



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PLAN DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE LAVANDERÍA AUTOMATIZADO, EN SECO Y PLANCHADO, CON ENTREGA A DOMICILIO EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: RECALDE CÓRDOVA SILVIA JANETH

DIRECTOR: INGENIERO VALLEJOS MARCELO

IBARRA, DICIEMBRE 2015

RESUMEN EJECUTIVO

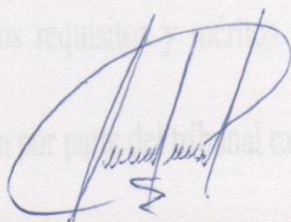
En la actualidad el cantón San Miguel de Urququí, es uno de los puntos estratégicos que contribuyen al desarrollo productivo y económico del país, gracias a la implementación del mega proyecto denominado Yachay, ciudad del conocimiento, ahora dicho proyecto se lo puede palpar y a la vez sentir puesto que desde entonces, este cantón es idóneo para la creación de varias actividades comerciales. Visto las grandes oportunidades de mercado que hoy por hoy se están generando, se determinó la necesidad de la instauración de una lavandería automatizada, por lo tanto el presente informe detalla un proyecto de inversión, en el que se determinará la factibilidad de la creación de una lavandería automatizada, en donde se realizará el servicios de lavado en agua, en seco y planchado de prendas de vestir en el cantón Urququí, además se incluye el servicio de entrega a domicilio de las prendas para quienes así lo requieran. Desde otro punto de vista la presente investigación da respuesta a una necesidad que engloba a toda la familia, en cuanto al lavado de ropa; esta actividad resulta tediosa ya que se implementa tiempo y esfuerzo para realizarla, y que debido a los cambios en los hábitos de vida y a la mayor participación de la mujer en la vida laboral, resulta cada vez más complejo ocuparse de esta actividad. Se analizó también condiciones y aspectos que harán posibles la ejecución de este proyecto, tal es, que para el inicio de este emprendimiento la inversión inicial será de \$47.794,43, con la cual se contratará personal calificado y se adquirirá todos los equipos y materiales necesarios. Así mismo se analizaron varios métodos de evaluación financiera, los cuales determinaron la viabilidad económica de dicho proyecto, es así que uno de estos indicadores señala que el periodo de recuperación de capital es corto, el cual hace atractivo esta inversión. Por otro lado la investigación que se realizó ayudará a diseñar estrategias para hacer que la nueva microempresa sea eficiente y eficaz en todas sus actividades.

SUMMARY

At present time, the town of “San Miguel de Urcoquí”, is one of the strategic places that certainly contributes to productive and economic development of the country, thanks to the implementation of the mega project called Yachay, city of knowledge, this project will definitely be something big in the area since this place is suitable for creating various commercial activities. Having large market opportunities that today are being generated, the need for the establishment of an automatic laundry was determined, therefore this report is detailing with an investment project, in which the feasibility of creating an Automatic Laundry, where services of water washing, dry cleaning and ironing will be given in Urcoquí- Also, delivery of garments service for those who require it will be included. On the other hand, this research responds to a need that encompasses the whole family, considering that laundry activities can be tedious; this activity is tedious because of the time and effort to do implemented and due to changes in lifestyle and increased participation of women in working life is becoming more complex to deal with this activity. Conditions and aspects that make possible the implementation of this project, for the start of this project's initial investment will be \$ 47.794,43, recruiting qualified staff and all necessary equipment and materials will be purchased as well. Also several financial evaluation methods were analyzed, which determined the economic viability of the project, so that one of these indicators states that the investment recovery period is short, which makes it attractive and profitable. Furthermore, the results of the research conducted will help design strategies to foster new micro-enterprises making them a lot more efficient and effective when carrying out its activities.

AUTORÍA

Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de su autora, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



Nombre: SILVIA JANETH RECALDE CÓRDOVA

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

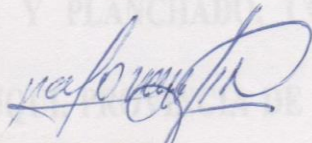
C.C: 100367561-6

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada **SILVIA JANETH RECALDE CÓRDOVA**, para optar por el Título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE LAVANDERÍA AUTOMATIZADO, EN SECO Y PLANCHADO, CON ENTREGA A DOMICILIO EN EL CANTÓN URCUQUI, 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.....días del mes de diciembre del 2015.

Firma



Ing. Marcelo Vallejos.

C.C.1001813821



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **SILVIA JANETH RECALDE CÓRDOVA**, con cédula de ciudadanía Nro. 100367561-6 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 UN SERVICIO DE LAVANDERÍA AUTOMATIZADO, EN SECO Y PLANCHADO, CON ENTREGA A DOMICILIO EN EL CANTÓN URQUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERÍA COMERCIAL 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.

Firma:
 Nombre: SILVIA JANETH RECALDE CÓRDOVA
 Cédula: 100367561-6
 Ibarra, a los 02 días del mes de diciembre de 2015.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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:	100367561-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	RECALDE CÓRDOVA SILVIA JANETH		
DIRECCIÓN:	AV. CARCHI Y PANAMERICANA.		
EMAIL:	silv.janeth@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062939-505	TELÉFONO MÓVIL:	0979984934

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE LAVANDERÍA AUTOMATIZADO, EN SECO Y PLANCHADO, CON ENTREGA A DOMICILIO EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	RECALDE CÓRDOVA SILVIA JANETH
FECHA: AAAAMMDD	2015-12-02
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA COMERCIAL
ASESOR /DIRECTOR:	ING. MARCELO VALLEJOS

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **SILVIA JANETH RECALDE CÓRDOVA**, con cédula de ciudadanía Nro.100367561-6, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) 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

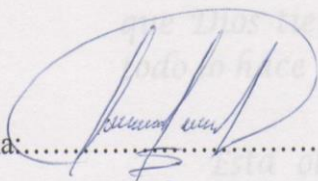
El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre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

Ibarra, a los 02 días del mes de diciembre de 2015

LA AUTORA:

La constancia y la dedicación hacen eficaz el trabajo realizado, dando como resultado la satisfacción propia con el deber cumplido.

Esto se hace presente gracias a la bondad inmerecida que Dios tiene conmigo y que en su infinita misericordia todo lo hace posible.

Firma: 

Nombre: Silvia Janeth Recalde Córdova

C.C.: 100367561-6

Esta obra la dedico a mis padres que no solo con fuerza sino con todo el amor del mundo supieron inculcarme valores e incentivar me a ser una mujer con un proceder honesto.

A mis queridos hermanos Andrés y Álvaro, que siempre me estuvieron dando fuerzas y apoyo para seguir adelante y cumplir así con otra etapa de mi vida.

DEDICATORIA

La constancia y la dedicación hacen eficaz el trabajo realizado, dando como resultado la satisfacción propia con el deber cumplido.

Esto se hace presente gracias a la bondad inmerecida que Dios tiene conmigo y que en su infinita misericordia todo lo hace posible.

Esta obra la dedico a mis padres que no solo con esfuerzo sino con todo el amor del mundo supieron inculcarme valores e incentivar me a ser una mujer con un proceder honesto.

A mis queridos hermanos Andrés y Álvaro, que siempre me estuvieron dando fuerzas y apoyo para seguir adelante y cumplir así, con otra etapa de mi vida.

Y finalmente a mi amado esposo Rolando quien con su amor, paciencia y sacrificio supo darme fuerza y confianza para alcanzar este gran logro.

Silvia Janeth.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad de vivir y cumplir con cada uno de mis sueños y propósitos.

La gratitud a la universidad técnica del norte que me abrió sus puertas, forjadora principal de mi labor profesional.

A mis padres Luz y Fredy, a mis hermanos y a mi esposo por su amor fraterno y apoyo incondicional durante toda mi etapa estudiantil.

Mi agradecimiento sincero al Ing. Marcelo Vallejos por compartir sus sabios conocimientos y que con su profesionalismo supo guiarme en el desarrollo de esta obra.

Silvia Janeth.

PRESENTACIÓN

La provincia de Imbabura cuya capital es Ibarra está ubicada al norte del país con una altura de 2.225 msnm, tiene un clima templado seco y cuenta con seis cantones; Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuquí. Es conocida por su constante crecimiento en la actividad económica ya que se han venido formando pequeñas y medianas empresas, este avance fomenta grandes logros ya que genera nuevas fuentes de empleo y dinamiza la economía de la provincia y del país.

San Miguel de Urcuquí logra la cantonización, el 21 de junio de 1941, según Acuerdo Ejecutivo No. 372, publicado en el registro oficial No. 244. Está compuesto por seis parroquias; Urcuquí, San Blas, Tumbabiro, Pablo Arenas, Cahuasqui y La Merced de Buenos Aires. En la actualidad Urcuquí ha crecido y se ha desarrollado notablemente, capaz que es conocido a nivel nacional e internacional por la creación de la nueva universidad denominada ciudad del conocimiento Yachay, con lo que existe la demanda de hoteles y hospedaje para los futuros estudiantes de esta universidad que ha sido inaugurada el 31 de marzo de 2014. Estas y otras necesidades se están presentando, por lo que se hace urgente y necesario la conformación de una microempresa que ofrezca el servicio de lavado automatizado, en seco y planchado de prendas de vestir, con el fin de complementar el sector económico del cantón y cubrir la demanda insatisfecha.

El lavado de ropa viene de mucho tiempo atrás, desde que el hombre se ve en la necesidad de mantenerse limpio, con el fin de preservar su salud e higiene.

Muchas familias ecuatorianas cuentan con una lavadora, facilitando la vida de muchas amas de casa, las cuales han abandonado el lavado a mano que es muy tedioso y lleva mucho tiempo hacerlo. Pero no todos cuentan con este artefacto ya que no disponen de medios económicos y/o espacio físico para la adquisición de una máquina de este tipo. Incluso quienes las poseen

no tienen tiempo para lavar sus prendas, sábanas, cobijas, entre otros., por lo cual es preciso la creación de una microempresa que ofrezca este servicio y así brindar beneficios a los clientes al satisfacer sus necesidades.

Además hoy por hoy el servicio de lavandería es una actividad muy demandada, por lo que se pretende brindar el servicio a personas, empresas y negocios como hostales, restaurantes, complejos turísticos y más del cantón Urcuquí, los cuales conforme va pasando el tiempo se hacen más numerosos debido al crecimiento de la actividad turística.

Para poder brindar un servicio adecuado se analizaron variables detalladas a lo largo de esta investigación, las cuales determinan la oportuna apertura de esta lavandería, puesto que en el cantón no existe otra igual.

JUSTIFICACIÓN

Por cuanto en el Cantón Urcuquí no existe una empresa dedicada al lavado automatizado, en seco y planchado de prendas de vestir, la mayoría de la población lo ha venido haciendo de manera manual; en cambio en la actualidad por el crecimiento acelerado de la población que ha llegado por la ciudad del conocimiento ya existe esta demanda. Además de la apertura numerosa de hostales y restaurantes pequeños que día a día se van desarrollando económica y socialmente, representarían ser clientes potenciales.

La creación de esta microempresa parte del deseo de satisfacer una necesidad vista principalmente en los estudiantes y docentes de Yachay, así como los extranjeros que llegan al cantón. Más aun considerando que conforme va pasando el tiempo el número de docentes, estudiantes y extranjeros se duplica, lo que hace atractivo el proyecto.

Debido a que la actividad turística ha crecido en los últimos tiempos tanto por la ciudad del conocimiento y la existencia de balnearios, Chachimbiro, Timbuyacu entre otros; así como de la gastronomía especial que existe en el sector, los turistas requieren de alojamiento y lavado de sus prendas de vestir.

Además, este proyecto favorece directamente al desarrollo del Cantón Urcuquí, ya que la adaptación de una nueva empresa significa el engrandecimiento del sector productivo del lugar donde se encuentre la empresa, a través de la creación de fuentes de empleo.

OBJETIVOS.

Objetivo general.

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado, con entrega a domicilio en el cantón Urcuquí, provincia de Imbabura.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional para conocer la realidad del sector servicios del Cantón Urcuquí, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del presente proyecto.
- Elaborar la fundamentación teórica que soporte el proyecto, por medio de la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda potencial a satisfacer en el Cantón Urcuquí.
- Estructurar el estudio técnico del proyecto.
- Analizar la rentabilidad del proyecto a través del estudio económico-financiero, el cual a su vez permitirá establecer los principales rubros y desarrollo del diseño de la estructura de la empresa.
- Diseñar la propuesta organizacional de la empresa.
- Identificar los principales impactos que provocará la elaboración de este proyecto.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	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
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	x
AGRADECIMIENTO	xi
PRESENTACIÓN.....	xii
JUSTIFICACIÓN	xiv
OBJETIVOS.	xv
Objetivo general.....	xv
Objetivos específicos	xv
ÍNDICE GENERAL	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE TABLAS	xxiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Objetivos del diagnóstico.....	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos	29
Matriz diagnóstica.....	30
Mecánica operativa	31
Identificación de la población.....	31

Identificación de la muestra.	31
Técnicas e instrumentos.	31
Información secundaria.	32
Información situacional acerca del proyecto u objeto de estudio.	32
Nivel de ingresos de las familias del cantón.	32
Sistema económico productivo.	33
Servicios básicos.	35
Ubicación geográfica.	36
Socio-demográficos	37
Identificación de los principales servicios privados que se prestan en el cantón.	38
Determinación de Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades.	39
Aliados	39
Oponentes	40
Riesgos	40
Oportunidades	40
Determinación de la oportunidad de la inversión.	40
CAPÍTULO II	42
BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS	42
Definición de servicio.	42
Servicio de lavado de ropa.	42
Servicio de lavandería.	43
Clasificación de lavanderías según el mercado meta.	43
Tipos de operación de lavanderías.	44
¿Qué es lavado en seco?	44
Definiciones de calidad en el servicio.	45
El Cliente y sus expectativas del servicio.	45
Maquinaria utilizada para el lavado de ropa automatizado.	46
Insumos utilizados para el lavado de ropa automatizado.....	54
¿Qué es microempresa?	54
Importancia.	55
Características de la microempresa.....	55
Requisitos para el funcionamiento de una planta de lavandería y tintorería.	56
Requisitos para obtener el RUC.....	56
Personas naturales.	57

Ley de Seguridad Social.	58
Código de trabajo.	59
Código Tributario.	59
Impuesto al Valor Agregado (IVA).	59
Impuesto a la Renta.	60
¿Qué es un estudio de factibilidad?	61
Normas internacionales de información financiera.	61
Estados financieros.	61
Concepto de proceso administrativo.	64
¿Qué es un flujograma?	64
Símbolos básicos empleados en su construcción:.....	65
Concepto organigrama estructural y funcional.	65
¿Qué es el estudio de mercado?	66
Definición de mercado.	66
Mercado meta.....	66
Segmento de mercado.	67
Oferta.	67
Demanda.	67
El marketing en la microempresa.	68
Marca.	68
Empaque.	69
Promoción.	69
Precio.	70
¿Qué es el estudio técnico?	70
Localización.	70
Macrolocalización.	71
Microlocalización.	72
Tamaño del proyecto.....	72
Capacidad instalada.	73
¿Qué es el estudio financiero?	73
Inversión.	74
Inversión fija.	74
Inversión diferida.	74
Evaluación financiera.....	75

¿Qué son los impactos?.....	77
Contabilidad de servicios.....	77
Ingresos.....	78
Egresos.....	78
Ganancia.....	78
Pérdida.....	79
CAPÍTULO III.....	80
ESTUDIO DE MERCADO.....	80
Identificación del servicio.....	80
El Mercado.....	81
Objetivos del estudio de mercado.....	82
General.....	82
Específicos.....	82
Matriz de mercado.....	83
Segmento de mercado.....	84
Segmentación geográfica.....	84
Segmentación demográfica.....	85
Mecánica operativa.....	85
Identificación de la población.....	85
Identificación de la muestra.....	86
Técnicas e instrumentos.....	88
Tabulación y análisis de la información.....	90
Análisis de la demanda.....	105
Factores que afectan a la demanda.....	105
Comportamiento histórico.....	106
Demanda actual.....	106
Proyección de la demanda.....	107
Análisis de la oferta.....	109
Factores que afectan a la oferta.....	110
Proyección de la oferta.....	111
Estrategias de mercado.....	113
Precio.....	113
Proyección de precios.....	113
Marca.....	115

Logotipo.....	115
Comercialización.....	116
Publicidad.....	116
Conclusiones del estudio.....	117
CAPÍTULO IV.....	118
ESTUDIO TÉCNICO.....	118
Estudio técnico.....	118
Tamaño del proyecto.....	118
Localización del proyecto.....	119
Macrolocalización.....	119
Microlocalización.....	119
Ingeniería del proyecto.....	123
Proceso de comercialización.....	123
Obras civiles.....	125
Tecnología y maquinaria.....	127
Presupuesto técnico.....	131
Propiedad, planta y equipo.....	131
Capital de trabajo.....	133
Inversión total del proyecto.....	135
Financiamiento del proyecto.....	135
Talento humano.....	136
CAPÍTULO V.....	137
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	137
Estudio organizacional.....	137
La empresa.....	137
Razón social y nombre comercial.....	137
Conformación jurídica.....	137
Misión.....	139
Visión.....	139
Políticas.....	139
Valores.....	139
Estructura organizacional.....	140
Puestos y funciones.....	140
CAPÍTULO VI.....	145

ESTUDIO FINANCIERO	145
Presupuesto de ingresos proyectados.....	145
Sueldos personal operativo.....	147
Servicios básicos.....	147
Insumos.....	148
Materiales indirectos.....	148
Presupuesto de egresos proyectados.....	150
Gastos administrativos.....	150
Gastos de ventas.....	152
Proyección de amortización y depreciación.....	153
Tabla de amortización.....	153
Tabla de depreciación.....	155
Balances	156
Balance de arranque al año o.....	156
Estado de resultados proyectado.....	157
Flujo de efectivo financiero.....	157
Evaluación financiera.....	158
Cálculo de costo de capital.....	158
Cálculo del valor actual neto (VAN).....	159
Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).....	160
Relación Costo/Beneficio.....	162
Período de recuperación de capital.....	164
Punto de equilibrio.....	166
CAPÍTULO VII	168
IMPACTOS	168
Impacto económico.....	169
Impacto social.....	170
Impacto ambiental.....	171
Impacto general.....	172
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	173
CONCLUSIONES	173
RECOMENDACIONES.....	174
BIBLIOGRAFÍA	175
LINKOGRAFÍA.....	178

ANEXOS	180
ANEXO 1.....	181
ANEXO 2.....	183
ANEXO 3.....	184
ANEXO 4.....	185
ANEXO 5.....	185
ANEXO 6.....	186
ANEXO 7.....	188
ANEXO 8.....	189
ANEXO 9.....	189
ANEXO 10.....	190
ANEXO 11.....	191
ANEXO 12.....	192
ANEXO 13.....	193
ANEXO 14.....	194
ANEXO 15.....	195
ANEXO 16.....	196
ANEXO 17.....	197
ANEXO 18.....	198
ANEXO 19.....	199
ANEXO 20.....	200

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Actividades desempeñadas en el cantón Urcuquí.	39
2. Forma de lavar la ropa de las familias.	91
3. Promedio de prendas lavadas semanalmente.	92
4. Utilización del servicio de lavandería automatizado.	93
5. Servicio utilizado con más frecuencia.	94
6. Frecuencia de utilización del servicio de lavandería.	95
7. Docenas de lavado de ropa.	96
8. Gasto promedio en el servicio de lavandería.	97
9. Calidad del servicio de lavandería.	98
10. Satisfacción del cliente.	99
11. Creación de una microempresa en el cantón Urcuquí.	100
12. Servicio de entrega a domicilio.	101
13. Variables que se consideran a la hora de recibir el servicio de lavandería.	102
14. Ubicación de la microempresa.	103
15. Medios de publicidad.	104

ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz diagnóstica.....	30
2. Actividades económicas del cantón Urcuquí.....	33
3. Nivel de instrucción.....	35
4. Procedencia del agua recibida en el cantón.....	36
5. Porcentaje de viviendas donde el servicio higiénico no está conectado al alcantarillado en el cantón Urcuquí.....	36
6. Población total Urcuquí.....	38
7. Población económicamente activa Urcuquí.....	38
8. Matriz de mercado.....	83
9. Población total.....	86
10. Descripción de los componentes de la fórmula.....	87
11. Número de encuestas a aplicarse.....	87
12. Información de la entrevista aplicada a los dueños de las lavanderías de la ciudad de Ibarra.....	89
13. Competencia y clientes captados.....	90
14. Forma de lavar la ropa de las familias.....	91
15. Promedio de prendas lavadas semanalmente.....	92
16. Utilización del servicio de lavandería automatizado.....	93
17. Servicio utilizado con más frecuencia.....	94
18. Frecuencia de utilización del servicio de lavandería.....	95
19. Docenas de lavado de ropa.....	96
20. Gasto promedio en el servicio de lavandería.....	97
21. Calidad del servicio de lavandería.....	98
22. Satisfacción del cliente.....	99
23. Creación de una microempresa en el cantón Urcuquí.....	100
24. Servicio de entrega a domicilio.....	101
25. Aspectos que se consideran a la hora de recibir el servicio de lavandería.....	102
26. Ubicación de la microempresa.....	103
27. Medios de publicidad.....	104
28. Análisis de la demanda actual. (Personas).....	106
29. Análisis de la demanda actual. (Docenas de Ropa).....	107

30. Proyección de la demanda potencial.....	108
31. Valores monetarios con las que la competencia trabaja.	109
32. Oferta del servicio de lavado de ropa en máquinas industriales.....	110
33. Proyección de la oferta.....	112
34. Demanda potencial insatisfecha.....	112
35. Demanda potencial a satisfacer.....	113
36. Precios referenciales.	114
37. Proyección de precios.	115
38. Matriz de factores para la microlocalización.	120
39. Priorización de factores y ponderación de la matriz para la microlocalización.	120
40. Equipo de computación.....	127
41. Maquinaria	128
42. Muebles de oficina.	131
43. Mobiliario	132
44. Inversión de la infraestructura civil.	133
45. Capital de trabajo.	134
46. Inversión total del proyecto.	135
47. Inversión total del proyecto.	136
48. Talento humano.	136
49. Cargo: Administrador.	141
50. Cargo: Secretaria.....	142
51. Cargo: Operario lavado en seco.	143
52. Cargo: Operario lavado en agua.	144
53. Precios y ventas proyectadas.	145
54. Ingresos Proyectados.	146
55. Sueldo operativo mensual.....	147
56. Sueldo operativo anual + beneficios de ley.	147
57. Servicios básicos.....	148
58. Materia prima directa e Insumos.....	148
59. Materiales indirectos.....	149
60. Resumen del presupuesto de costos operativos.	149
61. Sueldo administrativo mensual.....	150
62. Sueldo administrativo + beneficios de ley (anual).....	151
63. Arriendo.	151

64. Suministros de oficina.....	152
65. Resumen de gastos administrativos.	152
66. Publicidad.	152
67. Tabla de amortización mensual.	153
68. Resumen tabla de amortización.	155
69. Amortización de los gastos de constitución y puesta en marcha.	155
70. Cálculo de la depreciación.	156
71. Depreciación total.	156
72. Balance de arranque al año o.	156
73. Estado de resultados proyectado.	157
74. Flujo de efectivo financiero.	158
75. Costo de capital (CK).....	159
76. Cálculo del VAN.....	160
77. Flujos de efectivo.....	161
78. Ingresos.	163
79. Egresos.....	163
80. Tasa de rendimiento beneficio-costos.	164
81. Período de recuperación de capital en valores constantes.	165
82. Período de recuperación de capital en valores corrientes.	165
83. Margen de contribución ponderado.	166
84. Matriz evaluadora de impactos.	168
85. Matriz impacto económico.	169
86. Matriz impacto social.....	170
87. Matriz impacto ambiental.	171
88. Matriz impacto general.	172

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Ramas de actividad.....	34
2. Ubicación geográfica Urcuquí.....	37
3. Máquina lavadora en seco.....	47
4. Máquina para desmanchar.....	48
5. Maquina utilizada en el proceso de lavado en agua lavadora semi-industrial.....	49
6. Lavadora industrial.....	50
7. Maquina utilizada en el proceso de secado secadora semi-industrial.....	51
8. Secadora industrial.....	52
9. Calandra multifunción.....	53
10. Prensa de planchado neumática.....	53
11. Prendas limpias y enfundadas.....	81
12. División parroquial del cantón Urcuquí.....	84
13. Logotipo de la microempresa.....	116
14. Mapa del cantón San Miguel de Urcuquí.....	119
15. Mapa del cantón Urcuquí y sus calles.....	122
16. Flujograma de procesos.....	124
17. Máquina de lavado en seco.....	129
18. Lavadora semi-industrial.....	129
19. Secadora industrial.....	130
20. Mesa de planchado de carga manual.....	130
21. Diseño de la Infraestructura del Local.....	126
22. Organigrama estructural.....	140

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El Cantón San Miguel de Urququí perteneciente a la provincia de Imbabura cuenta con 15.671 habitantes; 7825 hombres y 7846 mujeres según datos proporcionados por el INEC censo 2010, cuya población económicamente activa radica en 9.395 personas.

En Urququí la mayoría de los habitantes se dedican a labores agrícolas, ganaderas y comerciales, en la actualidad el cantón se está tornando más próspero por la creación de negocios tales como; hostales, restaurantes y la ampliación de sitios turísticos que son demandados desde la fundación de la Universidad del milenio denominada Ciudad del conocimiento Yachay. Este mega proyecto es el eje principal de la inversión y desarrollo, además es fuente de emprendimientos que generan riqueza y dinamizan la economía.

Urququí conserva una gran diversidad natural, arquitectónica y cultural. Entre los recursos naturales están los páramos, lagunas, valles y selva. Uno de los principales atractivos por los cuales ha sido reconocido en la Provincia y a nivel nacional es por el poder curativo de las aguas termales que “brotan de las entrañas de la tierra”. Además por la creación de Yachay, la visita de nacionales y extranjeros ha venido aumentando.

A fin de mejorar la productividad del cantón y satisfacer las diferentes necesidades que con el transcurso del tiempo van apareciendo, el presente proyecto se enfoca a brindar el servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado de prendas de vestir, mismo que no

existe en el cantón. Se pretende cubrir una necesidad insatisfecha que tanto la población Urcuquireña como los estudiantes y docentes de Yachay tienen ya que la mayoría de éstos acuden a la ciudad de Ibarra llevando sus prendas para solicitar este servicio, esto representa tiempo y costo, aparte de la incomodidad de llevar y traer sus prendas. La idea fundamental es brindar este servicio de forma oportuna y a precios accesibles.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional para conocer la realidad del sector servicios del Cantón Urcuquí, para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del presente proyecto.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar y analizar las variables socio-económicas para conocer el entorno en el que se va desarrollar el proyecto.
- Determinar el área geográfica en el que se desarrollará el proyecto.
- Evaluar la existencia de los servicios actuales en el Cantón Urcuquí.

1.3. Matriz diagnóstica

Tabla N° 1

Matriz diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	PÚBLICO META
Identificar y analizar las variables socio-económicas para conocer el entorno en el que se va desarrollar el proyecto.	Socio-económicos	Población económicamente activa	Secundaria	Linkográfica	INEC
		Nivel de Ingresos de las familias del cantón	Secundaria	Bibliográfica	GAD Municipal.
		Sistema económico productivo del cantón.	Secundaria	Bibliográfica	GAD Municipal.
		Nivel de instrucción académica	Secundaria	Linkográfica	INEC
		Acceso a servicios básicos.	Secundaria	Bibliográfica	GAD Municipal.
Determinar el área geográfica en el que se desarrollará el proyecto.	Geográficos	Ubicación geográfica espacial	Primaria	Observación	Locales disponibles.
			Secundaria	Linkográfica	GAD Municipal.
Evaluar la existencia de los servicios actuales en el Cantón Urcuquí.	Mercado	Oferta	Primaria	Observación	Locales de servicios.
			Secundaria	Linkográfica	INEC

Elaborado por: La Autora.

Año: 2014.

1.4. Mecánica operativa

1.4.1. Identificación de la población.

La población motivo de estudio serán los habitantes de la zona urbana del cantón San miguel de Urucuquí, dicha población la conforman las personas que están en capacidad de demandar el servicio que el proyecto propone, según datos tomados del INEC censo 2010, el total de la población económicamente activa del área urbana del cantón San Miguel de Urucuquí es 3.378 personas, a su vez esto representa a 845 familias.

1.4.2. Identificación de la muestra.

Para la realización del diagnóstico no se considera oportuno realizar investigación de campo a través de los respectivos métodos investigativos, por lo que no se determina la muestra.

1.4.3. Técnicas e instrumentos.

Las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la investigación es la linkográfica y bibliográfica, la información que se requirió, fue proporcionada por las páginas de los siguientes organismos:

- INEC.
- GAD URCUQUÍ.

1.4.4. Información secundaria.

La información secundaria corresponde a la investigación linkográfica que se encontró plasmada en las diferentes páginas web (INEC y GAD Urcuquí) y la información documental o bibliográfica se encontró en documentos legalizados y archivados por el personal del municipio de Urcuquí.

- La página del INEC permitió conocer la población económicamente activa del cantón Urcuquí.
- El plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de Urcuquí, facilitó el análisis del sistema económico productivo del cantón, así como la economía de cada hogar, nivel de instrucción y otros considerados importantes. Dicha información fue proporcionada por la Arquitecta Gabriela Santacruz jefa de regulación urbana y rural del GAD de Urcuquí.

1.5. Información situacional acerca del proyecto u objeto de estudio.

La población objeto de estudio, en la que se desarrollará el proyecto es el cantón Urcuquí, del cual se procedió analizar las siguientes variables diagnósticas:

1.5.1. Nivel de ingresos de las familias del cantón.

Según la tabla presentada a continuación la mayoría de la población encuestada por el GAD de Urcuquí, manifiestan tener un trabajo estable, lo cual permite deducir que tienen un ingreso mensual fijo igual o mayor al salario básico unificado ya que la mayoría de actividades realizadas por las personas están en negocios propios o actividades remuneradas por un patrono.

Tabla N° 2

Actividades económicas del cantón Urcuquí.

Rama de actividad	# Número de personas	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.785	61,44 %
No declarado	434	7,05 %
Comercio al por mayor y menor	350	5,68 %
Industrias manufactureras	277	4,50 %
Construcción	238	3,86 %
Actividades de los hogares como empleadores	176	2,86 %
Transporte y almacenamiento	152	2,47 %
Administración pública y defensa	142	2,31 %
Trabajador nuevo	141	2,29 %
Enseñanza	138	2,24 %
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	75	1,22 %
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	61	0,99 %
Actividades de la atención de la salud humana	50	0,81 %
Otras actividades de servicios	37	0,60 %
Información y comunicación	26	0,42 %
Artes, entretenimiento y recreación	17	0,28 %
Actividades profesionales, científicas y técnicas	16	0,26 %
Actividades financieras y de seguros	14	0,23 %
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	11	0,18 %
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	9	0,15 %
Explotación de minas y canteras	6	0,10 %
Actividades inmobiliarias	3	0,05 %
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	2	0,03 %
Total	6.160	100,00 %

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Miguel de Urcuquí.

Año: 2014

1.5.2. Sistema económico productivo.

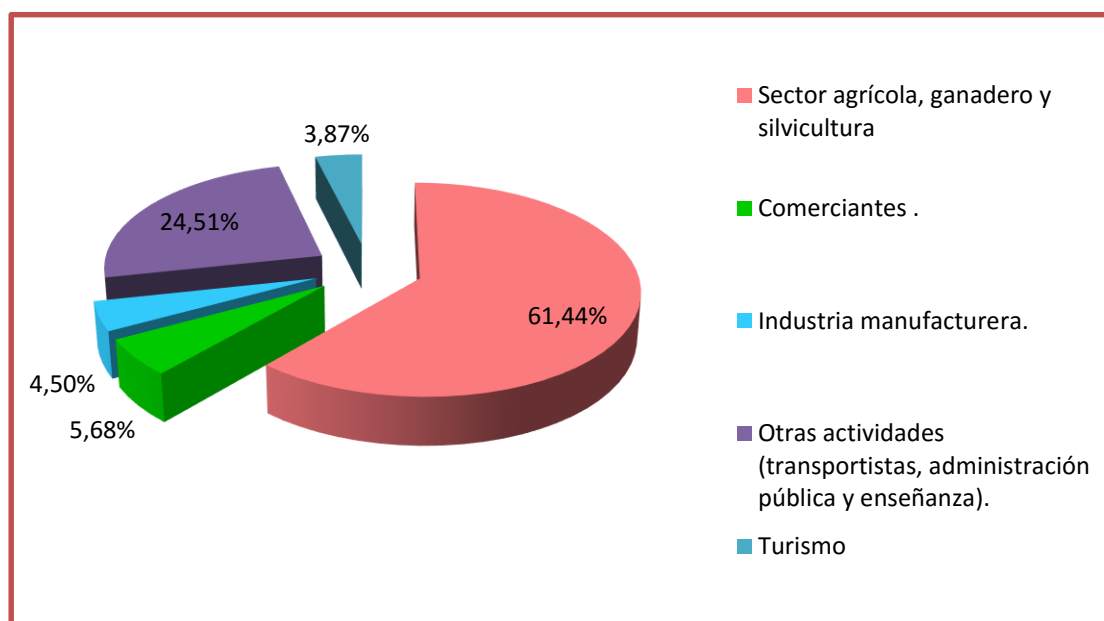
Son factores que aportan al desarrollo económico del cantón, siendo este el eje principal para incrementar el buen vivir de la población. En el cantón se puede evidenciar sectores productivos en los cuales la población Urcuquireña se desempeña, generando riqueza y desarrollo tanto para el propio hogar, como para el cantón. Las ramas de actividad o sectores, contienen a la población económicamente activa y son los siguientes:

- Sector agrícola, ganadero y silvicultura 61,44%.

- Comerciantes 5,68%.
- Industria manufacturera 4,50%.
- Otras actividades (transportistas, administración pública y enseñanza), 24,51%.
- Turismo 3,87%.

Figura N° 1

Ramas de actividad.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Miguel de Urucuquí.

Año: 2014

1.5.3. Nivel de instrucción.

Los datos proporcionados por el INEC plasmados en el plan de ordenamiento territorial, muestran que la mayoría de la población de Urucuquí posee un nivel de instrucción o educación, lo cual determina que la microempresa va a tratar con personas (clientes), cultas e instruidas. Eso se lo puede evidenciar en la siguiente tabla:

Tabla N° 3**Nivel de instrucción.**

Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió	Casos	%
Ninguno	1,266	8.98 %
Centro de Alfabetización/(EBA)	130	0.92 %
Preescolar	165	1.17 %
Primario	7,077	50.19 %
Secundario	1,960	13.90 %
Educación Básica	2,049	14.53 %
Bachillerato - Educación Media	589	4.18 %
Ciclo Postbachillerato	84	0.60 %
Superior	533	3.78 %
Postgrado	16	0.11 %
Se ignora	232	1.65 %
Total	14,101	100.00 %

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Miguel de Urququí.

Año: 2014

1.5.4. Servicios básicos.

En lo referente a servicios básicos, en la información Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Miguel de Urququí, dice que el 98% de las familias Urququireñas cuentan con el servicio de luz eléctrica.

En cuanto al consumo de agua, el cantón Urququí cuenta con un sistema de agua obsoleto, es decir que ya cumplió con su vida útil, este es administrado y manejado por el Gobierno Municipal y según los datos facilitados no existe deficiencias que puedan ser comprobadas, acerca de la calidad del agua que se consume en las parroquias aledañas.

Tabla N° 4**Procedencia del agua recibida en el cantón.**

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Miguel de Urququí.

PROCEDENCIA DEL AGUA RECIBIDA EN EL CANTÓN URQUQUI		
Procedencia	Viviendas	%
De red pública	3.164	77,66 %
De pozo	80	1,96 %
De río, vertiente, acequia o	795	19,51 %
De carro repartidor	8	0,20 %
Otro (Agua lluvia/albarrada)	27	0,66 %
Total	4.074	100,00 %

Año: 2014

Tabla N° 5**Porcentaje de viviendas donde el servicio higiénico no está conectado al alcantarillado en el cantón Urququí.**

PARROQUIA	PORCENTAJE
URCUQUI	36.2
CAHUASQUI	28.4
LA MERCED DE BUENOS AIRES	68.6
PABLO ARENAS	32.8
SAN BLAS	33.0
TUMBABIRO	37.5

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón San Miguel de Urququí.

Año: 2014

1.5.5. Ubicación geográfica.

El Cantón San Miguel de Urququí está ubicado al noroccidente de la provincia de Imbabura, a 20km de la capital provincial Ibarra, con una altura de 4.400 msnm y posee una superficie territorial de 757km².

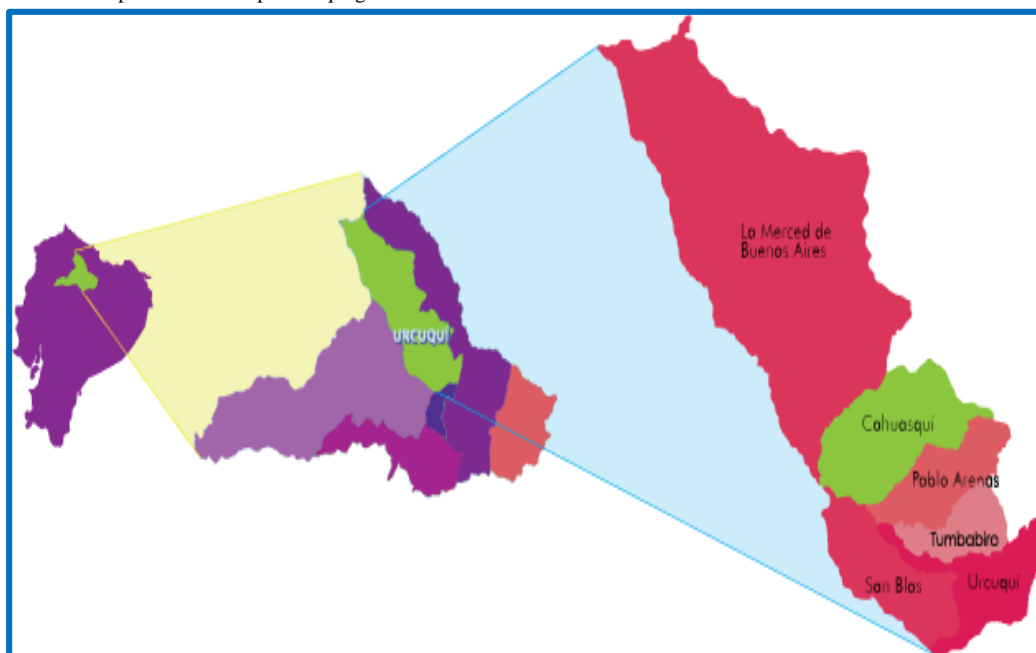
Urcuquí limita al este y al norte con el cantón Ibarra, al sur y suroeste con los cantones Antonio Ante y Cotacachi y al oeste con la provincia de esmeraldas.

Este cantón es incomparable por su belleza y clima, está rodeado de montañas, que lo hacen dueño de un resplandeciente y colorido paisaje. Su clima es semi-húmedo, seco y tropical, lo cual lo hacen único dentro de la provincia de Imbabura.

Figura N° 2

Ubicación geográfica Urcuquí

Elaborado por: La Autora.
Fuente: <http://www.municipiourcuqui.gob.ec/>



Año: 2014

1.5.6. Socio-demográficos

Los habitantes de Urcuquí son:

Tabla N° 6***Población total Urcuquí***

HOMBRE	7,825
MUJER	7,846
TOTAL	15,671

Elaborado por: La Autora.

Fuente: INEC

Año: 2014

La población económicamente activa es 9.395 personas según el censo 2010 INEC.

Tabla N° 7***Población económicamente activa Urcuquí***

HOMBRE	MUJER	TOTAL
4.682	4.713	9.395

Elaborado por: La Autora.

Fuente: INEC

Año: 2014

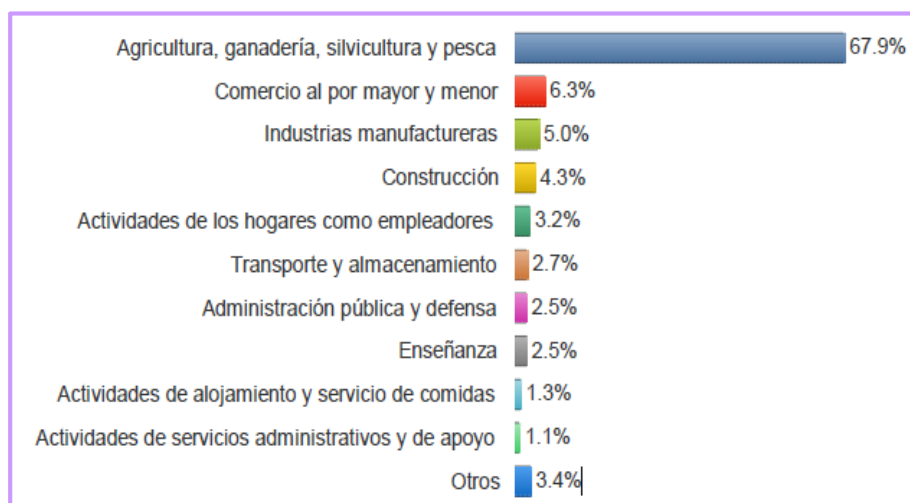
1.5.7. Identificación de los principales servicios privados que se prestan en el cantón.

Dentro de los servicios identificados, están la construcción de inmuebles, el transporte y almacenamiento, enseñanza, actividades de alojamiento y servicio de comidas, por último encontramos actividades de servicios administrativos.

Se puede identificar claramente la inexistencia de un servicio de lavandería, lo cual constituye una oportunidad de inversión puesto que no existen competidores. Así lo demuestra la siguiente figura:

Gráfico N° 1

Actividades desempeñadas en el cantón Urcuquí.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: INEC

Año: 2014

Visto que en Urcuquí no existe competencia, la competencia directa se encuentra en la ciudad de Ibarra, por esta razón el gobierno autónomo descentralizado del Cantón Ibarra, proporciona dicha información con el fin de identificar el número de lavanderías automatizadas y en seco de prendas de vestir o similares a estas que existen en la ciudad de Ibarra.

Mediante el departamento de avalúos y catastros se pudo encontrar que en Ibarra existen 6 lavanderías ubicadas por toda la ciudad. Estas cubren la demanda del servicio de lavandería, pero no en su totalidad.

1.6. Determinación de Aliados, Oponentes, Riesgos y Oportunidades.

1.6.1. Aliados

- La necesidad de las familias Urcuquireñas por obtener el servicio de lavandería.
- Existencia de proveedores de insumos de lavandería y limpieza en la ciudad de Ibarra.
- Conseguir un local amplio en el centro del Cantón.

1.6.2. Oponentes

- Personas que prestan el servicio de lavandería a mano.
- Empresas que ofrecen el servicio de lavandería automatizado en la ciudad de Ibarra.
- La mayoría de familias Urcuquireñas cuentan con una lavadora personal.

1.6.3. Riesgos

- Altos costos de arriendo del local.
- Baja capacidad de pago de los usuarios del servicio.
- Servicios sustitutos.
- Cortes de agua y suspensión de energía eléctrica.
- Dificultad en la adquisición de la maquinaria para el funcionamiento de la lavandería.

1.6.4. Oportunidades

- Inexistencia de una empresa similar o de iguales características en el Cantón Urcuquí.
- Aumento de clientes potenciales gracias a la creación de la ciudad del conocimiento.
- Existencia de créditos para la creación de microempresas, pequeñas y medianas empresas por parte de las instituciones financieras.
- Existencia de gran demanda del servicio de Lavandería, solicitado principalmente por las amas de casa y personal que trabaja en instituciones públicas y privadas.

1.7. Determinación de la oportunidad de la inversión.

Una vez realizado el análisis del diagnóstico situacional, y de aspectos del micro y macro entorno se pudo determinar que en el Cantón Urcuquí no existe una empresa dedicada al lavado automatizado, en seco y planchado de prendas de vestir con entrega a domicilio. En cambio en la actualidad por el crecimiento apresurado de la población que ha llegado por la creación de Yachay, se hace notable la existencia de esta demanda ya que la mayoría de esta

población lo ha venido haciendo de manera manual y acudiendo a la ciudad de Ibarra para obtener este servicio.

Así mismo la actividad turística ha venido creciendo en los últimos tiempos y ha traído consigo grandes beneficios, ya que ha generado la llegada de turistas; estos a su vez traen consigo otro tipo de exigencias y tipos de consumo, distintos a los propios del lugar, es por ello que el servicio automatizado de lavandería se ve necesario.

Es por esta y más razones en el cantón Urcuquí debe existir una empresa que ofrezca este servicio a fin de satisfacer una demanda evidente, que día a día crece, y que para satisfacerla se debe acudir a otros sitios. Incluso el crecimiento tecnológico hace que día a día toda la humanidad se ponga a la vanguardia y porque no hacerlo en el tratado y cuidado de las prendas de vestir.

Por tanto es necesario realizar el estudio de factibilidad para la creación de un servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado en el cantón Urcuquí para determinar la oportunidad de inversión y aprovechar, la misma.

CAPÍTULO II

Se considera importante recalcar que en la transcripción de las bases teóricas y científicas que sustentan el proyecto, se tomó libros de años anteriores a los requeridos, por existir temas importantes que brindan gran aporte informativo.

2. BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1. Definición de servicio.

“Se entiende por servicio el conjunto de acciones, procesos, esfuerzos, acuerdos, respuestas, actitudes y desempeños intangibles (es decir, no físicos) que el cliente recibe del proveedor”. (Filion, Felipe, & Mejía-Morelos, 2011).

El servicio es una serie de procesos encaminados a satisfacer las necesidades de los clientes por lo tanto este deberá realizarse de forma eficiente y eficaz, de tal manera que se pueda dar respuesta a dichas necesidades.

2.2. Servicio de lavado de ropa.

“Toda aquella empresa que preste un servicio doméstico o industrial que conlleva la limpieza de una prenda utilizando agua, jabón, detergentes, suavizantes, blanqueadores, en las diferentes fases del servicio que el cliente haya solicitado, tal como, lavado, secado o planchado”. (Cañas Hurtado & Oliva Alfaro, 2007).

El servicio de lavado de ropa corresponde al aseo de las prendas de vestir utilizando diversos tipos de detergentes los cuales deben ser ideales para preservar su color y textura.

2.3. Servicio de lavandería.

2.3.1. Clasificación de lavanderías según el mercado meta.

(Cañas Hurtado & Oliva Alfaro, 2007) Menciona:

- **Industrial:** *su mercado meta o clientes son empresas que requieren de los servicios de lavandería a gran escala dado el número de prendas o tela que manejan y sobre las cuales se prestará el servicio. La característica fundamental reside en el trabajo con lotes de ropa homogéneos (Ej. Mil manteles de tela blancos) aplicándoles una fórmula de trabajo con varios procesos como: peso, temperatura, cantidad de ingredientes, tiempo de cada proceso, entre otros. Cada uno de estos dentro de los procesos de lavado, secado y planchado.*
- **Doméstica:** *Atiende a clientes individuales los cuales requieren del servicio para sus prendas de uso diario. La característica fundamental es que trabaja con lotes de ropa heterogéneos (Ej. Combinación entre pantalones de vestir, jeans, camisas, camisetas) aplicándoles una fórmula de trabajo con varios procesos como: peso, temperatura, cantidad de ingredientes y tiempo de cada proceso. Cada uno de éstos dentro de los procesos básicos como lavado, secado, planchado.*
- **Industrial-Doméstica:** *Este tipo de lavandería maneja ambos segmentos (empresas/clientes individuales), con capacidades para manejar ambos segmentos en conjunto.*

Existen varios tipos de lavanderías, entre las más comunes son las industriales y domesticas o la fusión de ambas; las industriales están enfocadas a prestar un servicio a gran escala y trata directamente con empresas y trabaja con lotes de ropa homogéneas, en cambio las domesticas se dirigen a clientes individuales y trabajan con lotes de ropa heterogéneos.

2.3.2. Tipos de operación de lavanderías.

(Cañas Hurtado & Oliva Alfaro, 2007) Define:

- **Automatizada:** *Se entiende por el uso de maquinaria de alta capacidad o de uso doméstico para el manejo de lotes de ropa utilizando procesos y fórmulas como fueron detalladas anteriormente. Fundamentalmente se dice que este tipo de operación no cuenta con ningún tipo de esfuerzo físico dado que todo el trabajo es por medio de máquinas.*
- **Semi-automatizada:** *Se entiende por el uso de maquinaria de alta capacidad o de uso doméstico, es decir el mismo concepto de la operación automatizada. La diferencia radica en que dada la naturaleza de la suciedad, tipo de prenda o el cuidado que requiere por el fabricante se requiere de un lavado a mano por un operario.*
- **Artesanal:** *Todas las etapas del proceso de lavandería conllevan al trabajo manual para completar el servicio requerido por el cliente utilizando materiales y métodos manuales. Este tiempo de operación se ve en microempresas que proporcionan el servicio a una mínima cantidad de clientes y operan el servicio manual a través de todas sus operaciones (lavado, secado, planchado).*

En cuestión al tipo de operación de las lavanderías tenemos; las automatizadas, son aquellas que no utilizan esfuerzo físico en ninguna de las fases del lavado de la prenda todo es realizado a través de una máquina, existe también la semi-automatizada, esta utiliza tanto el esfuerzo físico y maquinaria en el lavado de la ropa y por último la artesanal que se diferencia de las demás ya que las prendas son lavadas de forma manual.

2.4. ¿Qué es lavado en seco?

(Cañas Hurtado & Oliva Alfaro, 2007), define al lavado en seco como:

Limpieza de prendas con la utilización de materiales en seco, pudiendo ser solventes (varsol o percloroetileno). Estos métodos de lavado se utilizan para prendas finas que requieren de un trato especial por indicación del fabricante ante la posible reacción de la prenda al agua; ejemplo de esto sería la pérdida de la estructura física de la prenda.

El lavado en seco constituye la limpieza de prendas que requieren de un trato especial para preservar su textura, a través de la utilización de solventes especiales los cuales no crean reacciones ante prendas finas.

2.5. Definiciones de calidad en el servicio.

(Filion, Felipe, & Mejía-Morelos, 2011), hacen referencia varias definiciones acerca de que es calidad en el servicio:

De acuerdo con Parasuraman (1988), la calidad en el servicio *“es el juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad del desempeño de una organización, la cual se define como la diferencia entre los niveles percibidos y esperados de servicio”*.

Cronin y Taylor (1992) consideran que la calidad en el servicio es un concepto abstracto y difícil de definir y medir, sin embargo, la identifican como *“una evaluación basada en el desempeño percibido en el proceso y en el resultado de la prestación del servicio, el cual afecta la satisfacción de los clientes y, a la vez, afecta la intención de comprar.*

Según los autores leídos anteriormente la calidad del servicio no es más que el nivel de satisfacción que el cliente percibe después de haber recibido un servicio.

2.6. El Cliente y sus expectativas del servicio.

(Filion, Felipe, & Mejía-Morelos, 2011), menciona:

El consumidor tiene ciertas expectativas en cuanto a la calidad del servicio que piensa consumir.

Este nivel de expectativas está determinado por una gran cantidad de factores; tales como:

- *Su experiencia en el uso de servicios similares.*
- *Los estándares de la competencia.*
- *La reputación de la empresa.*
- *La publicidad realizada por la empresa.*
- *El precio del bien o servicio.*

El cliente tiene expectativas a la hora de recibir un producto o un servicio en cuanto a la calidad; ya que este fija su atención a la reputación de la empresa, la publicidad realizada por esta y por el precio que se oferta, por lo tanto es importante que la empresa centre su atención en estos aspectos.

2.7. Maquinaria utilizada para el lavado de ropa automatizado.

“La maquinaria que se utiliza en el lavado de prendas de forma automatizada son; Lavadora en seco, máquina para desmanchar, lavadora en agua, secadora, máquina de planchado, prensas de planchado”. (Peribonio & Ugalde, 2010).

➤ **Máquina lavadora en seco.**

Figura N° 3

Máquina lavadora en seco.

(EQUINDECA, 2013)



Marca: ELECTROLUX

Capacidad: 30 libras de ropa.

Procesos: Tres depósitos automáticos, computadora programable con auto-diagnostico, 6 programas de mantenimiento, y más de 15 programas de lavado, completamente flexible.

Observación: protege las prendas tratadas en este sistema para que conserven permanencia en el color, textura de la tela y nitidez en la limpieza. (EQUINDECA, 2013).

➤ **Máquina para desmanchar.**

Figura N° 4

Máquina para desmanchar.

(EQUINDECA, 2013)



Marca: ELECTROLUX

Función: Extrae de la prenda todo tipo de manchas a través de productos químicos debidamente autorizados.

Proceso: Reduce los vapores de disolvente, iluminación interna, contiene 2 pistolas de jabón, secado aire de la pistola. (EQUINDECA, 2013).

➤ **Maquina utilizada en el proceso de lavado en agua.**

Figura N° 5

Maquina utilizada en el proceso de lavado en agua lavadora semi-industrial.

(WHIRLPOOL, 2013)



Marca: Whirlpool.

Capacidad: 19 kilos.

Proceso: 100% acero inoxidable que la hace muy resistente y durable, no se raya, ni guarda malos olores. Permite ahorrar el consumo de agua, contiene 4 niveles de agua y 10 ciclos de lavado de ropa con controles digitales.

Observación: Ciclos que pre-lavan automáticamente, remueve mejor las manchas y preservan al máximo el color de las prendas. (WHIRLPOOL, 2013).

Figura N° 6**Lavadora industrial.**

(EQUINDECA, 2013)



Marca: Electrolux.

Capacidad: 30 libras.

Proceso: La máquina pesa ropa y ajusta la cantidad de agua y energía de acuerdo a la carga. Esto conduce a un ahorro considerable cuando la maquina no está completamente cargada. Muy bajo consumo de agua y energía.

Observaciones: Gran fuerza de extracción de la suciedad y alto grado de protección de la prenda.

➤ **Maquina utilizada en el proceso de secado.**

Figura N° 7

Maquina utilizada en el proceso de secado secadora semi-industrial.



(WHIRLPOOL, 2013)

Marca: Whirlpool.

Capacidad: 38 libras, 17 kilos.

Proceso: De gran capacidad a gas o eléctricas. Secadora con sensor de humedad que brinda secados exactos cuidando las prendas y ahorrando recursos.

Observación: Cuenta con un sistema Wrinkle Shield que evita que las prendas ya secas se vuelvan a arrugar. (WHIRLPOOL, 2013).

Figura N° 8**Secadora industrial.**

(EQUINDECA, 2013)

Marca: Electrolux.

Capacidad: 64 kilos.

Proceso: Flujo de aire axial y construcción apretada que le da un bajo consumo de energía. Alta productividad 2 cargas completas por hora. Fácil acceso y ergonómico para el filtro de pelusa.

Observación: Máquina que no maltrata la ropa, mantiene las fibras y el color. (EQUINDECA, 2013).

➤ **Máquinas utilizadas para el proceso de planchado.**

Figura N° 9

Calandra multifunción.

(EQUINDECA, 2013)



Marca: Electrolux.

Proceso: Control automático de velocidad con sensores de humedad para asegurar un resultado perfecto.

Observación: Las prendas tendrán un planchado perfecto. (EQUINDECA, 2013).

Figura N° 10

Prensa de planchado neumática.

(EFAMEINSA, 2013)



Marca: Efamein.

Modelo: PPT.

Proceso: Operación con pulsadores neumáticos para apertura y cierre. Operación de apertura, cierre suave y amortiguado mediante absolvedor de choque Hidráulico para evitar fatiga de los cabezales. Contiene regulador de presión de aire. (EFAMEINSA, 2013).

Para un correcto funcionamiento, la lavandería requiere contar con maquinaria altamente tecnológica que permita brindar un servicio de calidad.

2.8. Insumos utilizados para el lavado de ropa automatizado.

(Dirección de Innovación y Desarrollo Productivo, 2009), menciona:

Los costos operativos variables están constituidos por las materias primas e insumos necesarios para la producción, ellos son:

- *Quitamanchas para ropa.*
- *Detergente en polvo.*
- *Detergente en líquido.*
- *Suavizantes y aromatizantes.*
- *Jabón en barra.*

Los insumos o materiales utilizados en el lavado de ropa deben ser apropiados, por lo que es necesario examinar las prendas y determinar que insumos que utilizaran para su correcto lavado.

2.9. ¿Qué es microempresa?

(Lucín Corral, 2012), dice:

...La microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas con objetivos similares, su capital no supera los 25 mil dólares y el número de trabajadores no sobrepasa de 10, aplican autogestión y se adaptan al medio.

Una microempresa es aquella que realiza actividades económicas con el fin de crecer financieramente, otorgar empleo y de esta manera generar riqueza.

2.9.1. Importancia.

(Lucín Corral, 2012), dice:

...La microempresa tiene la capacidad de contribuir al desarrollo, al acelerar la generación de empleos y al incrementar el ingreso familiar. Tiene la ventaja de aprovechar los recursos internos que existen en las áreas rurales y en los pequeños centros urbanos.

El aumento de microempresas impulsa el crecimiento y desarrollo del sector productivo y económico puesto que es fuente de ingresos y con ello se mejora la calidad de vida.

2.9.2. Características de la microempresa.

(Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2013), dice:

En 1991 el estado ecuatoriano y el BID firman un convenio de cooperación técnica, afirmando que una microempresa debe tener las siguientes características:

- *Negocios familiares, dirigidos por propietarios con 10 empleados o menos.*
- *Mezclan los gastos de subsistencia familiar con los de operatividad del negocio.*
- *Alta participación de las mujeres (estimaciones de 30 al 60 %).*
- *El total de sus activos, excluyendo activos fijos, suele ser menor a US\$ 20.000 dólares.*

- *Tienen limitaciones para acceder al sector financiero formal.*
- *Escasa o nula formación educacional y poco adiestramiento técnico y gerencial.*
- *Se constituyen en proveedores de bienes y servicios de empresas medianas.*

Existen un sin número de características que definen a la microempresa, todas igual de importantes y útiles al momento de crear una de estas.

2.9.3. Requisitos para el funcionamiento de una planta de lavandería y tintorería.

(Ministerio de Salud Pública del Ecuador, 2013), dice:

- *Solicitud para permiso de funcionamiento.*
- *Copia del RUC actualizado.*
- *Croquis con referencias de ubicación del establecimiento.*
- *Copia de la escritura de Constitución en caso de tener personería jurídica.*
- *Copia de la Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y papeleta de votación del propietario o representante legal.*
- *Copia notariada o certificada del nombramiento del Representante Legal.*
- *Copia de los certificados de salud ocupacional emitidos por los centros de Salud del Ministerio de salud.*
- *Copia del Permiso del Cuerpo de Bomberos.*

Es indispensable reunir los requisitos determinados por las autoridades para el correcto funcionamiento de la lavandería, estos no son muchos y tampoco son difíciles de conseguir.

2.9.4. Requisitos para obtener el RUC.

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS), dice:

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.

Requisitos en la inscripción del RUC para personas naturales:

- *Copia y original de la cedula de identidad o pasaporte.*
- *Original certificado de votación del último proceso electoral.*
- *Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.*

Cualquier persona que realice una actividad económica en el país deberá obtener el RUC el cual es indispensable para operar legítimamente y así cumplir con las obligaciones tributarias pertinentes.

2.10. Personas naturales.

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS), 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: tener ingresos mayores a \$ 100.000, o que inician con un capital propio mayor a \$60.000, o sus costos y gastos han sido mayores a \$80.000.

Una persona natural constituye a todos aquellos que realizan una actividad económica lícita, estas están en la obligación de obtener el RUC y llevar un sistema de contabilidad si en caso cumpliera con los lineamientos establecidos anteriormente.

2.11. Ley de Seguridad Social.

(Congreso Nacional Ecuador, 2010), dice:

***Art. 2.- Sujetos de protección.-** Son sujetos "obligados a solicitar la protección" del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:*

a. El trabajador en relación de dependencia; b. El trabajador autónomo; c. El profesional en libre ejercicio; d. El administrador o patrono de un negocio; e. El dueño de una empresa unipersonal; f. El menor trabajador independiente; y, g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.

***Art. 15.- Cálculo de aportaciones.-** Las aportaciones obligatorias, individual y patronal del trabajador en relación de dependencia, se calcularán sobre la materia gravada, con sujeción a los resultados de los estudios actuariales independientes contratados por el IESS. Actualmente las tasas de aportación son:*

- *Aporte personal mínimo 9.45%.*
- *Aporte patronal mínimo 11.15%*

El empleador está en la obligación de afiliar al seguro a todos aquellos que están prestando su servicio físico o intelectual a cambio de una remuneración. Las aportaciones serán de forma mensual aplicando las tasas anteriormente citadas.

2.12. Código de trabajo.

(Corporación de Estudios y Publicaciones, 2012), manifiesta:

Art 125. Contrato a plazo indefinido.- se podrá celebrar contratos a plazo indefinido de forma verbal, tácita o por escrito. Los trabajadores gozarán de los beneficios citados en el art. 49, 51,53 y 104 de esta ley.

Al contratar a un empleado automáticamente por ley se estará celebrando un contrato permanente, el trabajador gozará de todos los beneficios de ley citados en el código de trabajo.

2.13. Código Tributario.

2.13.1. Impuesto al Valor Agregado (IVA).

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS), dice:

El impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.

Este impuesto se declara de forma mensual si los bienes que se transfieren o los servicios que se presten están gravados con tarifa 12%; y de manera semestral cuando exclusivamente se

transfieran bienes o se presten servicios gravados con tarifa cero o no gravados, así como aquellos que estén sujetos a la retención total del IVA causado. El formulario que se utilizara para el pago del impuesto al valor agregado IVA, para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad es el FORMULARIO 104A.

El impuesto al valor agregado IVA, se grava sobre la base imponible de los productos que sufrieron algún tipo de transformación y a los servicios prestados. El servicio de lavandería gravará la tarifa 12%.

2.13.2. Impuesto a la Renta.

(SERVICIO DE RENTAS INTERNAS), define al impuesto a la renta como:

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1 de enero al 31 de diciembre.

Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restara las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado se lo llama base imponible. El formulario que se utilizara para el pago del impuesto a la renta, para personas naturales no obligadas a llevar contabilidad es el FORMULARIO 102A.

Las personas naturales o sociedades deberán pagar el impuesto a la renta, este impuesto se gravará sobre los ingresos percibidos en el año, descontado los rubros fijados por el SRI, las tarifas se aplicarán sobre la base imponible que corresponda para cada caso.

2.14. ¿Qué es un estudio de factibilidad?

(Araujo Arévalo, 2012), dice:

...Un estudio de factibilidad es una investigación que proporciona información adecuada y suficiente para que los inversionistas potenciales tengan elementos de juicio suficientes para tomar la decisión de adelantar o descartar el proyecto propuesto. Además constituye un elemento de soporte ante las entidades financieras para las solicitudes de crédito.

Un estudio de factibilidad facilita la realización de un proyecto pues hace efectiva la inversión ya que en esta investigación se incluye un análisis detallado de la parte técnica y financiera del proyecto.

2.15. Normas internacionales de información financiera.

2.15.1. Estados financieros.

(Junta de Normas Internacionales de Contabilidad, 2014), menciona:

...Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, del rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas.

Según la NIIF'S, los estados financieros que una empresa debe presentar son los siguientes:

- *Estado de situación financiera.*
- *Estado de resultados.*

- *Estado de cambios en el patrimonio.*
- *Estado de flujos de efectivo.*

En toda empresa es vital que se presenten los estados financieros puesto que estos muestran el estado real en el que se encuentra la empresa y a la vez muestra que tan eficiente es la gestión que se está llevando a cabo. Para ello las NIIF'S establece que estados financieros se debe presentar.

1. Estado de situación financiera.

(Ávila Macedo, 2007), dice:

...Son documentos elaborados mediante la aplicación de la ciencia contable, en los que se muestran la situación financiera de la empresa a una fecha determinada y los resultados de su operación u otros aspectos de carácter financiero. Este sirve para tomar decisiones a través de normas y procedimientos que permiten un mejor control de todas las operaciones. El estado de situación financiera o balance general consta de tres elementos: Activo, Pasivo y Capital Contable.

El estado de situación financiera presenta información acerca del estado en que se encuentra las cuentas pertenecientes a los activos, pasivos y capital, por lo cual es importante mantener actualizado este estado financiero.

2. Estado de resultados.

(Varela Villegas, 2010), dice:

...Que se elabora bajo el sistema de causación (se consideran como ingresos y egresos todo aquello que se haya causado, aunque no se haya efectivamente recibido o pagado). Este estado

compara hechos de la operación: ingresos vs. Costos y gastos en un periodo fiscal, generalmente un año gravable, y permite determinar las utilidades gravables los impuestos y las utilidades netas.

Este estado muestra tanto los ingresos como los egresos y la utilidad que se está percibiendo por tal razón es indispensable que se lo realice a tiempo para verificar que tan eficiente es el trabajo que se está realizando.

3. Estado de cambios en el patrimonio.

(Carme Viladecans, 2010), dice:

...Muestra información sobre el valor neto contable de la empresa, es decir el patrimonio neto, así como su evolución a lo largo del ejercicio que se cierra y el anterior.

El estado de cambios en el patrimonio permite analizar los movimientos que se está generando en cuestión al patrimonio, esto faculta la correcta y oportuna toma de decisiones referente a este aspecto.

4. Estado de flujos de efectivo.

Según (Varela Villegas, 2010), dice:

...Se elabora bajo el sistema de caja (solo se consideran aquellos ingresos y egresos que real y efectivamente han sido recibidos o pagados). Permite determinar las necesidades reales de capital en los distintos momentos de desarrollo de la empresa y determina los momentos en los cuales los aportes de los socios y/o préstamos de los intermediarios financieros son absolutamente necesarios para mantener una posición positiva en el flujo de caja al final de cada periodo.

Muestra el nivel de flujo de efectivo que tiene la empresa en otras palabras, este estado permite determinar la liquidez de la empresa.

2.16. Concepto de proceso administrativo.

(Camisón & Dalmau, Introducción a los Negocios y su Gestión, 2009), define al proceso administrativo como:

...El proceso administrativo consiste en la fijación y logro de unos objetivos. La concepción de la administración como un proceso implica la existencia de un camino sistemático y organizado para hacer las cosas, y comprende una serie de acciones, actividades u operaciones conducentes a la consecución de un fin.

Constituye una serie de actividades sistemáticas encaminadas a lograr los objetivos propuestos por la empresa, para ello es necesario analizar y tener en cuenta los componentes del proceso administrativo tal es la planificación, organización, dirección y control.

2.17. ¿Qué es un flujograma?

(Guerra Reyes, 2009), menciona:

...Un Flujograma o diagrama de flujo, como también se le conoce, es un gráfico que posibilita representar un cierto detalle la secuencia de un proceso. En otros términos, consiste en un esquema en el cual los conceptos muestran relaciones de causa-efecto, o aparecen en función del momento en que se desarrolla la acción.

Para elaborarlo se deben considerar las siguientes recomendaciones:

- *Identificar el proceso en cuestión.*

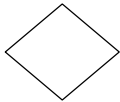
- *Establecer punto por punto la secuencia del proceso.*
- *Describir los pasos o actividades principales dentro de figuras geométricas.*

Un Flujograma es un gráfico en el que muestra la secuencia que seguirá una serie de actividades a fin de obtener un servicio o un producto de calidad.

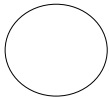
2.17.1. Símbolos básicos empleados en su construcción:



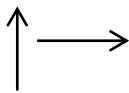
El rectángulo: representa un símbolo en el cual se describe una actividad.



El rombo: representa un símbolo que se incluye cuando sea señalado una decisión.



El círculo: se incluye para mostrar una relación.



Las líneas: constituyen las vías que indican cómo se conectan los procesos.

2.18. Concepto organigrama estructural y funcional.

“Es la representación gráfica de las jerarquías en la empresa; debe reflejar las interrelaciones, fusiones y responsabilidades del personal, cuidando la distribución de cargas de trabajo”. (Filion, Felipe, & Mejía-Morelos, 2011).

En una empresa es indispensable contar con un organigrama estructural el cual permite observar las funciones y responsabilidades de cada cargo.

2.19. ¿Qué es el estudio de mercado?

“En este estudio se define la cuantía de la demanda e ingresos en operación, además determina los canales de distribución. El soporte principal de este estudio es conocer al mercado para implementar su respectivo diagnóstico”. (Araujo Arévalo, 2012).

En un adecuado estudio de mercado se deben estudiar aspectos relacionados directamente con el consumidor, la competencia, la comercialización del producto o servicio y a los proveedores.

2.19.1. Definición de mercado.

“El mercado es el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer un precio único y, por lo tanto, la cantidad de las transacciones que se vayan a realizar”. (Arboleda Vélez, 2008).

El mercado constituye un espacio libre en el que los oferentes y demandantes acuden y realizan transacciones en cuestión a un precio.

2.19.2. Mercado meta.

“Un grupo más específico de consumidores en cuyas necesidades y deseos se centran los esfuerzos de marketing de una organización. Además es un número relativamente pequeño de personas dentro de un mercado en general o como mercado total”. (Ferrell, Hirt, & Ferrell, 2010).

El mercado meta es un grupo constituido por personas con necesidades iguales o similares, por lo que una empresa se encargará de satisfacer a este grupo.

2.19.3. Segmento de mercado.

(Filion, Felipe, & Mejía-Morelos, 2011), define que un segmento de mercado es:

...Un grupo específico de clientes con necesidades, patrones de compra y características similares. El proceso de segmentación implica dividir el mercado en partes (segmentos) o subgrupos más homogéneos en cuanto al tipo de necesidad; de esta forma, se obtiene un grupo al que podemos atender en forma diferenciada. La segmentación nos permite enfocarnos en el segmento o segmentos más atractivos que la organización pueda atender o servir.

Implicar dividir el mercado en grupos más pequeños tomando en consideración las necesidades, patrones de compra y características similares a fin de obtener un grupo más homogéneo, a la vez observar que segmento es el más atractivo para atender.

2.19.4. Oferta.

“El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades, que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer de bienes y servicios”. (Arboleda Vélez, 2008).

Son los bienes y servicios que un productor puede entregar al público para su consumo a cambio de un precio determinado.

2.19.5. Demanda.

“La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar sus recursos con el objeto de satisfacer sus necesidades, buscando maximizar su utilidad, bienestar y satisfacción”. (Arboleda Vélez, 2008).

Representa los consumidores que están dispuestos a comprar un determinado producto o servicio a los diferentes precios, a fin de satisfacer una necesidad.

1. Demanda potencial.

“Es la demanda probable que al satisfacer determinadas condiciones se le puede volver real”. (Arboleda Vélez, 2008).

Esta demanda es la que probablemente se atenderá.

2. Demanda insatisfecha.

“Es cuando la demanda total no está debidamente satisfecha”. (Arboleda Vélez, 2008).

Este tipo de demanda es la teniendo un producto o servicio no está contento con el mismo.

2.20. El marketing en la microempresa.

2.20.1. Marca.

(Vargas Belmonte, 2013), define que la marca es:

...Nombre, signo o símbolo que identifica al producto o servicio. Las empresas crean sus propias marcas para controlar la comercialización del producto y potenciar su imagen. Según estudios de marketing para implantar y crear una marca es importante tener en cuenta una serie de factores con respecto al nombre, entre ellos que sea corto, sencillo, agradable y fácil de pronunciar.

La marca de un producto o servicio es indispensable ya que a través de esta se la puede identificar.

2.20.2. Empaque.

“El empaque, o envase externo que contiene y describe el producto, incluye en las actitudes de los consumidores y en sus decisiones de compra. Un empaque puede desempeñar varias funciones, entre otras, protección, economía, comodidad y promoción”. (Ferrell, Hirt, & Ferrell, 2010).

Es el envase externo que protege y preserva el producto, este debe tener buena representación puesto que influye directamente en la decisión de compra.

2.20.3. Promoción.

(Vargas Belmonte, 2013), dice que:

...La promoción del producto incluye la publicidad, la venta personal, la promoción de ventas, las relaciones públicas y el merchandising. Con la promoción toda empresa pretende informar al cliente sobre el producto, por otro lado, también se pretende estimular al cliente a consumir el producto, y por último y el fin primordial, es que el cliente pruebe el producto y quede satisfecho para continuar consumiéndolo.

Con la promoción, la empresa busca informar al cliente acerca del producto o servicio ofertado, estimulando así que el consumidor lo pruebe quede satisfecho con él, a fin de que siga consumiéndolo.

2.20.4. Precio.

(Arboleda Vélez, 2008), define que el precio es:

...El valor, expresado en dinero, de un bien o un servicio ofrecido en el mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, pues es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

Es el dinero que el cliente dará a cambio de un producto o servicio ofertado.

2.21. ¿Qué es el estudio técnico?

“Es un estudio que detalla la localización más óptima del proyecto, las construcciones civiles, mecánicas y eléctricas, para, con base en ellos preparar los presupuestos. Implica también la labor de colocar de forma eficiente y económica los equipos”. (Araujo Arévalo, 2012).

Este estudio tiene por objeto proveer de información acerca de los procesos productivos operacionales, además determina las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales tanto para la puesta en marcha del proyecto así como para su respectiva operación.

2.21.1. Localización.

(Araujo Arévalo, 2012), menciona que:

...El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuya a minimizar los costos de inversión y los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

La localización de un proyecto constituye determinar técnicamente el lugar apropiado para la ubicación del mismo, buscará la mejor opción después de analizadas las variables que en lo posible disminuyan costos y a la vez permita atraer al público meta.

2.21.2. Macrolocalización.

(Araujo Arévalo, 2012), menciona que la macrolocalización es:

...La selección del área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto se conoce como estudio de Macrolocalización. Para una planta industrial, los factores de estudio de Macrolocalización que inciden con mayor frecuencia son:

- *Proximidad al mercado de consumo.*
- *Proximidad al mercado de materias primas.*

De manera secundaria debemos considerar:

- *Disponibilidad de mano de obra y aspectos laborales.*
- *Infraestructura física y de servicios, como:*
 - *Suministro de agua.*
 - *Tratamiento de desechos.*
 - *Disponibilidad de energía eléctrica y combustibles.*
 - *Carreteras.*
 - *Marco jurídico en general.*

Es la determinación de una región o zona donde probablemente se localizará el proyecto, para decidir el lugar óptimo es necesario evaluar factores que inciden directamente en la macrolocalización expuestos anteriormente.

2.21.3. Microlocalización.

(Araujo Arévalo, 2012), menciona que:

...Una vez definida la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto. Lo anterior deberá plantearse una vez que el estudio de ingeniería del proyecto se encuentre en una etapa de desarrollo avanzado.

La información requerida es:

- *Tipo de edificaciones que se van a construir.*
- *Área requerida inicial y área para futura expansión.*
- *Accesos al predio, vías de comunicación, carreteras, ferrocarril y otros medios.*
- *Disponibilidad de agua, energía eléctrica, gas y otros servicios específicos.*
- *Volumen y características de las aguas residuales.*
- *Volumen producido de desperdicios, gases, humos y otros contaminantes.*
- *Instalaciones y cimentaciones requeridas para equipo y maquinaria.*

Consiste en analizar exhaustivamente el predio donde será la ubicación definitiva de la planta, esto no será posible si no se examina y estudian factores esenciales para determinar el sitio correcto.

2.21.4. Tamaño del proyecto.

(Araujo Arévalo, 2012), menciona que:

...En general, el tamaño de un proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipo de proyectos en cuestión.

Esta capacidad se expresa en cantidades producidas por unidad de tiempo, es decir, volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados, por ciclo de operación o periodo definido.

Por lo tanto el tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tiene el mismo, en un periodo operacional determinado.

2.21.5. Capacidad instalada.

“Es el nivel máximo de producción que se puede lograr con las instalaciones el equipo con el que se cuenta. Esto permite estimar el tiempo de respuesta a los clientes y hacer planes para expansiones futuras”. (Filion, Felipe, & Mejía-Morelos, 2011).

Es la producción efectiva de la planta, en tiempos reales y tomando en consideración limitaciones que pueden existir en la realización del proceso productivo.

2.22. ¿Qué es el estudio financiero?

Para (Martínes, 2011), el estudio financiero es:

...Es un análisis financiero del proyecto. Comprende la inversión, la proyección de los ingresos y de los egresos y las formas de financiamiento que se prevén para todo el periodo de su ejecución y de su operación. Asimismo ordena y sistematiza en términos monetarios la información proporcionada por los estudios anteriores.

Este estudio proporciona información sobre el valor residual de las inversiones y define el monto de capital de trabajo. Además determina en valores monetarios si el proyecto es o no factible.

2.22.1. Inversión.

“La inversión comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”. (Urbina, 2006).

Para iniciar las operaciones de la empresa es necesaria la adquisición de todos los equipos, maquinaria, materiales, mano de obra y demás, todo esto constituye la inversión.

2.22.2. Inversión fija.

(Araujo Arévalo, 2012), menciona que:

...Este presupuesto está formado por todos aquellos bienes tangibles que es necesario adquirir inicialmente y durante la vida útil del proyecto, para cumplir con las funciones de producción, comercialización y distribución de los productos. Los principales rubros que lo integran son; terreno, edificios u obra civil, maquinaria y equipo principal,

Para que una empresa pueda iniciar sus operaciones y continúe haciéndolo por toda su vida útil es precisa la adquisición de bienes tangibles que permitan la correcta y oportuna producción, comercialización y distribución.

2.22.3. Inversión diferida.

“La inversión diferida se integra con las erogaciones para llevar a cabo la inversión del proyecto, desde el surgimiento de la idea hasta su ejecución y puesta en marcha”. (Araujo Arévalo, 2012).

Son rubros más pequeños que son utilizados para la puesta en marcha el proyecto. Entre los más comunes tenemos los estudios de pre-inversión, la constitución de la sociedad si fuese el caso y programa pre-operativo de capacitación.

2.22.4. Evaluación financiera.

1. Valor actual neto (VAN).

(Sapag Chaín, 2007), define que el valor actual neto es:

...El método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero.

Si el resultado es mayor que cero, mostrará cuánto se gana con el proyecto, después de recuperar la inversión, por sobre la tasa que se exigía de retorno al proyecto; si el resultado es igual a cero, indica que el proyecto reporta exactamente la tasa que se quería obtener después de recuperar el capital invertido; y si el resultado es negativo, muestra el monto que falta para ganar la tasa que se deseaba obtener después de recuperada la inversión.

El cálculo del VAN muestra cuánto gana el proyecto después de haber recuperado la inversión, es decir es el valor en dólares ganado después de que se haya recuperado el capital invertido.

2. Tasa interna de retorno (TIR).

(Sapag Chaín, 2007), dice:

...Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno, TIR, que mide la rentabilidad como porcentaje, entrega un resultado que conduce a la misma regla de decisión que la obtenida con el VAN.

La TIR en cambio mide la rentabilidad en porcentaje, es decir es el porcentaje de ganancia que el proyecto dará una vez recupera la inversión.

3. Costo /beneficio.

(Sapag Chaín, 2007), dice:

...La relación costo- beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.

- *Costo/Beneficio > 1: esto significa que los ingresos son mayores que los egresos, por lo cual el proyecto es asequible.*
- *Costo/Beneficio = 1: esto significa que tanto los ingresos como los egresos son iguales, es decir el proyecto es indiferente.*
- *Costo/Beneficio < 1: esto muestra que los ingresos son menores que los egresos, por lo que, es aconsejable no invertir el en proyecto.*

Este indicador financiero es importante ya que muestra la relación existente entre los ingresos y egresos. Si los ingresos son mayores que los egresos el proyecto es factible, pero si fuere lo contrario se estaría topando con un proyecto no factible, esto hace que la inversión no sea atractiva.

4. Período de recuperación de la inversión.

“El período de recuperación de la inversión, PRI, 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”. (Sapag Chaín, 2007).

Este indicador estima el tiempo exacto en el que la inversión será recuperada.

5. Punto de equilibrio.

“La igualdad entre los ingresos por ventas y los costos de producción; es la compensación entre los ingresos y costos para dar como utilidad cero donde el negocio no gana ni pierde”. (Fierro Martínez, 2004).

Este criterio de evaluación financiera da a conocer el punto donde el proyecto empieza a generar utilidad, tomando en cuenta que la contrapartida de los costos fijos son los costos variables.

2.23. ¿Qué son los impactos?

“El impacto se define como un resultado de los efectos de un proyecto, y la determinación de este exige el establecimiento de objetivos operacionales que permitan vincular el proyecto con los efectos resultantes de su implementación”. (Martínez, 2011)

2.24. Contabilidad de servicios.

“Permite obtener información útil sobre las operaciones de las empresas dedicadas a la prestación de servicios, registra las actividades que realizan dichas empresa, siendo esta una contabilidad general”. (Bravo Valdivieso, 2013).

Las empresas se dedican a diferentes actividades por lo cual cada una de ellas lleva específicamente la contabilidad relacionada con su rama, es por ello que una empresa dedicada a la prestación de servicios debe llevar una contabilidad de acuerdo a su campo.

2.24.1. Ingresos.

Según (Bravo Valdivieso, 2013), ingreso es:

...Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se derivan de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma.

Los ingresos de una empresa constituyen los incrementos en el patrimonio durante un periodo de tiempo ya sean estos en forma de entradas o aumentos.

2.24.2. Egresos.

“Se denomina egresos a la salida de dinero de una empresa. Los egresos aluden a los gastos y a las inversiones”. (Bravo Valdivieso, 2013).

Los egresos son salidas de dinero que supone un desembolso financiero para la empresa. Un egreso es un gasto o una inversión; el gasto se diferencia de una inversión puesto que un gasto no es recuperable mientras que una inversión sí.

2.24.3. Ganancia.

“Las ganancias suponen incrementos en los beneficios económicos y, como tales, no son diferentes en su naturaleza de los ingresos de actividades ordinarias”. (Junta de Normas Internacionales de Contabilidad, 2014).

La ganancia representa un beneficio económico que beneficia a la empresa.

2.24.4. Pérdida.

“Las pérdidas representan decrementos, en los beneficios económicos y, como tales, pueden o no surgir de las actividades ordinarias de la entidad”. (Junta de Normas Internacionales de Contabilidad, 2014).

Las pérdidas son decrementos o disminuciones de beneficios económicos, lo que es perjudicial para una empresa, pues disminuye su capital.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

La finalidad de realizar el estudio de mercado fue recolectar datos e información, los cuales fueron analizados y procesados para determinar la viabilidad que tendrá el proyecto a implementarse; algunos de los aspectos que se analizaron son los siguientes:

- Análisis del comportamiento de los posibles clientes, a fin de detectar sus necesidades para satisfacerlas, averiguar sus hábitos de consumo lo cual permitirá implementar estrategias para ofrecer un servicio de calidad.
- Análisis de la competencia, sus estrategias de mercado así como también sus costos para basarse en su experiencia y ofrecer un servicio parecido o mejor.

Toda la información recopilada se logró obtener, aplicando los instrumentos de investigación; encuestas, entrevistas y la observación directa. Así como también con la correcta segmentación de mercado.

3.1. Identificación del servicio.

La microempresa al dedicarse al servicio de lavandería ofertará los siguientes servicios y tipos de lavado:

- **Lavado automatizado (en agua).** Lavado de prendas de vestir, utilizando agua, jabón, detergentes, suavizantes, blanqueadores, en las diferentes fases del lavado, esto en base a lo que el cliente solicite.

- **Secado automático.** El ciclo de secado es clave para asegurar que las prendas estén limpias y listas para ser usadas.
- **Lavado en seco.** Es el lavado de las prendas sin sumergirlas en agua ya que se deterioran, deforman, encogen o se altera el color. Para ello se utilizará solventes tales como; el percloroetileno, el cual elimina la grasa y manchas.
- **Planchado.** Una vez lavadas las prendas ya sea en agua o en seco, el siguiente paso es plancharlas.
- **Entrega a domicilio de las prendas.** Las prendas listas (limpias y enfundadas), serán entregadas en el domicilio de los dueños que solicitaron el servicio de entrega a domicilio.

Figura N° 11

Prendas limpias y enfundadas

Elaborado por: La Autora.

Fuente: <http://www.hogartintorero.com>



Año: 2014.

3.2. El Mercado.

El mercado meta de la microempresa de servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado con entrega a domicilio, son las familias del Cantón Urcuquí, estudiantes y docentes de Yachay (la ciudad del conocimiento), siendo el propósito fundamental, mejorar la calidad de vida de los habitantes del cantón, puesto que estos no pueden cumplir con esta actividad debido a diferentes diligencias como; trabajo, estudios y demás ocupaciones propias

del hogar. Y puesto que en el cantón no existe una empresa similar, se pretende cubrir esta necesidad.

3.3. Objetivos del estudio de mercado.

3.3.1. General.

Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda potencial a satisfacer en el Cantón Urcuquí.

3.3.2 Específicos.

- Analizar la oferta del servicio de lavandería automatizado y en seco de prendas de vestir.
- Identificar la demanda del servicio de lavandería automatizado y en seco de prendas de vestir con entrega a domicilio en el Cantón Urcuquí.
- Establecer los canales de comercialización de la microempresa del servicio de lavandería automatizado y en seco de prendas de vestir con entrega a domicilio.

3.4. Matriz de mercado.

Tabla N° 8

Matriz de mercado.

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTES DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	PÚBLICO META
➤ Analizar la oferta del servicio de lavandería automatizado y en seco de prendas de vestir.	Oferta	- Nivel de oferta	Secundaria	Documental	GAD Ibarra
		- Clases del servicio ofertado.	Primaria	Observación	Competencia
		- Clientes captados.	Primaria	Observación	Competencia
		- Precios.	Primaria	Entrevista	Competencia
➤ Identificar la demanda del servicio de lavandería automatizado y en seco de prendas de vestir con entrega a domicilio en el Cantón Urcuquí.	Demanda	- Nivel de demanda según el consumo actual.	Primaria	Encuesta	Potenciales Clientes
		- Determinación de precios.	Primaria	Encuesta	Potenciales Clientes
		- Gustos y preferencias.	Primaria	Encuesta	Potenciales Clientes
➤ Establecer los canales de comercialización de la microempresa del servicio de lavandería automatizado y en seco de prendas de vestir con entrega a domicilio.	Comercialización	- Publicidad	Primaria	Entrevista	Competencia
		- Promociones.	Primaria	Entrevista	Competencia
		- Nivel de satisfacción del cliente.	Primaria	Encuesta	Potenciales Clientes
		- Canales de distribución.	Primaria	Entrevista	Competencia

Elaborado por: La Autora.

Año: 2014.

3.5. Segmento de mercado.

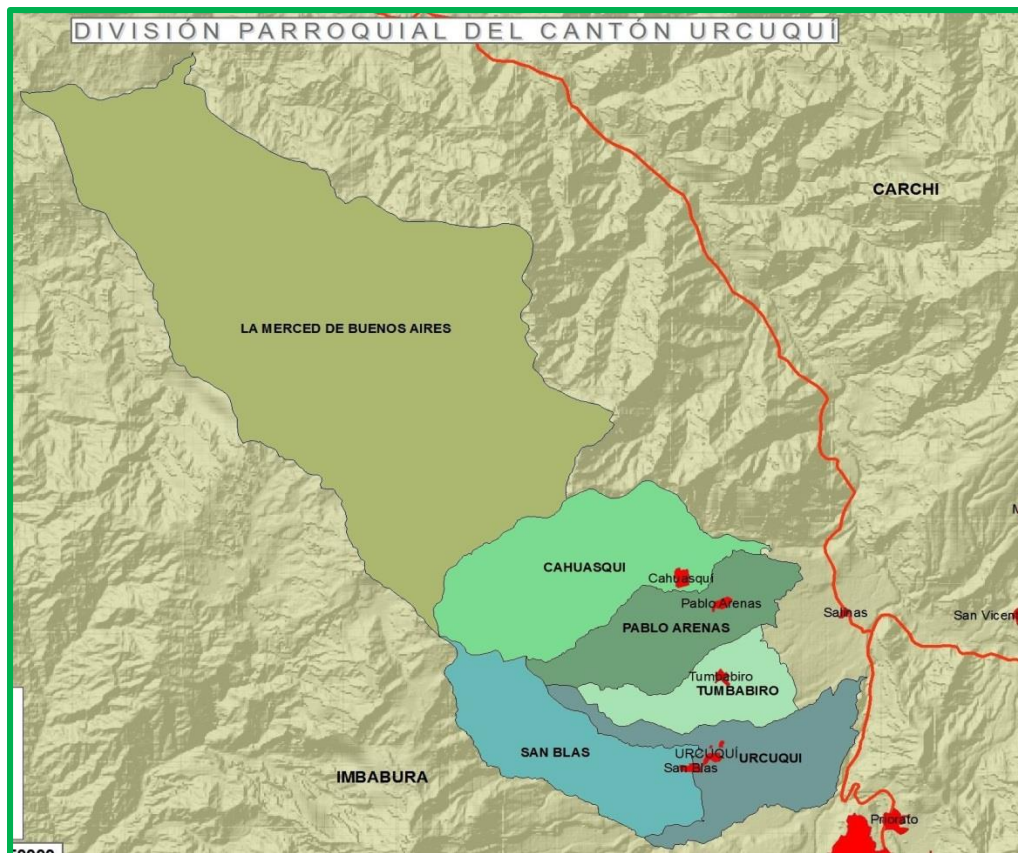
Para la segmentación de mercado se dividió al cantón San Miguel de Urququí en parroquias y se seleccionó a la parroquia urbana Urququí en la que recae la mayor parte de la población, los estudiantes, y docentes de Yachay, como el mercado al cual la microempresa ofrecerá el servicio de lavandería, además para un adecuado y oportuno segmento de mercado se analizó las siguientes variables:

3.5.1. Segmentación geográfica.

Figura N° 12

División parroquial del cantón Urququí

Elaborado por: La Autora.
Fuente: <http://app.sni.gob.ec/>.



Año: 2014

3.5.2. Segmentación demográfica.

La segmentación demográfica constituye grupos de edad, sexo, nivel de ingresos entre otros., representando estos, a grupos de clientes potenciales que tendrá la microempresa.

➤ Edad.

La edad del público meta segmentado es la población cuyas edades van desde los 8 años en adelante, descartando así a los niños de 0 a 7 años, puesto que las prendas de vestir de dichos niños, requieren de un tratado y cuidado especial.

➤ Género.

No existe ningún tipo de restricción en cuanto a género ya que el servicio de lavado de ropa será tanto para hombres y mujeres cuya edad comprenda la PEA.

➤ Nivel de ingresos.

El servicio de lavandería no constituye una necesidad básica, por ende no está dentro de las posibilidades de quienes no perciben un salario básico, por lo tanto se ha tomado a las familias que perciben más de un salario básico.

3.6. Mecánica operativa.

3.6.1. Identificación de la población.

Para la identificación de la población se tomó en cuenta la información del INEC según el censo poblacional 2010 y se determinó que la población económicamente activa de la población urbana de Urcuquí es 3.378 personas correspondiente a 845 familias, a esto se aplicó la tasa de ocupación plena (54.02%), a fin de dirigirnos a la población que tenga poder

adquisitivo, dando así una población de 1.825, además se sumó 415 estudiantes y 52 docentes que residen en Yachay (información proporcionada por el Ing. Washington Fuentes, director de nivelación de dicha Institución), constituyendo una población total de 2.292.

Tabla N° 9

Población total.

Población	Nro.
Población Urcuquí	1.825
Estudiantes y Docentes de Yachay	467
TOTAL	2.292

Elaborado por: La Autora.

Fuente: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas>.

Año: 2014.

Por lo tanto para el análisis de la demanda se consideró a 2.292 personas ya que el servicio de lavandería se lo considera personal.

3.6.2. Identificación de la muestra.

Para la identificación o cálculo de la muestra se tomó en consideración a 2.292 personas y se utilizó la siguiente fórmula:

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

Tabla N° 10**Descripción de los componentes de la fórmula.**

CONSTANTES	DESCRIPCIÓN	VALOR
n	Tamaño de la muestra.	
N	Tamaño de la población.	2.292
σ	Varianza.	0,25
Z	Valor del nivel de confianza.	1,96
e	Límite aceptable de error muestral.	0,05

Elaborado por: La Autora.
Año: 2014

CÁLCULO:

$$n = \frac{(2292) (0,25) (0.196)^2}{(2292 - 1) (0.05)^2 + (0,25)(1.96)^2}$$

$$n = \frac{2201,2368}{6,6879} = 329$$

El número de encuestas que se debe aplicar es 329. Se distribuyó el número de encuestas a ser efectuadas de acuerdo con la segmentación realizada.

Tabla N° 11**Número de encuestas a aplicarse.**

DETALLE	Nro.	PORCENTAJE
Urcuquí (población urbana)	262	80%
Estudiantes Yachay	60	18%
Docentes Yachay	7	2%
Total encuestas	329	100%

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación de Mercado.
Año: 2014

3.6.3. Técnicas e instrumentos.

Para la recolección de la información se utilizó diferentes técnicas e instrumentos siendo este parte de la información primaria detallada a continuación:

1. Información primaria.

En la recopilación de la información primaria se consideró oportuna y conveniente aplicar técnicas de investigación, tales como: la encuesta, la entrevista y la observación directa, las cuales fueron diseñadas de acuerdo a las variables citadas en la matriz de mercado.

a) Encuesta.

La encuesta se realizó a la población urbana Urcuquí, estudiantes y docentes de Yachay, para ello se utilizó un cuestionario de investigación de mercados, lo que permitió determinar la situación real de la demanda del servicio de lavandería. (Anexo 1).

b) Entrevista.

La entrevista se realizó a los propietarios de Lavanderías de la ciudad de Ibarra, previo un cuestionario (Anexo 2) que proporcionó información sobre el manejo de dichas empresas, así como los precios, promociones y canales de distribución que manejan.

El GAD Ibarra proporcionó información sobre las lavanderías legalmente registradas y a continuación se detalla cuáles, los propietarios y el resultado de dicha entrevista.

Tabla N° 12

Información de la entrevista aplicada a los dueños de las lavanderías de la ciudad de Ibarra.

LAVANDERÍAS	PROPIETARIO/ GERENTE	PRECIOS (DOCENA DE ROPA)	PROMOCIONES	PUBLICIDAD	CANALES DE DISTRIBUCIÓN
MARTINIZING	Ing. Mauricio Cadena.	16,00	SI	Internet Radio	Directa Empresa- Cliente
TECNOCLEAN	Sra. Irma Cisneros.	7,00	NO	Prensa	Directa Empresa- Cliente
FRESH&CLEAN	Sra. Olga Imbaquingo.	5,00	NO	Radio	Directa Empresa- Cliente
SECOMATIC	Dra. Rocío Jara.	8,00	NO	Prensa	Directa Empresa- Cliente
MONSERRATH LAVANDERIA	Sr. Aníbal Chafuel.	6,00	SI	Radio, Hojas Volantes, prensa	Directa Empresa- Cliente
LAVA FÁCIL	Sr. Fabián Jarrín.	8,00	NO	NO	Directa Empresa- Cliente

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación de Mercado.

Año: 2014

c) OBSERVACIÓN DIRECTA.

Una vez realizada las entrevistas se pudo determinar quiénes son los competidores directos. Y mediante la observación directa se fijó un número promedio de clientes que cada una de estas lavanderías capta al día y la variedad de servicios adicionales que proporcionan.

(Anexo 4).

Tabla N° 13

Competencia y clientes captados.

EMPRESA	NÚMERO DE CLIENTES CAPTADOS EN UNA HORA	NÚMERO DE CLIENTES CAPTADOS EN EL DÍA	SERVICIOS ADICIONALES
MARTINIZING	6	48	Lavado en agua, en seco, planchado.
TECNOCLEAN	3	24	Lavado en seco, planchado.
FRESH&CLEAN	2	16	Lavado en agua, planchado.
SECOMATIC	3	24	Lavado en agua, en seco, planchado.
MONSERRATH LAVANDERÍA	4	32	Lavado en agua, en seco, planchado.
LAVA FÁCIL	5	40	Lavado en agua, planchado.
TOTAL CLIENTES DIARIOS	23	184	

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación de Campo.

Año: 2014.

3.7. Tabulación y análisis de la información.

Objetivo: Cuantificar la demanda del servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado con entrega a domicilio.

La encuesta fue dirigida a la población económicamente activa del cantón Urcuquí, estudiantes y docentes de Yachay. Los resultados se los presenta a continuación:

PREGUNTA UNO

1. ¿Cómo lava usted sus prendas de vestir?

De forma manual.....

Utiliza una Lavadora personal.....

Acude a una Lavandería Automatizada.....

Tabla N° 14

Forma de lavar la ropa de las familias.

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
De forma manual	162	49,24%
Utiliza una Lavadora personal	30	9,12%
Acude a una Lavandería Automatizada	137	41,64%
TOTAL	329	100%

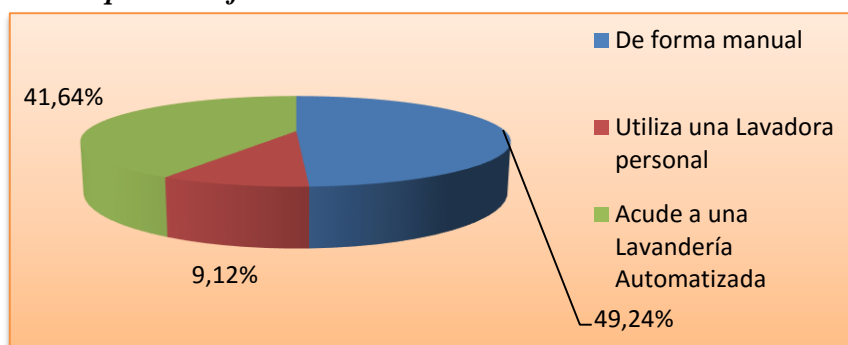
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 2

Forma de lavar la ropa de las familias.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

Según las encuestas realizadas, se determinó que la mayoría de los habitantes del cantón Urcuquí lavan sus prendas de vestir de forma manual, una menor cantidad corresponde a las personas que acuden a una lavandería automatizada para solicitar el servicio de lavado de su ropa y finalmente el menor porcentaje realizan esta actividad, utilizando una lavadora personal.

Los segmentos que lavan su ropa de forma manual y los que acuden a las lavanderías automatizadas se los consideran potenciales clientes.

PREGUNTA DOS

2. ¿Cuál es el promedio de prendas que lava semanalmente?

Menos de 1 Docena.....
 1 Docena.....
 2 Docenas.....
 3 Docenas.....
 Más de 3 Docenas.....

Tabla N° 15

Promedio de prendas lavadas semanalmente.

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Menos de 1 Docena	3	0,91%
1 Docena	49	14,89%
2 Docenas	85	25,84%
3 Docenas	128	38,91%
Más de 3 Docenas	64	19,45%
TOTAL	329	100%

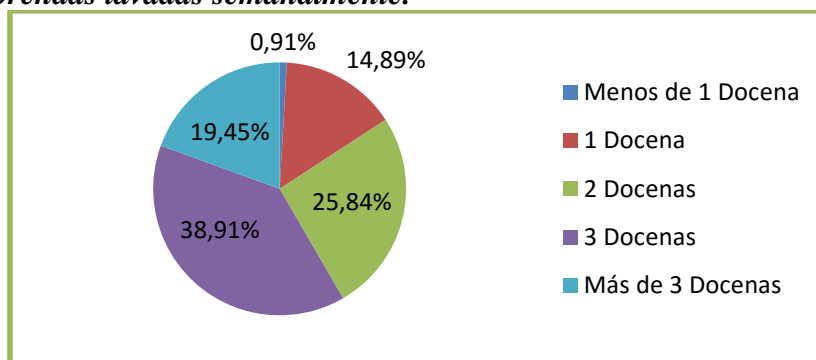
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 3

Promedio de prendas lavadas semanalmente.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

La información recopilada en el cantón Urucuquí, permitió conocer que el mayor porcentaje de familias lavan un promedio de 3 docenas de ropa semanalmente, seguido por 2 docenas, continuando con aquellas familias que lavan más de tres docenas y finalmente las que lavan menos de una docena y 1 docena. Por lo tanto en su mayoría la población Urucuquireña lava de 2 docenas en adelante, en la semana.

PREGUNTA TRES

3. ¿Alguna vez usted ha utilizado el servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado de prendas de vestir?

Si.....

No.....

Tabla N° 16

Utilización del servicio de lavandería automatizado.

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	132	40,12%
NO	197	59,88%
TOTAL	329	100%

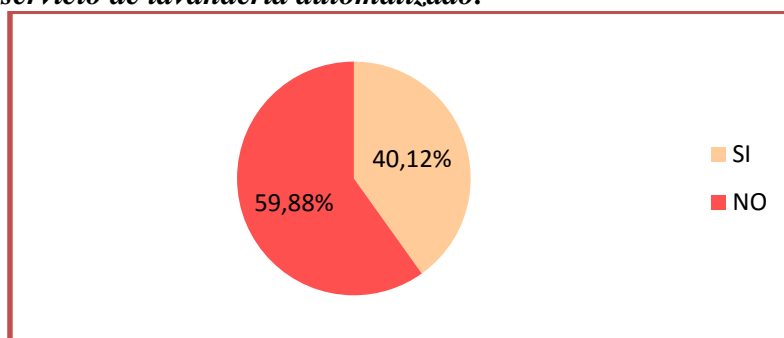
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 4

Utilización del servicio de lavandería automatizado.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

La aplicación de las encuestas a la muestra determinada, mostró que en su mayoría la población de Urcuquí no ha utilizado el servicio de lavandería automatizada, puesto que en el cantón no existe una empresa que ofrezca este servicio. No muy distante están las personas que si utilizan el servicio, los cuales acuden a la ciudad de Ibarra a solicitarlo.

PREGUNTA CUATRO

4. ¿Cuál es el servicio que utiliza con más frecuencia?

Lavado en agua.....

Lavado en seco.....

Tabla N° 17

Servicio utilizado con más frecuencia.

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Lavado en Agua	68	51,52%
Lavado en Seco	64	48,48%
TOTAL	132	100%

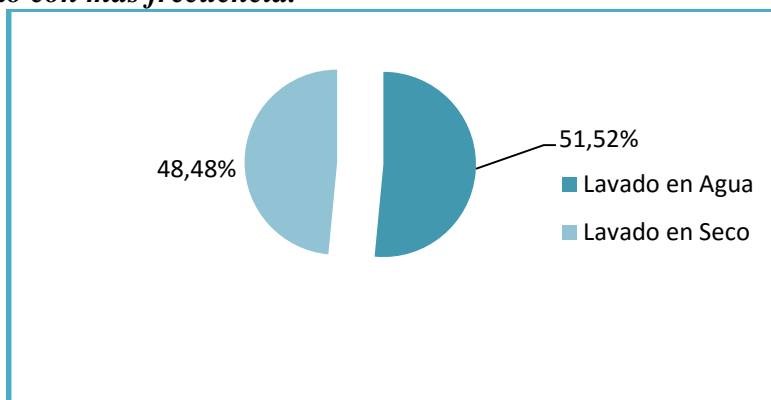
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 5

Servicio utilizado con más frecuencia.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

A través del estudio de mercado realizado se puede observar que la mayoría de las personas que han utilizado el servicio de lavandería han solicitado el lavado en agua con más frecuencia y en menor cantidad solicitan el lavado en seco. No existe una diferencia significativa, pues en las dos clases de lavado de ropa, se separa una de la otra por un porcentaje pequeño lo que quiere decir que se demanda, casi por igual las dos clases de lavado.

PREGUNTA CINCO

5. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio la lavandería automatizado y en seco?

Diario.....
 Semanal.....
 Quincenal.....
 Mensual.....
 Semestral.....
 Anual.....

Tabla N° 18

Frecuencia de utilización del servicio de lavandería.

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Diario	0	0,00%
Semanal	64	48,48%
Quincenal	22	16,67%
Mensual	38	28,79%
Trimestral	1	0,76%
Semestral	3	2,27%
Anual	4	3,03%
TOTAL	132	100%

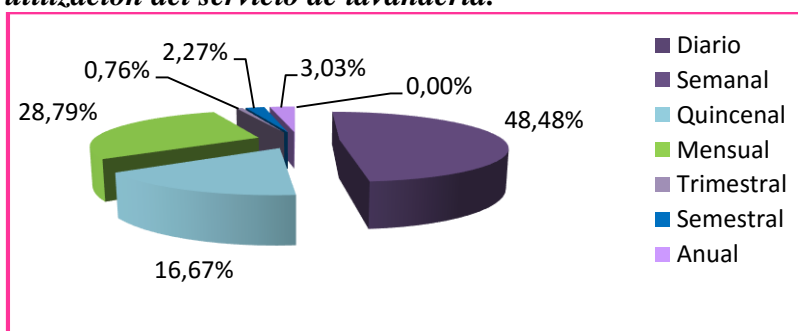
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014.

Gráfico N° 6

Frecuencia de utilización del servicio de lavandería.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

Gran parte de las familias encuestadas utilizan el servicio de lavandería semanalmente, esto hace notar que la frecuencia en la que acuden los Urququireños a solicitar el servicio de lavandería es muy aceptable, sin embargo existe un segmento de mercado que acude de forma mensual, quincenal y en porcentajes muy menores las personas que acuden a las lavanderías de forma anual, semestral y trimestral, esto disminuye en una proporción pequeña la cartera de clientes pero la microempresa no se verá muy afectada puesto que tendrá un número de clientes considerable que acudirán a solicitar el servicio de lavandería de forma habitual.

PREGUNTA SEIS.**6. ¿Cuántas docenas de ropa lleva a la lavandería automatizado según la frecuencia?**

Menos de 1 docena.....

1 docena.....

2 docenas.....

3 docenas.....

Más de 3 docenas.....

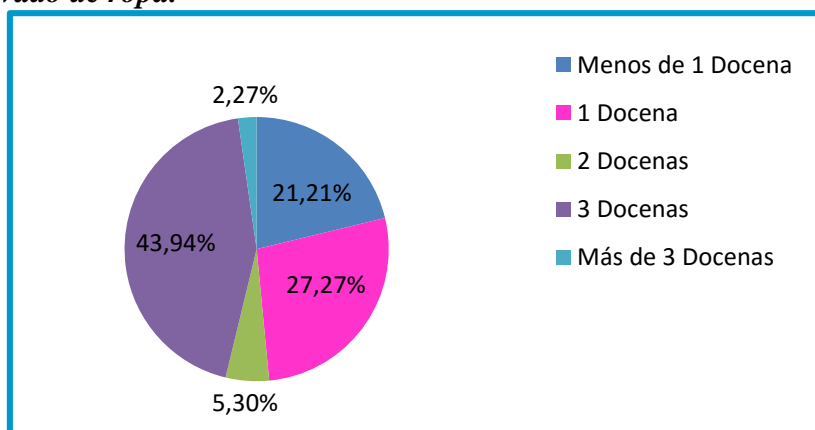
Tabla N° 19**Docenas de lavado de ropa.**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Menos de 1 Docena	28	21,21%
1 Docena	36	27,27%
2 Docenas	7	5,30%
3 Docenas	58	43,94%
Más de 3 Docenas	3	2,27%
TOTAL	132	100%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014.

Gráfico N° 7**Docenas de lavado de ropa.**

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

Esta pregunta está relacionada directamente con la anterior, según la frecuencia de en la que los encuestados acuden a una lavandería a solicitar el servicio, el más alto porcentaje corresponde a quienes acuden a lavar tres docenas de ropa a la semana, seguido de los que lavan una docena y de quienes lavan menos de una docena y finalmente en un porcentaje inferior están aquellas personas que lavan dos docenas y más de tres docenas. Esto muestra claramente que los Urcuquireños lavan una cantidad importante de prendas de vestir y permite a la empresa hacerse una idea de la cantidad de ropa que lavara semanalmente, también hace referencia al tamaño que tendrá el proyecto.

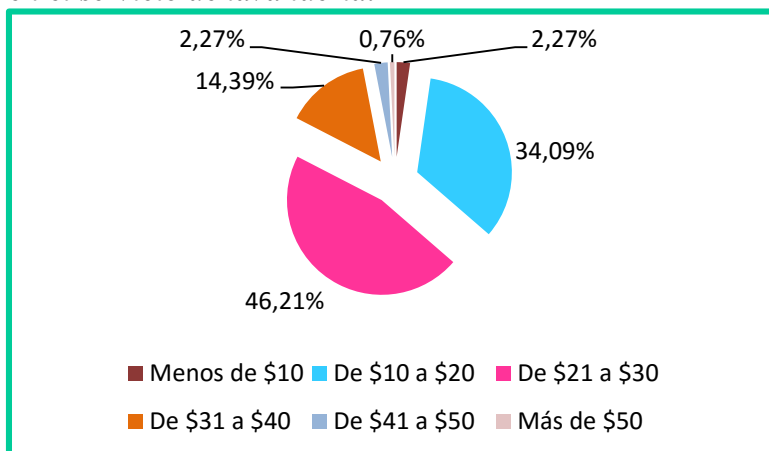
PREGUNTA SIETE.**7. ¿Cuál es su gasto promedio mensual, en el servicio de lavandería?**

Menos de \$10.....
 De \$10 a \$20.....
 De \$21 a \$30.....
 De \$31 a \$40.....
 De \$41 a \$50.....
 Más de \$50.....

Tabla N° 20**Gasto promedio en el servicio de lavandería.**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Menos de \$10	3	2,27%
De \$10 a \$20	45	34,09%
De \$21 a \$30	61	46,21%
De \$31 a \$40	19	14,39%
De \$41 a \$50	3	2,27%
Más de \$50	1	0,76%
TOTAL	132	100%

Elaborado por: La Autora.
 Fuente: Estudio de mercado.
 Año: 2014

Gráfico N° 8**Gasto promedio en el servicio de lavandería.**

Elaborado por: La Autora.
 Fuente: Estudio de mercado.
 Año: 2014

ANÁLISIS:

El gasto promedio mensual utilizado en el servicio de lavandería oscila entre \$21 y \$30 dólares.

Este rango de precios servirá de referencia para fijar un precio promedio por el servicio de lavado.

PREGUNTA OCHO.**8. ¿El servicio que le han brindado las empresas a la que ha acudido es?**

Excelente.....
 Muy bueno.....
 Bueno.....
 Malo.....

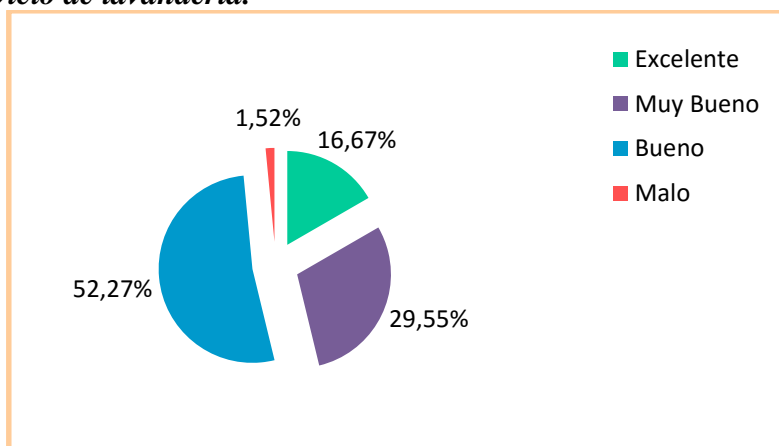
Tabla N° 21**Calidad del servicio de lavandería.**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Excelente	22	16,67%
Muy Bueno	39	29,55%
Bueno	69	52,27%
Malo	2	1,52%
TOTAL	132	100%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 9**Calidad del servicio de lavandería.**

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

Las personas que utilizan el servicio de lavandería, en su mayoría manifiestan que el servicio obtenido es bueno, continuado varias personas muestran que el servicio que obtuvieron es muy bueno, pocos piensan que el servicio que recibieron es excelente y en su minoría opinan que es malo. Aparentemente no todos se sienten conformes con el servicio que vienen recibiendo, lo cual brinda una oportunidad para que la microempresa mejore el servicio y así obtener la preferencia del cliente.

PREGUNTA NUEVE.**9. ¿Se encuentra contento (a) con el servicio que ha venido recibiendo?**

Si.....

No.....

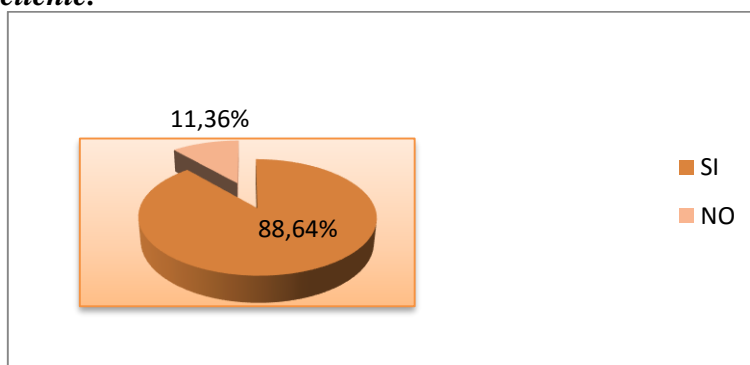
Tabla N° 22**Satisfacción del cliente.**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	117	88,64%
NO	15	11,36%
TOTAL	132	100%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014.

Gráfico N° 10**Satisfacción del cliente.**

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014.

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados que utilizan el servicio de lavandería afirman estar contentos con el servicio que se encuentran recibiendo y dado que en Urcuquí no existe una empresa similar no les queda más que seguir asistiendo a su Lavandería de confianza.

Esto no quiere decir que ellos no busquen otra empresa que les ofrezca el mismo servicio con calidad y un magnifico servicio al cliente.

PREGUNTA DIEZ.

10. ¿Le gustaría a usted que se implemente en el Cantón Urcuquí, una empresa que le ofreciera el servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado?

Si.....

No.....

Tabla N° 23

Creación de una microempresa en el cantón Urcuquí.

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	295	89,67%
NO	34	10,33%
TOTAL	329	100%

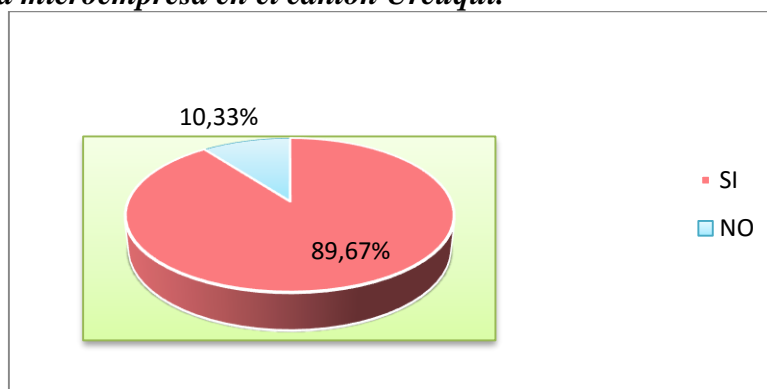
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 11

Creación de una microempresa en el cantón Urcuquí.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

En general, a la población encuestada le gustaría que en el cantón Urcuquí se implemente una empresa que ofrezca el servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado. Este resultado representa que se tiene el respaldo de la mayoría para crear la microempresa.

PREGUNTA ONCE.

11. ¿Cree que sería importante que quien ofrezca este servicio le ofreciera también la entrega a domicilio de las prendas?

Si.....

No.....

Tabla N° 24

Servicio de entrega a domicilio.

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
SI	227	76,95%
NO	68	23,05%
TOTAL	295	100%

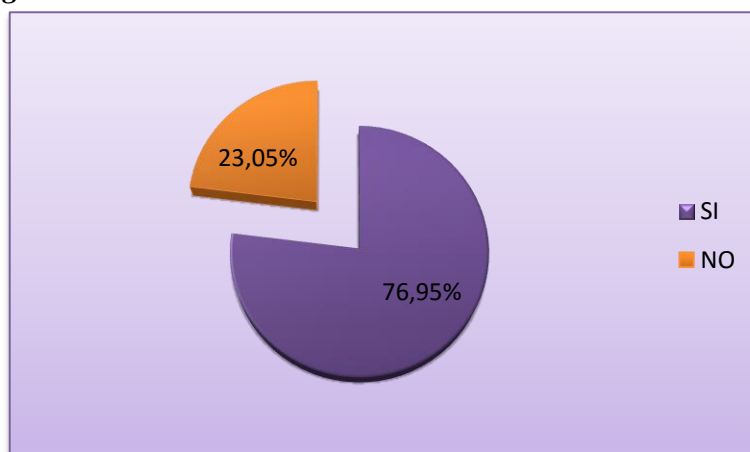
Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 12

Servicio de entrega a domicilio.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

De las respuestas obtenidas se puede concluir que la mayoría de las personas están de acuerdo que se implemente el servicio de entrega a domicilio de las prendas. Este será un servicio adicional que se lo prestará a quienes lo soliciten.

PREGUNTA DOCE.**12. ¿En su opinión cuál de las alternativas, es la más importante al recibir este tipo de servicio?**

Precio.....
 Calidad.....
 Tiempo de entrega.....

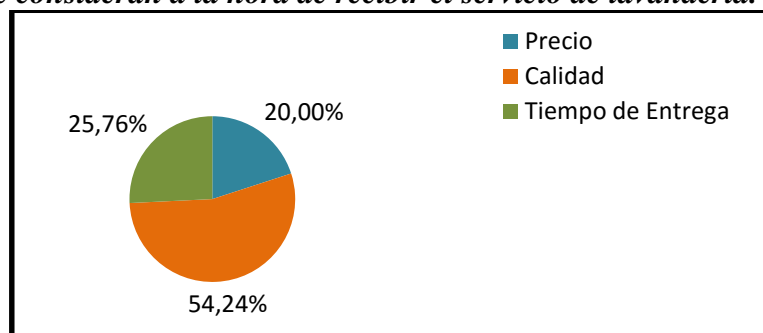
Tabla N° 25*Aspectos que se consideran a la hora de recibir el servicio de lavandería.*

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Precio	59	20,00%
Calidad	160	54,24%
Tiempo de Entrega	76	25,76%
TOTAL	295	100%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 13*Variables que se consideran a la hora de recibir el servicio de lavandería.*

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

Para la mayoría de los encuestados lo más importante a la hora de recibir el servicio de lavandería de prendas de vestir radica en la calidad del servicio tanto en la limpieza de la ropa como en la atención del cliente. Sin embargo en un menor porcentaje están aquellos que piensan que el tiempo de entrega y el precio es lo más importante.

Con los resultados obtenidos, la empresa optará por brindar a sus potenciales clientes calidad en el servicio de limpieza de las prendas de vestir y la entrega oportuna de las mismas, siendo así, responsables con la obligación adquirida con el cliente.

PREGUNTA TRECE.**13. ¿Dónde considera usted el lugar apropiado para la ubicación de la empresa?**

Centro del Cantón.....

A las afueras del cantón.....

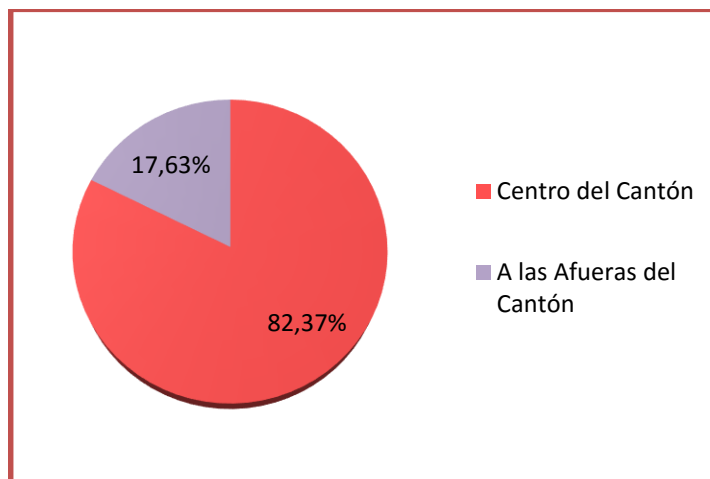
Tabla N° 26**Ubicación de la microempresa.**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Centro del Cantón	243	82,37%
A las Afueras del Cantón	52	17,63%
TOTAL	295	100%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

Gráfico N° 14**Ubicación de la microempresa.**

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de mercado.

Año: 2014

ANÁLISIS:

El centro del cantón Urcuquí es la plaza preferida por las personas encuestadas para ubicar la nueva microempresa puesto que ahí será más fácil acudir a ella y localizarla.

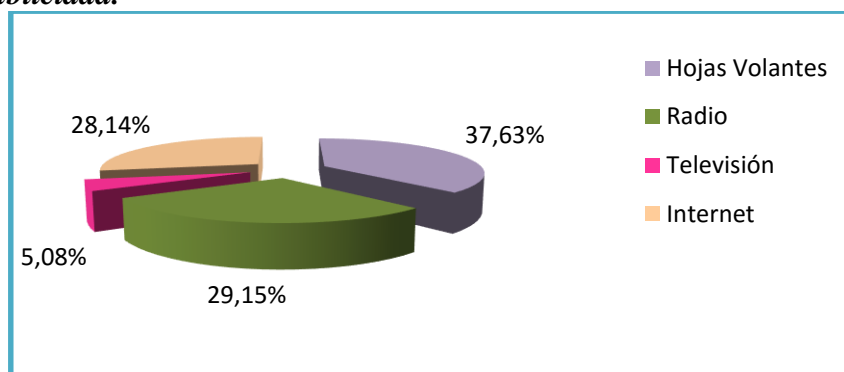
PREGUNTA CATORCE.**14. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de esta empresa?**

Hojas volantes.....
 Radio.....
 Televisión.....
 Internet.....

Tabla N° 27**Medios de publicidad.**

VARIABLES	TOTAL	PORCENTAJE
Hojas Volantes	111	37,63%
Radio	86	29,15%
Televisión	15	5,08%
Internet	83	28,14%
TOTAL	295	100%

Elaborado por: La Autora.
 Fuente: Estudio de mercado.
 Año: 2014

Gráfico N° 15**Medios de publicidad.**

Elaborado por: La Autora.
 Fuente: Estudio de mercado.
 Año: 2014

ANÁLISIS:

El medio publicitario para dar a conocer la microempresa, considerado el más importante es a través de las hojas volantes, no con una gran diferencia se encuentra los anuncios por la radio, el internet obtiene un personaje menor junto a la publicidad por televisión.

La microempresa optará por anuncios a través de hojas volantes, anuncios en la radio e internet.

3.8. Análisis de la demanda.

El aseo de la ropa es realizado por las amas de casa así como también por las empresas dedicadas a esta labor, y en los últimos años la demanda de este servicio ha venido creciendo ya que los hábitos y forma de vida han ido cambiando, así como el rol de la mujer que ya no es solamente ama de casa.

Para el análisis de la demanda se consideró la información recopilada en las encuestas, con lo que se observa que existe la demanda del servicio de lavado de ropa.

La falta de empresas que ofrezcan este servicio hace que la gran parte de la demanda no pueda satisfacer su necesidad y los que sí, acuden a la ciudad de Ibarra invirtiendo más tiempo y dinero. Esto puede anticipar que existe una demanda insatisfecha.

3.8.1. Factores que afectan a la demanda.

Los factores que afectan a la demanda son:

- **Ingresos económicos de los consumidores**, este es un factor determinante puesto que permite a las personas acudir a solicitar el servicio de lavandería.
- **Precio del servicio**, es una variable clave ya que es proporcional, si el precio sube la demanda baja y si el precio baja la demanda aumenta. El precio del servicio variará de acuerdo a la inflación y es por eso que tiende a ser variable.
- **Preferencias de los consumidores**, los gustos y preferencias de los consumidores afectan directamente a la demanda, ya que influye en la expectativa de las personas en adquirir o no un servicio, se relaciona de forma directa con la cultura, costumbres, entre otros.

3.8.2. Comportamiento histórico.

No se cuenta con datos históricos, respecto a los usuarios del servicio de lavandería, por lo que se considera la investigación de campo como punto de partida para cuantificar dicha demanda.

3.8.3. Demanda actual.

La demanda actual del servicio de lavandería, no se encuentra totalmente satisfecha ya que en el cantón no hay una empresa que ofrezca este servicio, existen pocos casos que pagan a una persona para que se encargue de asear sus prendas de vestir.

Por lo tanto en este caso la demanda actual está constituida por el mercado meta, cuantificado anteriormente, tomando a aquellas personas que acuden a la ciudad de Ibarra a solicitar el servicio de lavandería. Para ello se expone el siguiente cuadro explicativo:

Tabla N° 28

Análisis de la demanda actual. (Personas)

Población del cantón Urcuquí más estudiantes de Yachay	2.292
Porcentaje (%) de personas que utilizan el servicio de lavandería (Dato obtenido de la tabulación de las encuestas), Pregunta.1	41,64%
Subtotal	954
Frecuencia semanal en la utilización del servicio de lavandería (Dato obtenido de la tabulación de las encuestas), Pregunta.5	48,48%
Subtotal	463
Potenciales clientes que solicitan el servicio de lavandería (Dato obtenido de la tabulación de las encuestas), Pregunta.10	89,67%
Demanda actual del servicio de lavandería	415 Personas

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de Mercado (encuestas).

Año: 2014.

Tabla N° 29

Análisis de la demanda actual. (Docenas de Ropa)

Demanda actual del servicio de lavandería	415
Multiplicado por tres docenas (mayor porcentaje) que lleva cada persona a su lavandería de confianza (Dato obtenido de la tabulación de las encuestas), Pregunta 6.	3
Total docenas demandadas semanalmente	1.245
Total docenas demandadas mensualmente (por cuatro)	4.980
Total docenas demandadas anualmente (por doce)	59.760 Docenas

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de Mercado (encuestas).

Año: 2014.

Con la investigación aplicada se logró determinar que existe una demanda razonable en el servicio de Lavandería, misma que los Urcuquireños, optan por solicitarlo semanalmente.

3.8.4. Proyección de la demanda.

Una vez aplicadas las encuestas a la muestra poblacional del cantón Urcuquí, se puede notar que cada respuesta representa un porcentaje de personas que solicitarán el servicio de Lavandería.

Para proyectar la demanda se tomó como referencia la tasa de crecimiento poblacional que es 1,52% según el INEC. La proyección se la realizó para los próximos 5 años, ya que este tiempo constituye la vida útil del proyecto. Para ello se utilizó la siguiente fórmula:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

En dónde:

Pp= Población futura.

Pb= Población inicial

i= Tasa de crecimiento anual.

n= Año proyectado

Datos para la proyección de la demanda (personas):

Pb= 415 personas.

i= 1.52% crecimiento poblacional.

n= a 5 años.

Datos para la proyección de la demanda (Docenas de Ropa):

Pb= 59.760 docenas.

i= 1.52% crecimiento poblacional.

n= a 5 años.

Tabla N° 30

Proyección de la demanda potencial.

Años Proyectados	Personas	Docenas de Ropa
2016	428	61.591
2017	434	62.527
2018	441	63.477
2019	447	64.442
2020	454	65.421

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de Mercado (encuestas).

Año: 2014.

3.9. Análisis de la oferta.

La oferta del servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado en la ciudad de Ibarra, está compuesta por seis empresas legalmente constituidas y registradas en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra (dato extraído de la página web del GAD Ibarra, archivo, registro de actividades económicas 2014). Se realizó el análisis de la oferta en base a la información obtenida de las entrevistas realizadas a los representantes de la Lavanderías de la ciudad de Ibarra. Observar ANEXO 3 en el que se especifica la información de los entrevistados.

Para realizar el análisis de la oferta actual del servicio de lavandería, se vio conveniente hacerlo por docenas, puesto que la información recolectada se direccionó a este punto. En la siguiente tabla se explica los valores totales (dinero) diarios recaudados en cada empresa y el valor aproximado de cada docena.

Tabla N° 31

Valores monetarios con las que la competencia trabaja.

EMPRESA	Oferta Diaria en Dólares	Precio por Docena
MARTINIZING	600,00	16,00
TECNOCLEAN	100,00	7,00
FRESH&CLEAN	50,00	5,00
SECOMATIC	120,00	8,00
MONSERRATH LAVANDERÍA	200,00	6,00
LAVA FACIL	300,00	8,00
TOTAL	\$ 1.370,00	\$ 50,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Microempresas en Operación en la ciudad de Ibarra.

Año: 2014

Tabla N° 32

Oferta del servicio de lavado de ropa en máquinas industriales.

EMPRESA	Docenas lavadas DÍA	Docenas lavadas MENSUAL	Docenas lavadas ANUAL
MARTINIZING	38	1.140	13.680
TECNOCLEAN	14	420	5.040
FRESH&CLEAN	10	300	3.600
SECOMATIC	15	450	5.400
MONSERRATH LAVANDERÍA	33	990	11.880
LAVA FACÍL	38	1.140	13.680
TOTAL	148	4.440	53.280

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Microempresas en Operación en la ciudad de Ibarra.

Año: 2014.

3.9.1. Factores que afectan a la oferta.

Según la información que se obtuvo mediante las entrevistas realizadas a los diferentes representantes de las lavanderías ubicadas en la ciudad de Ibarra, se pudo determinar, los factores que pudieren afectar a la oferta y son los siguientes:

➤ **Tecnología.**

Contar con tecnología avanzada permite brindar un servicio de calidad optimizando recursos.

➤ **Calidad del servicio.**

Es la forma con la que la empresa se diferencia de las demás, el trato exclusivo que se le otorga a cada cliente hace que se logre obtener su confianza y fidelidad. Además, la calidad del servicio va desde que el cliente ingresa a la empresa hasta que quede satisfecho con el

servicio brindado. En la actualidad el servicio post-venta es muy utilizado y trae consigo grandes beneficios a la empresa.

➤ **Precio.**

Es el valor final que tiene el servicio, después de calculados todos los costos en que se incurre para otorgar el servicio. Es el determinante, a la hora de atraer al cliente, este no debe ser muy alto ni muy bajo ya que los dos extremos generarían desconfianza y desconformidad.

3.9.2. Proyección de la oferta.

En la proyección de la oferta se utilizó la tasa de crecimiento económico, sector servicios 1.4% según el Banco Central del Ecuador al tercer trimestre de 2014, esta tasa se aplicó al total de docenas de ropa lavadas anualmente. Para lo cual se utilizó la fórmula del monto que es la siguiente:

$$Pp = Pb(1 + i)^n$$

En dónde.

Pp= Población futura.

Pb= Población inicial

i= Tasa de crecimiento anual.

n= Año proyectado

Datos para la proyección de la oferta:

Pb= 53.280

$i = 1.40\%$.

$n = 5$ años.

Tabla N° 33

Proyección de la oferta.

AÑOS	OFERTA (Número en docenas)
2016	54.782
2017	55.549
2018	56.327
2019	57.116
2020	57.915

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Estudio de Mercado.
Año: 2014.

Tabla N° 34

Demanda potencial insatisfecha.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	61.591	54.782	6.808
2017	62.527	55.549	6.977
2018	63.477	56.327	7.150
2019	64.442	57.116	7.326
2020	65.421	57.915	7.506

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Estudio de Mercado (encuestas).
Año: 2014.

Según los datos calculados se puede estimar que en el año 2016 existe una demanda insatisfecha de 6.808 docenas de ropa que requieren del servicio de lavandería, y con la instalación de la nueva microempresa, se pretende cubrir el 40% de la demanda insatisfecha para los 5 años posteriores dado que la inversión para la puesta en marcha de la microempresa será alta y se considera que la capacidad instalada será la adecuada para cubrir este porcentaje, de esta manera se aprovechará al máximo la capacidad de producción

La demanda potencial a satisfacer será:

Tabla N° 35***Demanda potencial a satisfacer.***

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA A SATISFACER 40%
2016	6.808	2.723
2017	6.977	2.791
2018	7.150	2.860
2019	7.326	2.931
2020	7.506	3.003

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de Mercado (encuestas).

Año: 2014.

Se ve necesario acentuar que el crecimiento porcentual de la demanda potencial a satisfacer del primer al segundo año es del 20%, en el tercer y cuarto año el 20% y en el último año el 21%.

3.10. Estrategias de mercado.

3.10.1. Precio.

Mediante la investigación realizada a las diferentes empresas dedicadas a ofertar el servicio de lavandería en la ciudad de Ibarra, se vio conveniente tomar en cuenta los precios de la competencia así como también el análisis de las encuestas realizadas a la población de Urcuquí, quienes manifestaron su promedio de gasto mensual en el servicio de lavandería.

3.10.2. Proyección de precios.

Para el cálculo de los precios se tomó como referencia los precios de 6 lavanderías de la ciudad de Ibarra y se calculó un promedio. Además, para la proyección de los precios se consideró la tasa de inflación del 4,15% proyectada al primer semestre del 2015, según el Banco Central del Ecuador.

Tabla N° 36**Precios referenciales.**

EMPRESAS	VALOR (U.S.A)
MARTINIZING	16,00
TECNOCLEAN	7,00
FRESH&CLEAN	5,00
SECOMATIC	8,00
MONSERRATH LAVANDERÍA	6,00
LAVA FÁCIL	8,00
PROMEDIO PRECIO REFERENCIAL	8,33
PRECIO A SER CONSIDERADO	7,50

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de Mercado (entrevistas).

Año: 2014

Para la determinación de los precios que maneja Martinizing, se fijó un promedio de los precios que manejan a diario. Ver anexo 5.

Aplicando la fórmula se obtuvo lo siguiente:

$$Pt = Po(1 + i)^n$$

En donde:

Pt= Precio final.

Po= Precio inicial

i= Tasa de crecimiento anual.

n= Año proyectado

Datos para la proyección del precio

Po= \$7,50

i= 4,15% Tasa de Inflación a junio del 2015.

n= a 5 años.

Tabla N° 37

Proyección de precios.

AÑO	PRECIO (U.S.A)
2016	8,00
2017	8,00
2018	9,00
2019	9,00
2020	10,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Estudio de Mercado.

Año: 2014.

3.10.3. Marca.

La marca que tendrá el servicio de lavandería automatizado en seco y planchado será:

“Limpio y a Tiempo SR,” Servicio de Lavandería.

3.10.4. Logotipo.

El logotipo de la microempresa fue diseñado en base al servicio ofertado:

Figura N° 13**Logotipo de la microempresa.**

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Estudio de Mercado.
Año: 2014.

3.10.5. Comercialización.

El canal de distribución que utilizará la microempresa es lavandería-clientes es decir el servicio se lo entrega de forma directa, hacia el consumidor final sin intermediarios.

Si el cliente solicita la entrega de prendas a domicilio, la empresa pagará el flete a un distribuidor contratado previamente según las entregas que hayan de realizarse, en este caso sí existe un intermediario.

3.10.6. Publicidad.

Se va a promocionar la microempresa a través de:

- Tarjetas de presentación de la lavandería.
- Trípticos publicitarios.
- Mallas publicitarias en las 6 parroquias del cantón.
- A través de una página web en la que se detallarán los datos e información de la lavandería y los servicios que ofrece.

3.11. Conclusiones del estudio.

El estudio de mercado realizado en el cantón San Miguel de Urcuquí, provincia de Imbabura acerca de la creación de un servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado con entrega a domicilio permitió concluir lo siguiente:

- Se determinó que en el cantón Urcuquí existen clientes potenciales que desean satisfacer la necesidad del servicio de lavandería.
- Se identificó la competencia conformada por seis empresas legalmente constituidas y establecidas en la ciudad de Ibarra (información registrada en la página web del GAD Ibarra, archivo registro de actividades 2014), así como la condiciones en las que se desenvuelve a la hora de prestar el servicio de lavado de ropa.
- Se comprobó que existe la demanda del servicio de lavandería por satisfacer, por lo que se resaltó la idea de crear una microempresa que oferte este servicio.
- Se estableció las estrategias más óptimas para entrar en el mercado, y permanecer en él.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4. Estudio técnico.

4.1. Tamaño del proyecto.

El tamaño del proyecto se emplea para medir la magnitud del proyecto, en este caso se evaluará la capacidad operacional de la microempresa de lavado de ropa así como su capacidad de inversión.

La importancia de determinar el tamaño del proyecto, está principalmente en el nivel de inversión y los costos en los que se incurran, además, de la estimación del porcentaje de rentabilidad que se podría generar con su implementación. Es decir, que al hablar del tamaño del proyecto, se está refiriendo a la capacidad de producción que tendrá la microempresa, dependiendo de la maquinaria que se posea.

Se analizan las siguientes variables de forma pertinente, los cuales son considerados importantes a la hora de invertir:

- Localización óptima de la microempresa.
- Tamaño del Proyecto.
- Distribución de la Planta.
- El proceso de comercialización.

4.2. Localización del proyecto.

4.2.1. Macrolocalización.

El proyecto se constituirá en la República del Ecuador. Provincia de Imbabura, Cantón San Miguel de Urquí.

Figura N° 14

Mapa del cantón San Miguel de Urquí.

Elaborado por: La Autora.

Fuente: <http://www.zonu.com/fullsize2/2011-11-04-14836/Cantones-de-Imbabura>

Año: 2015



4.2.2. Microlocalización.

En el análisis de la microlocalización se seleccionó el sitio exacto para la instalación del proyecto. Para ello se tomó en cuenta condiciones y factores que permitieron elegir fácilmente el lugar. Dichos factores se encuentran establecidos en la siguiente matriz:

Tabla N° 38

Matriz de factores para la microlocalización.

FACTORES	A	B	C
	Centro del cantón alrededor del parque.	Centro del cantón cerca de la plaza del buen vivir.	Fuera del cantón en la vía de ingreso al cantón (Ibarra-Urcuquí)
Costo del local.	60	90	70
Disponibilidad de servicios básicos.	70	80	70
Cercanía al mercado objetivo.	80	80	50
Lugar amplio.	60	80	60
Vías de acceso	90	80	80
Mano de Obra	70	70	70

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

Tabla N° 39

Priorización de factores y ponderación de la matriz para la microlocalización.

FACTORES	Ponderación	A	B	C
		Centro del cantón alrededor del parque.	Centro del cantón cerca de la plaza del buen vivir.	Fuera del cantón en la vía de ingreso al cantón (Ibarra-Urcuquí)
Costo del local.	0,30	18.00	27.00	21.00
Lugar amplio.	0,20	14.00	16.00	14.00
Cercanía al mercado objetivo.	0,20	16.00	16.00	10.00
Disponibilidad de servicios básicos.	0,15	9.00	12.00	9.00
Vías de acceso	0,10	9.00	8.00	8.00
Mano de Obra	0,05	3,50	3,50	3,50
TOTALES PONDERADOS	1,00	66,00	79,00	62,00

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015

Analizando los factores y condiciones citados anteriormente, se logró establecer con precisión el lugar más apropiado y de acuerdo a la ponderación la mejor opción es la B, por lo tanto la microempresa de lavado de ropa “Limpio y a Tiempo S.R”, funcionará en el centro del cantón Urcuquí, entre las calles Antonio Ante E08-35 y Flavio Novoa (cerca de la plaza del buen vivir). (Anexo 7 Nota: el arriendo del local solo será la planta baja).

Figura N° 15

Mapa del cantón Urcuquí y sus calles.



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Arq. Gabriela Santacruz, (Jefa de regulación urbana y rural GAD. Urcuquí).

Año: 2015.

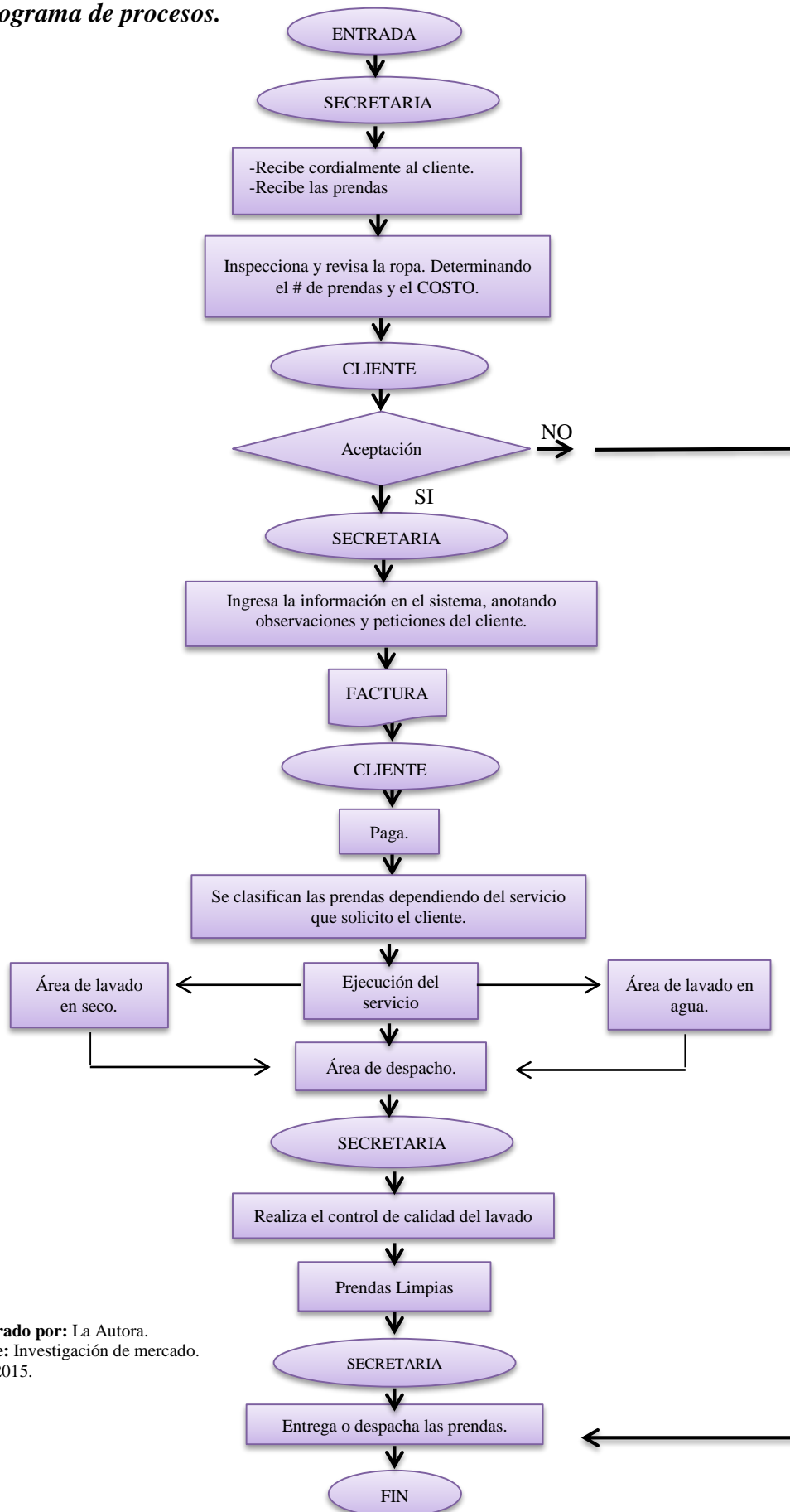
4.3. Ingeniería del proyecto.

4.3.1. Proceso de comercialización.

Representan los pasos a seguir para brindar un servicio de calidad con el fin de satisfacer al cliente y cumplir las exigencias del mercado.

Figura N° 16

Flujograma de procesos.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación de mercado.
Año: 2015.

4.3.2. Obras civiles.

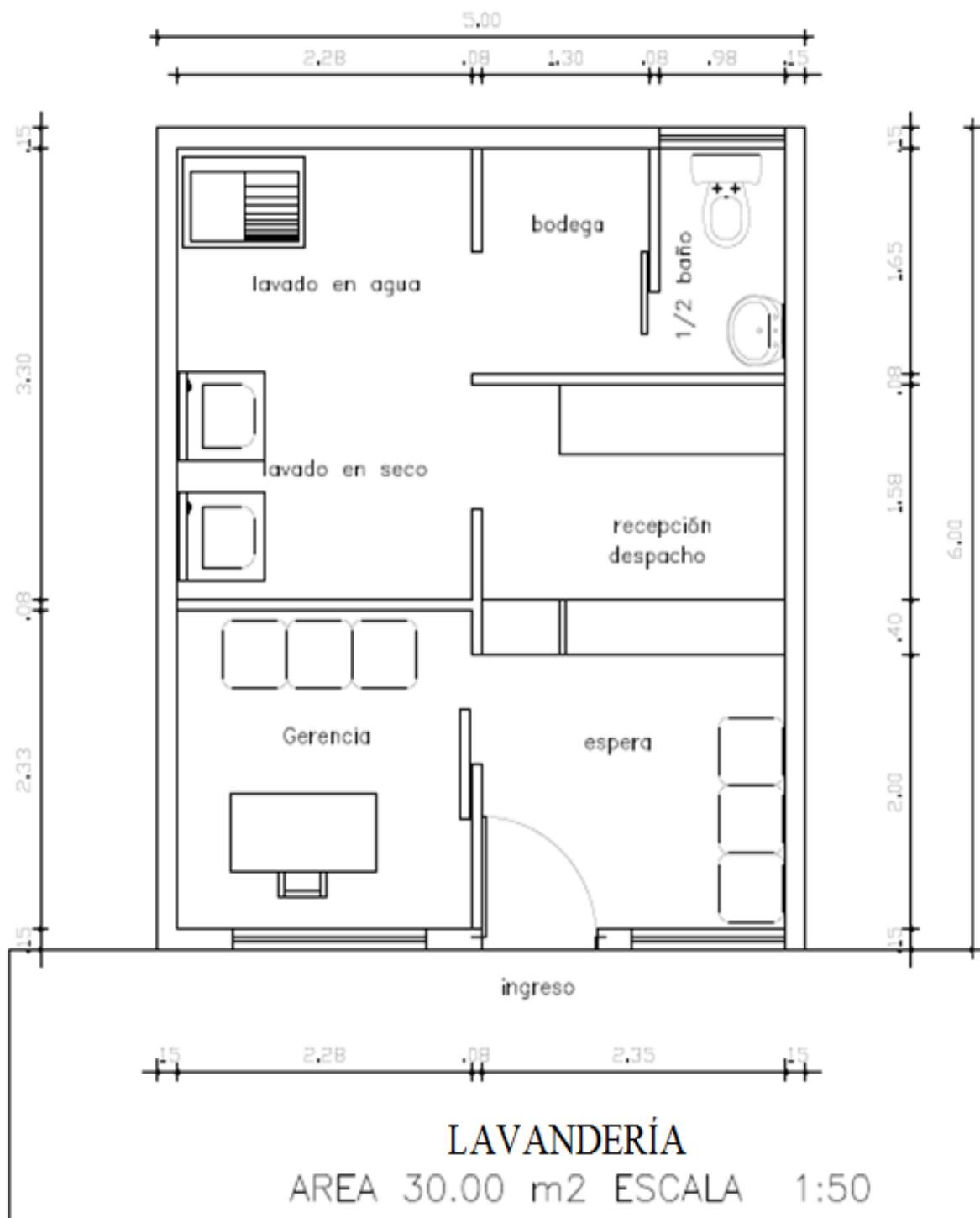
La obra civil será construida en un área de 30m², libre del garaje y del baño que ya están contruidos. El área de 30m² del local, es donde operará la planta de la lavandería “Listo y a Tiempo S.R”, esta contará con los respectivos espacios (áreas), clasificados así:

- Área de recepción o espera.
- Oficina de Gerencia.
- Área de lavado en seco.
- Área de lavado en agua.
- Área de despacho.
- Bodega.
- Baño.

Dentro de la obra civil, es necesario detallar que el material que se utilizará para dividir el local son mamparas divisorias de aluminio, MDF y vidrio de 4ww.

Figura N° 17

Diseño de la Infraestructura del Local



Elaborado por: La Autora.

Fuente: Arquitecto José Andrade.

Año: 2015.

4.3.3. Tecnología y maquinaria.

El presente proyecto requiere de equipo tecnológico y maquinaria para su eficiente y correcto funcionamiento, a fin de otorgar un servicio de calidad a los clientes. Además con el equipo tecnológico se llevará un control interno de todas las actividades que se realizará en la microempresa.

1. Tecnología.

El equipo tecnológico es trascendental ya que con este la microempresa llevará un control informático de las operaciones efectuadas en la misma, se podrá; planificar actividades, analizar información, archivar datos, otorgar comprobantes y registrar las transacciones financieras que se realicen, en fin se podrá llevar un control de todos los movimientos realizados en la lavandería, específicamente en el área administrativa y recepción.

Tabla N° 40

Equipo de computación.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador PREMIUM DUAL CORE	2	462,50	925,00
Impresora Canon Multifunción	2	120,00	240,00
TOTAL			\$1.165,00

Elaborado por: La Autora.
Fuente: POINT Technology.
Año: 2015.

2. Maquinaria.

El éxito de cualquier empresa es contar con maquinaria apropiada y altamente tecnológica ya que constituye el punto de partida para iniciar las operaciones productivas. Por esta razón la lavandería “Limpio y a Tiempo S.R”, adquirirá la siguiente maquinaria:

Tabla N° 41

Maquinaria

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavadora en seco Electrolux 30lb	1	27.041,67	27.041,67
Lavadora eléctrica Whirlpool 19 kilos	3	1.083,83	3.251,49
Secadora industrial eléctrica sin monedero Electrolux 64 kilos.	1	9.675,48	9.675,48
Planchas industriales	2	153,46	306,92
TOTAL			\$40.275,56

Elaborado por: La Autora.

Fuente: EQUINDECA-ALMACENES MONTERO (Quito), LA GANGA (Ibarra).

Año: 2015.

Figura N° 18

Máquina de lavado en seco.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: <http://www.equindeca.com>
Año: 2015

Figura N° 19

Lavadora semi-industrial



Elaborado por: La Autora.
Fuente: <http://www.whirlpool.com.ec/>
Año: 2015

Figura N° 20

Secadora industrial.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: <http://www.equindeca.com>
Año: 2015.

Figura N° 21

Mesa de planchado de carga manual.



Elaborado por: La Autora.
Fuente: <http://www.equindeca.com>
Año: 2015.

4.4. Presupuesto técnico.

4.4.1. Propiedad, planta y equipo.

Para la puesta en marcha del proyecto se requiere la adquisición de equipos, muebles, mobiliario y la infraestructura, que facilitará las actividades habituales del personal. A continuación se detalla tanto los muebles de oficina que serán destinados al área administrativa, así como los enseres e insumos, los cuales son la base para brindar un buen servicio.

1. Muebles de oficina.

Los muebles que serán adquiridos se los colocará en el área de gerencia, recepción y sala de espera. Estos son bienes tangibles que serán usados de forma permanente para lograr una administración eficiente.

Tabla N° 42

Muebles de oficina.

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio individual 1.20x60	2	187,00	374,00
Librero Archivador 1.80x 60	1	130,00	130,00
Silla secretaria B4A01 Tapiz de Tela y Yute Negra	2	67,00	134,00
Sillas visita	3	33,00	99,00
TOTAL			\$737,00

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Línea Nueva Mobiliario CIA. LTDA.

Año: 2015.

2. Mobiliario.

El mobiliario constituye el material de apoyo cuyo objetivo es efectivizar las tareas realizadas en las diferentes áreas de la Lavandería.

Tabla N° 43

Mobiliario

CANTIDAD	MEDIDA	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área de lavado en seco y en agua.				389,74
4	Unidad	Sillas plásticas.	1,50	6,00
1	Unidad	Cisterna de agua de 2000 Litros.	260,00	260,00
6	Unidad	Cestas de Ropa.	0,74	4,44
2	Unidad	Mesas de madera 2x1	45,00	90,00
2	Unidad	Basureros.	2,15	4,30
1	Unidad	Extintor de 5 lb.	18,00	18,00
2	Unidad	Escobas	2,00	4,00
2	Unidad	Recogedor de basura	1,50	3,00
Área de Despacho.				786,60
2	Unidad	Tubos colgaderos para la ropa limpia de metal.	80,00	160,00
30	Docenas	Armadores de plástico para ternos y chaquetas.	1,80	54,00
1	Unidad	Mueble Guarda ropa de 1.80x2m.	500,00	500,00
30	Docenas	Fundas plásticas para el enfundado de 74x92cm	1,32	39,60
30	Docenas	Fundas plásticas para el enfundado de 58x71cm	1,10	33,00
Área Administrativa.				4,30
2	Unidad	Basureros.	2,15	4,30
Baño.				5,15
1	Unidad	Basurero.	2,15	2,15
1	Unidad	Tolla	3,00	3,00
TOTAL				\$1.182,79

Elaborado por: La Autora.

Fuente: PLASTICOM, SU FERRETERO, LA MINGA.

Año: 2015.

3. Infraestructura civil.

La siguiente tabla detalla la cantidad de metros cuadrados del local donde funcionará la lavandería con su costo respectivo, dando un total de \$1461,60 de dólares en la inversión civil.

Tabla N° 44

Inversión de la infraestructura civil.

DESCRIPCIÓN	TAMAÑO	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR METRO CUADRADO	VALOR TOTAL
Divisores de aluminio, MDF y vidrio de 4ww.	20,88	m ²	70	1.461,60
TOTAL	30			\$1.461,60

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Arquitecto José Andrade.

Año: 2015.

4.4.2. Capital de trabajo.

Constituyen aquellos recursos que la microempresa va a destinar en la contratación de Talento Humano, tanto administrativo como operario, también en arriendo, insumos, materiales y servicios básicos. Se programa estos gastos de forma mensual ya que una vez puesto en marcha el proyecto se pretende generar ingresos propios, con los cuales autofinanciar los diferentes gastos en los que se incurra.

Tabla N° 45

Capital de trabajo.

CANTIDAD	MEDIDA	CONCEPTO	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUELDOS				1.872,02
1	Persona	Administrador	507,43	507,43
1	Persona	Secretaria	459,64	459,64
1	Persona	Operario Lavado en Seco	452,47	452,47
1	Persona	Operario Lavado en Agua	452,47	452,47
INSUMOS				323,58
6	Funda	Detergente en polvo de 5kg.	13,02	78,12
6	Galón	Detergente en liquido de 3Lt.	8,82	52,92
6	Galón	Aromatizante de 1900ml	5,47	32,82
4	Galón	Suavizante de 1650ml.	5,23	20,92
1	Caneca	Percloroetileno	93	93,00
6	Unidad	Jabón en barra	0,55	3,30
5	Galón	Quita manchas galón de 3Lt.	8,5	42,50
SUMINISTROS DE OFICINA				55,39
3	Unidad	Resma de Papel para impresión	3,50	10,50
4	Unidad	Archivador Negro	2,41	9,64
5	Unidad	Esfero grafico	0,22	1,10
1	Unidad	Grapadora	7,48	7,48
4	Unidad	Masking 18x25	0,45	1,80
1	Unidad	Perforadora	3,63	3,63
2	Unidad	Organizador de escritorio	3,62	7,24
2	Unidad	Facturas (200) copias	7,00	14,00
SERVICIOS BÁSICOS				378,00
1	Mes	Agua	150,00	150,00
1	Mes	Energía eléctrica	100,00	100,00
1	Mes	Comunicaciones (teléfono, internet)	28,00	28,00
1	Mes	Arriendo	100,00	100,00
MATERIALES DE ASEO				8,00
1	Unidad	Jabón líquido	3,00	3,00
4	unidad	Papel higiénico.	0,50	2,00
2	Paquetes	Fundas de basura	1,5	3,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO				\$ 2.636,99

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Comercial CASANOVA. Distribuidora García, Papelería DILIPA-Imprenta "Graficas JOB", Entrevistas.

Año: 2015.

Nota: El local en el que se encontrara la microempresa es arrendado y cuenta con todos los servicios básicos, el propietario es el Sr. Rubén Gallegos Calderón y el costo del arriendo es de \$100,00 cada mes. Además Cabe señalar que la información acerca del costo de los servicios básicos parte con el costo señalado por los entrevistados (entrevistas realizadas a los representantes de las lavanderías ANEXO 3), en base a su experiencia ellos dieron el promedio mensual.

4.4.3. Inversión total del proyecto.

A continuación se detalla el total de inversiones necesarias para poner en operación el proyecto.

Tabla N° 46

Inversión total del proyecto.

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos de propiedad de la empresa	44.821,95
Capital de trabajo	2.636,99
Gastos diferidos	335,50
INVERSIÓN TOTAL	\$47.794,43

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Investigación de Campo.
Año: 2015.

4.4.4. Financiamiento del proyecto.

El financiamiento del proyecto parte con un capital propio de \$ 17.794,43 dólares, este monto solo representa el 37% de la inversión, es por esta razón que para cubrir con el total se procederá a realizar un préstamo bancario.

Se procede a detallar como se va a financiar el proyecto y se lo hará de la siguiente manera:

Tabla N° 47**Inversión total del proyecto.**

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital Financiado	30.000,00	63%
Capital Propio	17.794,43	37%
TOTAL	\$47. 794,43	100%

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación de Campo.

Año: 2015.

Para cubrir con el total de la inversión se procederá a realizar un préstamo en el banco ProCredit de \$30.000 dólares, con una tasa de interés del 11,82% anual con un plazo de 60 meses (5 años), la información fue proporcionada por el Sr. Diego Guajan ejecutivo de negocios PYME, de esta entidad. La tabla de amortización se encuentra en el ANEXO 6.

4.4.5. Talento humano.

Es la mano de obra con la que se contará en la realización de las actividades operarias y administrativas. El talento humano será el responsable de ejecutar las tareas encomendadas de manera eficiente y eficaz.

El proyecto considera conveniente implementar una reducida planta de colaboradores detallados a continuación:

Tabla N° 48**Talento humano.**

Cargo	Cantidad
Administrador	1
Secretaria	1
Operario (sección lavado en agua)	1
Operario (sección lavado en seco)	1
TOTAL	4

Elaborado por: La Autora.

Fuente: Investigación de Campo.

Año: 2015.

CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5. Estudio organizacional.

5.1 La empresa.

La microempresa “Listo y a Tiempo S.R”, ofrecerá el servicio de lavandería, la cual utilizará diferentes tipos de líquidos, materiales y solventes en todas las etapas del lavado de las prendas, por lo cual es necesario estudiar los diferentes impactos que esto conlleva, y los más importantes que se puede recalcar son el impacto ambiental y el impacto social.

5.1.1 Razón social y nombre comercial.

La microempresa estará representada por una persona natural, por lo tanto la razón social será, Silvia Janeth Recalde Córdova con cédula de ciudadanía Nro. 100367561-6 y el nombre comercial será “Listo y a Tiempo S.R”, servicio de lavandería.

5.1.2 Conformación jurídica.

Se consideró conformar la lavandería automatizada, utilizando una figura jurídica de persona natural, misma que será la representante legal y la responsable de cumplir con las disposiciones legales existentes. Para legalizar la actividad, se detalla a continuación los trámites pertinentes:

Requisitos para la obtención del RUC.

- Copia y original de la cédula de identidad o pasaporte.
- Original certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Requisitos para la obtención de la patente municipal.

- Copia de la cédula y papeleta de votación.
- Inspección del lugar donde será la microempresa.
- Oficio al Sr. Alcalde.
- Copia pago cuerpo de bomberos.
- Copia del inventario de maquinaria.
- Certificado del medio ambiente. (Pidiendo la determinación de la categoría).
- Patente.

Requisitos para la cancelación del permiso de funcionamiento Bomberos.

- Solicitud de inspección en C.B.U.
- Copia de inspección realizada aprobada.
- Copia de la cédula y papeleta de votación.
- Copia del RUC.
- Copia del impuesto predial.
- Correo personal.

5.1.3. Misión.

“Brindar un servicio de lavandería de calidad y oportuno, siendo innovadora, competitiva y fuertemente orientada a otorgar al cliente comodidad, confianza y satisfacción, relacionado a la limpieza y cuidado de su ropa”.

5.1.4. Visión.

“Para el año 2020, ser la microempresa preferida en el cuidado y limpieza de prendas de vestir, garantizando así, que esta sea reconocida en el cantón Urcuquí, por sus estándares altamente calificados en innovación tecnológica”.

5.1.5. Políticas.

- La microempresa “Listo y a Tiempo S.R”, proporcionará al talento humano condiciones de trabajo seguras y saludables.
- El administrador de “Listo y a Tiempo S.R”, establecerá un cronograma de capacitación para el talento humano a fin de aumentar su eficiencia y capacidad competitiva.
- El administrador de “Listo y a Tiempo S.R”, implementará canales de comunicación empleado-empleador.
- “Listo y a Tiempo S.R” dará un trato personalizado y atento al cliente.

5.1.6. Valores.

- Trabajo en equipo, para brindar un servicio de calidad.
- Honestidad, para con toda la sociedad.
- Respeto, dentro y fuera de la microempresa.
- Puntualidad, para con los clientes y la organización.

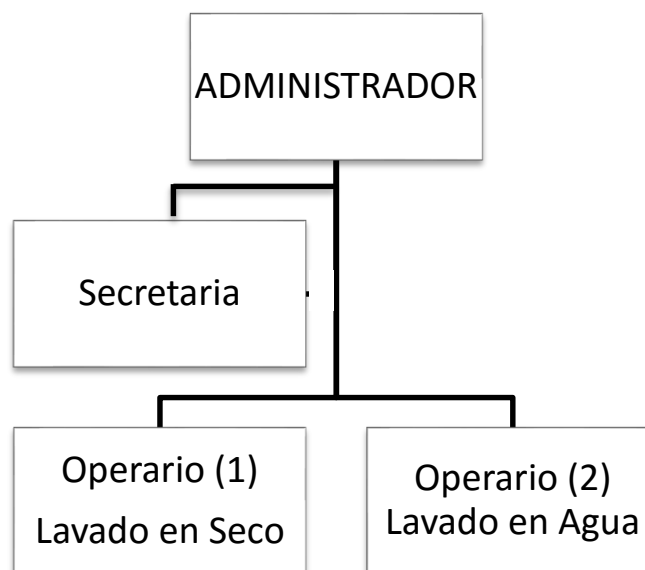
➤ Responsabilidad.

5.2. Estructura organizacional.

El organigrama se presenta a continuación.

Figura N° 22

Organigrama estructural.



Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

5.3 Puestos y funciones.

Se define los siguientes puestos:

Tabla N° 49

Cargo: Administrador.



LAVANDERÍA “LISTO Y A TIEMPO S.R.”
CARGO: ADMINISTRADOR

FUNCIONES	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Representante legal. ➤ Contratación del talento humano. ➤ Ejecutar el proceso administrativo (Planear, organizar, dirigir y controlar). ➤ Control de desempeño de las áreas. ➤ Implementar estrategias para cumplir con la visión. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Egresado en Ingeniería comercial o cursando estudios superiores en administración o carreras afines. ➤ Con valores morales y principios éticos. ➤ Ser líder. ➤ Facilidad para comunicarse, utilizando un lenguaje claro y sencillo. ➤ Creativo e ingenioso con mentalidad analítica. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Habilidad planificadora, organizadora y de dirección. ➤ Colaboración y trabajo en equipo. ➤ Apto para la toma de decisiones y solución de problemas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia de 1 años en el puesto o en similares. ➤ Conocimientos en office-intermedio. ➤ Hoja de vida actualizada con fotografía. ➤ Tener buena presencia.

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

Tabla N° 50

Cargo: Secretaria.



LAVANDERÍA “LISTO Y A TIEMPO S.R.”
CARGO: SECRETARIA

FUNCIONES	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Presta apoyo al administrador. ➤ Controla la asistencia de los operarios. ➤ Atención al cliente. ➤ Recepción y entrega de las prendas. ➤ Organizar archivos y toda la documentación pertinente. ➤ Manejo de caja. ➤ Manejo de inventario de insumos y maquinaria. ➤ Etiquetar las prendas y anotar todas las especificaciones de lavado y entregar a las diferentes áreas. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cursando estudios superiores, preferente en áreas comerciales. ➤ Interés por la toma de decisiones y el trabajo en equipo. ➤ Tener visión proactiva. ➤ Habilidad en la negociación. ➤ Excelente redacción. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Comunicación efectiva. ➤ Capacidad para Escuchar. ➤ Tacto para manejar situaciones incómodas o adversas. ➤ Paciencia. ➤ Colaboración y trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia de 6 meses en el puesto o en similares. ➤ Conocimientos básicos en computación. ➤ Hoja de vida actualizada con fotografía. ➤ Ser mayor de edad. ➤ Tener buena presencia.

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

Tabla N° 51

Cargo: Operario lavado en seco.

LAVANDERÍA “LISTO Y A TIEMPO S.R.”



CARGO: OPERARIO LAVADO EN SECO.

FUNCIONES	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Llevar a cabo el proceso de lavado en seco, utilizando maquinaria y materiales establecidos. ➤ Planchar todas las prendas una vez lavadas. ➤ Enfundar las prendas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bachiller. ➤ Proactivo. ➤ Valores y principios. ➤ Responsable en su trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad para escuchar. ➤ Paciente. ➤ Apto para resolver problemas. ➤ Colaboración y trabajo en equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia mínima de 1 año en el manejo de lavadoras en seco. ➤ Ser mayor de edad. ➤ Hoja de vida actualizada con fotografía.

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

Tabla N° 52

Cargo: Operario lavado en agua.

**LAVANDERÍA “LISTO Y A TIEMPO S.R.”
CARGO: OPERARIO LAVADO EN AGUA.**



FUNCIONES	PERFIL	COMPETENCIAS	REQUISITOS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Se encargará del proceso de lavado en agua, aplicando las especificaciones para el proceso. ➤ Planchar las prendas que lleguen a esa área. ➤ Supervisar los tiempos de las prendas en las lavadoras y en las secadoras. ➤ Enfundar las prendas, una vez, limpias. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bachiller. ➤ Proactivo. ➤ Valores y principios. ➤ Responsable en su trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad para escuchar. ➤ Paciente. ➤ Apto para resolver problemas. ➤ Colaboración y trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Experiencia mínima de 1 año en el manejo de lavadoras. ➤ Ser mayor de edad. ➤ Hoja de vida actualizada con fotografía.

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Con la realización de este capítulo se demuestra la factibilidad financiera del proyecto, se lo efectuó siguiendo un esquema en el que visualiza en primer lugar el estado de situación financiera inicial o inversiones con el respectivo desglose, continuando, se determinan y analizan los ingresos y egresos fijando los costos de producción y gastos. Finalmente se procedió a realizar los estados financieros los cuales son analizados mediante indicadores, esto, permitió establecer criterios de evaluación.

6.1. Presupuesto de ingresos proyectados.

Tabla N° 53

Precios y ventas proyectadas.

AÑO	PRECIOS PROYECTADOS	VENTAS PROYECTADAS
2016	8,00	2.723
2017	8,00	2.791
2018	9,00	2.860
2019	9,00	2.931
2020	10,00	3.003

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

Los ingresos se los proyectó a 5 años siendo estos los siguientes:

Tabla N° 54

Ingresos Proyectados.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Total docenas de ropa	2.723	2.791	2.860	2.931	3.003
Docenas Lavado en agua 82,5% del total	2.247	2.303	2.360	2.418	2.477
Precio	8,00	8,00	9,00	9,00	10,00
Valor	18.277,97	19.509,67	20.822,29	22.221,06	23.711,51
Docenas Lavado en seco 17,5% del total	477	488	501	513	525
Unidades (por doce)	5.719	5.861	6.006	6.154	6.305
Precio unidad	8,00	8,00	9,00	9,00	9,00
Valor	46.525,73	49.432,10	52.514,78	55.784,25	59.251,58
TOTAL INGRESOS	64.803,70	68.941,77	73.337,07	78.005,31	82.963,09

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

El total de docenas de ropa representan el 40% de la demanda insatisfecha del cantón Urcuquí de acuerdo al capítulo III, dicha demanda está proyectada en base a la tasa de crecimiento poblacional (1.52% INEC 2010), el precio base parte de \$7,50 la docena, ya que es el promedio de los precios que la competencia maneja (información obtenida de las entrevistas), el crecimiento de los precios se lo hizo en base a la tasa de inflación proyectada a junio del 2015 (4,15% según el BCE).

Cabe mencionar que del total de docenas de ropa que requieren del servicio de lavandería anualmente, el 82,5% representa el lavado en agua y el 17,5% lavado en seco (información obtenida de las entrevistas). Mediante esta información se determinó de mejor manera los ingresos.

6.2. Presupuesto de costos operativos.

6.2.1. Sueldos personal operativo.

Representa el sueldo que percibirá el talento humano que realizará el trabajo operativo, es decir, aquellos que realicen todas las actividades de aseo de la prenda de vestir. Los sueldos se incrementan a futuro en base a la tasa de inflación del 8% destinada a sueldos.

Tabla N° 55

Sueldo operativo mensual.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Operario Lavado en Seco	382,32	412,91	445,94	481,61	520,14
Operario Lavado en Agua	382,32	412,91	445,94	481,61	520,14
TOTAL	764,64	825,81	891,88	963,23	1.040,28

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

Tabla N° 56

Sueldo operativo anual + beneficios de ley.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo básico unificado	9.175,68	9.909,73	10.702,51	11.558,71	12.483,41
Aporte patronal 11,15%	1.023,09	1.104,94	1.193,33	1.288,80	1.391,90
Fondos de reserva	764,64	825,81	891,88	963,23	1.040,28
Décimo tercer sueldo	764,64	825,81	891,88	963,23	1.040,28
Décimo cuarto sueldo	764,64	825,81	891,88	963,23	1.040,28
TOTAL	10.198,77	11.014,67	11.895,84	12.847,51	16.996,16

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

6.2.2. Servicios básicos.

Son los costos de los servicios básicos. La proyección se la realizó con la tasa de inflación de 4,15% correspondiente a junio de 2015 según el BCE.

Tabla N° 57

Servicios básicos.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Agua	1.874,70	1.952,50	2.033,53	2.117,92	2.205,81
Energía eléctrica	1.249,80	1.301,67	1.355,69	1.411,95	1.470,54
Comunicaciones (teléfono, internet)	349,94	364,47	379,59	395,35	411,75
Total Servicios Básicos	3.474,44	3.618,63	3.768,81	3.925,21	4.088,11

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

6.2.3. Materia Prima Directa e Insumos.

Son todos los insumos que se utilizarán para la limpieza de las prendas de vestir. La proyección se la realizó con la tasa de inflación del 4,15%.

Tabla N° 58

Materia prima directa e Insumos.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Detergente en polvo galón de 5kg.	976,34	1.016,86	1.059,06	1.103,01	1.148,79
Detergente en liquido galón de 3Lt.	661,39	688,84	717,43	747,20	778,21
Aromatizante galón de 1900ml	410,18	427,21	444,94	463,40	482,63
Suavizante galón de 1650ml.	261,46	272,31	283,61	295,38	307,64
Percloroetileno caneca	1.162,31	1.210,55	1.260,79	1.313,11	1.367,60
Jabón en barra	531,17	553,21	576,17	600,08	624,98
Quita manchas galón de 3Lt.	41,24	42,96	44,74	46,59	48,53
TOTAL	4.044,10	4.211,93	4.386,73	4.568,78	4.758,38

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

6.2.4. Materiales indirectos.

Corresponden a los costos utilizados para el empaque de las prendas lavadas en agua y en seco, este último va enfundado y con un armador. Las docenas lavadas en seco corresponden a la explicación dada en la parte de ingresos.

Tabla N° 59

Materiales indirectos.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Fundas plásticas para el enfundado de prendas lavadas en agua de 58x71cm.					
Docenas	2.160	2.160	2.160	2.160	2.520
Precio	1,15	1,19	1,24	1,29	1,35
Valor	2.474,60	2.577,30	2.684,26	2.795,65	3.396,95
Fundas plásticas para el enfundado de prendas lavadas en seco de 74x92cm					
Docenas	360	360	360	360	360
Precio	1,37	1,43	1,49	1,55	1,62
Valor	494,92	515,46	536,85	559,13	582,33
Armadores de plástico para ternos y chaquetas.					
Docenas	360	360	360	360	360
Precio	1,87	1,95	2,03	2,12	2,21
Valor	674,89	702,90	732,07	762,45	794,09
TOTAL	3.644,42	3.795,66	3.953,18	4.117,24	4.773,38

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

RESUMEN DEL PRESUPUESTO DE COSTOS OPERATIVOS.

Tabla N° 60

Resumen del presupuesto de costos operativos.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
SUELDOS OPERATIVOS	10.198,77	11.014,67	11.895,84	12.847,51	16.996,16
SERVICIOS BÁSICOS	3.474,44	3.618,63	3.768,81	3.925,21	4.088,11
MATERIA PRIMA DIRECTA E INSUMOS	4.044,10	4.211,93	4.386,73	4.568,78	4.758,38
MATERIALES INDIRECTOS	3.644,42	3.795,66	3.953,18	4.117,24	4.773,38
TOTAL	21.361,73	22.640,90	24.004,56	25.458,74	30.616,04

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

6.3. Presupuesto de egresos proyectados.

Se considera los siguientes componentes:

- Gastos administrativos.
- Gasto de ventas.

6.3.1. Gastos administrativos.

Representan los desembolsos correspondientes a los sueldos administrativos, el arriendo del local y los suministros de oficina.

1. Sueldos administrativos.

Estos sueldos serán percibidos por aquel talento humano dedicado a la parte administrativa, serán los encargados de dirigir a la microempresa hacia la eficiencia y eficacia.

Tabla N° 61

Sueldo administrativo mensual.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Administrador	432,00	466,56	503,88	544,20	587,73
Secretaria	388,80	419,90	453,50	489,78	528,96
TOTAL	820,80	886,46	957,38	1.033,97	1.116,69

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

Tabla N° 62**Sueldo administrativo + beneficios de ley (anual).**

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldo básico unificado	9.849,60	10.637,57	11.488,57	12.407,66	13.400,27
Aporte patronal 11,15%	1.098,23	1.186,09	1.280,98	1.383,45	1.494,13
Fondos de reserva	820,80	886,46	957,38	1.033,97	1.116,69
Décimo tercer sueldo	820,80	886,46	957,38	1.033,97	1.116,69
Décimo cuarto sueldo	764,64	825,81	891,88	963,23	1.040,28
TOTAL	10.947,83	11.823,66	12.769,55	13.791,11	14.894,40

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

Los sueldos se incrementan a futuro en base a la tasa del 8%, misma que es destinada para la proyección de sueldos.

2. Arriendo.

Corresponde al rubro pagado por el alquiler del local donde se pondrá en funcionamiento el proyecto. Este se proyecta con la tasa de inflación a junio del 2015.

Tabla N° 63**Arriendo.**

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Arriendo mensual	104,15	108,47	112,97	117,66	122,55
Arriendo anual	1.249,80	1.301,67	1.355,69	1.411,95	1.470,54

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

3. Suministros de oficina.

Se toma en cuenta los suministros que serán utilizados en el área administrativa, estos son clasificados de los suministros ubicados en el estudio técnico puesto que existen algunos que por su durabilidad no son necesarios adquirirlos de forma mensual. Estos son:

Tabla N° 64**Suministros de oficina.**

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Suministros mensuales	28,54	29,72	30,95	32,24	33,58
Suministros anuales	342,45	356,66	371,46	386,87	402,93

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.**Tabla N° 65****Resumen de gastos administrativos.**

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	10.947,83	11.823,66	12.769,55	13.791,11	14.894,40
ARRIENDO	1.249,80	1.301,67	1.355,69	1.411,95	1.470,54
SUMINISTROS DE OFICINA	342,45	356,66	371,46	386,87	402,93
TOTAL	12.540,08	13.481,98	14.496,69	15.589,93	16.767,87

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

6.3.2 Gastos de ventas.

Son aquellos gastos destinados a la publicidad que tendrá la microempresa, a fin de captar la mayor parte de clientes. Cabe señalar que este rubro también se proyectó en base a la tasa de inflación proyectada a junio 2015.

Tabla N° 66**Publicidad.**

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Publicidad mensual	134,87	140,47	146,30	152,37	158,70
Publicidad anual	1.618,49	1.685,66	1.755,61	1.828,47	1.904,35

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

6.4. Proyección de amortización y depreciación.

6.4.1. Tabla de amortización.

El préstamo se lo realizará en el banco PROCREDIT.

Capital: \$30.000

Tasa de interés anual: 11,82%

Plazo: 5 años (60 meses).

Tabla N° 67

Tabla de amortización mensual.

NÚMERO CUOTA	CAPITAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
1	30.000,00	370,06	285,98	656,04	29.629,94
2	29.629,94	373,59	282,45	656,04	29.256,35
3	29.256,35	386,15	269,89	656,04	28.870,20
4	28.870,20	389,71	266,33	656,04	28.480,49
5	28.480,49	384,55	271,49	656,04	28.095,94
6	28.095,94	388,22	267,82	656,04	27.707,72
7	27.707,72	400,44	255,60	656,04	27.307,28
8	27.307,28	387,34	268,70	656,04	26.919,94
9	26.919,94	415,98	240,06	656,04	26.503,96
10	26.503,96	395,24	260,80	656,04	26.108,72
11	26.108,72	415,19	240,85	656,04	25.693,53
12	25.693,53	426,92	229,12	656,04	25.266,61
13	25.266,61	407,42	248,62	656,04	24.859,19
14	24.859,19	434,36	221,68	656,04	24.424,83
15	24.424,83	423,21	232,83	656,04	24.001,62
16	24.001,62	427,24	228,80	656,04	23.574,38
17	23.574,38	438,57	217,47	656,04	23.135,81
18	23.135,81	435,50	220,54	656,04	22.700,31
19	22.700,31	446,63	209,41	656,04	22.253,68
20	22.253,68	437,06	218,98	656,04	21.816,62

21	21.816,62	461,49	194,55	656,04	21.355,13
22	21.355,13	452,47	203,57	656,04	20.902,66
23	20.902,66	456,79	199,25	656,04	20.445,87
24	20.445,87	480,00	176,04	656,04	19.965,87
25	19.965,87	465,72	190,32	656,04	19.500,15
26	19.500,15	476,15	179,89	656,04	19.024,00
27	19.024,00	474,69	181,35	656,04	18.549,31
28	18.549,31	484,92	171,12	656,04	18.064,39
29	18.064,39	483,84	172,20	656,04	17.580,55
30	17.580,55	483,05	172,99	656,04	17.097,50
31	17.097,50	503,57	152,47	656,04	16.593,93
32	16.593,93	492,76	163,28	656,04	16.101,17
33	16.101,17	507,51	148,53	656,04	15.593,66
34	15.593,66	512,19	143,85	656,04	15.081,47
35	15.081,47	512,28	143,76	656,04	14.569,19
36	14.569,19	530,60	125,44	656,04	14.038,59
37	14.038,59	522,22	133,82	656,04	13.516,37
38	13.516,37	531,35	124,69	656,04	12.985,02
39	12.985,02	528,27	127,77	656,04	12.456,75
40	12.456,75	544,96	111,08	656,04	11.911,79
41	11.911,79	542,49	113,55	656,04	11.369,30
42	11.369,30	547,66	108,38	656,04	10.821,64
43	10.821,64	556,21	99,83	656,04	10.265,43
44	10.265,43	551,87	104,17	656,04	9.713,56
45	9.713,56	572,41	83,63	656,04	9.141,15
46	9.141,15	568,90	87,14	656,04	8.572,25
47	8.572,25	571,69	84,35	656,04	8.000,56
48	8.000,56	587,16	68,88	656,04	7.413,40
49	7.413,40	587,65	68,39	656,04	6.825,75
50	6.825,75	593,07	62,97	656,04	6.232,68
51	6.232,68	596,63	59,41	656,04	5.636,05
52	5.636,05	604,05	51,99	656,04	5.032,00
53	5.032,00	608,07	47,97	656,04	4.423,93
54	4.423,93	613,87	42,17	656,04	3.810,06
55	3.810,06	620,89	35,15	656,04	3.189,17
56	3.189,17	624,66	31,38	656,04	2.564,51
57	2.564,51	633,17	22,87	656,04	1.931,34
58	1.931,34	637,63	18,41	656,04	1.293,71
59	1.293,71	643,71	12,33	656,04	650,00
60	650,00	650,00	6,04	656,04	0,00
TOTAL		30.000,00	9.362,40	39.362,40	

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

Tabla N° 68**Resumen tabla de amortización.**

AÑO	CAPITAL	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
2016	30.000,00	4.733,39	3.139,09	7.872,48	25.266,61
2017	25.266,61	5.300,74	2.571,74	7.872,48	19.965,87
2018	19.965,87	5.927,28	1.945,20	7.872,48	14.038,59
2019	14.038,59	6.625,19	1.247,29	7.872,48	7.413,40
2020	7.413,40	7.413,40	458,87	7.872,27	0
TOTAL		30.000,00	9.362,19	39.362,19	

Elaborado por: La Autora.
Fuente: Banco PROCREDIT
Año: 2015.

Gastos de Constitución.

Los gastos de constitución y puesta en marcha se amortizan al 20% anual según lo especificado en la ley.

Tabla N° 69**Amortización de los gastos de constitución y puesta en marcha.**

RUBROS \ AÑOS	VALOR	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de constitución y puesta en marcha	335,50	67,10	67,10	67,10	67,10	67,10
TOTAL	335,50	67,10	67,10	67,10	67,10	67,10

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

6.4.2. Tabla de depreciación.

A continuación se presenta la depreciación del equipo tecnológico, maquinaria, muebles de oficina y mobiliario.

Las tasas que se aplicaron fueron en base al reglamento de la ley de régimen tributario interno, art. 28 literal 6.

Tabla N° 70

Cálculo de la depreciación.

DETALLE	VALOR/ COSTO	VALOR RESIDUAL	VALOR NETO	% DEPRECIACIÓN	VALOR DE DEPRECIACIÓN ANUAL
Adecuación de instalaciones	1.461,60	146,16	1.315,44	10%	131,54
Equipo tecnológico	1.165,00	384,45	780,55	33%	257,58
Maquinaria	40.275,56	4.027,56	36.248,00	10%	3.624,80
Muebles de oficina	737,00	73,70	663,30	10%	66,33
Mobiliario	1.182,79	118,28	1.064,51	10%	106,45

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

Tabla N° 71

Depreciación total.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
Adecuación de instalaciones	131,54	131,54	131,54	131,54	131,54
Equipo tecnológico	257,58	257,58	257,58	257,58	257,58
Maquinaria	3.624,80	3.624,80	3.624,80	3.624,80	3.624,80
Muebles de oficina	66,33	66,33	66,33	66,33	66,33
Mobiliario	106,45	106,45	106,45	106,45	106,45
TOTAL	4.186,71	4.186,71	4.186,71	4.186,71	4.186,71

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

6.5. Balances**6.5.1. Balance de arranque al año o.**

Tabla N° 72

Balance de arranque al año o.

ACTIVOS		OBLIGACIONES	
Activos de Propiedad del proyecto	44.821,95	Obligaciones a largo plazo	
Adecuación de instalaciones (obra civil)	1.461,60	Deuda al Banco	30.000,00
Equipo tecnológico	1.165,00		
Maquinaria	40.275,56		
Muebles de oficina	737,00	Patrimonio	
Mobiliario	1.182,79	Inversión propia	17.794,43
Activos de Libre Disposición	2.636,99		
Capital de trabajo	2.636,99		
Activo diferido	335,50		
Gastos de instalación	300,00		
Gastos de constitución.	35,50		
TOTAL ACTIVO	\$47.794,43	TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$47.794,43

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

6.6. Estado de resultados proyectado.

El estado de resultados proyectado se presenta a continuación:

Tabla N° 73

Estado de resultados proyectado.

RUBROS \ AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
(+)Ventas	64.803,70	68.941,77	73.337,07	78.005,31	82.963,09
(-) Costos de operación	21.361,73	22.640,90	24.004,56	25.458,74	30.616,04
= Utilidad bruta	43.441,96	46.300,87	49.332,52	52.546,57	52.347,06
(-) Gastos administrativos	16.726,78	17.668,69	18.683,40	19.776,64	20.954,58
Sueldos administrativos	10.947,83	11.823,66	12.769,55	13.791,11	14.894,40
Arriendo	1.249,80	1.301,67	1.355,69	1.411,95	1.470,54
Depreciación	4.186,71	4.186,71	4.186,71	4.186,71	4.186,71
Otros (Suministros de oficina)	342,45	356,66	371,46	386,87	402,93
(-) Gastos de ventas	1.618,49	1.685,66	1.755,61	1.828,47	1.904,35
Publicidad	1.618,49	1.685,66	1.755,61	1.828,47	1.904,35
= Utilidad operacional proyectada	25.096,69	26.946,52	28.893,50	30.941,46	29.488,12
(-)Gastos de financieros	3.139,09	2.571,74	1.945,20	1.247,29	458,87
= Utilidad antes de obligaciones	21.957,60	24.374,78	26.948,30	29.694,17	29.029,25
(-) 15% participación de trabajadores	3.293,64	3.656,22	4.042,25	4.454,13	4.354,39
= Utilidad antes de impuestos	18.663,96	20.718,57	22.906,06	25.240,04	24.674,87
(-) Impuesto a la renta	2.239,68	3.107,79	3.435,91	3.786,01	3.701,23
UTILIDAD NETA PROYECTADA	16.424,28	17.610,78	19.470,15	21.454,04	20.973,64

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

El impuesto a la renta se fijó en base a la tasa del impuesto a la renta para personas naturales año 2015. Anexo 8.

6.7. Flujo de efectivo financiero.

El flujo de efectivo financiero se detalla a continuación:

Tabla N° 74

Flujo de efectivo financiero.

RUBROS \ AÑOS	0	2016	2017	2018	2019	2020
Inversión inicial	(47.794,43)					
Utilidad neta proyectada		16.424,28	17.610,78	19.470,15	21.454,04	20.973,64
(+) Depreciaciones		4.186,71	4.186,71	4.186,71	4.186,71	4.186,71
(+) Valor de rescate						4.750,14
TOTAL INGRESOS		20.610,99	21.797,49	23.656,86	25.640,74	28.115,22
EGRESOS						
(+) Valor de capital		4.733,39	5.300,74	5.927,28	6.625,19	7.413,40
(+) Gastos de constitución		67,10	67,10	67,10	67,10	67,10
TOTAL EGRESOS		4.800,49	5.367,84	5.994,38	6.692,29	7.480,50
FLUJO NETO DE CAJA	(47.794,43)	15.810,50	16.429,65	17.662,48	18.948,45	20.634,72

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

6.8. Evaluación financiera.

El objetivo de la realización de la evaluación financiera es determinar si el proyecto en cuestión, es viable, por lo cual se aplicará diversos métodos que lo demostrarán.

6.8.1 Cálculo de costo de capital.

A fin de determinar la factibilidad del proyecto es necesario conocer el costo de capital, presentado a continuación.

Tabla N° 75

Costo de capital (CK).

Concepto	Monto	Porcentaje	Interés	Interés ponderado
Aporte propio	17.794,43	37,23%	5,48%	2,04%
Deuda	30.000,00	62,77%	11,82%	7,42%
Total	47.794,43	100%	17,30%	9,46%

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

El interés del aporte propio pertenece a la tasa pasiva, proporcionada por el mercado de valores. Anexo 9.

6.8.2. Cálculo del valor actual neto (VAN).

El valor actual neto (VAN), se lo calcula con el fin de actualizar los flujos futuros de caja y medir la rentabilidad que se desea obtener después de recuperar la inversión. Para ello es necesario determinar la tasa de redescuento, mediante la siguiente fórmula:

TASA DE REDESCUENTO.

$$\text{TRM} = [(1 + K_p)(1 + \text{Inf})] - 1$$

Dónde:

K_p = Interés ponderado.

Inf = Inflación.

$$\text{TR} = [(1 + 0,0946)(1 + 0,0415)] - 1$$

$$\text{TRM} = 14,00\%$$

La fórmula que se utilizó para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$\text{VAN} = -II + \frac{FE_1}{(1+i)^1} + \frac{FE_2}{(1+i)^1} + \dots + \frac{FE_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

Fe= Flujos de efectivo.

II= Inversión inicial.

i= Tasa de redescuento.

Para el cálculo de este indicador se lo realizó mediante la siguiente tabla:

Tabla N° 76

Cálculo del VAN.

AÑOS	FLUJO NETO	TASA DE REDESCUENTO	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
2016	15.810,50	1,14	13.868,86
2017	16.429,65	1,30	12.642,08
2018	17.662,48	1,48	11.921,67
2019	18.948,45	1,69	11.219,00
2020	20.634,72	1,93	10.717,03
TOTAL	89.485,80		60.368,64

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

VAN= Flujos Actualizados – Inversión Inicial.

VAN= 60.368,64 – 47.794,43

VAN = \$12.574,21

Los cálculos realizados muestran un resultado positivo de \$12.574,21 esto garantiza que la ejecución del proyecto es viable. Cabe recalcar que para el cálculo del VAN se utilizó la tasa de redescuento del 14,00%.

6.8.3. Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).

Mediante el cálculo de la TIR se demostrará si el proyecto generará ganancias o no, a su vez con el cálculo de esta tasa se medirá la rentabilidad que tiene el proyecto.

Para su cálculo, se utilizó la siguiente fórmula:

$$TIR = Tri + (Trs - Tri) \left[\frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

Dónde:

Tri= Tasa de descuento inferior.

Trs= Tasa de descuento superior.

VANi= Valor actual neto inferior.

VANs= Valor actual neto superior.

Para el cálculo de la TIR se procedió a realizar la siguiente tabla:

Tabla N° 77

Flujos de efectivo.

AÑOS	FLUJO NETO	TASA DE REDESCUENTO	
		(1+Tasa Inferior)	(1+Tasa Superior)
		1,14	1,35
0	-47.794,43	-47.794,43	-47.794,43
2016	15.810,50	13.868,86	11.711,48
2017	16.429,65	12.642,08	9.014,90
2018	17.662,48	11.921,67	7.178,77
2019	18.948,45	11.219,00	5.704,78
2020	20.634,72	10.717,03	4.601,82
TOTAL	89.485,80	60.368,64	38.211,75

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

➤ **VAN INFERIOR**

VAN= Flujos Actualizados – Inversión Inicial.

VAN= 60.368,64 – 47.794,43

VAN = 12.574,21

➤ **VAN SUPERIOR**

VAN= Flujos Actualizados – Inversión Inicial.

VAN= 38.211,75 – 47.794,43

VAN = -9.582,68

Reemplazando en la fórmula se obtiene:

$$\text{TIR} = 0,14 + (0,35 - 0,14) \left[\frac{12.574,21}{12.574,21 - (-9.582,68)} \right]$$

TIR= 20,00%

La tasa interna de retorno obtuvo un 20,00%, esta cifra es superior que la tasa de descuento o costo de capital proyectado 14,00%, es decir, el proyecto será productivo y además esto garantiza que la microempresa generará rentabilidad una vez recuperada la inversión.

6.8.4. Relación Costo/Beneficio.

Es la relación que tiene el proyecto, en cuestión a los ingresos y egresos. Se utilizó la siguiente fórmula, para el cálculo de este indicador:

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}}$$

Para el cálculo de la relación costo/beneficio se utilizó la siguientes tablas, tanto los ingresos y egresos fueron actualizados utilizando la tasa de descuento 14,00%.

Tabla N° 78**Ingresos.**

AÑOS	INGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	INGRESOS ACTUALIZADOS
2016	64.803,70	1,14	56.845,35
2017	68.941,77	1,30	53.048,45
2018	73.337,07	1,48	49.500,44
2019	78.005,31	1,69	46.185,40
2020	82.963,09	1,93	43.088,43
TOTAL	368.050,94		248.668,07

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

Tabla N° 79**Egresos.**

AÑOS	EGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	EGRESOS ACTUALIZADOS
2016	52.566,12	1,14	46.110,63
2017	55.517,69	1,30	42.719,06
2018	58.053,63	1,48	39.184,55
2019	60.737,98	1,69	35.961,76
2020	66.176,16	1,93	34.369,83
TOTAL	293.051,58		198.345,82

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

Reemplazando en la fórmula tenemos lo siguiente:

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{248.668,07}{198.345,82}$$

Costo/Beneficio = 1,25%.

El análisis de la relación costo/beneficio indica que por cada dólar invertido, el proyecto generará \$0,25 centavos de dólar adicionales.

6.8.5. Tasa de rendimiento beneficio-costo.

Tabla N° 80

Tasa de rendimiento beneficio-costo.

AÑOS	INGRESOS	TASA DE REDESCUENTO	INGRESOS ACTUALIZADOS
2016	64.803,70	1,14	56.845,35
2017	68.941,77	1,30	53.048,45
2018	73.337,07	1,48	49.500,44
2019	78.005,31	1,69	46.185,40
2020	82.963,09	1,93	43.088,43
TOTAL	368.050,94		248.668,07

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

La fórmula utilizada para el respectivo cálculo será:

$$TRBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$TRBC = \frac{248.668,07}{47.794,43}$$

$$TRBC = \$5,02$$

Este resultado muestra que por cada dólar invertido, se obtendrá \$5,02 adicionales.

6.8.6. Período de recuperación de capital.

El período en el que se recuperará el capital, se calcula utilizando los flujos actualizados de efectivo.

Tabla N° 81**Período de recuperación de capital en valores constantes.**

AÑOS	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
2016	13.868,86	13.868,86
2017	12.642,08	26.510,94
2018	11.921,67	38.432,61
2019	11.219,00	49.651,61
2020	10.717,03	60.368,64

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

El periodo de recuperación de la inversión en valores constantes indica que la inversión inicial (\$47.794,43) es recuperada en 3, 10 años.

Tabla N° 82**Período de recuperación de capital en valores corrientes.**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
2016	15.810,50	15.810,50
2017	16.429,65	32.240,15
2018	17.662,48	49.902,63
2019	18.948,45	68.851,08
2020	20.634,72	89.485,80

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

El periodo de recuperación de la inversión en valores corrientes indica que la inversión inicial (\$47.794,43) es recuperada en 2, 10 años.

6.8.7. Punto de equilibrio.

Representa el punto exacto donde la microempresa empieza a generar ganancia, es decir donde logra cubrir sus costos y gastos.

El cálculo del punto de equilibrio se lo realizó mediante la siguiente fórmula:

- En unidades:

$$PE = \frac{Inv. Fija + CF}{PV - CVu}$$

En dónde:

PE= Punto de equilibrio.

CF= Costos fijos.

CVu= Costo variable unitario.

PV= Precio de venta.

El punto de equilibrio se lo calculó así:

Tabla N° 83

Margen de contribución ponderado.

SERVICIOS	PRECIO DE VENTA	COSTO VARIABLE UNIT.	%
Lavado en agua	8	10	18%
Lavado en seco	8	46	83%
TOTAL	16	56	100

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

$$MCP = [((8-10)*18\%) + ((8-46)*83\%)]$$

$$MCP = \$31,90$$

DATOS

Inversión fija= 44.821,95

Costo Fijo= 21.551,46

MCP= \$31, 90

Aplicada la fórmula se obtuvo el punto de equilibrio en unidades, es decir cuánto se necesita vender para empezar generar ganancia.

$$PE = \frac{44.821,95 + 21.551,46}{31,90}$$

$$PE = \frac{66.373,41}{31,90}$$

PE= 2.081 docenas.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS

Para la realización de este proyecto, el análisis de los impactos que generará es muy importante. Por lo tanto se cuantificarán variables por medio de indicadores, a través de una matriz que indique de forma clara y precisa los impactos más relevantes. Para dicho análisis se utilizará la siguiente escala de valores:

Tabla N° 84

Matriz evaluadora de impactos.

ESCALA	INDICADORES
3	Impacto alto positivo
2	Impacto medio positivo
1	Impacto bajo positivo
0	No hay impacto
-1	Impacto bajo negativo
-2	Impacto medio negativo
-3	Impacto alto negativo

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

A continuación se procede a sumar los niveles de cada impacto que se analizará y se dividirá para el número total de indicadores del impacto analizado. Los impactos analizados son los siguientes:

7.1. Impacto económico.

Tabla N° 85

Matriz impacto económico.

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Mejorar la calidad de vida de los Urcuquireños.	3							3
Generación de empleo.	3							3
Estabilidad laboral.	3							3
TOTAL								9

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

$$\text{Impacto económico} = \frac{\text{Suma del total de indicadores}}{\text{Nro. de indicadores}}$$

$$\text{Impacto económico} = \frac{9}{3}$$

$$\text{Impacto económico} = 3$$

A través de la ejecución del proyecto se tendrá la oportunidad de generar empleo y con esto se estará de alguna forma mejorando la calidad de vida de los colaboradores de la microempresa y no solo eso, también se otorgará estabilidad laboral, lo cual asegura un ingreso seguro a su hogar.

7.2. Impacto social.

Tabla N° 86

Matriz impacto social.

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Riqueza y desarrollo del cantón	3							3
Aumento de la matriz productiva	3							3
TOTAL								6

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

$$\text{Impacto social} = \frac{\text{Suma del total de indicadores}}{\text{Nro. de indicadores}}$$

$$\text{Impacto social} = \frac{6}{2}$$

$$\text{Impacto social} = 3$$

El proyecto generará riqueza al cantón Urcuquí puesto que crea impuestos y recursos que serán usados para la realización de obras que mejorarán la calidad de vida de todos los Urcuquireños y por ende se estará forjando a aumentar la matriz productiva del cantón.

7.3. Impacto ambiental.

Tabla N° 87

Matriz impacto ambiental.

INDICADORES	3	2	1	0	-1	-2	-3	TOTAL
Manejo de residuos.					-1			-1
Aguas residuales.						-2		-2
Contaminación del ambiente laboral con olores.						-2		-2
Contaminación del ambiente con ruidos.					-1			-1
TOTAL								-6

Elaborado por: La Autora.
Año: 2015.

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{\text{Suma del total de indicadores}}{\text{Nro. de indicadores}}$$

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{-6}{4}$$

$$\text{Impacto ambiental} = -1,50$$

El impacto ambiental que generará la lavandería serán desechos líquidos, los cuales serán enviados directamente al alcantarillado, estos líquidos no son tóxicos ni peligrosos.

Además como bien se conoce el proceso de lavado automatizado, cuenta con maquinaria especializada altamente tecnológica que ahorra un recurso natural como lo es el agua, aun así el uso de este es inevitable y en cantidades mayores que las que se usa normalmente en un hogar.

Ante esto el GAD de Urcuquí y su departamento del medio ambiente realizarán un análisis previo a la otorgación de la patente municipal, de estos aspectos y especificarán la

categoría en que se encuentra la lavandería. Ante esto se fijarán las políticas de protección del medio ambiente a aplicarse.

7.4. Impacto general.

Tabla N° 88

Matriz impacto general.

INDICADORES	TOTAL
Impacto económico	3,00
Impacto social	3,00
Impacto ambiental	-1,50
TOTAL	4,50

Elaborado por: La Autora.

Año: 2015.

$$\text{Impacto total} = \frac{\text{Suma del total de indicadores}}{\text{Nro. de indicadores}}$$

$$\text{Impacto total} = \frac{4,50}{3}$$

$$\text{Impacto total} = 1,50$$

El proyecto tiene un nivel de impacto bajo positivo ya que la lavandería no genera impactos negativos en cuestión a la contaminación del medio ambiente, al contrario ya que con la creación de la lavandería automatizada, en seco y planchado de prendas de vestir en el cantón Urcuquí, se beneficia a la sociedad ya que se genera empleo, se dinamiza la economía del cantón, y sobre todo se buscará ser responsable con el medio ambiente.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Se identificó que en cantón Urcuquí no existe una empresa que ofrezca el servicio de lavandería, por tal razón la microempresa no tendrá competencia directa y podrá captar el mayor número de la demanda potencial insatisfecha. Además, se analizó variables tales como; sociales, económicas, geográficas, entre otras, que avalizan la ejecución del proyecto.
- Se definió la viabilidad comercial del proyecto a través del análisis del comportamiento de los factores que afectan a la oferta y demanda, mediante esto se pudo evidenciar la existencia de un mercado potencial alto dado al a creación de la Universidad “Yachay” ya que este centro de estudios es considerado de un alto impacto de desarrollo económico y social de la zona.
- Se mostró los diversos recursos materiales necesarios, para la ejecución y puesta en marcha del proyecto, así como también la importancia del diseño del flujo de procesos, el cual indica las funciones y los responsables de cada tarea a ser realizada.
- Se demostró la factibilidad financiera del proyecto mediante la realización de indicadores y métodos de valoración financiera.
- En la propuesta del proyecto se definió la estructura legal, se especificó los cargos y sus respectivas funciones así como también el perfil profesional requerido.
- Los impactos que se detectan con la ejecución del proyecto, son positivos ya que se beneficia la sociedad, a través de la generación de empleo y el crecimiento económico, que esto significa para el cantón. Este servicio será factible para quienes acuden hasta la ciudad de Ibarra a solicitar el servicio de lavandería ya que disminuye costos y tiempos.

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda invertir recursos financieros para la puesta en marcha del proyecto, que a la vista genera impactos positivos y al gobierno autónomo descentralizado de Urcuquí, a disminuir los procesos en la obtención de los papeles para otorgar patentes municipales, puesto que esto ocasionaría que dichos trámites se conviertan en burocráticos.
- Conforme vaya pasando el tiempo ir mejorando las actividades que efectivicen la atención al cliente, y al mismo tiempo no descuidar la imagen de la microempresa, esto significa continuar con la publicidad y aumentar la eficiencia y eficacia del servicio prestado.
- Identificar falencias que vayan ocurriendo durante el primer periodo de ejecución del proyecto a fin de ir mejorando y efectivizado los procesos, los cuales deben estar acorde con la tecnología, la cual se debe ir innovando para dar un servicio de calidad.
- De acuerdo como la microempresa vaya creciendo, una vez puesto en marcha el proyecto, se recomienda ir reinvertiendo los recursos para hacer que esta crezca y evitar endeudamientos futuros.
- Ejecutar el proyecto bajo la estructura legal establecida en el presente trabajo para fortalecer la imagen de la microempresa a fin de lograr captar el mayor número de clientes.
- Socializar el proyecto a fin de incentivar a los demás emprendedores de la zona a que se sigan implementando proyectos productivos para contribuir entre todos al progreso y desarrollo del cantón Urcuquí.

BIBLIOGRAFÍA

Anzola Rojas, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. México: Mc Graw Hill Educación.

Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión, Análisis, Formulación y Evaluación Práctica*. México: Trillas.

Arboleda Vélez, G. (2008). PROYECTOS. En *Formulación, Evaluación y Control* (pág. 48). Colombia: Cargraphics S.A.

Ávila Macedo, J. J. (2007). *Introducción a la Contabilidad*. México: Umbral Editorial, S.A. de C.V.

Bernal, C. A., & Sierra, H. D. (2013). *Proceso administrativo para las organizaciones del siglo XXI*. Colombia: Pearson.

Bravo Valdivieso, M. (2013). *Contabilidad General*. México: Escobar Impresiones.

Camisón, C., & Dalmau, J. I. (2009). *Introducción a los Negocios y su Gestión*. España: Pearson Educación S.A.

Carme Viladecans, N. A. (2010). *Estado de Cambios en el Patrimonio y Estado de Flujos de Efectivo*. Barcelona: Bresca Editorial, S.L.

Chiliquinga Jaramillo, M. (2007). *COSTOS*. Ibarra: OFFSET GRAFICOLOR.

Código Tributario. (2010). *Código Tributario*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.

Congreso Nacional Ecuador. (2010). *Ley de seguridad social: Legislación Básica*. Corporación de Estudios y Publicaciones.

Corporación de Estudios y Publicaciones. (2012). *Código de Trabajo*. Quito: Corporación de Estudios y Publicaciones.

Ferrell, O. C., Hirt, G., & Ferrell, L. (2010). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante*. México: Mc Graw Hill Educación.

Fierro Martínez, Á. M. (2004). *Planeación y Evaluación Financiera*. Bogotá: ECOE Ediciones.

Filion, L. J., Felipe, L., & Mejía-Morelos, J. H. (2011). *Administración de PYMES*. México: Pearson Educación.

Guerra Reyes, F. (2009). *Los Organizadores Gráficos y Otras Técnicas Didácticas*. Quito: Academia Editores.

Jorge Eliecer, P. H. (2009). *Investigación de mercado*. Colombia: EcoeEdiciones Ltda.

Martínez, L. (2011). *Guía para la presentación de proyectos*. México: Siglo xxi editores, S.A. de C.V.

Peribonio, L., & Ugalde, L. (Octubre de 2010). *Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de Biblioteca Virtual: <http://www.ups.edu.ec/>

Rojas, M. D., & Medina, L. J. (2011). Planeación Estratégica. Colombia: La Imprenta Editores S-A.

Sapag Chaín, N. (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. México: Pearson Educación.

Sarmiento, R. (2010). Contabilidad de costos. Quito- Ecuador: Andinos S.A.

Urbina, G. B. (2006). Evaluación de proyectos. Mexico: Graw Hill.

Varela Villegas, R. (2010). Evaluacion economica de proyectos de inversion. Colombia: D`vinni S.A.

Vargas Belmonte, A. (2013). Marketing y Plan de Negocio de la Microempresa. España: IC Editorial.

LINKOGRAFÍA.

- Cañas Hurtado, R., & Oliva Alfaro, J. C. (2007). *Universidad Dr. José Matías Delgado*. Recuperado el 07 de Noviembre de 2014, de Bliiblioteca Virtual: <http://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/BIBLIOTECA%20VIRTUAL/TESIS/01/AEM/ADCE0001200.pdf>
- Dirección de Innovación y Desarrollo Productivo. (Mayo de 2009). *Gobierno de la Provincia de Salta*. Recuperado el 24 de Octubre de 2014, de <http://www.salta.gov.ar>
- EFAMEINSA. (2013). *Corporación Efameinsa e Ingeniería S.A.* Recuperado el 22 de Noviembre de 2014, de <http://www.efameinsa.com/P-lavadoras-al-seco-percloretieno-industrial-venta-importacion>
- EQUINDECA. (2013). *Equindeca CIA.LTDA*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de <http://www.equindeca.com/catalogo.php?Menu=529>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2014). *IESS*. Recuperado el Noviembre de 2014, de <http://www.iess.gob.ec/>
- Junta de Normas Internacionales de Contabilidad. (2014). *Normas Internacionales de Informacion Financiera*. Recuperado el 20 de Febrero de 2015, de [file:///D:/Documentos/MI%20TESIS/INFORMACION%20INEC%20ADICIONAL/NIIF S.pdf](file:///D:/Documentos/MI%20TESIS/INFORMACION%20INEC%20ADICIONAL/NIIF%20S.pdf)
- Lucín Corral, P. (2012). *Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2014, de Repositorio Digital:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/2180/1/Luc%C3%ADn%20Corral%20Paola%20Nathalia.pdf>

- Ministerio de Salud Pública del Ecuador. (2013). *Ministerio de Salud Pública del Ecuador*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2014, de <http://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/requisitos-para-permisos-de-funcionamiento.pdf>
- Paredes Loza, C. M. (s.f.). *Instituto de Altos Estudios Nacionales*. Recuperado el 05 de Diciembre de 2014, de <http://repositorio.iaen.edu.ec/bitstream/24000/48/1/CD-IAEN-0052.pdf>
- Peribonio, L., & Ugalde, L. (Octubre de 2010). *Universidad Politécnica Salesiana*. Recuperado el 17 de Octubre de 2014, de Biblioteca Virtual: <http://www.ups.edu.ec/>
- SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (s.f.). *SRI*. Recuperado el 08 de Diciembre de 2014, de 2014: <http://www.sri.gob.ec/de/31>
- THE HOME DEPOT U.S.A. (2014). *HOME DEPOT*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2014, de <http://www.homedepot.com.mx/comprar/es/mochis/TipsDeCompra/transforma-tu-linea-blanca-en-ahorros-para-el-hogar>.
- Vía, A. (02 de Junio de 2005). *MAILXMAIL*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2014, de <http://www.mailxmail.com/curso-marketing-sector-publico/disenio-servicios>.
- WHIRLPOOL. (2013). *WHIRLPOOL*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2014, de <http://www.whirlpool.com.ec/>

ANEXOS

ANEXO 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
INGENIERIA COMERCIAL
ENCUESTA

OBJETIVO:

DETERMINAR SI ES FACTIBLE, LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE LAVANDERÍA AUTOMATIZADO, EN SECO Y PLANCHADO, CON ENTREGA A DOMICILIO EN EL CANTÓN URCUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA.

INSTRUCCIONES:

- La información que usted proporcione es confidencial y exclusivamente será utilizada con fines académicos.
- Sírvase marcar con una X la respuesta que creyere conveniente.

CUESTIONARIO

1. ¿Cómo lava usted sus prendas de vestir?

De forma manual	<input type="checkbox"/>
Utiliza una Lavadora personal	<input type="checkbox"/>
Acude a una Lavandería Automatizada	<input type="checkbox"/>
 2. ¿Cuál es el promedio de prendas que lava semanalmente?

1 docena	<input type="checkbox"/>
2 docenas	<input type="checkbox"/>
3 docenas	<input type="checkbox"/>
Otros (especificar).....	
 3. ¿Alguna vez usted ha utilizado el servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado de prendas de vestir?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------
- SI SU RESPUESTA ES NO PASE A LA PREGUNTA Nro. 10**
4. ¿Cuál es el servicio que utiliza con más frecuencia?

Lavado en agua	<input type="checkbox"/>
Lavado en seco	<input type="checkbox"/>
 5. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio la lavandería automatizado y en seco?

Diario	<input type="checkbox"/>
Semanal	<input type="checkbox"/>
Quincenal	<input type="checkbox"/>
Mensual	<input type="checkbox"/>
Otros (especificar).....	

6. ¿Cuántas docenas de ropa lleva a la lavandería automatizado según la frecuencia?
- 1 docena
- 2 docenas
- 3 docenas
- Otros (especificar).....
7. ¿Cuál es su gasto promedio mensual, en el servicio de lavandería?
- De 10 a 20\$
- De 21 a 30\$
- De 31 a 40\$
- De 41 a 50\$
- Otros (especificar).....
8. ¿El servicio que le han brindado las empresas a la que ha acudido es?
- Excelente
- Muy bueno
- Bueno
- Malo
9. ¿Se encuentra contento (a) con el servicio que ha venido recibiendo?
- Si No
10. ¿Le gustaría a usted que se implemente en el Cantón Urcuquí, una empresa que le ofreciera el servicio de lavandería automatizado, en seco y planchado?
- Si No
- Si su respuesta es NO, FIN DE LA ENCUESTA.**
11. ¿Cree que sería importante que quien ofrezca este servicio le ofreciera también la entrega a domicilio de las prendas?
- Si No
12. ¿En su opinión cuál de las alternativas, es la más importante al recibir este tipo de servicio?
- Precio
- Calidad
- Tiempo de entrega
- Otros (especificar).....
13. ¿Dónde considera usted el lugar apropiado para la ubicación de la empresa?
- Centro del Cantón
- A las afueras del cantón
14. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de esta empresa?
- Hojas volantes
- Radio
- Televisión
- Internet

DATOS TÉCNICOS

Ocupación

Empleado..... Comerciante..... Docente..... Ama de casa.....Otro.....

Sexo

Masculino..... Femenino.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 2

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE EMPRESAS QUE OFRECEN EL SERVICIO DE
LAVADO DE ROPA**

Nombre del Entrevistado:.....
Cargo:.....
Fecha:.....**Hora:**.....
Teléfono:.....
Dirección de la empresa:.....

1. ¿Hace qué tiempo se dedica a esta actividad?
2. ¿Cuál es el número de personal con el que cuenta?
3. ¿Cuáles son los métodos de publicidad que usted utiliza?
4. ¿Qué maquinaria utiliza? Podría especificar, ¿cuántas de cada uno y explicar las funciones?
5. ¿Cuál es el número de clientes que usted percibe en el mes?
6. ¿Número de docenas lavadas al día?
7. ¿Cuáles son las prendas que se lavan con más frecuencia, (agua o en seco)? ¿Podría dar un estimado?
8. ¿Utiliza algún tipo de promociones? ¿Cuáles?
9. ¿Cuál es su horario de atención?
10. ¿Qué insumos utiliza para lavar las prendas en agua y en seco?
11. ¿Sus proveedores de insumos se encuentran ubicados en Ibarra, podría mencionar algunos?
12. ¿Cuáles son sus canales de distribución?
13. ¿Cuál es el promedio de ingresos diarios?
14. ¿Cuál es el precio por docena de ropa lavada?, en base que los fijo.
15. ¿Cuál es el gasto promedio de agua y luz eléctrica?

Nota: La información que usted proporcione es confidencial y exclusivamente será utilizada con fines académicos.

Firma:.....

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

ANEXO 3**DATOS TÉCNICOS DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS, DUEÑOS O REPRESENTANTES DE LAS LAVANDERÍAS UBICADAS EN LA CIUDAD DE IBARRA****Ing. Mauricio Cadena.**

Empresa: MARTINIZING.
Cargo: Jefe de unidad de negocio.
Teléfono: 062644-635.
Fecha de atención: 23-12-2014
Hora: 15:50 pm.

Sra. Olga Imbaquingo.

Empresa: FRESH-CLEAN.
Cargo: Propietaria.
Teléfono: 0980605854.
Fecha de atención: 23-12-2014
Hora: 12:20 pm.

Dra. Rocío Jara.

Empresa: SECOMATIC.
Cargo: Propietaria.
Teléfono:
Fecha de atención: 29-12-2014
Hora: 11:00 am.

Sr. Fabián Jarrín.

Empresa: LAVA-FÁCIL
Cargo: Propietario.
Teléfono: 062610493.
Fecha de atención: 22-01-2015
Hora: 12:30 pm.

Sr. Aníbal Chafuel.

Empresa: MONSERRAT LAVANDERÍA
Cargo: Propietario.
Teléfono: 0982412801.
Fecha de atención: 22-01-2015
Hora: 12:00 pm.

Sra. Irma Cisneros.

Empresa: TECNO-CLEAN.
Cargo: Administradora.
Teléfono: 0992366139.
Fecha de atención: 23-12-2014
Hora: 10:10 am.

ANEXO 4



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
INGENIERIA COMERCIAL

LAVANDERIA	UBICACIÓN	SERVICIOS ADICIONALES	NÚMERO DE CLIENTES (HORA)
MARTINIZING			
TECNOCLEAN			
FRESH&CLEAN			
SECOMATIC			
MONSERRATH LAVANDERIA			
LAVA FACIL			

ANEXO 5

LISTA DE PRECIOS

Pantalón	\$4,00
Saco	\$4,00
Chompa Sport Liviana	\$5,20
Terno (2 Piezas)	\$8,00
Abrigo Liviano	\$6,50
Sweater	\$3,80
Vestido Sencillo	\$5,15
Vestido (2 Piezas)	\$8,00
Falda	\$3,65
Blusa	\$3,55
Corbata	\$3,00
Camisas (Agua)	\$1,70
Camisas (Seco)	\$3,50
Manteles (Agua)	\$5,45

ESTOS PRECIOS INCLUYEN IVA

MARTINIZING
DRY-CLEANING

1700 MARTIN
627 846 www.martinizing-ec.com

ANEXO 6

BANCO PROCREDIT S.A. IBARRA

03/03/2015 11:34 CADECO1_0 F

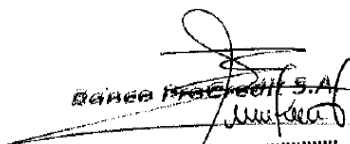
P L A N D E P A G O S

FECHA	Nº DIAS	TOTAL A PAGAR	CUOTA	A CAPITAL	A INTERES	SALDO
03/04/2015	1 31	656.04	656.04	370.06	285.98	29,629.94
04/05/2015	2 31	656.04	656.04	373.59	282.45	29,256.35
03/06/2015	3 30	656.04	656.04	386.15	269.89	28,870.20
03/07/2015	4 30	656.04	656.04	389.71	266.33	28,480.49
03/08/2015	5 31	656.04	656.04	384.55	271.49	28,095.94
03/09/2015	6 31	656.04	656.04	388.22	267.82	27,707.72
03/10/2015	7 30	656.04	656.04	400.44	255.60	27,307.28
04/11/2015	8 32	656.04	656.04	387.34	268.70	26,919.94
03/12/2015	9 29	656.04	656.04	415.98	240.06	26,503.96
04/01/2016	10 32	656.04	656.04	395.24	260.80	26,108.72
03/02/2016	11 30	656.04	656.04	415.19	240.85	25,693.53
03/03/2016	12 29	656.04	656.04	426.92	229.12	25,266.61
04/04/2016	13 32	656.04	656.04	407.42	248.62	24,859.19
03/05/2016	14 29	656.04	656.04	434.36	221.68	24,424.83
03/06/2016	15 31	656.04	656.04	423.21	232.83	24,001.62
03/05/2017	26 30	656.04	656.04	476.15	179.89	19,024.00
03/06/2017	27 31	656.04	656.04	474.69	181.35	18,549.31
03/07/2017	28 30	656.04	656.04	484.92	171.12	18,064.39
03/08/2017	29 31	656.04	656.04	483.84	172.20	17,580.55
04/09/2017	30 32	656.04	656.04	483.05	172.99	17,097.50
03/10/2017	31 29	656.04	656.04	503.57	152.47	16,593.93
04/11/2017	32 32	656.04	656.04	492.76	163.28	16,101.17
04/12/2017	33 30	656.04	656.04	507.51	148.53	15,593.66
03/01/2018	34 30	656.04	656.04	512.19	143.85	15,081.47
03/02/2018	35 31	656.04	656.04	512.28	143.76	14,569.19
03/03/2018	36 28	656.04	656.04	530.60	125.44	14,038.59
03/04/2018	37 31	656.04	656.04	522.22	133.82	13,516.37
03/05/2018	38 30	656.04	656.04	531.35	124.69	12,985.02
04/06/2018	39 32	656.04	656.04	528.27	127.77	12,456.75
03/07/2018	40 29	656.04	656.04	544.96	111.08	11,911.79
03/08/2018	41 31	656.04	656.04	542.49	113.55	11,369.30
03/09/2018	42 31	656.04	656.04	547.66	108.38	10,821.64
03/10/2018	43 30	656.04	656.04	556.21	99.83	10,265.43
05/11/2018	44 33	656.04	656.04	551.87	104.17	9,713.56
03/12/2018	45 28	656.04	656.04	572.41	83.63	9,141.15
03/01/2019	46 31	656.04	656.04	568.90	87.14	8,572.25
04/02/2019	47 32	656.04	656.04	571.69	84.35	8,000.56
04/03/2019	48 28	656.04	656.04	587.16	68.88	7,413.40
03/04/2019	49 30	656.04	656.04	587.65	68.39	6,825.75

P L A N D E P A G O S

FECHA	No DIAS	TOTAL A PAGAR	CUOTA	A CAPITAL	A INTERES	SALDO
03/05/2019	50 30	656.04	656.04	593.07	62.97	6,232.68
03/06/2019	51 31	656.04	656.04	596.63	59.41	5,636.05
03/07/2019	52 30	656.04	656.04	604.05	51.99	5,032.00
03/08/2019	53 31	656.04	656.04	608.07	47.97	4,423.93
03/09/2019	54 31	656.04	656.04	613.87	42.17	3,810.06
03/10/2019	55 30	656.04	656.04	620.89	35.15	3,189.17
04/11/2019	56 32	656.04	656.04	624.66	31.38	2,564.51
03/12/2019	57 29	656.04	656.04	633.17	22.87	1,931.34
03/01/2020	58 31	656.04	656.04	637.63	18.41	1,293.71
03/02/2020	59 31	656.04	656.04	643.71	12.33	650.00
03/03/2020	60 29	655.80	655.80	650.00	5.80	0.00
TOTALES		39,362.16	39,362.16	30,000.00	9,362.16	

EMITIDO: ACG / 10PEM


 Banco Procredit S.A.
 Diego Guajan
 Ejecutivo de Negocios PYME

A N E X O

Monto Aprobado:	30,000.00
Forma de Pago:	MENSUAL (ES)
Tasa de interés nominal anual:	11.07 %
Tasa de interés efectiva anual:	11.82 %
Suma Total de cuotas:	39,362.16
Capital:	30,000.00
Intereses:	9,362.16
Solca:	150.00
Gastos del Credito:	
Póliza de Seguro:	0.00
Avaluo:	0.00
Honorarios de Abogado:	0.00
Gastos Legales:	0.00
Otros:	0.00
Valor final total del crédito:	39,512.16

REQUISITOS PARA CRÉDITOS:

ORDINARIOS: <input type="radio"/>	MICRO CRÉDITOS: <input type="radio"/>
<i>Casillero azul para solicitante, casillero verde para garante.</i>	
1. Solicitud de crédito solicitante y garante(s).	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
2. Copia de cédula y certificado de votación del solicitante, garante (s) y cónyuge (s). (legibles/color)	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
3. Justificar ingresos del solicitante, garantes (s) y cónyuge (s), certificado de trabajo o rol de pagos, RUC o facturas de compra o patente o certificado de vacunación CONEFA, o contratos de arrendamiento registrados en el Juzgado de Inquilinato.	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
4. Para justificar el destino del crédito presentar, factura - proforma, contratos de compra venta o presupuesto de obra.	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
5. Copia de carta del pago del impuesto predial urbano del solicitante y/o garante(s) actualizada (Créditos mayores a \$ 15.000 USD; Certificado del Registro de la Propiedad)	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
6. Carta de pago de servicio básico del solicitante y garante (agua, luz, o teléfono)	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
7. Copia de matrícula del vehículo y licencia de conducir (legibles/color)	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>

HIPOTECARIOS:	
<i>Adicional a los requerimientos anteriores se debe presentar:</i>	
1. Escritura original del bien a hipotecar.	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
2. Certificado del Registro de la Propiedad actualizado.	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
3. Certificado de no estar afectado por el plan regulador.	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
4. Copia de carta de pago de impuesto predial actualizado.	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
5. Presupuesto de obra y cronograma de trabajo (<i>en construcción de vivienda</i>) <i>A solo</i>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>

ANEXO 7



ANEXO 8

Tabla 2015

Para liquidar el Impuesto a la Renta en el caso de las personas naturales y de las sucesiones indivisas, se aplicará la siguiente tabla de 2015:

Tabla impuesto a la renta 2015 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
-	10.800	0	0%
10.800	13.770	0	5%
13.770	17.210	149	10%
17.210	20.670	493	12%
20.670	41.330	908	15%
41.330	61.980	4.007	20%
61.980	82.660	8.137	25%
82.660	110.190	13.307	30%
110.190	En adelante	21.566	35%

Cabe recalcar que esta tabla deberá ser considerada por los empleadores, al calcular la base imponible para liquidar las retenciones del Impuesto a la Renta a ser efectuadas a partir del ejercicio 2015.

ANEXO 9

16 - Junio - 2015	
TASAS	MERCADO CAMBIARIO
OTROS MERCADOS	
PASIVA BCE	5.48%
ACTIVA BCE	8.70%
MAXIMA CONVENCIONAL *(1)	9.33%
LIBOR 1M	0.19%
LIBOR 2M	0.23%
LIBOR 3M	0.29%
LIBOR 6M	0.45%
LIBOR 12M	0.79%
PRIME	3.25%

ANEXO 10**DATOS TÉCNICOS DE PERSONAS QUE AYUDARON EN LA PROPORCIÓN DE INFORMACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA TESIS.****Ing. Washington Fuentes**

Cargo: Director de nivelación de Yachay.

Teléfono: 0985193283

Fecha de atención: 15-12-2014

Hora: 11:10 am

Correo electrónico: pmolina@yachaytech.edu.ec

Información proporcionada: Número de estudiantes y docentes de Yachay.

Arq. Gabriela Santacruz

Cargo: Jefa de Regulación Urbana y Rural de la Alcaldía de Urcuquí.

Fecha de atención: 15-12-2014

Hora: 14:00 pm

Información proporcionada: Plan de Desarrollo de Ordenamiento Territorial del Cantón Urcuquí.

Sr. Pablo Morales

Cargo: Gerente de la empresa eléctrica de Urcuquí.

Fecha de atención: 20-01-2015

Hora: 10:20 am.

Información proporcionada: Costo por el cambio del medidor de 110 a 220w.

ANEXO 11

10170	TELÉFONOS : 2643128	HORA:	13:45:43
CLIENTE : 1003675616 RECALDE CORDOVA SILVIA JANETH DIRECCION : AV CARCHI Y PANAMERICANA SUCURSAL : 007 IBARRA 1		CODIGO INTERNO : 020074115C (Cotizador) TIPO DE COTIZACION : TIPO DE CLIENTE : DETALLISTA	
VENDEDOR : SANTIAGO BENAVIDES BRUCIL <u>0985659234</u> CIUDAD : VIGENCIA : Desde : 22/01/2015 Al: 22/01/2015		NOTA : Precios sujetos a cambios sin previo aviso	
VALOR A PAGAR POR PRODUCTOS			
ARTICULO	CANTIDAD	P UNITARIO	SUB TOTALES
2091063101 MNIAC FUNDA MEDIANA 15.5X23	2	0.01	0.03
1099100245 PARABOL PLAYERO INDUGLOBAL *Obsequio*	1	45.25	45.25
1099100270 COLCHON INFLABLE 200X192 CM INDUGLOBAL	1	86.19	86.19
1099100283 ESCALERA 3 ESCALONES INDUGLOBAL *Oba	1	45.10	45.10
TK081103 TEKOCSA			
7027000101 MESA DE COMPUTADORA TEKOCSA	1	97.95	97.95
7010000101 REGULADOR DE VOLTAJE	1	40.33	40.33
7008000106 IMPRESORA HP1513 TEKOCSA	1	190.46	190.46
7091002102 CAMARA WEB TEKOCSA	1	33.47	33.47
7091008402 PENDRIVE 4 GB TEKOCSA	1	32.65	32.65
6853237001 MODEM CLARO	1	92.00	92.00
7008080001 COMPUT. INTEL CORE 3 3.0GHZ 4GB 500GB TE	1	1,795.75	1,795.75
WPO11204 WPR			
5207008803 SECAD. A GAS 7MWGD1705YM 17KG WHIRLPOX	3	720.39	2,161.17
0210000106 CILINDROS P GAS	3	84.70	254.10
WPOS1401 WRP			
5206006005 LAVADORA 30ALBS 8MWTW1815CG WRP	3	1,062.58	3,187.74
1591000196 KIT DE LAVANDERIA DELUXE 5PZAS	3	60.45	181.34
- Costo de Ropa - Plancha - Planchador - Tendedero de ropa - Pintas			SUB TOTAL : 8,243.52 (-)DESCUENTO : 3,823.82 I.V.A. 12% : 530.36 VALOR FACTURA : 4,950.06
- Tecnico por instalación \$ 15,00 Lav. - " " " " 60,00 Secado. Con tráf. - Garantía 1 año.			
ESTA OFERTA O PROMOCIÓN NO APLICA PARA CREDITO DIRECTO. OFERTA O PROMOCIÓN VÁLIDA POR 2 DÍAS O HASTA AGOTAR EXISTENCIAS.			
En Constancia de aceptar los servicios antes expuestos, firmo el presente documento.			_____ Firma del Cliente

ANEXO 12

PROFORMA: 010-0004845

DISTRIBUIDORA DE LIBROS Y PAPELERIA DILI

Fecha : 22 DE ENERO DEL 2015

Emission Sist.: 22/01/15 13:01:41

Almacen : BODEGA IBARRA

No. Control : 91-PR-00004845

Cliente : 0101116 SILVIA RECALDE

Direccion : AV. CARCHI

No.

Telefono : 0979984944 Ciudad :

RUC/Cedula : 1003675616 Tipo Venta: CON

Pagina: 1 de 1

Pedido: (91-P -0000000) Vendedor: C04-VERONICA ESPINOZA Usuario: adminibar Autoriza: rsegura

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	OBSE.
1 6941043705566	ARCHIV 90/DF NEGRO L/8 556	88OKAB	5 UNI: 1	2,4141	12,0705	
6 0636449007504	BOLIGRAFO LEXI CLEAR P/F AZ	8LEXI	5 UNI: 1	,2159	1,0795	
5 0636449007511	BOLIGRAFO LEXI CLEAR P/F NG	8LEXI	5 UNI: 1	,2159	1,0795	
3 4893055008482	GRAFADORA EA 848 GRD	8EAGLE	1 UNI: 1	7,4779	7,4779	
7 7754005381925	MARKING PEG 18X25Y 3/4"	8PEGAFAN	5 UNI: 1	,4456	2,2280	
2 7896292274020	ORGANIZADOR ESCRIT/3PZ 740 AZUL	8ACRIDMET	2 UNI: 1	3,6179	7,2358	
4 4714216163438	PERFORADORA KW 9028	8KW/TRIO	1 UNI: 1	3,6348	3,6348	
*VALIDO X 8 DIAS						

	SUMAN	:	34,81
- DESCTO:	3,48	SUBTOTAL :	31,33
		TARIFA 0%:	,00
		TARIFA 12%:	31,33
		I V A 12%:	3,76

LINEA NUEVA
 mobiliario cía Ltda.

PROFORMA

0000280

Nuevo Local y Fábrica: Juan Montalvo 6-59 y Pedro Moncayo Telf.: 261 2791 / 260 9094
 Almacén: Pedro Moncayo y Olmedo (Esquina) Telf.: 295 3400 / Fax: 261 1107
 E-mail: lineanuevamobiliario@gmail.com Ibarra - Ecuador

Cliente: Sylvia Recalde Ibarra, a 27 de Ene de 20 14⁵
 Dirección: MESIZOVI - IBARRA RUC: 1003675616
 Email: _____ Telf: 0979984934

CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT.	V. TOTAL
1	ESCRITORIO INDIVIDUAL 1.20X60 CON		
3	CAJONES METALIZADO, 1 PUERTA RECALDO, / PASACABLE.		187
1	LISENO 1.80X60 CON 2 PUERTAS Bajas		130
3	SILLAS VISITA APILABLE MODELO "EKO" TAPIZ UREYAMA NEGRO	33	99
1	SILLA SECRETARIA B4A01 CON/R. TAPIZ TERN YUTO NEGRO		67
Los precios ya incluyen el IVA			
GARANIZADOS			

Observaciones: VÁLIDA POR 5 DÍAS.

 Firma y Sello

 Cliente

SUBTOTAL	
IVA 0 %	
IVA 12 %	
TOTAL USD.	483

Tiempo de Entrega: _____
 Forma de Pago: _____

ANEXO 15

COMERCIAL CADENA CASANOVA

R.U.C: 0400409785001 Dir. SANCHEZ Y CIFUENTES 14-69 Y ZENON VILLACIS
 PROFORMA NRO:1PF20994

CONSUMIDOR FINAL

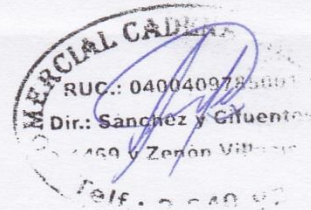
25 enero 2015

99999999999999

IBARRA, S/D

IVA

6	FUND DEJA MULTIACCION 5KG	13.0235	78.14	12
5	UNID DETERGENTE LIQ CICLON DE 3LT	8.8210	44.11	12
5	UNID SUAVITEL ADIOS PLANCHA DE 1900	5.4746	27.37	12
10	UNID JABON LAVATODO LIMON	0.5589	5.59	12
3	UND SUAVIZANTE AROMATEL DE 1650ML	5.2383	15.71	12



0.00 152.61 18.31

170.92

ANEXO 16

INSUMOS PROFESIONALES INSUPROF CIA. LTDA.

ALMACENES MONTERO
 RUC: 1792144566001
 SUCURSAL: ESTADIO TIF. 02-3332404

Fecha: 9 de enero de 2015 11:55 a.m.

Documento N°: 006999000000752

Cliente: CONSUMIDOR FINAL

Teléfono: 0

R.U.C./C.I.: 9999999999999

Dirección:

Vendedor: SARANGO FRANKLIN

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	DESC.	RECARGO	TOTAL
EQP0202010007667	MONTE PEARL PLANCHA A VAPOR STEAM PRESS 220V/60HZ 160	1	371.24	0.00	0.00	371.24
EQP0202010007666	MONTE PEARL PLANCHA A VAPOR STEAM PRESS 110V 60HZ	1	371.24	0.00	0.00	371.24
EQP0202010007416	SILVE ES-85AF PLANCHA DE GRAVEDAD GRATIS ZAPATON Y DEM	1	150.45	0.00	0.00	150.45
	<i>Tabla de Planchar</i>					<i>35,00</i>

TIEMPO DE VALIDEZ: 8 días
 DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO
FORMA DE PAGO: Efectivo o Cheque a nombre de INSUPROF CIA. LTDA.
 Este documento es solo un listado de precios, no garantiza la disponibilidad de stock.

SUBTOTAL: 892.93
DESCUENTO: 0.00
RECARGO: 0.00
I.V.A 12%: 107.15
TOTAL: 1,000.08

INSUMOS PROFESIONALES
 INSUPROF CIA. LTDA.
 RUC: 1792144566001
 Sucursal Estadio Olimpico

ANEXO 17



21	ene-15	CLIENTE:	Sra. Silvia Recalde	
		EMAIL:	[silv.janeth@hotmail.com]	
#	COD.	CANT.	DESCRIPCIÓN	P.ESPECIAL
1	909502	2	Carrito Transportador de ropa. Marca FLS, americano. para transporte de ropa en lavanderías, hoteles, etc.	265,25
5	39425	1	SECADORA SIN MONEDERO ELECTROLUX EN STOCK Descripción: 64 kls capacidad Flujo de aire axial y construcción apretada que le da un bajo consumo de energía Alta productividad - 2 cargas completas por hora Gran apertura de la puerta de carga y descarga Fácil acceso y ergonómico para el filtro de pelusa Agua Excelente eficiencia de la evaporación por kWh La versión moneda con Ecopower para evitar el exceso de secado de las prendas y conseguir un menor consumo de energía Con Brújula programa Pro	9.485,76
6	39401	1	LAVADORA EN SECO ELECTROLUX PARA IMPORTACION Gran pantalla y un botón de control para la selección del programa fácil Selección y opción Quick botones para los programas y opciones de lavado de uso más frecuente Paquetes de programas de lavado optimizados en Economía, Performance y hora (en programas generales) La máquina pesa ropa y ajusta la cantidad de energía de acuerdo a la carga. Esto conduce a un ahorro considerable cuando la máquina no está completamente cargada Muy bajo consumo de agua y energía Gran fuerza de extracción para la deshidratación eficiente Puerta con junta y fuertes bisagras construidos para trabajos de alto rendimiento Acero inoxidable y galvanizado en todas partes vitales para alto grado de protección contra la oxidación Capacidad del tambor en kgs / libras: 30lb.	26.511,44

CONDICIONES GENERALES:

Precios en dólares americanos
-Validez de la oferta 10 días
-Esta oferta no incluye costo de transporte
FORMA DE PAGO
a) Contado 30 días

Si requiere información adicional por favor comunicarse, será un placer atenderle.

Atentamente:
José Acosta
Cel: 0984419194
EQUINDECA VENTAS.

ANEXO 18

POINT
 TU CADENA DE TECNOLOGÍA
 RUC: 1793175647001
 SUCURSAL: Olmedo 11-90 y Av. Pérez Guerrero
 Teléfono: 062601-135


Fecha: 16 de enero de 2015 10:15 a.m.
 Cliente: Silvia Recalde
 Ruc: 1003675616
 Dirección: Av. Carchi y Panamericana
 Documento Nro.: 0079804
 Vendedor: Maricela Cadena.

COTIZACIÓN

COD. PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
EQP02341	EQUIPO INTEL CORE 3	2	462,50	925,00
QP07840	CANON IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	2	120,00	240,00
Subtotal:				1.040,18
Descuento:				0,00
Recargo:				0,00
IVA 12%:				124,82
TOTAL:				1.165,00

Condiciones:	
Tiempo de validez: 30 días	
Forma de pago: efectivo o cheque	
DOCUMENTO SIN VALOR TRIBUTARIO	

ANEXO 19



Gobierno Autónomo Descentralizado
Municipal de San Miguel de Urcuqui



DIRECCION DE PLANIFICACION Y DESARROLLO


Diciembre 15 del 2014
Oficio 159 – DPD

Señora,
Silvia Janeth Recalde,
Presente.-

De nuestras consideraciones:
En atención al trámite N° 2044, con fecha 15 de diciembre, en el que solicitan se facilite el PDOT del Cantón, por medio del presente hago la entrega del mismo en forma digital.

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Atentamente,



Arq. Gabriela Santacruz.
JEFA DE REGULACIÓN URBANA Y RURAL
GS/MM

Dir. Calle Guzmán y Antonio Ante (esq.) • Casilla 216 • Telf.: (593) 62 939 211 / 212
Telefax: (6) 2 939 125 • E-mail: municipiourcuqui@andinanet.net

ANEXO 20



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Ibarra-Ecuador

Avenida 17 de Julio 5-21 Barrio El Olivo y General José María Córdova
Teléf. 2953461-2956060

Urququí, 16 de diciembre de 2014.

Señor.

PHD. Fernando Albericio.

RECTOR ACADÉMICO DE LA UNIVERSIDAD DEL CONOCIMIENTO YACHAY.

Yo, Silvia Janeth Recalde Córdova con C.I. 100367561-6, estudiante de último semestre de la Universidad Técnica del Norte, solicito de la manera más comedida se digne otorgarme la autorización para realizar una investigación de campo, a través de una encuesta para el desarrollo de la tesis, previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial con el tema; **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE LAVANDERÍA AUTOMATIZADO, EN SECO Y PLANCHADO, CON ENTREGA A DOMICILIO EN EL CANTÓN URQUQUI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, esta encuesta proporcionara información relevante para la adecuada realización de dicha tesis. Cabe recalcar que la información será exclusivamente para fines académicos, por lo que adjunto la Encuesta para su revisión.

Con el fin de no interrumpir las actividades académicas, la toma de la información se la realizara a partir de las 16:00 pm, a los alumnos que se encuentren en el campus a esta hora.

Seguro de contar con su favorable aceptación a mi pedido me anticipo en agradecerle y me suscribo a usted, no sin antes dejar mis altos sentimientos de consideración y estima.

Atentamente

SILVIA JANETH RECALDE CÓRDOVA
ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.

Rectorado

YACHAY 16 DIC. 2014

Responsable: *Mvera* Hora: 10:48
Con anexo: Sin anexo:

0979984934. Contacto.