero, es necesario realizar una actualización precisa sobre los datos de información facilitados por los organismos, generando resultados más reales.
2. Para lograr un posicionamiento en el mercado es recomendable que el servicio que se oferta sea de calidad, eficiente y continuamente mejorando su tecnología. Además, se debe capacitar al recurso humano existente en la empresa, para que el servicio al cliente sea satisfactorio.
3. El lanzamiento del servicio de lavado de ropa se lo debe hacer mediante una campaña publicitaria que prevalezca el servicio al cliente y los precios competitivos para ingresar al mercado, logrando posicionarse en la mente de cada usuario del nuevo servicio de lavado de ropa.
4. La demanda insatisfecha debe ser valorada y tomada en cuenta para respaldar estrategias de calidad del servicio, mejorándolo continuamente para la captación de nuevos consumidores, consiguiendo así satisfacer dicho grupo.
5. La investigación del Proyecto propone la aplicación, ya que los evaluadores financieros, la encuesta al mercado y todos los aspectos, demostraron su factibilidad, es decir, la acogida en el plaza y la rentabilidad que proporcionará.
6. La estructura organizativa debe seguir la propuesta en la investigación, ya que se ajusta al perfil requerido para la empresa.
7. Para potenciar los impactos positivos, se deberá obtener maquinaria especializada en preservar el medio ambiente, cubriendo con las necesidades de la empresa, sociedad, gobierno y especialmente de los consumidores.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaide, J. C. (10 de Enero de 2014). *Definiciones*. Obtenido de Definiciones: <http://www.definicionabc.com/general/insumo.php>
- Alteco. (2015). *Que es un Diagrama de Flujo - Gestión de Procesos*. Obtenido de Que es un Diagrama de Flujo - Gestión de Procesos: <http://www.aiteco.com/que-es-un-diagrama-de-flujo/>
- Babel., N. (2012). *Calidad Total de Servicio al Cliente*. Obtenido de Principios en los que descansa la calidad del servicio: <http://www.webscolar.com/calidad-total-del-servicio-al-cliente>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos* (Séptima ed.). México D.F., México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). México D.F., México: McGraw Hill.
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Abril de 2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de ESTADÍSTICAS MACROECONÓMICAS PRESENTACIÓN COYUNTURAL: <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro042014.pdf>
- Bravo Santillán, M., Lambretón Torres, V., & Márquez González, H. (2011). *Introducción a la Finanzas*. (G. D. Chávez, Ed.) México D.F., México: PEARSON.
- Bravo Valdivieso, M. (2011). *Contabilidad Gneral*. Quito, Ecuador: ESCOBAR.

- Briceño, L., & Paúl. (2014). *Evaluación de Proyectos de inversión Herramientas financieras para analizar la creación de valor*. Bogotá, Colombia: EDITORIAL UPC.
- Cabrera., R. (2011). *Administración y producción de operaciones*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Calleja Bernal, F. J. (2011). *CONTABILIDAD I*. (G. D. Chávez, Ed.) México DF, México: PEARSON EDUCACIÓN.
- COMUNIDAD ANDINA. (2015). *C.A.N.* Obtenido de Normativa Andina: <http://www.comunidadandina.org/Normativa.aspx>
- CONGRESO NACIONAL. (2015). *LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, CODIFICACIÓN*. Obtenido de LEY DE GESTIÓN AMBIENTAL, CODIFICACIÓN: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- CONGRESO NACIONAL. (01 de Junio de 2015). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de CODIFICACIÓN DE LA LEY DE COMPAÑÍAS: http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Económica, A. M. (01 de Junio de 2012). *Agenda Metropolitana de Promoción Económica*. Obtenido de Emprendimiento. Idea y Creación: http://www.conquito.org.ec/prueba/index.php?option=com_content&view=article&id=117%3Astep-by-step&catid=40&Itemid=196.
- Ecuador, B. C. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Indicadores económicos: <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>

- ECUADOR, B. C. (Diciembre de 2015). *Tasas de interés*. Obtenido de Tasas de interés diciembre 2015: <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Epstein, M. (2010). *Administracion y medición de los impactos social, ambientales y economicos*. DF Mexico, Mexico: Lexus.
- Estacio, J., Arrazola, I., Carrera, F., & Ayala, C. (2013). *"PROYECTO ANALISIS DE VULNERABILIDADES A NIVEL MUNICIPAL" PERFIL TERRITORIAL CANTON SAN MIGUEL DE IBARRA*. (UTN, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos , & Comisión Europea, Productores) Obtenido de Reositorio: <http://repositorio.cedia.org.ec/bitstream/123456789/848/1/Perfil%20territorial%20IBARRA.pdf>
- Fillion, L. J., Cisneros Martínez, L. F., & Mejía Morelos, J. H. (2011). *Administración de PYMES*. (G. D. Chávez, Ed.) México D.F., México: PEARSON.
- Fundación Wikimedia, Inc. (2014). *WIKIPEDIA La enciclopedia libre*. Obtenido de Ibarra (Ecuador): https://es.wikipedia.org/wiki/Ibarra_%28Ecuador%29
- Guajardo Cantú, G., & Andrade de Guajardo, N. E. (2008). *CONTABILIDAD FINANCIERA*. (M. R. Martínez, Ed.) México DF, México: Printed Reproducciones Fotomecánicas S.A. de C.V.
- Guajardo Cantú, G., & Andrade de Guajardo, N. E. (2014). *Contabilidad Financiera* (Sexta ed.). México D.F., México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V.

- Hamlet, J. (23 de Enero de 2013). *Crece Negocios*. Obtenido de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/la-tecnica-de-observacion/>

- Hegel, Q., E. E. (Ed.). (2010). *HOTELERÍA Y TURISMO Manual de administración hotelera*. España: Hugo Quiroga Capovilla.

- Hernández, S., & Rodríguez, G. (2012). *Administración, teórica, proceso, áreas funcionales y estrategias para la competitividad*. México D.F., México: Lexus.

- Ibarra, G. A. (Mayo de 2015). *Plan de Desarrollo para los Pueblos y Nacionalidades del cantón Ibarra*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Ibarra: <http://www.ibarraecuador.gob.ec/docs/proyectos/plan-de-pueblos-indigenas.pdf>

- Ibarra, M. A. (2015). *Plan de Desarrollo y Ornamento Territorial del cantón Ibarra*. Obtenido de Plan de Desarrollo y Ornamento Territorial del cantón Ibarra: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PDOT/ZONA1/NIVEL_DEL_PDOT_CANTONAL/IMBABURA/IBARRA/INFORMACION_GAD/01%20CANTON%20IBARRA_PDOT/1%20Plan%20de%20Desarrollo%20y%20Ordenamiento%20Territorial%20del%20Cant%C3%B3n%20Ibarra/PORTE%201%20-%20PLAN%20IBARRA%202031.pdf

- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. (Febrero de 2010). *INEC*. Obtenido de Estadística de la semana: <http://www.inec.gob.ec/cpv/>

- LA HORA. (28 de Junio de 2015). *Intercultural*. Obtenido de Lavar ropa en el río, tradición que persiste:
<http://lahora.com.ec/index.php/noticias/fotoReportaje/1101835041#.Vo7cNPGnA9I>

- Nassir Sapag, C. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. (M. F. Castillo, Ed.) México D.F., México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.
- Owen, B. (12 de Junio de 2012). *Monografías*. Obtenido de Monografías: <http://www.monografias.com/trabajos11/metods/metods.shtml#SINETET>
- Pabel, N. R. (2013). *Contabilidad Administrativa*. DF Mexico, Mexico: Cosegraf.
- Parkin, M. (2014). *Economía*. (L. Ó. Madrigal Muñoz, & C. G. Romero Solís, Trads.) Naucalpan de Juárez, México: Pearson Education, Inc.
- Rimachi Guno, F. (2014). *Scribd*. Obtenido de Tesis Lavandería: <http://es.scribd.com/doc/209005045/Tesis-lavanderia#scribd>
- Santos, J. (14 de Octubre de 2012). *Biblioteca Url*. Obtenido de Biblioteca Url: http://biblio3.url.edu.gt/Libros/la_entrevista/4.pdf
- SENPLADES. (01 de Julio de 2013). *SENPLADES*. Obtenido de Plan Nacional para el Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- SRI. (01 de Julio de 2015). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de SRI Le hace bien al país: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Torres Camilo, E. (30 de Julio de 2010). *Monografías*. Obtenido de Monografías: <http://www.monografias.com/trabajos75/metodos-ciencias/metodos-ciencia2.shtml>
- Valdez, M. B. (2013). *Contabilidad Gneral*. Quito, Pichincha, Ecuador: Escobar Impresores.

- Vilcaguano Quimbita, M. C. (2010). *Repositorio Digital ESPE*. Obtenido de Estudio para la creación de una empresa de lavado y secado de ropa en el Valle de los Chillos, cantón Rumiñahui.: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1355/1/T-ESPE-026770.pdf>
- Vilcaguano, M. C. (2010). *Estudio para la creación de una empresa de lavado y secado de ropa en el valle los chillos cantón Rumihahui*. . Ibarra, Ecuador: Imprenta S.A.
- Zapata Sánchez, P. (2011). *Contabilidad General*. Bogotá, Colombia: Lily Solano Arévalo.

ANEXOS

ANEXO 1
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

Objetivo: Realizar un estudio de mercado para la implementación de una empresa de servicio de lavandería de ropa en la ciudad de Ibarra, donde se ofrezca un lavado de calidad, entrega rápida y servicio personalizado en la atención al cliente.

Instrucciones: Lea detenidamente y ponga X o escriba en su respuesta.

DATOS PRELIMINARES

1. ¿Qué género es? _____

2. Señale entre las opciones. ¿Dónde se encuentra su edad?

<input type="checkbox"/>	17 a 25 años
<input type="checkbox"/>	26 a 35 años
<input type="checkbox"/>	36 en adelante

3. Señale. ¿Cuál es su ocupación?

<input type="checkbox"/>	Estudiante
<input type="checkbox"/>	Ama de casa
<input type="checkbox"/>	Trabajador de tiempo completo
<input type="checkbox"/>	Otros _____

4. Señale. ¿En qué barrio reside?

<input type="checkbox"/>	Barrio El Olivo alto
<input type="checkbox"/>	Barrio El Olivo bajo
<input type="checkbox"/>	Barrio La Victoria
<input type="checkbox"/>	Otros _____

5. **Sí se creara una empresa dedicada al autoservicio de lavado en agua y secado de ropa.**

¿Estaría dispuesto a utilizar este servicio?

- Sí
 No

6. **¿En qué días dispone de tiempo para realizar el lavado de ropa?**

- Entre lunes a viernes
 Sábado
 Domingo

7. **¿Con qué frecuencia lava sus prendas de vestir?**

- Cada 2 días
 Cada semana
 Cada 15 días
 Otros _____

8. **¿Para qué tipo de ropa utilizaría este servicio?**

- Todo tipo de ropa
 Ropa grande
 Ropa sport e informal
 Ropa formal
 Otros _____

9. **¿Cómo realiza la limpieza de su ropa?**

- Lavado a mano por parte del propietario
 Lavado pagado a una lavandera
 Lavadora en el hogar
 Envían a una empresa de lavado
 Otros _____

10. **Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue “Envía a una empresa de lavado”;**

¿Cuántos kilos aproximadamente lava al mes?

- De 5 a 10 kilos
 De 11 a 15 kilos
 De 16 a 20 kilos
 De 21 a 25 kilos

**11. Si su respuesta a la anterior pregunta 9 fue “Envía a una empresa de lavado”;
¿Califique la atención recibida por empresas del servicio de lavado de ropa?**

<input type="checkbox"/>	Excelente
<input type="checkbox"/>	Medio
<input type="checkbox"/>	Malo

12. ¿Cuál medio de comunicación le gustaría conocer el servicio de lavado de ropa?

<input type="checkbox"/>	Radio
<input type="checkbox"/>	Prensa
<input type="checkbox"/>	Redes sociales
<input type="checkbox"/>	Otros _____

13. ¿Cuánto estaría dispuesto/a a cancelar por cada proceso de lavado y secado?

<input type="checkbox"/>	De \$5,00 a \$6,00
<input type="checkbox"/>	De \$6,01 a \$7,00
<input type="checkbox"/>	De \$7,01 a \$8,00

ANEXO 2**Ilustración N° 29:****Lavadora industrial Dexter T-400****Lavadora Industrial Dexter T-400**

Fuente: Empresa Dexter S.A.

Elaborado por: El autor, año 2015

Tabla N° 78:**Características de la lavadora industrial Dexter T-30**

Capacidad	Estándar	Métrico
Capacidad en peso ropa seca	30 lb	(13,6 Kg)
Volumen de canastillas	4 cu ft	(113.3 L)
Velocidad		
Velocidad de alto extractado	100 g	(532 RPM)
Velocidad de extractado intermedio	60 g	(412 RPM)
Velocidad de lavado	0.9 g	(50 RPM)
Tamaño de motor	2 hp	(1.5 kW)
Dimensiones		
Altura de gabinete	48 3/16"	(122.4 cm)
Anchura de gabinete	29 7/8"	(75.9 cm)
Profundidad de gabinete	27 3/8"	(69.5 cm)
Abertura de puerta	15 1/4"	(38.7 cm)
Distancia suelo - parte inferior puerta	16 1/4"	(41.3 cm)
Diámetro de canastilla	25"	(63.5 cm)
Profundidad de canastilla	14 1/8"	(35.9 cm)
Peso		
Peso neto	433 lbs	(196.4 kg)
Información para envío		
Peso de embarque	456 lbs	(206.8 kg)
Altura de embarque	53 1/4"	(135.3 cm)
Anchura de embarque	31 1/2"	(80 cm)
Profundidad de embarque	33 1/2"	(85.1 cm)
Requerimientos de agua		
Medida de entrada de agua	3/4"	(19 mm)
Flujo (por min)	9 gal	(34.1 L)

Presión (min/max)	30-120 psi	(207-827 kPa)
Diámetro de desagüe (O.D.)	3"	(7.6 cm)
Altura del desagüe al piso	4 11/16"	(11.9 cm)
Requerimientos eléctricos		
Modelo voltaje /Hz / Fases / Cableado	Circuit Breaker / Running Amps / Tamaño cable	
-12 208-240/60/1/2 línea + tierra	15amp / 6.2 amp / #12	
-12 208-240/60/3/3línea + tierra	15amp / 6.2 amp / #12	
-39 230/50/1/2 línea + tierra	15amp / 6.2 amp /3.5 mm2	
Recomendaciones de instalación		
Distancia mínima entre máquinas	½"	(1.3 cm)
Espacio mínimo entre área de máquina y pared	24"	(61 cm)
Espesor mínimo de concreto	6"	(15.2 cm)
Aprobaciones de Agencia		
ETL		

Fuente: Empresa Dexter S.A.

Elaborado por: El autor, año 2015

Ilustración N° 30:

Secadora industrial Dexter T-30



Secadora Industrial Dexter T-30

Fuente: Empresa Dexter S.A.

Elaborado por: El autor, año 2015

Tabla N° 79:

Características de la secadora industrial Dexter T-30

Capacidad	Estándar	Métrico
Capacidad en peso ropa seca	30 lb	(13,6 Kg)
Volumen del cilindro	11.3 cu ft	(320 L)
Velocidad		
Velocidad de la canastilla	47 RPM	
Tamaño de motor	0,5 hp	(0.38 kW)
Flujo de aire		
Modelo 60Hz	830 cfm	(23.5 M3/min)
Modelo 50Hz	690 cfm	(19.5 M3/min)

Dimensiones		
Altura de gabinete	72 ¼"	(183.5 cm)
Anchura de gabinete	31 ½"	(80 cm)
Profundidad total	43 ¾"	(111.1 cm)
Abertura de puerta	22 5/8"	(57.5 cm)
Distancia del piso a parte inferior de puerta	28 ¾"	(73 cm)
Diámetro de canastilla	30"	(76.2 cm)
Profundidad de canastilla	27 ½"	(69.9 cm)
Área de filtro pelusa	515 sq in	(3323 sq cm)
Peso		
Peso neto	463 lbs	(210 kg)
Información para envío		
Peso de embarque	507 lbs	(230 kg)
Altura de embarque	77 ¼"	(196.2 cm)
Anchura de embarque	32 ¾"	(83.2 cm)
Profundidad de embarque	45 ½"	(115.6 cm)
Requerimientos de gas (Sólo para modelos a gas)		
Conexión para alimentación de gas	½"	(12.7 mm)
Suministro gas natural (Columna de agua)	5-10"	(12.7 – 25.4 cm)
Suministro gas LP (Columna de agua)	11 ½" - 13 ½"	(29.2 – 34.3 cm)
Consumo de gas (Sólo para modelos a gas)		
Modelo 60Hz	9,000 BTU/hr	(26.4 kW)
Modelo 50Hz	74,00 BTU/hr	(21.7 kW)
Requerimientos eléctricos		
Modelos a gas		
Modelo voltaje / Hz / Fases / Cableado	Circuit Breaker/Running Amps/Tamaño cable	
-1012/60/1/2 línea + tierra	15amp / 9.6 amp / #12	
-39230/50/1/2 línea + tierra	10 amp / 5.1 amp / #14	
Modelos Eléctricos		
Modelo voltaje / Hz / Fases / Cableado	Circuit Breaker/Running Amps/Tamaño cable	
-16FC 24/208/60/3/4 línea + tierra	90 amp / 85 amp / #12	
-18FD 24/240/60/3/4 línea + tierra	80 amp / 74 amp / #3	
-60FA 20/208/60/1/3 línea + tierra	125 amp / 120 amp / (1/0)	
-61FB 20/240/60/1/3 línea + tierra	110 amp / 105 amp / (1/0)	
-64FN 24/240/50/3/4 línea + tierra	50 amp / 45 amp / 3.5 mm2	
Recomendación de instalación		
Distancia mínima entre máquinas	0"	
Espacio mínimo entre área posterior de máquina y pared	18"	
Make-Up Air requerido	1 sq ft	
Medida de salida de aire	8"	
Aprobaciones de Agencia		
ETL / AGA		

Fuente: Empresa Dexter S.A.

Elaborado por: El autor, año 2015