



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR EN SECO EN EL CANTON HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DE GRADO DE INGENIERAS COMERCIALES.

AUTORAS:

Ximena Tatiana Balcázar Suarez
Germania Elizabeth Quezada romero

DIRECTOR:

Ing. Com. Juan Pablo Samaniego V.

LOJA – ECUADOR

2011

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Juan Pablo Samaniego V.

DOCENTE Y DIRECTOR DE TESIS DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS DEL AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA, DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

C E R T I F I C A:

Que la presente tesis titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE SERVICIOS DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR EN SECO EN EL CANTON HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO”**, presentado por las postulantes: Ximena Tatiana Balcázar Suárez y Germania Elizabeth Quezada Romero, ha sido revisado en su totalidad por lo que autorizo su presentación.

Atentamente,

Loja, febrero del 2011

Ing. Com. Juan Pablo Samaniego Valle

AUTORÍA

Todas las opiniones, conceptos y definiciones que constan en el presente trabajo investigativo son de absoluta responsabilidad de las autoras:

Ximena Tatiana Balcázar Suárez

Germania Elizabeth Quezada Romero

AGRADECIMIENTO

Dejamos nuestra gratitud a las Autoridades, Personal docente y Administrativo de la Universidad Nacional de Loja, de forma especial al Área Jurídica Social y Administrativa de la Carrera de Administración de Empresas, por sus valiosas enseñanzas y apoyo brindado durante la vida universitaria.

Así mismo hacemos propicia la ocasión para expresar nuestro agradecimiento sincero al Ing. Com. Juan Pablo Samaniego Valle, Directo de Tesis, por sus conocimientos y experiencias compartidas, que han hecho posible la realización de este trabajo.

A las personas que de una u otra manera contribuyeron a nuestra formación profesional.

Ximena Tatiana Balcázar Suárez

Germania Elizabeth Quezada Romero

DEDICATORIA

Quiero dedicarle este trabajo a Dios que me ha dado la vida y fortaleza para terminar este proyecto de investigación, a mi madre por su ayuda y constante cooperación para el cumplimiento de esta meta, a mi familia, amigos y a todos quienes me ayudaron a lo largo de mi vida estudiantil.

XIMENA

El presente trabajo está dedicado a Dios por haberme bendecido con el don de la vida y llenarme de fuerzas y salud para seguir adelante sin desmayar durante todo este proceso de formación. A mis queridos padres Carlos, Mariana, por su apoyo incondicional, por ser el pilar fundamental durante mi carrera ya que han guiado cada uno de mis pasos durante este largo trajinar de mi vida estudiantil.

GERMANIA

a. TITULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE
PRENDAS DE VESTIR EN SECO EN EL CANTÓN
HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO”**

b. RESUMEN

B.1. RESUMEN EN CASTELLANO

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de lavado de ropa en seco a ejecutarse en el cantón Huaquillas, se lo realizó con la finalidad de ofrecer un excelente servicio de lavado para la **Población Económicamente Activa del Cantón Huaquillas**, debido a que en este cantón existen tres empresas que dan este tipo de servicio pero no ofrecen un servicio de calidad y sus precios son considerados altos por los usuarios del cantón.

Con respecto a la metodología utilizada se presenta las diferentes técnicas y fuentes de información que se recurrió en el transcurso del desarrollo del proyecto.

El estudio de mercado realizado a una muestra de 392 encuestas de las 19.884 personas que conforman a PEA de las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, procedimiento que permitió conocer la demanda potencial conformada por el 89% del segmento seleccionado, igualmente con la información disponible se pudo determinar la demanda actual correspondiente al 45% de los demandantes potenciales y finalmente la demanda efectiva, constituida por el 83% de los demandantes potenciales, así mismo se estimó el uso promedio del servicio de lavado en seco en forma semanal de 6 piezas por persona, que permitió determinar la demanda efectiva en piezas al año siendo esta de 4'582.753 piezas para el primer año y llegando a 5'416.360 para el quinto año. Luego se indagó mediante censo a las 3 lavanderías: LAVA YA, TRAPITOS Y LAVA EXPRESS existentes en el cantón Huaquillas para

establecer la oferta inicial de 8.996 prendas anuales, dato que fue proyectado para los 5 años con el 15% de incremento según datos obtenidos mediante la fórmula de crecimiento de mercado (en función a las ventas de los dos últimos años de las tres empresas antes mencionadas). Una vez obtenidas la demanda y oferta futuras se procedió a determinar la demanda insatisfecha que existe en este cantón en cuanto al servicio de lavado de prendas en seco la misma que es de 4'573.757 prendas en el primer año y llega a 5'222.786 en el quinto año.

Una vez recogida la información del mercado se diseñó el plan de comercialización donde se definió como nombre comercial "LAVAMATIC CLEANERS" Cía Ltda.", con el logotipo de la empresa, otro aspecto importante definido es el precio de venta directa a los consumidores que será de 3,00 dólares el primer y segundo año, luego para los siguientes tres años será de 3,10 con un margen de utilidad del 15 % sobre el costo de producción el primer año y un incremento del 10% anual. La publicidad será radial en radio ONDA SUR, por ser el medio más sintonizado en el cantón, de igual forma se entregarán hojas volantes por apertura del local.

En lo que respecta al Estudio Técnico en base al estudio previo (de mercado) y en función a la demanda insatisfecha se estima participar en el primer año atendiendo al 1,04% de dicha demanda, en el segundo año al 1,12% en el tercer año atender al 1,20%, 1,29% el cuarto año y se llegará al 1,39% en el quinto año , es así que se estima una capacidad instalada considerando la utilización de dos lavadoras, laborando 8 horas distribuidas en 6 días (312 días al año); resultando una capacidad instalada total de

74.880 prendas; posteriormente se define la capacidad utilizada según la participación de mercado, misma que queda estimada en 49.129 prendas para el primer año y 74.880 prendas para el quinto año de vida útil del proyecto.

La planta se ubicará en la provincia del Oro, en el Cantón Huaquillas, en el centro de la ciudad de Huaquillas en la Avenida de la república entre Jambelí y Sucre, será ubicado en este sitio ya que se encuentra el mayor número de comercios y habitantes que requieren este tipo de servicio.

Sobre lo que respecta al aspecto legal, se conformó una empresa de responsabilidad limitada: La compañía se denomina “LAVAMATIC CLEANERS” Cía Ltda.”, de acuerdo a los requerimientos establecidos por la Superintendencia de compañías, con un aporte de capital social de \$ 7.487,39; y se contará con un crédito realizado para 5 años al 11,28% por el BNF por el valor de \$ 34.000,00 lo que corresponde al total de la inversión; la misma que asciende a \$ 41.487,39. La vida útil estimada de la empresa es de 5 años a partir de su creación. Se proponen también los organigramas, estructural, posicional y funcional, y el respectivo manual de funciones.

Luego se estiman las inversiones en el Estudio Financiero tanto en Activos Fijos que será de 29.980,00; en Diferidos 4.850,00 y Circulantes de 9.979,32; que dan un total de inversión necesaria de 44.809,32, la cual será financiada mediante crédito al BNF de \$34.000, para un plazo de 5 años con pagos semestrales al 11,28% de interés anual con el objeto de

financiar la adquisición de la maquinaria y parte de las adecuaciones, es decir para activos fijos y preoperativos.

El costo total de producción para el primer año será de 127.470,66; y, para el último año de 150.355,04.

Los ingresos Totales en el primer año serán de 146.591,26 luego de 233.050,31 en el último año.

La utilidad Liquida en el primer año luego de asumir sus obligaciones con trabajadores y tributarias será de 10.970,44 en el primer año, y de 56.105,47 en el quinto año.

El punto de equilibrio donde los costos se igualan a los ingresos será en el primer año al emplear el 72,30% de la capacidad instalada, vender \$ 105.992,62 dólares; mientras que en el quinto año será de 43,27%, \$100.836,55 dólares.

Finalmente los flujos de caja obtenidos para los cinco años de vida del proyecto que son positivos, de: 16.264,76; 25.199,39, 35.029,29, 44.434,25 y 66.470,34; base sobre la cual se aplicaron los indicadores VAN, que fue de **83.506,45 por lo que el proyecto es factible financieramente**; también se determinó el **PRI** que será de 1 año ocho meses, la **RBC** será de 0,34 de utilidad por cada dólar invertido; la **TIR** es de 55,87% superior al costo del capital del 11,28% por lo tanto se genera mayor rendimiento que el costo de la deuda; en el análisis de sensibilidad con el 5% de incremento en los costos el coeficiente de sensibilidad resultó -0,0010863, que es menor a 1 por lo tanto el proyecto no es sensible a estos cambios, en tanto que en lo que respecta al análisis de

sensibilidad con el 3% de disminución de los ingresos el coeficiente resultante es de 0,0119788, igualmente no sensible a dicha disminución. Finalmente con toda la información recopilada y luego de los análisis respectivos se procede a realizar las respectivas conclusiones y recomendaciones, respecto a la investigación realizada.

b.2. SUMMARY

The feasibility project for the creation of a joint service laundry to dry in the canton Huaquillas run, its purpose is to provide excellent cleaning service to the economically active population of the Canton Huaquillas, because in this county there are three companies that provide this service but do not offer quality service and their prices are considered high by the users of the Canton.

With regard to the methodology presents the different techniques and sources that were used during the project development. The market survey to a sample of 392 surveys of 19,884 people that make up the urban parishes EAP Huaquillas Canton, procedure yielded information on the potential demand made up 89% of the selected segment, also with the available information could determine the current demand for 45% of potential claimants and ultimately effective demand, comprising 83% of potential claimants, and it is estimated the average use of dry-cleaning service on a weekly basis from 6 pieces per person allowing to determine the effective demand in parts of being this year 4'582 .753 parts for the first year and reaching 5'416 .360 for the fifth year. Then investigated by census at 3 Laundry: LAVA YA, cloth and LAVA EXPRESS Huaquillas existing in the county to establish the initial offering of 8,996 garments a year, a figure that was projected for 5 years with 15% increase according to data obtained by the market growth formula (based on sales in the last two years of the three companies mentioned above). After obtaining the future demand and supply, it was determined that there

is unmet demand in this county in terms of service dry cleaning of clothes is the same as 4'573 .757 garments in the first year and reaches 5'222 .786 in the fifth year.

Once market data collection was designed marketing plan which was defined as the trade name "Lavamatic CLEANERS" Co. Ltd. ", with the company logo, another important aspect is the price defined direct sales to consumers will \$ 3.00 the first and second year, then for the next three years is 3.10 with a profit margin of 15% of the cost of producing the first year and an increase of 10%. The radio advertising will ONDA SOUTH radial, being the most tuned in Canton, just as leaflets will be delivered by local opening.

In regard to the technical study based on previous study (market) and according to the unmet demand is expected to participate in the first year basis to 1.04% of this demand, in the second year to 1.12% in the third year deal to 1.20%, 1.29% for the fourth year and will reach 1.39% in the fifth year, so that installed capacity is estimated considering the use of two washers, working 8 hours spread over 6 days (312 days a year), resulting in a total installed capacity of 74,880 garments, then the capacity utilization is defined as market share, it is estimated that 49,129 garments for the first year and 74,880 pieces for the fifth year span of the project. The plant is located in the province of Oro in Canton Huaquillas, in the center of the city of Huaquillas on the Avenue of the Republic between Jambelí and Sucre will be located at this site and found the largest number of businesses and residents that require this type of service.

On regard to the legal aspect, it formed a limited liability company: The company is called "Lavamatic CLEANERS" Co. Ltd. ", according to the requirements established by the Superintendency of Companies, with a capital contribution of \$ 7,487 , 39, and a credit will be made for 5 years at 11.28% for the BNF in the amount of \$ 34,000.00 which corresponds to the total investment, the same amount to \$ 41,487.39. The estimated useful life of the company is 5 years from creation. It also proposes the organizational, structural, positional, functional, and the related manual tasks.

Then we estimate the financial investment in the study both in fixed assets that will be of 29,980.00, in Deferred 4850.00 and 9979.32 circulating, giving a total investment required of 44,809.32, which will be financed through credit BNF of \$ 34,000, for a period of 5 years with semiannual payments at 11.28% annual interest to fund the purchase of machinery and some of the adaptations, ie for fixed assets and pre-operational. The total cost of production for the first year is 127,470.66, and for the last year of 150,355.04.

Total revenues in the first year will be after 233,050.31 146,591.26 in the last year.

The net income in the first year after discharge their obligations to workers and tax will be 10,970.44 in the first year, and 56,105.47 in the fifth year. The balance point where the costs are equal to the revenue is in the first year to use the 72.30% of installed capacity, selling \$ \$ 105,992.62, while in the fifth year will be 43.27%, \$ 100,836 , \$ 55.

Finally, the cash flows obtained for the five years of the project that are positive, are: 16264.76, 25199.39, 35029.29, 44434.25 and 66470.34, based on which indicators are applied, which was 83,506.45 so the project is financially feasible, we analyzed the PRI that is 1 year and eight months, the RBC will profit of 0.34 per dollar invested, the IRR is 55.87% higher than the cost of capital of 11.28% therefore generates higher yields than the cost of debt, and in the sensitivity analysis with a 5% increase in costs was the -0.0010863 sensitivity coefficient, which is less than 1 so the project is not sensitive to these changes, while in regard to the sensitivity analysis with the 3% decrease in revenue is the ratio of 0.0119788, also not sensitive to this decrease

Finally with all the information gathered and then the respective analysis is necessary to perform the respective conclusions and recommendations regarding the research.

C. INTRODUCCION

c.1. INTRODUCCION

El presente proyecto se ha realizado en vista de que la población del cantón Huaquillas necesita del servicio de lavado de ropa en seco, las prendas que más sobresalen es la ropa formal, las que por ser prendas delicadas requieren del mayor cuidado para conservarlas y mantenerlas en buen estado a través de un proceso de lavado especial.

Otro aspecto del porque se envía a lavar la ropa en seco es porque no se dispone del tiempo necesario, en vista de que la mayoría de los demandantes de este servicio son personas que trabajan y por tanto no cuentan con tiempo y espacio necesario para darles la limpieza y lavado que requieren esta clase de prendas

La Universidad Nacional de Loja a través del modelo de enseñanza y aprendizaje SAMOT, tiene como fundamento la investigación y vinculación con la comunidad, es así que nuestro tema de investigación está orientado a la Elaboración y Evaluación de proyectos de inversión, el mismo que se lo ha denominado e intitulado:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR EN SECO EN EL CANTÓN HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO"

Es por ello que nuestro proyecto ha sido fragmentado en "lavado en seco", esto con el objetivo de dar un servicio de óptima calidad, es por ello que se procedió a realizar las encuestas a la Población Económicamente Activa en Huaquillas, divididas de tal manera que el proyecto sea conocido por todos los que integran el cantón.

En su estructura primeramente consta el Estudio de Mercado que partió con la investigación de mercado realizada; cuyo objetivo fue realizar un análisis de la industria del sector, la demanda, oferta y comercialización a fin de conocer la existencia de la demanda insatisfecha, condiciones de la competencia dando cumplimiento con este objetivo, se inició con la aplicación de 392 encuestas realizadas a los habitantes que conforman la PEA del cantón Huaquillas; con la información obtenida se llegó a determinar que existe una demanda del servicio de lavado en seco, en cuanto a la oferta se aplicó una entrevista a las tres lavanderías que existen en el cantón; esto permitió establecer los parámetros necesarios para efectuar el análisis, la información obtenida condujo a proponer el respectivo plan de comercialización.

Luego está el estudio técnico integrado por la determinación de: el tamaño del proyecto, localización, proceso productivo, tecnología e ingeniería del proyecto necesarios para la creación de la empresa en mención; este estudio permitió establecer los parámetros técnicos para la determinación de la capacidad instalada; reflejada en la maquinaria seleccionada para la producción, la localización apropiada de la planta, el diseño del producto y el flujo grama del proceso de prestación del servicio. Subsiguientemente se incluye lo referente al Estudio Financiero donde consta el monto de inversión en forma detallada de acuerdo a las necesidades para la implantación del proyecto. Constan igualmente los respectivos presupuestos donde se detalla tanto los ingresos como los egresos para cumplir con la operatividad durante toda la vida útil del

proyecto que es de cinco años, también se incluye la clasificación de los costos fijos y variables, y, el respectivo punto de equilibrio en función de las ventas y la capacidad instalada.

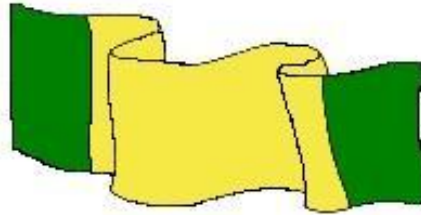
Seguidamente se encuentra la evaluación financiera para determinar la factibilidad de la creación de la empresa, el cual se lo hizo a través de los indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Análisis de Sensibilidad y el Periodo de Recuperación del Capital; cuyos resultados permitieron demostrar la factibilidad del proyecto y con base a estos recomendar la inversión del proyecto.

Como último aspecto tenemos el Estudio Organizacional de la empresa, en la cual se establece la figura jurídica en lo concerniente al aspecto legal y funcional lo que hará posible una adecuada estructura y organización de la misma, permitiendo un correcto y normal desenvolvimiento de todas las actividades con miras a alcanzar los objetivos propuestos por la organización dentro de un futuro mediano; aquí se establece los organigramas tanto estructural, funcional y posicional, se detallarán los diferentes puestos acompañado del respectivo manual de funciones lo cual contribuirá al normal desarrollo de las actividades.

Finalmente se encuentran las conclusiones a las cuales se han llegado así como a las recomendaciones de carácter general que se considera más importantes para llevar adelante la puesta en marcha del proyecto planteado.

d. REVISION DE LITERATURA

d.1. La Provincia del Oro



d.1.1. Datos históricos

“La creación de la Provincia de El Oro tuvo las siguientes dos etapas:

Primera.- La Proclamación o Creación de Hecho, efectuada en Zaruma el 29 de noviembre de 1882.

Segunda.- La creación de derecho o legal, en virtud de la Ley de División Territorial del Ecuador expedida por la Convención Nacional y sancionada Por el Ejecutivo el 23 de Abril de 1884, Ley en la cual fueron incluidas otras provincias no oficializadas hasta entonces”¹.

d.1.1.2. La Creación Oficial de la Provincia

Como queda explicado, la Provincia de El Oro fue oficializada o creada de derecho, con el nombre y los cantones determinados en Zaruma, por la mencionada Ley de División Territorial de la República, expedida el 17 de abril de 1884 y sancionada el 23 del mismo mes, por el entonces Presidente de la República don José María Plácido Caamaño. La Provincia, con su capital, cantones y parroquias aparecen en el artículo 12 de la Ley, que Transcribimos en lo principal:

¹ http://www.mipasaje.com/provincia/eloro_dat.htm#flora

d.1.1.3. Flora y Fauna



El bosque constituye la última reserva para muchas aves medianas y pequeñas, al igual que el mar para las aves marinas (garzas, alcatraces, gaviotas, etc.). En los bosques de las faldas cordilleranas hay dantas, osos, monos, gualillas, guatusas, tigrillos, ardillas y armadillos. En los bosques de la parte alta viven el oso negro y el venado. Los ofidios abundan por todas partes. En el mar abundan peces de carne blanca y roja, así como una gran variedad de mariscos, permitiendo así el desarrollo de una próspera pesquería artesanal e industrial. “En diversas partes de la provincia todavía pueden encontrarse guayacanes, hualtacos, guachapelíes, ceibos, canelos, guápalas, robles, palosantos, mangles, etc.”²

d.1.1.4. Minería



El Oro, ha sido conocido históricamente como una de las provincias más ricas en reservas minerales. Los filones auríferos de Zaruma y Portovelo son de una riqueza inagotable.

² <http://www.ecuale.com/eloro/>

d.1.1.5. Agricultura, Ganadería y Acuicultura



“La agricultura constituye la infraestructura económica más poderosa de la Provincia. La producción agrícola de El Oro ha estado vinculada históricamente al mercado externo. A partir de 1950 esa vinculación se ha centrado en la producción de banano.”³ Los cultivos de esta fruta han alcanzado un alto grado de tecnificación, extensión y producción, al punto de convertir al Ecuador en el primer exportador de banano del mundo El 80% de la producción de banano exportable se lo hace a través de Puerto Bolívar, que es el primer puerto bananero del Ecuador. Además se lo considera el segundo puerto en importancia en el país, por el volumen de carga que moviliza.

Otra actividad que se ha desarrollado en la provincia, en los últimos tiempos, es la cría de camarón en cautiverio, lo que ha contribuido a diversificar la producción destinada al mercado externo. Las piscinas camaroneras se encuentran ubicadas en su gran mayoría en los cantones Machala y Santa Rosa. Además existe cría de tilapia en estanque, actividad que se desarrolla con éxito en el cantón Portovelo.

3

http://www.telegrafo.com.ec/macroeconomia/noticia/archive/macroeconomia/2010/12/22/Productores-de-banano-ser_E100_n-legalizados.aspx

d.1.1.6. Industrias

Las principales son las derivadas de la pesquería, tanto de especies bioacuáticas libres como de las producidas en cautiverio, y del banano, ocupando apreciable mano de obra. Como complementarias de estas actividades existen compañías dedicadas a la producción de cajas de cartón, fundas para banano, harina de banano etc. Posiblemente sea la minería en el volumen que se la practica en la actualidad, la industria que mayor mano de obra ocupa (unas 8.000 personas), con una producción de 8 kilos diarios.

d.1.1.7. Comercio



El comercio es sumamente activo, especialmente el internacional.

El comercio de exportación e importación que se realiza por Puerto Bolívar, representa una vigorosa entrada de divisas al país cuando se trata de exportaciones de banano y especies bioacuáticas en refrigeración. Autoridad Portuaria de Puerto Bolívar y la Aduana son los organismos por medio de los cuales se realizan estas actividades comerciales.

El comercio diario con el norte del Perú es sumamente activo. La actividad comercial con Guayaquil puede ser considerada de primer orden, dado que los comerciantes de tejidos, electrodomésticos, etc. Se proveen de estos y otros artículos en la Perla del Pacífico. El comercio con las otras provincias vecinas como Azuay y Loja, aunque en menor intensidad, es igualmente activo. Hay una Cámara de Comercio que respalda a sus asociados y los ayuda en diligencias pertinentes. Su sede es la ciudad de Machala.

d.1.1.8. Economía

Es de libre mercado al igual que en el resto del país y obedece a las normas y directivas impuestas por el gobierno nacional. Dentro de este contexto se desarrollan la agricultura, ganadería, minería, industrias y comercio. Los organismos reguladores gubernamentales se encargan de velar por el cumplimiento de las leyes. Aunque por la crisis económica ha ido disminuyendo la inversión lo que ha provocado que el desempleo cada día incremente mas por la falta de fuentes de trabajo.

d.2. El Cantón Huaquillas



d.2.1 Datos Generales

Es un Cantón ubicado en la provincia ecuatoriana de El Oro, se encuentra a una altura de 1.9 metros sobre el nivel del mar. Es la segunda ciudad oreense con auge y versatilidad comercial, después de Machala. Su nombre se remonta a la cantidad de Huacas (Entierros Indígenas) existentes en el lugar, “Está ubicado en la parte sur-occidental de la Provincia de El Oro, sus Límites son: Norte y Este: con el Cantón Arenillas. Sur: con la República del Perú. Oeste: con el Archipiélago de Jambelí, cuenta con una Extensión de 72.6 Km², su cantonización fue el 6 de octubre de 1980 tiene una Superficie de 72 km.² con una Altur de msnm, el Clima es caliente y seco durante todo el año, caracterizado por una temperatura fluctuante entre los 22 y 28 grados centígrados, dándole un clima primaveral. Según el Último censo del 2001 cuenta con una Población de 48400 habitantes con 5 Parroquias Urbanas como son: El Paraíso, Ecuador, Milton Reyes, Unión Lojana y Hualtaco.”⁴

d.2.2. Recursos Económicos

Contrariamente a lo que muchos piensan de esta pujante y progresiva ciudad, sus habitantes tienen también como su actividad principal el turismo (prestadores turísticos: hoteleros, propietarios de restaurantes, bares, transportes, agencias de viaje, centros turísticos, etc. la industria ladrillera ocupa aproximadamente 500 familias del sector que se dedican a la producción de ladrillo de manera artesanal de muy buena calidad, adquirido no solo dentro del país si no también fuera de él.

⁴ <http://www.huaquillas.net/site/>

Los pescadores artesanales en un grupo de 700 familias aproximadamente están agrupados en 5 cooperativas pesqueras de cabotaje y turísticos y una pre-cooperativa (hualtaco, del sur, san Gregorio, etc.).

También existen 3 fábricas de confección de sabana y edredones con calidad de exportación. La industria camaronera merece mención aparte por el gran número de personas que emplean en cada una de sus jornadas. En Huaquillas existen varias camaroneras en lo que es considerado la parte continental, así como en las distintas islas e islotes que se encuentran en su cercanía, y cuya principal puerta de entrada y salida es el primer puerto del Ecuador-**PUERTO HUALTACO**.

d.2.3. Huaquillas como fuente de economía de el Oro: Huaquillas es un emporio. Las actividades se desenvuelven con dinamismo, en un ambiente de turbulencia comercial.

Desde que se ingresa a la urbe, hay la gran Avenida Mario Oña Perdomo que llega hasta el Puente Internacional, para transformarse por el sur en la Carretera Panamericana que conduce a Lima, luego a Tacna; y por el Norte, en la misma gran arteria que nos transporta a Guayaquil, Quito y Colombia.

Su área urbana, incluida una extensa periferia, es morada de treinta mil habitantes que comercializan, al por mayor y al de tal, todo tipo de productos: víveres, materiales de construcción, medicamentos, electrodomésticos, herramientas, vehículos, etc.

Para el mercado peruano y así mismo, en porcentaje significativo, para El Oro y Loja. El atractivo es el precio y la calidad.

Es la segunda ciudad oreense con auge y versatilidad comercial, después de Machala.

Podría ser que, con el auspicio directo del Gobierno y de las cámaras de la producción, Huaquillas se convierta en zona franca y además, de cabida a proyectos de maquilado que se hallan en estudio.

Cerca de Huaquillas, a 3km, se encuentra Hualtaco, centro donde se concentra la producción pesquera diaria de decenas de pequeñas embarcaciones que operan por aguas territoriales. En ese pequeño puerto, se expende deliciosos platos preparados con pescados y mariscos seleccionados que satisfacen los más exigentes gustos de turistas nacionales y extranjeros.

En el trayecto de Huaquillas a Hualtaco, hacia ambos lados, se observa piscinas de camarones en cautiverio cuyos propietarios proporcionan fuentes de trabajo y abundantes divisas por la exportación de ese exquisito producto.

Carece de producción agrícola; pero, si es un mercado expendedor de alimentos y de todo tipo de bienes.

d.2.4. Principales zonas de economía activa del Cantón Huaquillas:

d.2.4.1. Puerto Hualtaco



Con su encantador entorno natural y su brisa marina. Puerto Hualtaco es hoy el Centro Turístico de mayor importancia en la frontera sur-occidental del país, ya sea por ser una zona ecológica importante o por su valor científico en la rama arqueológica. “Hace aproximadamente 130 años era un pequeño puerto, donde acoderaban las pequeñas embarcaciones transportando las mercancías, para el intercambio comercial con el Perú. La escasa población de ese entonces, tenía como tarea fundamental la pesca marina y el procesamiento semi industrial de incontables variedades de moluscos. El remoto puerto de ese entonces tenía también su vínculo terrestre a través del Camino Real, por donde los arrieros conducían los productos del intercambio; pero hace 25 años se construyó la primera carretera, muy rudimentaria aún, que sin embargo ponía a este importante Pasaje costanero, en contacto vía terrestre con el resto del país. En 1992 se construyó una gran autopista, para facilitar el arribo del turista nacional y extranjero hacia el moderno puerto: zona de diversión y de exquisitas comidas marineras.”⁵

⁵ <http://www.mipasaje.com/provincia/hualtaco.htm>

d.2.4.2. Centro Recreacional Municipal

Con el fin de dar un mayor impulso al turismo en la frontera, el Municipio de Huaquillas, construyó el centro recreacional Eloy Alfaro, con una infraestructura moderna, dotado de una piscina semi-olímpica con toboganes, mas una piscina infantil con resbaladera, a esto se suma el polideportivo y el espacio de juegos infantiles.

d..2.4.3. Puente Internacional

El tradicional puente que une a las ciudades de Huaquillas en Ecuador y aguas Verdes fue construido en 1962 y desde entonces ha sido el referente de grandes acontecimientos de importancia binacional, regional y mundial, que lo convierten en el símbolo de la unidad de los pueblos.

d.3. HISTORIA DEL LAVADO Y LAS LAVADORAS



La ropa por lo general era lavada con agua caliente y jabón. Ropa que debía ser escurrida y golpeada con palas de madera, para que quedara limpia. Para fines del siglo XVII, se llegó a crear una máquina que lavaba

ropa, la cual era de madera y simulaba una tinaja, como las que se utilizaban para lavar ropa a mano.

A fines del siglo XIX, se desarrollaron lavadoras que lograban de manera mecánica, impulsadas por fuerza humana, lavar la ropa, esto ocurrió en Ucrania. Posterior, aparecieron máquinas que de manera adicional lograban calentar el agua que iban a utilizar, mediante el carbón o la leña. En 1767, Jacob Schäffern construye un prototipo de lavadora, y la primera patente en los Estados Unidos por una máquina para lavar fue otorgada a Nathaniel briggs en 1796.

A pesar de todos estos prototipos del pasado, el inventor de la lavadora fue Alva Fisher, la primera máquina de este tipo apareció en 1901, Fisher construyó una maquina que contenía un tambor, al cual se le echaba agua y jabones; esta máquina era automática y funcionaba por medio de la electricidad. Así, Fisher conseguía lavar ropa de una manera muchísimo más práctica de lo que las personas de la época estaban acostumbrada.

Fisher era un ingeniero, oriundo de los Estados Unidos. Nace en 1862 y muere en 1947. Como mencionamos, inventó la lavadora en 1901, pero no fue hasta 1910, que patentó su invento. De manera progresiva, fue perfeccionando su invención y logró, por medio de un complejo sistema de cambios, que el tambor de la lavadora fuera alternando, a medida que lavaba, su sentido de giro, con lo cual lograba que la ropa saliera más limpia aún. Es gracias a estos primeros modelos, que hoy en día hemos

llegado a tener, las lavadoras modernas programables las que cumplen diferentes funciones, según los requerimientos de los usuarios.

"De igual manera, Fisher logró desarrollar una puerta la cual incorporaba, el famoso ojo de buey. Con lo cual, se evitaba que el agua que se encontraba al interior del tambor, salpicara hacia fuera, lo cual provocaba cortocircuitos.

La masificación de la lavadora, tuvo lugar varios años después, cuando la electricidad se transformó en un servicio de uso común y la producción en masa de electrodomésticos inundó el planeta. Hoy en día, existen lavadoras, que incluso conllevan el sistema de secado automático. El cual se da, luego que la lavadora haya terminado con el centrifugado de la ropa⁶

d.3.1. Empresas del Servicio de Lavado en Seco del Cantón Huaquillas

En el cantón Huaquillas existen tres empresas cuya actividad económica es brindar el servicio de lavado en seco de prendas de vestir.

La primera empresa cuya razón social es **LAVA EXPRESS** fue creada en el año 2000 está ubicada en la ciudadela 18 de Noviembre en las calles Pichincha y Piñas. Según como nos contaba su propietario Juan Carlos Vargas, nos supo manifestar que él para crear esta empresa no realizó ningún tipo de estudio técnico, si no que se basó en datos empíricos, en la actualidad esta empresa genera fuentes de trabajo a 2 personas que son las que se ocupan de lavar las prendas, indica también que el

⁶ <http://www.misrespuestas.com/quien-invento-la-lavadora.html>

servicio apunta a un sector socio económico de clase media – alta. La ropa que se recepta en esta empresa demora para los clientes de 48 horas, en la entrega. Indica que el servicio que los clientes con frecuencia requieren es el lavado de ternos y camisas. Esta información fue obtenida por medio de la entrevista realizada al propietario.

La segunda empresa denominada con el nombre **LAVA YA** está ubicada en la Av. La Republica y Machala, funciona desde hace 1 año. La empresa que atiende a los clientes mide aproximadamente 40 mt². Catalina Solís encargada del local informó que todas las prendas receptadas en el día requiriendo el servicio de lavado en seco son los ternos y las camisas. Semanalmente se lavan, se receptan de 40 ternos y 20 camisas. Esta información se la obtuvo mediante una entrevista directa aplicada a la encargada.

El canal de distribución que la Lavandería emplea es directo, ya que el cliente se acerca a la empresa deja sus prendas y en un lapso de 24 horas son entregadas. El posicionamiento de la Lavandería es de un 50% de la población que vive en el cantón y que utiliza el servicio de lavado en seco. 3 empleados trabajan en la lavandería entre el personal que atiende directamente al cliente y el personal de planta.

Y como último tenemos a la Empresa **TRAPITOS**, se encuentra ubicada en la Vía Panamericana y Bolívar. La prendas que diariamente los clientes entregan para el servicio de lavado en seco son los ternos, aproximadamente son cinco personas las que se acercan al establecimiento a requerir los servicios de la lavandería por día

Al nivel que apunta la Lavandería Trapitos es la clase Media - Baja y Media - Alta.

El lavado en seco no es su principal negocio, sino lo es el lavado en agua, y sus precios por el servicio son establecidos, por el peso de cada prenda.

d.3.2. Antecedentes del lavado de prendas de vestir en seco.

d.3.2.1. Hechos: La limpieza en seco utiliza solventes no-agua-basados para quitar el sucio y manchas de las ropas. El potencial para usar petróleo los solventes basados de este modo fueron descubiertos en el siglo de mid-19th por el dueño francés Jean Baptiste de las tintorerías alegre, que notó que su mantel llegó a estar más limpio después de que su criada se derramara keroseno en él, y convertido ropas del servicio de una gente de la limpieza de este modo, que él llamó el “à sec del nettoyage,” o “limpieza en seco” en inglés.

Los tintoreros tempranos utilizaron solventes petróleo-basados, por ejemplo gasolina y keroseno. La inflamabilidad se refiere a Keith conducido Anderson del westquarter, un tintorero de Laurieston para convertirse Solvente de Stoddard como levemente menos inflamable alternativa a los solventes gasolina-basados. El uso de los solventes altamente inflamables del petróleo causó muchos fuegos y explosiones, dando por resultado la regulación del gobierno de tintoreros.

d.3.2.2. Orígenes: Después Primera Guerra Mundial, los tintoreros comenzaron a usar solventes tratados con cloro. Estos solventes eran mucho menos inflamables que solventes del petróleo y habían mejorado

energía de limpieza. Por los mediados de los años treinta la industria de la limpieza en seco había adoptado tetrachloroethylene (perchloroethylene), familiar llamado “perc,” como el solvente ideal. Es estable, inflamable, y tiene energía excelente de la limpieza, y es apacible a la mayoría de la ropa. Sin embargo, el perc era también el primer producto químico que se clasificará como agente carcinógeno por la Comisión de la seguridad del producto de consumo (una clasificación retirada más adelante). En 1993 California El tablero de recursos de aire (CARB) adoptó una medida de control tóxica aerotransportada (ATCM) de reducir emisiones del perc de operaciones de la limpieza en seco. La industria de la limpieza en seco ahora está comenzando a substituir el perc por otros productos químicos y/o métodos.

d.3.2.3. Uso: La limpieza en seco es necesaria para los artículos de la limpieza que serían dañados de otra manera por el agua, jabón o detergente. Se utilizan líquidos especiales para retirar la suciedad y las manchas en las prendas. ¿Por qué se llama “lavado en seco”? Porque los líquidos utilizados no contienen agua y no penetran las fibras de las telas como lo haría el agua; estos líquidos disuelven las grasas y aceites a diferencia del agua. Las prendas que habitualmente son lavadas en seco son; ternos, camisas, telas delicadas, vestidos, etc.

d.3.2.4. Ventajas del lavado de prendas de vestir en seco

- Trabajar en un entorno 100% limpio sin residuos ni disolventes cancerígenos.

- Ahorro en energía, agua, jabones y tasas ecológicas, lo que a la vez le permite ofrecer precios más competitivos a los clientes.
- Una inversión inicial mucho más reducida. Es más simple y barata tanto en inversión inicial como en el mantenimiento posterior.
- Mayor duración de la prendas, conservando el aspecto de nuevas.
- La limpieza en seco quita mucho mejor la suciedad y manchas grasas y aceitosas.
- Disponemos de los medios profesionales y técnicos adecuados (conocimientos, maquinaria y productos específicos).
- La limpieza en seco no desgasta el tejido.
- La limpieza en seco no encoge, no reseca, no arruga, regenera, respeta los colores y conserva el aspecto de nuevo.

d.3.2.5. Factores ecológicos del lavado de prendas de vestir en seco.

Perc es clasificado como contaminante peligroso del aire por EPA y debe ser dirigido como a desechos peligrosos. Para evitar que consiga en el agua potable, los tintoreros que utilizan el perc deben tomar precauciones especiales contra la contaminación del sitio. Los propietarios están haciendo cada vez más renuentes permitir que los tintoreros funcionen en sus edificios. Cuando está lanzado en el aire, el perc puede contribuir a niebla con humo cuando reacciona con otras sustancias orgánicas volátiles del carbón.^[5] California declaró el perchloroethylene un producto químico tóxico en 1991, y su uso llegará a ser ilegal en ese estado en 2023.

d.4. SERVICIO

d.4.1. Concepto de Servicio.

“Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. Un servicio se diferencia de un bien (físico o intangible) en que el primero se consume y se desgasta”⁷

d.4.1.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

Las características que poseen los servicios y que los distinguen de los productos son:

- **Intangibilidad:** esta es la característica más básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.
- **Heterogeneidad** (o variabilidad): dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: las entregas de un mismo servicio son realizadas por personas a personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el

⁷ <http://definicion.de/servicio/>

servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.

- **Inseparabilidad:** en los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios.
- **Perfectibilidad:** los servicios no se pueden almacenar, por la simultaneidad entre producción y consumo. La principal consecuencia de esto es que un servicio no prestado, no se puede realizar en otro momento, por ejemplo un vuelo con un asiento vacío en un vuelo comercial.
- **Ausencia de propiedad:** los compradores de servicios adquieren un derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo. Luego de la prestación sólo existen como experiencias vividas.

d.4.1.2. PRINCIPIOS DEL SERVICIO.

Para llevar a cabo un servicio son necesarias las bases fundamentales, es decir los principios del servicio, los cuales pueden servir de guía para adiestrar o capacitar a los empleados encargados de esta vital actividad económica etc. Así como proporcionar orientación de cómo mejorar. Estas bases son los principios del servicio, los cuales se dividen en principios básicos del servicio y principios del servicio al cliente, los cuales se detallan a continuación:

✓ **Principios básicos del servicio.**

Los principios básicos del servicio son la subyacente de éste, que sirven para entenderlo y a su vez aplicarlo de la mejor manera para el aprovechamiento de sus beneficios por la empresa.

- Actitud de servicio: Convicción íntima de que es un honor servir.
- Satisfacción del usuario: Es la intención de vender satisfacción más que productos.
- Dado el carácter transitorio, inmediatista y variable de los servicios, se requiere una actitud positiva, dinámica y abierta: esto es, la filosofía de “todo problema tiene una solución”, si se sabe buscar.
- Toda la actividad se sustenta sobre bases éticas: es inmoral cobrar cuando no se ha dado nada ni se va a dar.
- El buen servidor es quien dentro de la empresa se encuentra satisfecho, situación que lo estimula a servir con gusto a los clientes: pedir buenos servicios a quien se siente esclavizado, frustrado, explotado y respira hostilidad contra la propia empresa, es pedir lo imposible.
- Tratando de instituciones de autoridad, se plantea una continuidad que va desde el polo autoritario (el poder) hacia el polo democrático (el servicio): en el polo autoritario hay siempre el riesgo de la prepotencia y del mal servicio. Cuanto más nos alejemos del primer polo, mejor estaremos.

✓ **Principios del servicio al cliente.**

Existen diversos principios que se deben seguir al llevar a cabo el servicio al cliente, estos pueden facilitar la visión que se tiene acerca del aspecto más importante del servicio, el cliente.

- ✓ Hacer de la calidad un hábito y un marco de referencia.
- ✓ Establecer las especificaciones de los productos y servicios de común acuerdo con todo el personal y con los clientes y proveedores.
- ✓ Sistemas, no sonrisas. Decir “por favor”, "corazón", "gorda linda" y “gracias” no le garantiza que el trabajo resulte bien a la primera. En cambio los sistemas sí le garantizan eso.
- ✓ Anticipar y satisfacer consistentemente las necesidades de los clientes.
- ✓ Dar libertad de acción a todos los empleados que tengan trato con los clientes, es decir autoridad para atender sus quejas.
- ✓ Preguntar a los clientes lo que quieren y dárselo una y otra vez, para hacerlos volver.
- ✓ Los clientes siempre esperan el cumplimiento de su palabra. Prometer menos, dar más.
- ✓ Mostrar respeto por las personas y ser atentos con ellas.
- ✓ Reconocer en forma explícita todo esfuerzo de implantación de una cultura de calidad. Remunerar a sus empleados como si fueran sus socios (incentivos).

- ✓ Hacer como los japoneses. Es decir, investigar quiénes son los mejores y cómo hacen las cosas, para apropiarse de sus sistemas, para después mejorarlos.
- ✓ Alentar a los clientes a que digan todo aquello que no les guste, así como manifiesten lo que sí les agrada.
- ✓ Lo más importante, no dejar esperando al cliente por su servicio, porque todo lo demás pasará desapercibido por él, ya que estará molesto e indispuesto a cualquier sugerencia o aclaración, sin importar lo relevante que ésta sea.

d.4.1.3. LOS DIEZ COMPONENTES BÁSICOS DEL BUEN SERVICIO.

No basta con que sepamos qué servicios ofrecer, a qué nivel lo debemos hacer y cuál es la mejor forma de ofrecerlos, un servicio de calidad incorpora todos los componentes en él, para obtener la máxima satisfacción en la experiencia del cliente.

Los siguientes son los 10 componentes básicos del buen servicio, si no están bien cubiertos difícilmente se alcanzará una calidad de servicio adecuada.

- **SEGURIDAD:** sólo está bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.
- **CREDIBILIDAD:** va de la mano de la seguridad, hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y honestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta.

- **COMUNICACIÓN:** se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad, seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente - empresa.
- **COMPRENSIÓN DEL CLIENTE:** no se trata de sonreírles en todo momento a los clientes sino de mantener una buena comunicación que permita saber qué desea, cuándo lo desea y cómo lo desea en un esfuerzo por ponernos en su lugar.
- **ACCESIBILIDAD:** para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente como en el sitio web (si se cuenta con él), línea 800,... además, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.
- **CORTESÍA:** atención, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindamos una gran atención.
- **PROFESIONALISMO:** posesión de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización.

- **CAPACIDAD DE RESPUESTA:** disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno. Nuestros clientes no tienen por qué rogarnos para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, debemos estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones nuestros clientes.
- **FIABILIDAD:** es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contratemos ni problemas, este componente se ata directamente a la seguridad y a la credibilidad.
- **ELEMENTOS TANGIBLES:** se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

Una vez cumplamos con estos componentes básicos, podremos adicionar detalles extras que permitan agregar aun más valor y mayores niveles de satisfacción para nuestros clientes.

d.5. LA EMPRESA

“Es la unión de varias personas, la misma que es integrada por el capital y el trabajo como factores de producción y dedicado a actividades industriales, mercantiles o de producción de servicios, con fines lucrativos y la consiguiente responsabilidad.”⁸

⁸ BRAVO VALDIVIESO MERCEDES. Contabilidad General 4^{ta} Edición 2001, Quito-Ecuador, Pág. 12

d.5.1. Importancia de la Empresa.

En cualquier sistema económico será el motor que mueve la economía de un país. La importancia radica en su capacidad generadora de riqueza que al ser distribuida equitativamente, propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo

d.5.2. Elementos de la Empresa.

La empresa está integrada especialmente, por tres clases de elementos:

- **Materiales.** Son los recursos necesarios para ejecutar las operaciones básicas de la empresa, como son las instalaciones que en estos se realizan para adaptarlos a la labor productiva; la maquinaria que tiene por objeto multiplicar la capacidad productiva y los equipos o sea todos aquellos instrumentos o herramientas.
- **Recursos Financieros.** Se refiere al dinero en forma de capital, fluye de caja (entrada y salida), financiación, créditos, etc, de disponibilidad inmediata para enfrentar los compromisos de la empresa.
- **Recursos Humanos.** Son las personas que ingresan, permanecen y participan en la empresa cualquiera que sea el nivel jerárquico o la tarea que desempeñen.

d.5.3. Objetivos de la Empresa.

- ✓ Satisfacer las necesidades de bienes y servicios que tiene la sociedad.
- ✓ Propiciar empleo productivo a todos los factores de producción.

- ✓ Aumentar el bienestar de la sociedad mediante el uso económico de los factores de producción.
- ✓ Proporcionar un retorno justo a los factores de entrada.
- ✓ Crear un ambiente en el que las personas puedan satisfacer una parte de sus necesidades humanas normales.

d.6. ESTUDIO DE MERCADO.

“Su importancia radica en ser una valiosa fuente de información acerca del mercado, que permite tomar decisiones y crear sobre bases reales, encontrando, dirigiendo y disciplinando acciones que habrán de seguirse y evaluarse”⁹.

d.6.1. MERCADO

“Un mercado es el conjunto de consumidores potenciales que comparten una necesidad y deseos y que podrán estar dispuestos a satisfacerlo a través del intercambio de otros elementos de valor”¹⁰.

d.6.2. DEMANDA Y OFERTA.

d.6.2.1. DEMANDA.

“Es la cantidad de un bien o servicio que puede ser adquirida en un mercado a cierto precio establecido y durante un periodo de tiempo”.¹¹

Es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

⁹ SAPAG CHAIN, Reinaldo . y Nassier. Preparacion y Evaluacion de Prpyectos

¹⁰ Folleto Módulo 4 Marketing. Pag. 6

¹¹ BERNARD, y COLLI, J.C. Diccionario de Administración y Fiananzas-

d.6.2.2. OFERTA.

“Se denomina oferta a la cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo dado”.¹²

Complementando esta definición y con el objetivo de proporcionar a los mercadólogos un panorama más completo de lo que es la oferta, en el presente artículo se incluye lo siguiente:

1. Las definiciones que proponen diversos expertos en temas de mercadotecnia y economía;
2. Un análisis estructural de la definición de oferta que revela las partes más importantes de oferta como tal.

d.6.3. MARKETING

“El marketing es la orientación empresarial centrada en el cliente”¹³. Sus orígenes se remontan al comercio entre los pueblos antiguos. Pero fue recién en la década de los 70 en que se dio una formalización real y sistemática que le proporcionó carácter de ciencia experimental.

La definición de Marketing más extendida nos dice que es el estudio o Investigación de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa.

a. PRODUCTO “Es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores”¹⁴

¹² SELDON, Arthur, PENNACE, FG: Diccionario de economía

¹³ ARELLANO, Rolando, Marketing. Enfoque América Latina

¹⁴ ARELLANO, Rolando, Marketing. Enfoque América Latina

Producto en marketing, es cualquier objeto que puede ser ofrecido a un mercado que pueda satisfacer un deseo o una necesidad. Sin embargo, es mucho más que un objeto físico. Es un completo conjunto de beneficios o satisfacciones que los consumidores perciben cuando compran; es la suma de los atributos físicos, psicológicos, simbólicos y de servicio.

b. DISTRIBUCIÓN O PLAZA: Es el camino que se sigue para distribuir el producto o servicio desde su lugar de origen hasta el consumidor final¹⁵.

En otras palabras se define dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas

c. PRECIO: Los dos determinantes principales del precio son los costos generales del servicio y la competencia¹⁶. La política de la empresa puede exigir que el servicio que se vende cubra en su totalidad los gastos de inversión, manteniendo un fin de lucro, o que se puede bajar mediante descuentos para acaparar más el mercado.

d. PUBLICIDAD

Publicidad, es comunicación pagada, no personal, que por conducto de los diversos medios publicitarios han empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuales que están identificados de

¹⁵ BENGOCHEA PUJOL, Bruno "Diccionario de Marketing".

⁴⁶ ARELLANO, Rolando. Marketing Enfoque América Latina.

alguna manera con el mensaje publicitario. Casi toda publicidad se propone conducir con el tiempo a una venta. A gran parte de la publicidad de nuestros tiempos se le podría llamar más apropiadamente creadora de imágenes, ya que está concebida para crear o perpetuar la imagen de una marca o de una corporación mercantil.

d.7. ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico se refiere a la determinación de la tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos tomando en cuenta el estudio de mercado. Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costos de las operaciones para brindar un servicio de calidad¹⁷.

Uno de los resultados de este estudio será definir las actividades necesarias que optimicen la utilización de los recursos disponibles para brindar el servicio. Aquí se podrá obtener la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

d.7.1. MACROLOCALIZACION.

“Es la determinación de una zona de probable localización: En este nivel primaran consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción”¹⁸

¹⁷ SAPAG CHAIN, Nassio, Preparación y Evaluación de Proyectos.

¹⁸ SAPAG CHAIN, Reinaldo . y Nassier. PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS .4ta. ed. Pag. 192

d.7.2. MICROLOCALIZACION

“Consiste en el análisis exhaustivo de la región escogida para determinar la ubicación concreta del proyecto, en donde se defina la provincia, parroquia y la ubicación del terreno”¹⁹

d.7.3. PROCESO DE PRODUCCION

“Se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (Combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación)”²⁰

d.8. ESTUDIO FINANCIERO.

Se refiere a la factibilidad económica de un proyecto, cuyo objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores así, como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales, para la evaluación del proyecto y así poder determinar la rentabilidad del proyecto²¹.

Este estudio puede dar una buena idea sobre cuál es la estructura óptima de la gerencia financiera, permitiendo identificar las necesidades de liquidez y de fondo de inversión, para así construir y negociar el plan de financiamiento de proyecto. El estudio financiero necesariamente inicia de manera muy exploratoria, en un análisis de los aspectos financieros que podrían incidir sobre la misma viabilidad de la iniciativa. En la medida que avance sobre la selección de una alternativa, el estudio financiero

¹⁹ Folleto Módulo 9 UNL. EVALUCIÓN DE PROYECTOS PAG 27

²⁰ SAPAG CHAIN, Reinaldo . y Nassier. PREPARACION Y EVALUACION DE PROYECTOS . 4ta. ed. Pag. 1128

²¹ ALARCON, César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.

profundiza en los pormenores de depreciación, financiamiento y estrategia de gerencia financiera.

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?; Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos²².

Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión.

d.8.1. LA INVERSIÓN DEL PROYECTO.

Son los gastos que se generan para aumentar la riqueza futura y posibilitar un crecimiento de la producción. La materialización de la inversión depende del agente económico que la realice²³.

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

²² UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2008.

²³ CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.

Las inversiones pueden clasificarse en tres categorías: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo.

d.8.1.1. ACTIVOS FIJOS.

Comprende las inversiones fijas y se genera en el montaje de la empresa.

d.8.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS.

“Son todos aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto²⁴.

d.8.1.3. ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Es la designación a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posibles laborar normalmente durante un periodo determinado permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas²⁵.

Aquí se detallan los siguientes rubros:

- ✓ Materia Prima Directa e Indirecta.
- ✓ Mano de obra Directa e Indirecta.
- ✓ Gastos de administración.

d.8.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.

Una vez conocidas el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento para ello se obtiene dos fuentes²⁶:

- ✓ Fuente Interna.- Constituida por el aporte de los socios.

²⁴ SAPAG CHAIN, Reinaldo . y Nassier. PREPARACION Y EVALUACION DE PROUECTOS .Cuarta edición Pag. 126

²⁵ ARELLANO, Rolando. Marketing Enfoque América Latina.

²⁶ SAPAG CHAIN, Nassio, Preparación y Evaluación de Proyectos.

- ✓ Fuente Externa.- Constituida normalmente por las instituciones financieras estatales y privadas.

d.8.3. PRESUPUESTOS.

Es un plan que permite predecir el futuro de las organizaciones en términos cuantitativos ya sean en unidades de ventas unidades de producción y números de empleados²⁷.

d.8.3.1. DEPRECIACIONES.

Depreciación es una deducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Se utiliza para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio²⁸. Para los contables o contadores, la depreciación es una manera de asignar el coste de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo de tiempo en que se hace uso en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad.

d.8.3.2. CÁLCULO DE COSTOS UNITARIOS.

Para ello se relaciona el costo total para el número de unidades producidas durante un periodo, en este caso:

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costos totales de Producción}}{\text{\# De unidades producidas.}}$$

²⁷ <http://www.cepyme.es>

²⁸ FOLLETO. Unl . Administración Financiera, Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja- Ecuador. 2008

d.8.3.3. COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES.

- ✓ **COSTOS FIJOS.-** Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, también se puede decir que son aquellos que permanecen constantes en un periodo de tiempo determinado y no guardan relación con los niveles de producción²⁹.
- ✓ **COSTOS VARIABLES.-** Son aquellos valores que incurren a la empresa, en función a su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa se puede decir que son los que incrementan o decrecientan proporcionalmente conforme aumente o disminuye el volumen de producción³⁰.

d.8.4. ESTIMACIÓN DE INGRESOS.

Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de los servicios ofrecidos.

d.8.4.1. PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de Equilibrio se interpreta como el nivel de ingresos en el cual la empresa no obtendrá ni pérdidas ni ganancias. El punto de Equilibrio se puede calcular mediante dos métodos³¹:

- ✓ Matemáticamente. (En función de las ventas y en función de la capacidad de la planta).
- ✓ Gráficamente.

²⁹ ALARCON, César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.

³⁰ ALARCON, César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.

³¹ CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.

d.8.5. FLUJO DE CAJA.

“Es una herramienta financiera que permite reconocer la verdadera liquidez que tiene la empresa. El flujo de caja nos permite enfrentar las decisiones sobre la compra de activos o el pago de pasivos., En el flujo de caja se consideran los valores correspondiente a depreciaciones y amortizaciones del activo diferido como valores que incrementan la liquidez empresaria, toda vez que sellos no signifiquen egresos durante el ejercicio económico. En él campo Financiero el flujo de caja permite calcular los indicadores del valor actual neto y tasa interna de retorno que son los que permiten tomar una decisión a cerca de la inversión a realizar.³² .

d.9. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

d.9.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión los criterios de decisión basados en el VAN son:

- ✓ Si el VAN es positivo se puede aceptar el proyecto ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara.
- ✓ Si el VAN es negativo se rechaza la inversión ya que ello significa que la inversión perderá su inversión en el tiempo.

³² SAPAG CHAIN, Nassio NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Guía Didáctica para la Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2008.

³² SAPAG CHAIN, Reinaldo . y Nassier. PREPARACION Y EVALUACION DE PROUECTOS .Cuarta edición Pag. 1926

- ✓ Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de valor adquisitivo.

d.9.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

Constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generadas por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión, utilizamos la TIR como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto³³.

- ✓ Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o capital se acepta el proyecto.
- ✓ Si la TIR es igual al costo de oportunidad o capital la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- ✓ Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

d.9.3. RELACIÓN BENEFICIO/COSTO.

“Para la determinación de la relación beneficio costo B/c se relaciona los ingresos actualizados frente a los costos actualizados que se producirán durante el periodo del proyecto”³⁴:

- ✓ B/C es mayor a uno el proyecto se desarrolla.
- ✓ B/C es menor a uno el proyecto se rechaza.
- ✓ B/C es igual a uno es indiferente realizar el proyecto.

³³ FOLLETO Unl. Administración Financiera, Carrera de Administración de Empresas. Módulo VI. Loja-Ecuador. 2008.

³⁴ UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Administración Financiera, Módulo VI. Loja-Ecuador. 2008.

d.9.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original del capital; dando la pauta par que el inversionista conozca que tiempo se necesitará para recuperar la inversión.

d.9.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Busca medir como afecta situaciones que son relevantes en la economía que vivimos, intervienen directa e indirectamente en la empresa y que se concierten en incertidumbre para el inversionista por lo que en un momento determinado se sufre alteraciones principalmente en variables decisivas, esto es cuando aumentan los costos y disminuyen los ingresos.

Los elementos para decidir son:

- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1 el Proyecto es sensible.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que 1 el proyecto no es sensible.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual que 1 el proyecto o sufre ningún efecto.

d.10. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Dar a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce le tipo de sociedad o compañía.

d.10.1. Organización Legal: Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Armónica, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por acciones.

d.10.2. Organización Administrativa: La organización administrativa se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoría y rangos correspondientes de responsabilidad. Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar tres componentes básicos.

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros
- c. Los planes de trabajo

d.10.3. Niveles Administrativos:

- 1) Nivel Legislativo –Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Operativo
- 4) Nivel auxiliar o de Apoyo

d.10.4. ORGANIGRAMAS.

“Es un cuadro de organización que muestra ordinariamente los agrupamientos y otras unidades, también las principales líneas de autoridad y responsabilidad entre estos departamento y unidades”.³⁵

³⁵ VASQUEZ, Víctor Hugo, ORGANIZACIÓN APLICADA

d.10.5. MANUAL DE FUNCIONES.

“Constituye toda la información respecto a las tareas que debe cumplir cada persona en su puesto de trabajo y unidad administrativa con el fin de obtener una mejor selección de personal para los diferentes cargos de la empresa y sus respectivas funciones”

- ✓ Tareas secundarias: Se refiere a aquellas que debe cumplir ocasionalmente en determinado espacio de tiempo y son resultantes de las funciones principales.

**e. MATERIALES
Y METODOS**

e. MATERIALES Y METODOS

Consciente de la importancia que tiene realizar una investigación con responsabilidad y criterio analítico que se ve cristalizada en beneficio de la ciudadanía en general, hemos delineado la planificación del estudio, la misma que contempla la delineación de materiales, métodos y técnicas de datos, análisis e interpretación de información.

e.1. MATERIALES: Dentro de los materiales que utilizamos tenemos los siguientes: papel bond, carpetas de cartón, lápices, esteros, grapas, perforadora, etc. Además utilizamos los avances científicos y tecnológicos de la época actual, a través de la red del Internet, computadora, impresora, y otros.

e.2. METODOS: La presente investigación se la realizó enmarcado en los lineamientos del **método científico**, que es un conjunto de procesos lógicamente sistematizados que sirvió para formular cuestiones sobre la realidad investigada y en teorías ya existentes; este método fue empleado en el trabajo al momento de recopilar la información teórica sobre el tema planteado buscando conceptos en libros, revistas o con la ayuda del Internet misma que fue empleada para desarrollar el marco teórico conceptual; para mayor comprensión y eficacia en nuestro trabajo se utilizó el **Método Inductivo** que se caracteriza por un procedimiento analítico, es decir del conocimiento particular de varios entes como los potenciales usuarios de nuestro servicio, para conocer sus necesidades, gustos y preferencias en forma general, con este método se ha determinado mediante el estudio de mercado la demanda y oferta del

servicio a través de la observación, encuestas, y estudio de la población o universo que ha permitido segmentar el mercado objetivo. El **Método Deductivo** parte de un principio general ya conocido, para inferir en las consecuencias particulares, la deducción consiste a partir de una teoría general para explicar los hechos o fenómenos particulares, lo que nos permitió, realizar una descripción sobre la implementación de una empresa de servicio de lavado de prendas de vestir en seco en el cantón Huaquillas, provincia de el Oro.

e.3. TECNICAS: Como soporte de nuestro trabajo de investigación utilizamos las siguientes herramientas de recolección de información: encuesta y observación directa.

✓ **Observación Directa**

Este procedimiento lo utilizamos para obtener información objetiva acerca del comportamiento de los procesos y hechos existentes. Por medio de la observación pudimos tener una noción del comportamiento de la oferta y la demanda de nuestro servicio.

✓ **Encuesta**

Para la realización de las encuestas nos apoyamos de un cuestionario que constaba de preguntas previamente analizadas. Mediante esta técnica nos permitió obtener información real sobre la acogida de nuestro **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE PRENDAS DE VESTIR EN SECO EN EL CANTON HUAQUILLAS PROVINCIA DE EL ORO”**. Esta encuesta la aplicamos a los habitantes que conforman la población

económicamente activa de las parroquias urbanas del cantón Huaquillas como son: Milton Reyes, Unión Lojana, Ecuador, Puerto Hualtaco, Paraíso.

✓ **Entrevista:** Fue aplicada a los propietarios de las tres lavanderías existentes como son: LAVA YA, TRAPITOS, LAVA EXPRESS, lo que nos ayudo establecer la oferta existente en el mercado

e.4. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

De acuerdo al último censo poblacional realizado y según los datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del 2001 tenemos que los habitantes de la población Económicamente Activa de las parroquias urbanas del cantón Huaquillas son 14.717 habitantes Esta cantidad poblacional proyectada para el 2010 con una tasa de crecimiento del 3,4% se obtuvo 19.884 habitantes PEA del cantón Huaquillas . Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:

FORMULA:

$$P_f = P_o(1 + t)^n$$

En Donde:

P_f = Población final (2010)

P_o = Población Inicial (2001)

t = Tasa de Crecimiento (INEC 3.4 %)

n = Número de Periodos (9)

$$P_{2010} = P_{2001}(1+t)^n$$

$$P_{2010} = 14717(1+0.034)^9$$

$$P_{2010} = 14717(1.351091771)$$

$$P_{2010} = 19884$$

CUADRO No. 1
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL
CANTÓN HUAQUILLAS EN PARROQUIAS URBANAS CON UNA TASA
DE CRECIMIENTO DEL 3.4%

PARROQUIAS	Población 2001	Población 2002	Población 2003	Población 2004	Población 2005	Población 2006	Población 2007	Población 2008	Población 2009	Población 2010
MILTON REYES	5300	5480	5666	5859	6058	6264	6477	6698	6926	7162
UNIÓN LOJANA	3960	4095	4234	4378	4527	4681	4840	5004	5174	5350
ECUADOR	2670	2761	2855	2952	3052	3156	3263	3374	3489	3607
PUERTO HUALTACO	1487	1538	1590	1644	1700	1758	1817	1879	1943	2009
PARÁISO	1300	1344	1390	1437	1486	1537	1589	1643	1699	1756
TOTAL DE POBLACIÓN	14717	15218	15735	16270	16823	17396	17986	18598	19231	19884

Fuente: INEC 2001

Elaboración: Las Autoras

MUESTREO

Para saber el número de encuestas aplicadas en cada una de las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, se realizó la respectiva distribución muestral en las 5 parroquias urbanas existentes, determinando de esta forma que las encuestas realizadas corresponden al 100% del total de la muestra.

**CUADRO No. 2
DISTRIBUCION DE LA MUESTRA POR PARROQUIAS**

Parroquias Urbanas Del Cantón Huaquillas	Población PEA 2010	Encuestas
MILTON REYES	7162	141
UNIÓN LOJANA	5350	105
ECUADOR	3607	71
PUERTO HUALTACO	2009	40
PARAÍSO	1756	35
TOTAL DE POBLACIÓN	19884	392

FUENTE: cuadro No. 1, Banco Central del Ecuador, INEC

ELABORACION: las autoras

También se realizaron entrevistas a los dueños de las tintorerías-lavanderías existentes en el Cantón Huaquillas, información que sirvió como base para determinar la oferta, la información sobre el número de oferentes, fue suministrada por el Servicio de Rentas Internas (SRI), conociendo que el número de ofertantes es de 3 negocios que se encuentran legalmente constituidos como son: LAVA YA, TRAPITOS, LAVA EXPRESS.

**CUADRO No. 3
TINTORERIAS/LAVANDERIAS**

EMPRESA	DIRECCION
LAVA YA	Avda. la República y Machala
TRAPITOS	Vía Panamericana y Bolívar
LAVA EXPRESS	Ciudadela 18 de Noviembre en las calles Pichincha y Piñas

FUENTE: Servicio de Rentas Internas

ELABORACION: Las autoras

Seguidamente se realizó un estudio minucioso de las etapas del proyecto de inversión tomando en cuenta el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de nuestro servicio.

El estudio técnico del proyecto se lo realizó con asesoría de personas con experiencia en este campo determinando así el tamaño y localización de la planta.

Los costos de inversión y financiamiento se establecieron en base a inversiones fijas, diferidas y de capital; para la evaluación financiera se aplicaron indicadores como el VAN, la TIR, la RBC y el respectivo análisis de sensibilidad, todo esto para determinar su rentabilidad.

El estudio administrativo se apoyó en la bibliografía disponible y en los conocimientos adquiridos en el proceso de estudio.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones mismas que se realizaron en el proceso de investigación, logrando el cumplimiento de los objetivos planteados por medio de la elaboración del proyecto de tesis.

f. RESULTADOS

f. RESULTADOS

f.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA DE LAS PARROQUIAS URBANAS DEL CANTON HUAQUILLAS

A continuación se presenta la información obtenida mediante encuestas aplicadas en un total de 392 habitantes que conforman la muestra de la PEA del cantón Huaquillas como se detalla:

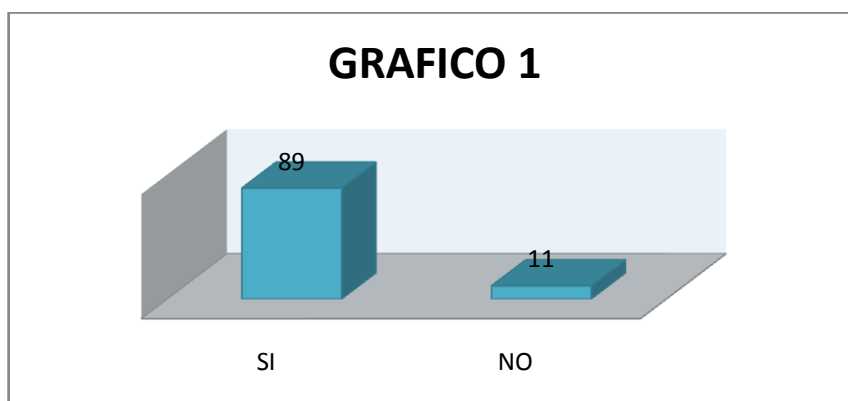
1. ¿USTED ENVIA A LAVAR PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR EN LAVANDERIAS/TINTORERIAS EXISTENTES EN EL CANTON HUAQUILLAS?

CUADRO No. 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	350	89
NO	42	11
TOTAL	392	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 392 habitantes que conforman la Población Económicamente activa encuestados en las parroquias urbanas del

cantón Huaquillas el 89% manifiestan que si envían sus prendas a las diferentes lavandería/tintorerías existentes en el cantón Huaquillas puesto que existe ropa que es delicada; mientras que el 11% manifiestan no utilizar ese servicio por cuanto lo realizan en casa .

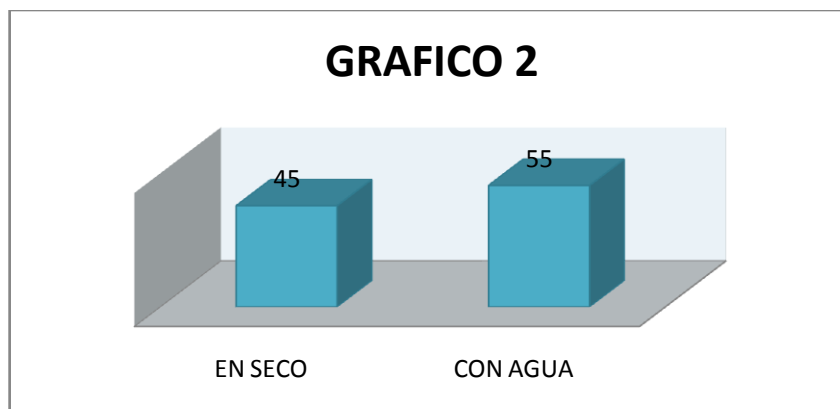
2. ¿EXISTEN DOS TIPOS DE LAVADO EN LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS: EN SECO Y EN AGUA. CUAL DE ELLAS UTILIZA?

CUADRO No. 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
EN SECO	159	45
CON AGUA	191	55
TOTAL	350	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 350 habitantes la PEA encuestados y que si utilizan el servicio de las tintorerías/lavanderías, manifiestan el 45% que utilizan el servicio de lavado en seco ya que las prendas de vestir son finas y se necesita de ese lavado porque utilizan materia prima suave, mientras que el 55% manifiestan que utilizan el servicio de lavado en agua puesto que es ropa que puede lavarse con agua.

3. ¿EN QUE LAVANDERIAS/TINTORERIAS ENVIA A LAVAR LAS PRENDAS O PIEZAS DE VESTIR?

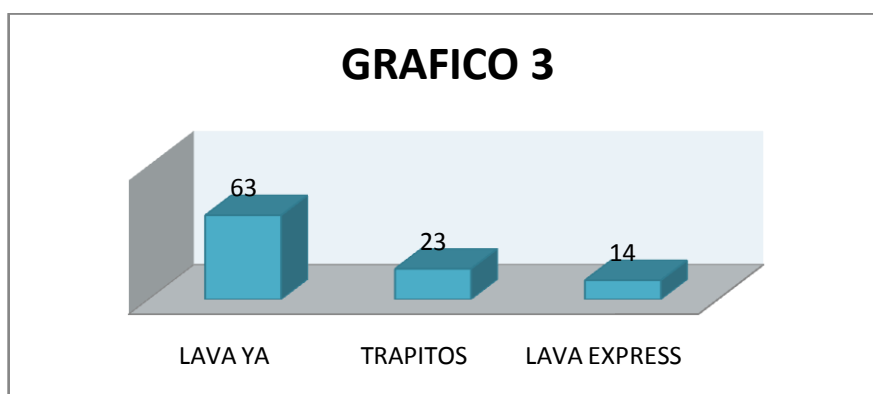
CUADRO No. 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
LAVA YA	220	63
TRAPITOS	80	23
LAVA EXPRESS	50	14
TOTAL	350	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras

GRAFICO 3



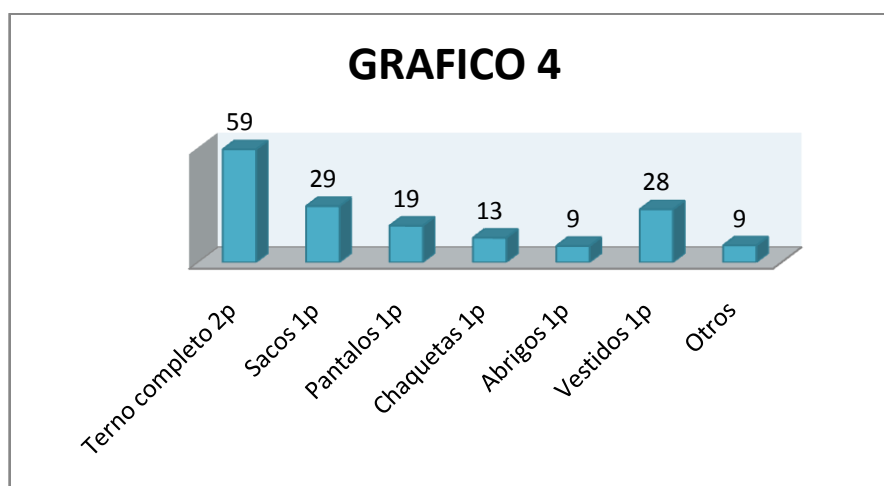
INTERPRETACION: Los encuestados indican, el 63% utiliza el servicio en la lavandería llamada LAVA YA por su calidad de servicio y su atención especial que le dan al cliente; el 23% manifiesta que utiliza el servicio en la empresa TRAPITOS ya que su precio es cómodo; y, el 14% manifiestan en LAVA EXPRESS puesto que son buenos al atender al cliente.

4. ¿QUE PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR ENVIA USTED A LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS?

CUADRO No. 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Terno completo (2p)	207	59
Sacos (1p)	103	29
Pantalones (1p)	67	19
Chaquetas (1p)	45	13
Abrigos (1p)	30	9
Vestidos (1p)	97	28
Otros	31	9

FUENTE: Encuesta
ELABORACION: Las autoras



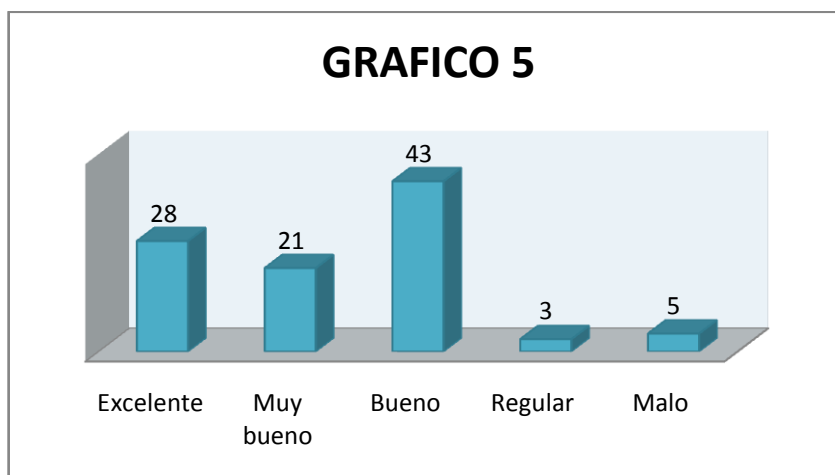
INTERPRETACION: Con respecto al tipo de piezas que envían a lavar los encuestados manifiestan en un 59% que envía a lavar ternos completos es decir 2 piezas; el 29% sacos que comprende 1 pieza; 19% pantalones que comprende 1 pieza; 13% chaquetas una 1 pieza; 9% abrigos una 1 piezas, el 28% vestidos comprende 1 pieza; y, el 9% corresponde a blusas, camisas

5. ¿COMO CONSIDERA LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO EN LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS QUE USTED ACUDE?

CUADRO No. 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Excelente	98	28
Muy bueno	74	21
Bueno	151	43
Regular	11	3
Malo	16	5
TOTAL	350	100

FUENTE: Encuesta
ELABORACION: Las autoras



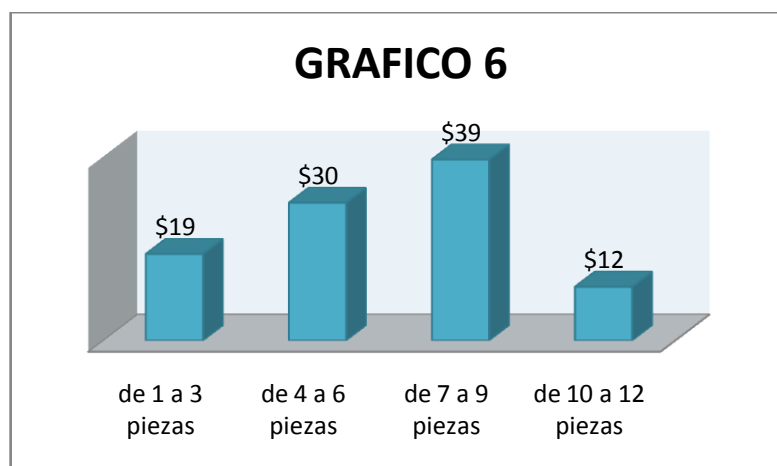
INTERPRETACION: Sobre la calidad del servicio prestado por las diferentes lavanderías/ Tintorerías manifiestan el 28% que es excelente; el 21% que la calidad de servicio es muy buena; mientras que el 43%, el 3% y el 5% manifiestan ser bueno, regular y malo respectivamente.

6. ¿CUANTAS PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR REQUIERE ENVIAR A LAVAR EN LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS SEMANALMENTE?

CUADRO No. 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
de 1 a 3 piezas	66	19
de 4 a 6 piezas	105	30
de 7 a 9 piezas	138	39
de 10 a 12 piezas	41	12
TOTAL	350	100

FUENTE: Encuesta
ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: En lo que tiene que ver con las prendas o piezas de vestir que envían a lavar en las diferentes lavanderías o tintorerías manifestaron el 19% de 1 a 3 piezas semanalmente; el 30% de 4 a 6 piezas envía a lavar; semanalmente el 39% de 7 a 9 piezas semanalmente; y el 12% manifiestan que de 10 a 12 piezas semanalmente.

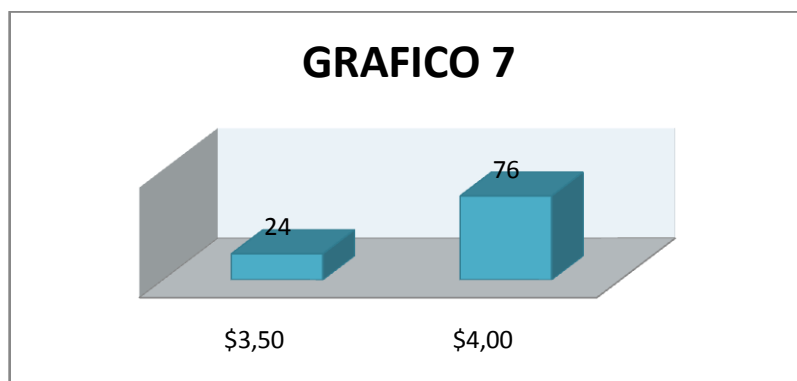
7. ¿QUE PRECIO PAGA POR CADA PRENDA/PIEZA DE VESTIR QUE ENVIA A LA LAVANDERIA/TINTORERIA EN SECO?

CUADRO No. 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
\$3,50	83	24
\$4,00	267	76
TOTAL	350	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



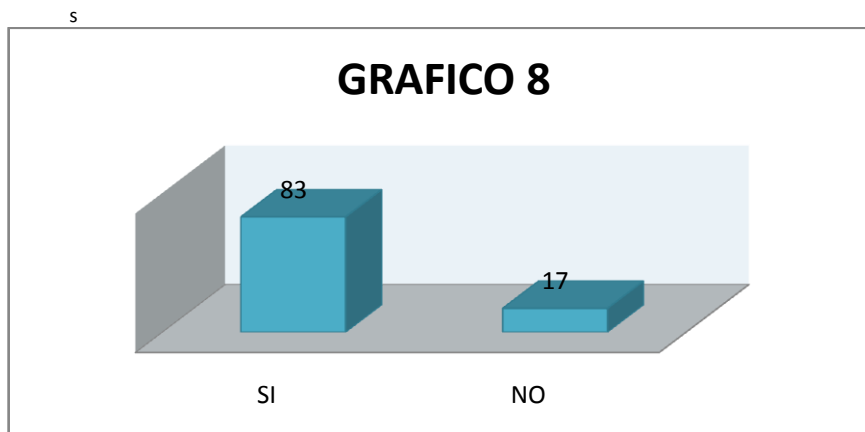
INTERPRETACION: Los 350 encuestados de interés de las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, en lo que respecta al precio que pagan por cada pieza que envían a lavar en las diferentes lavanderías, manifestaron el 24% que pagan por cada pieza o prenda \$3,50, mientras que el 76% manifiestan que cancelan \$4,00 dólares por cada pieza o prenda de vestir, sea pantalones, vestidos, chompas, etc.

8. ¿SI SE CREARA UNA EMPRESA EN LA CIUDAD DE HUAQUILLAS DEDICADA AL LAVADO DE PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR EN SECO, UTILIZARÍA USTED EL SERVICIO?

CUADRO No. 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	290	83
NO	60	17
TOTAL	350	100

FUENTE: Encuesta
ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 350 habitantes que conforman la Población Económicamente activa de interés en las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, en lo que respecta si se creara una empresa dedicada al lavado en seco de prendas de vestir en Huaquillas, manifestaron los habitantes el 83% que si estarían dispuestos a utilizar dicha empresa garantizando su buen servicio, calidad y precios cómodos, mientras el 17% manifiestan que no porque ya existen lavanderías.

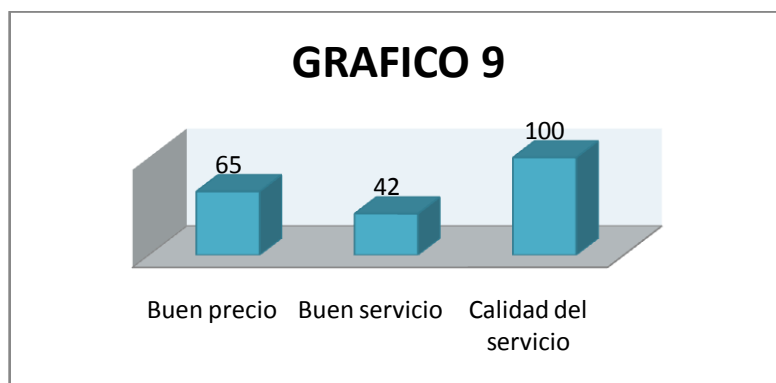
9. ¿QUE CARACTERISTICAS CONSIDERA QUE DEBE TENER EL NUEVO SERVICIO DE LAVADO EN SECO?

CUADRO No. 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Buen precio	189	65
Buen servicio	123	42
Calidad del servicio	290	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 290 habitantes que conforman la Población Económicamente activa que está dispuesta a requerir los servicios de la nueva empres en las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, y que están de acuerdo a que se implemente la nueva empresa de lavado en seco, manifiestan que tomarían en cuenta un buen precio que corresponde al 65%, mientras que el 42% manifiesta que tomarían en cuenta el buen servicio; y, el 100% la característica sería la calidad del servicio.

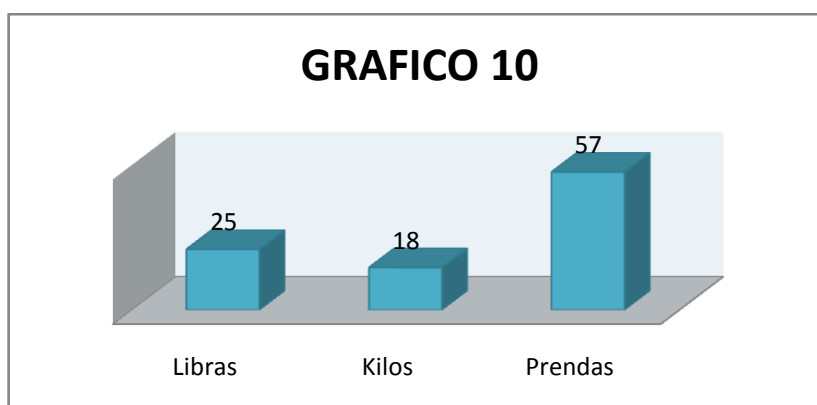
**10. ¿COMO PREFIERE ENVIAR A LAVAR LA ROPA EN LA NUEVA
EMRPESA? (ESCOJA UNA SOLA ALTERNATIVA)**

CUADRO No. 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Libras	73	25
Kilos	51	18
Prendas	166	57
TOTAL	290	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 290 habitantes que si estarían dispuestos a utilizar el servicio de la nueva empresa, manifiestan que prefieren enviar a lavar la ropa por libras en un 25%, en kilos en un 18%; y, el 57% manifiestan en prendas de vestir ya que es más recomendado y el precio no varía puesto que por cada prenda se cobra.

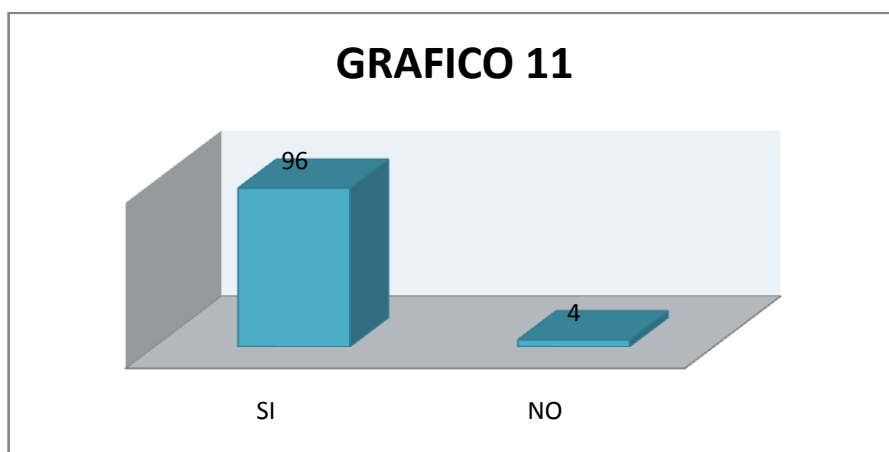
11. ¿LE GUSTARIA QUE EL SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN SECO SEA A DOMICILIO?

CUADRO No. 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	278	96
NO	12	4
TOTAL	290	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 290 habitantes, que si utilizarían la empresa a constituirse, manifiestan el 96% que si están de acuerdo que sea a domicilio; mientras el 4% dijeron que no puesto que tienen vehículo propio para ir a retirar y dejar.

12. ¿COMO LE GUSTARIA QUE LA EMPRESA LE ENTREGUE LA PRENDA O PIEZAS DE VESTIR?

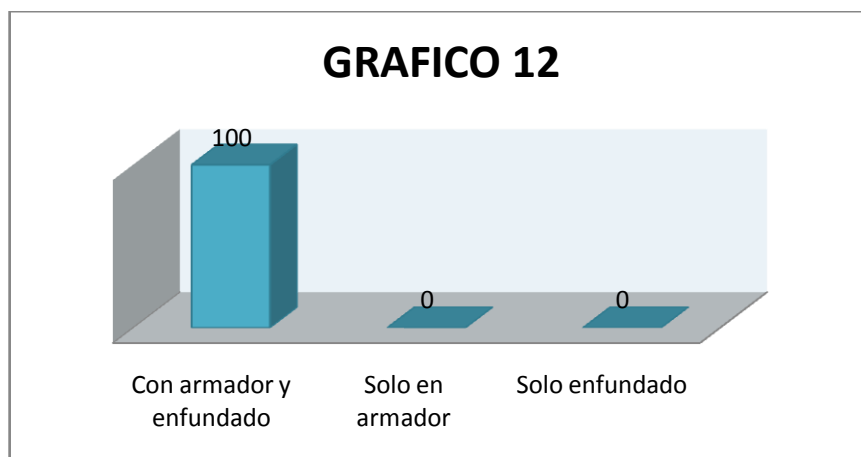
CUADRO No. 15

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Con armador y enfundado	290	100
Solo en armador	0	0
Solo enfundado	0	0
TOTAL	290	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras

GRAFICO 12



INTERPRETACION: De los 290 habitantes que conforman la Población Económicamente activa interesados en el servicio de la empresa, en las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, manifestaron el 100% que cada prenda sea entregada enfundada y en un armador.

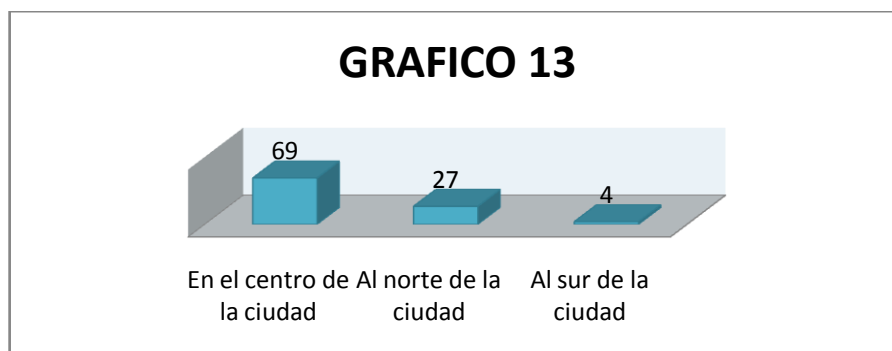
13. ¿EN QUE SECTOR LE GUSTARIA QUE SE ENCUENTRE UBICADA LA NUEVA EMPRESA DE SERVICIOS?

CUADRO No. 16

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
En el centro de la ciudad	200	69
Al norte de la ciudad	78	27
Al sur de la ciudad	12	4
TOTAL	290	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 290 habitantes que conforman la Población Económicamente activa en las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, que si utilizarían el servicio de la empresa; en lo que tiene que ver al lugar de ubicación, manifestaron el 69% que sea en el centro de la ciudad puesto que ahí está cerca, existe transporte; mientras que el 27% manifestaron que sea al norte de la ciudad ya que es fácil de estacionarse con los vehículos; el 4% al sur de la ciudad puesto que sus casas quedarían cerca.

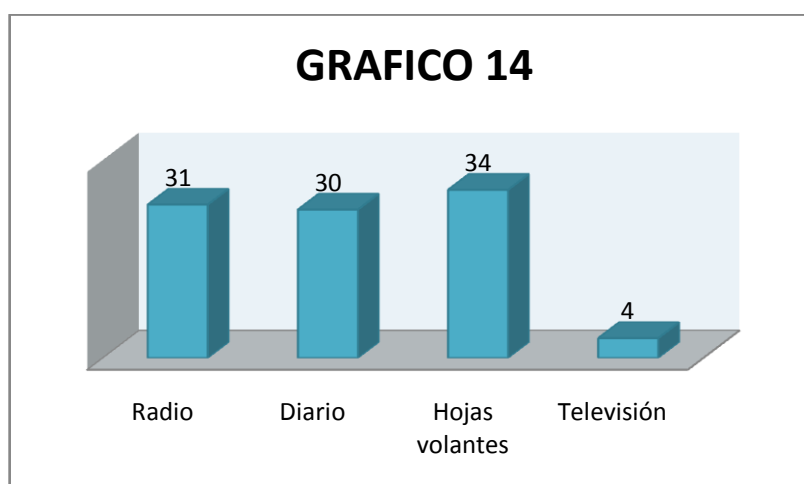
14. ¿POR QUE MEDIOS DE COMUNICACIÓN LE GUSTARIA INFORMARSE SOBRE LA NUEVA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN SECO?

CUADRO No. 17

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Radio	91	31
Diario	86	30
Hojas volantes	100	34
Televisión	13	4
TOTAL	290	100

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



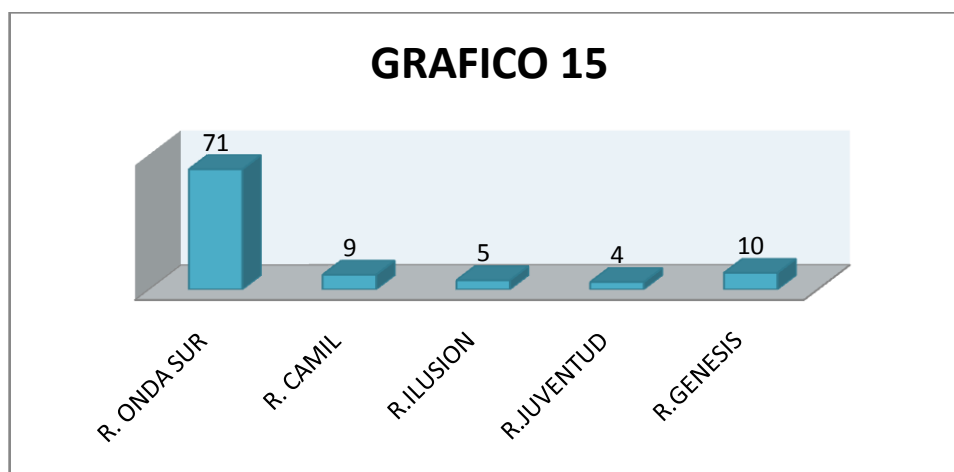
INTERPRETACION: De los 290 habitantes encuestados que interesa indagar, en lo que tiene que ver en qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre la nueva empresa de servicios de lavado en seco, manifestaron el 31% en radios de la localidad; mientras que el 30% indicaron que sea por diario el correo, el 34% mediante hojas volantes y el 4% en la televisión.

15. ¿EN QUE EMISORA Y EN QUE HORARIO LE GUSTARIA ESCUCHAR LA PUBLICIDAD DE LA NUEVA EMPRESA DE SERVICIOS?

CUADRO No. 18

EMISORAS	FRECUENCIAS	%	HORARIOS
R. ONDA SUR	65	71	12:30 A.M – 6.00 P.M.
R. CAMIL	8	9	12:30 A.M – 6.00 P.M.
R.ILUSION	5	5	12:30 A.M – 6.00 P.M
R.JUVENTUD	4	4	14:00 P.M.- 19:00 P.M.
R.GENESIS	9	10	10:00 A.M.- 20:00 P.M.
TOTAL	91	100	

FUENTE: Encuesta
ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 91 habitantes que conforman la Población Económicamente activa a considerar en las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, en lo que tiene que ver en que emisora y horario les gustaría que se dé a conocer sobre la nueva empresa de servicios de lavado, manifestaron el 71% en la radio Onda sur en el horario de 12h30 y 18h00; el 9% en radio Camil en el horario de 12h30 y 18h00; el 5% en

radio Ilusión en el horario de 12h30 y 18h00; el 4% en radio Juventud en el horario de 14h00 y 19h00; y en la radio Génesis que equivale al 10% en el horario de 10h00 y 20h00.

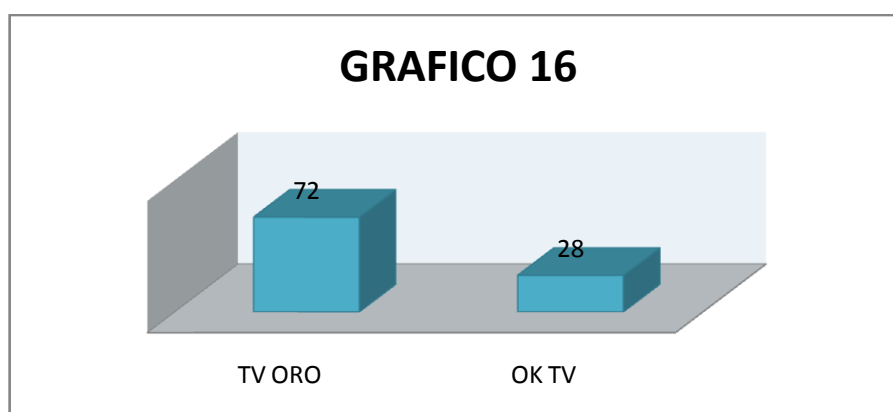
16.¿POR QUÉ MEDIO TELEVISIVO Y EN QUE HORARIO LE GUSTARIA QUE SE REALICE LA PUBLICIDAD DE LA EMPRESA DE SERVICIO?

CUADRO No. 19

MEDIOS TELEVISIVOS	FRECUENCIAS	%	HORARIOS
TV ORO	62	72	8:00 A.M, 13:00 P.M, 19:00 P.M.
OK TV	24	28	8:00 A.M, 13:00 P.M, 19:00 P.M
TOTAL	86	100	

FUENTE: Encuesta

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De los 86 habitantes que conforman la Población Económicamente activa en las parroquias urbanas del cantón Huaquillas, en lo que tiene que ver en qué medio televisivo y horario les gustaría que se dé a conocer sobre la nueva empresa de servicios de lavado, manifestaron que la publicidad se la debe hacer por TV-ORO, puesto que es un canal local y representa el 72%, y el 28% manifiesta que se lo haga por OK-TV que es un canal que informa a la provincia, por su mayor manifestación fue seleccionado el canal TV-ORO.

f.2. RESULTADOS DE LAS ENTREVISTA A LAS LAVANDERÍAS/TINTORERIAS DEL CANTON HUAQUILLAS

Para determinar la oferta se realizó una entrevista a las diferentes lavanderías, tintorerías en las diferentes parroquias urbanas del cantón Huaquillas según información del SRI existen 3 negocios que se encuentran legalmente registrados y pagan sus impuestos como son: LAVA YA, TRAPITOS; y, LAVA EXPRESS.

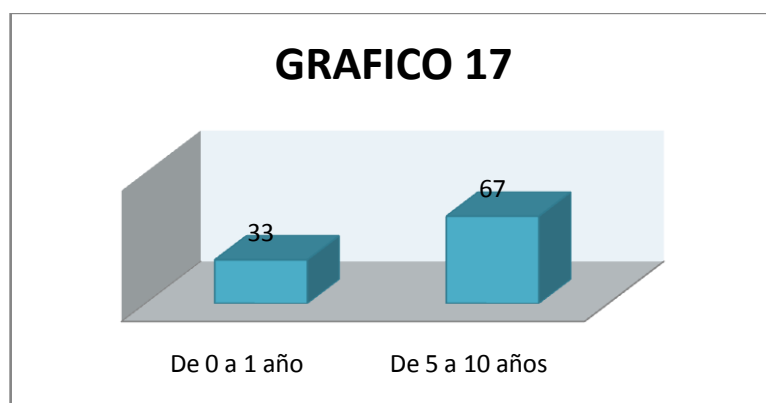
1. ¿CUANTOS AÑOS LLEVA BRINDANDO EL SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN EL CANTON HUAQUILLAS”

CUADRO No. 20

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
De 0 a 1 año	1	33
De 5 a 10 años	2	67
TOTAL	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De las 3 empresas que realizan el lavado de ropa en el cantón Huaquillas, en lo que tiene que ver con la interrogante de los años que brindan el servicio de lavado de ropa pudieron manifestar uno

de ellos que representa el 33% que tiene su negocio de 0 a 1 año; mientras que las dos restantes empresas que representan el 67% manifestaron que su negocio lo tienen de 5 a 10 años.

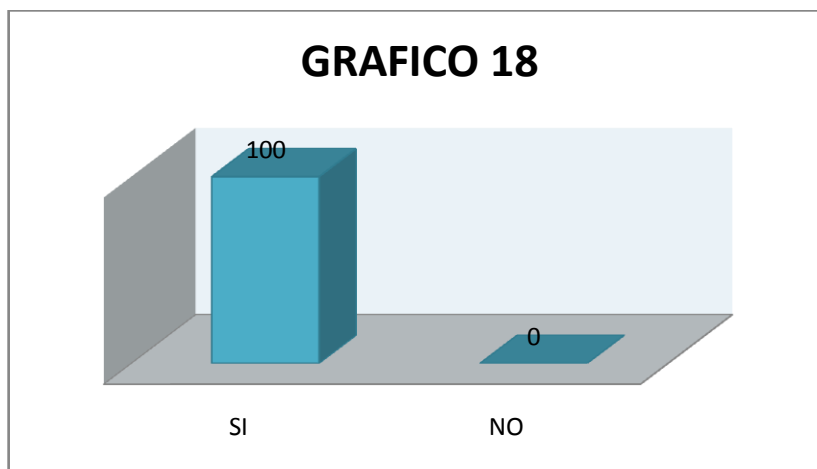
2. ¿SU EMPRESA ESTA LEGALMENTE CONSTITUIDA?

CUADRO No. 21

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	3	100
NO	0	0
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: De las tres empresas entrevistadas, en lo que tiene que ver que si la empresa está legalmente constituida, manifestaron el 100% que si lo están, puesto que se encuentran registradas en el SRI pagando los impuestos correspondientes.

3. ¿POR QUE SE DEDICA A PRESTAR ESTE SERVICIO?

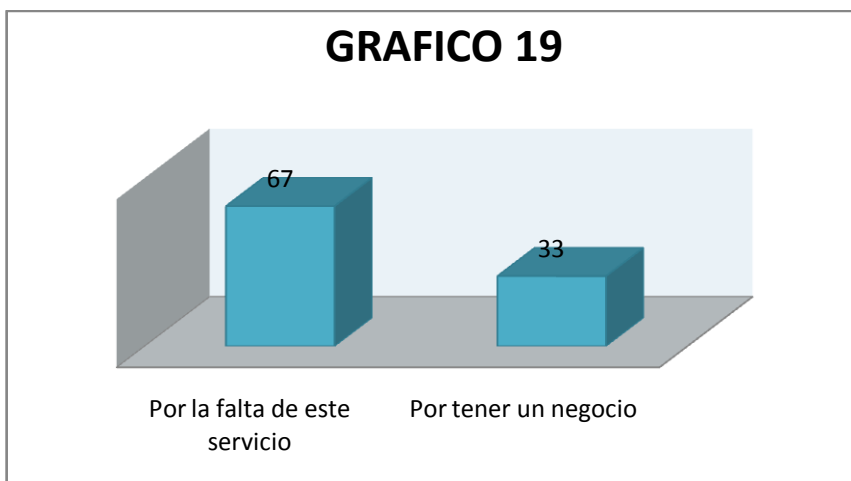
CUADRO No. 22

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Por la falta de este servicio	2	67
Por tener un negocio	1	33
TOTAL	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras

GRAFICO 19



INTERPRETACION: De las 3 empresas o negocios que se realizó la entrevista el 67% manifiesta que el mismo lo tiene por falta de este servicio en el cantón Huaquillas, mientras que el 33% manifestaron que tienen el negocio por tener ingresos.

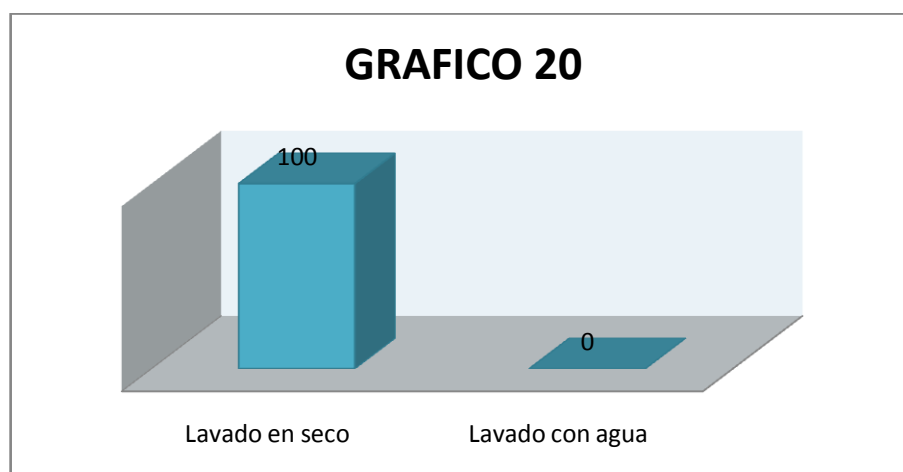
4. ¿EN SU EMPRESA QUE TIPO DE LAVADO OFRECE?

CUADRO No. 23

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Lavado en seco	3	100
Lavado con agua	3	100
TOTAL	50	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: En lo que tiene que ver con el tipo de lavado que ofrecen los tres negocios que se realizó la entrevista, todos manifiestan el 100% que realizan lavado en seco y lavado en agua

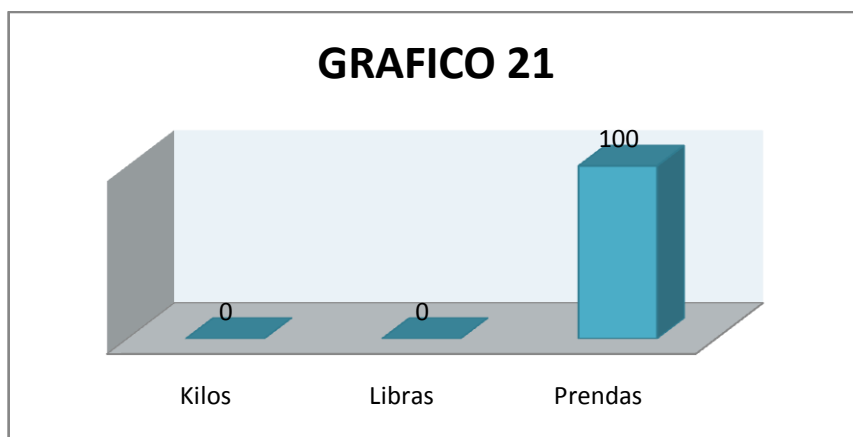
5. ¿COMO PREFIERE RECIBIR POR PARTE DE SUS CLIENTES LAS LA ROPA PARA EL LAVADO DE LA ROPA EN SU EMPRESA?

CUADRO No. 24

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Kilos	0	0
Libras	0	0
Prendas	3	100
TOTAL	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: En lo que respecta a esta interrogante en la entrevista realizada a los negocios manifestaron el 100% que equivale a las tres que reciben por prendas la ropa ya que así es más rentable para la misma

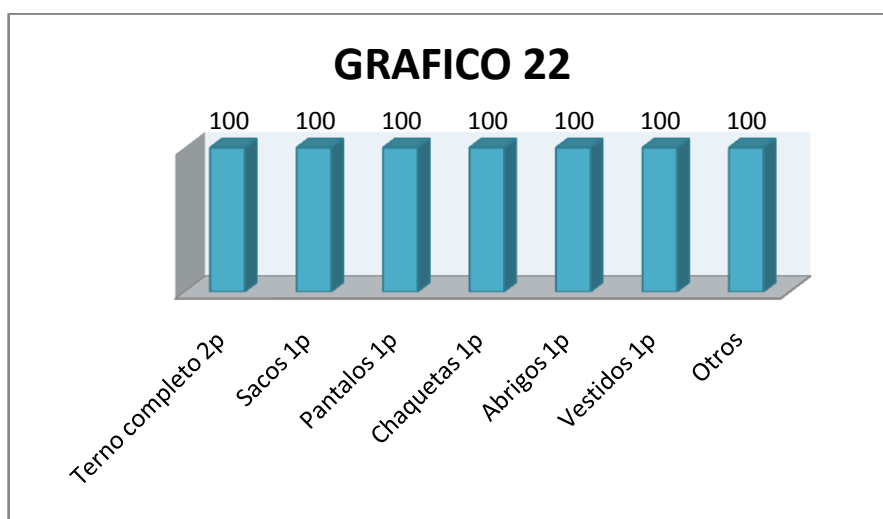
6. ¿QUE TIPO DE PRENDAS DE VESTIR ENVIAN LOS CLIENTES A SU NEGOCIO?

CUADRO No. 25

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Terno completo 2p	3	100
Sacos 1p	3	100
Pantalones 1p	3	100
Chaquetas 1p	3	100
Abrigos 1p	3	100
Vestidos 1p	3	100
Otros	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: En lo que respecta a qué tipo de prendas de vestir dejan los clientes en el negocio para el lavado de la ropa, manifestaron todos o sea el 100% que los clientes dejan ternos completos, sacos, pantalones, chalecos, abrigos, vestidos, blusas, entre otros

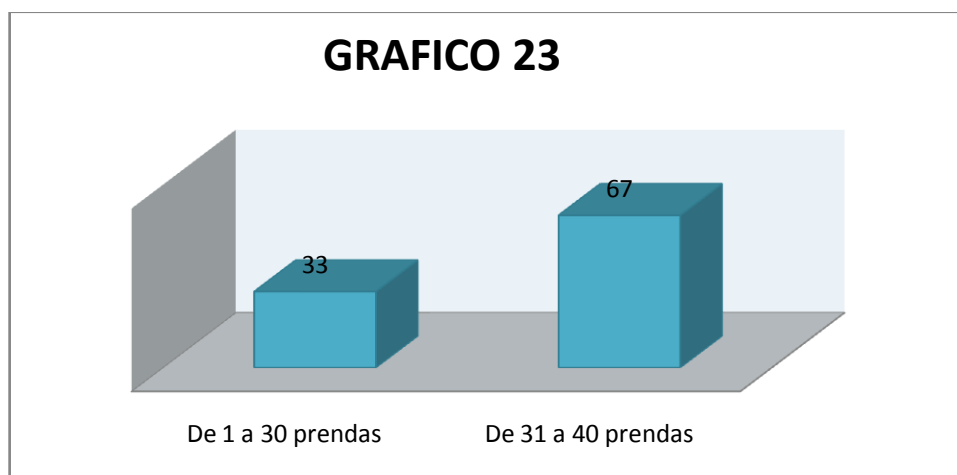
7. ¿CUANTAS PRENDAS DE VESTIR LAVAN EN SU NEGOCIO DIARIAMENTE?

CUADRO No. 26

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
De 1 a 30 prendas	1	33
De 31 a 40 prendas	2	67
TOTAL	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: en lo que concierne a cuantas prendas de vestir lavan diariamente, manifestaron los entrevistados el 33% de 1 a 30 prendas de vestir; mientras que el 67% manifestaron que de 31 a 40 piezas diariamente.

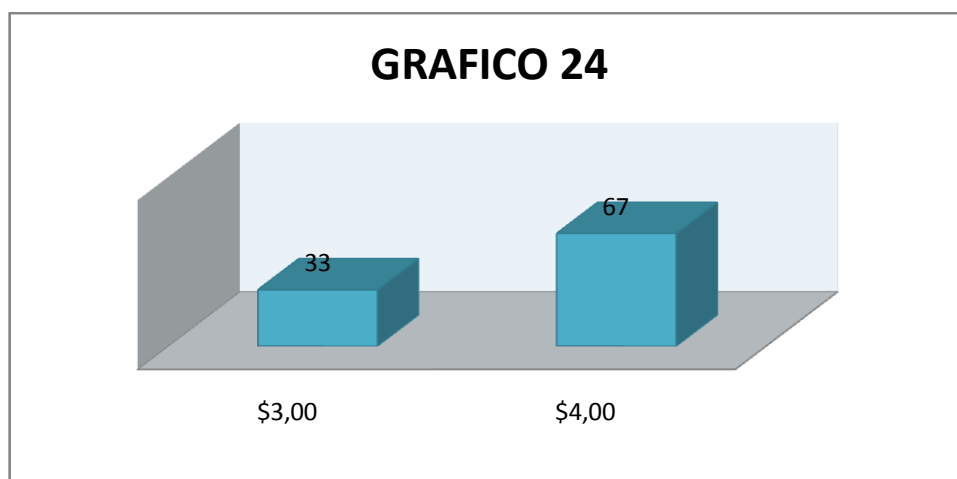
8. ¿CUAL ES EL PRECIO QUE COBRA EN SU NEGOCIO POR CADA PRENDA DE VESTIR?

CUADRO No. 27

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
\$3,00	1	33
\$4,00	2	67
TOTAL	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: En lo que se refiere a esta interrogante del precio que cobran el 33% manifiestan que cobran \$3,00 por cada prenda de vestir, mientras que el 67% manifiestan que cobran \$4,00 por cada prenda de vestir.

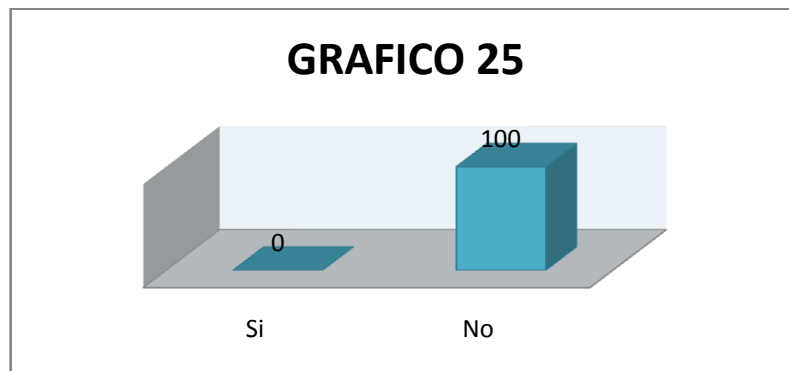
9. ¿REALIZA EN SU NEGOCIO PUBLICIDAD PARA DAR A CONOCER SOBRE EL SERVICIO QUE PRESTA SU NEGOCIO?

CUADRO No. 28

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	0	0
No	3	100
TOTAL	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: Los dueños de los negocios manifestaron el 100% que no realizan ningún tipo de publicidad para dar a conocer sobre el servicio que ofrecen

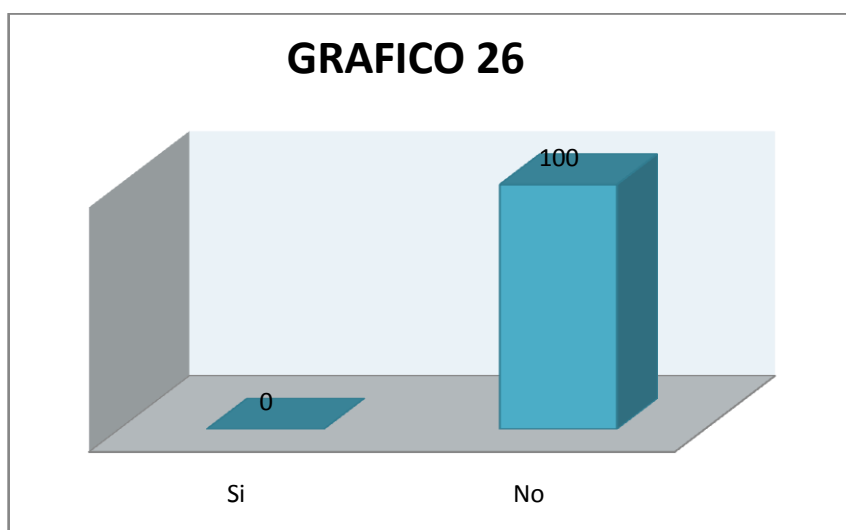
10. ¿REALIZA EN SU NEGOCIO PROMOCIONES PARA INCENTIVAR A LOS CLIENTES?

CUADRO No. 29

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Si	0	0
No	3	100
TOTAL	3	100

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras



INTERPRETACION: Los dueños de los negocios manifestaron el 100% que no realizan ningún tipo de promociones para incentivar a los clientes a seguir siendo sus clientes.

g. DISCUSSION

g.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se desarrolló con la información recopilada que permitió conocer el comportamiento de demandantes: gustos, preferencias, cantidades de uso, lugares de servicios, presentaciones, previamente se determinó la muestra conformada por 392 habitantes de la población Económicamente Activa de las 5 parroquias urbanas del Cantón Huaquillas, Paraíso, Unión Lojana, Ecuador, Milton Reyes y Hualtaco a quienes a través de un cuestionario elaborado se les realizó una encuesta; así mismo se entrevistó a las 3 lavanderías/tintorerías como son LAVA YA ubicado en la Avda. la República y Machala; LAVA EXPRESS ubicada en la ciudadela 18 de Noviembre en las calles Pichincha y Pinas; y, TRANPITOS ubicada en la Vía Panamericana y Bolívar.

g.1.1. DEMANDA

La demanda es la cuantificación de la necesidad real o psicológica de una población de usuarios, con poder adquisitivo suficiente para obtener un determinado servicio que satisfaga dicha necesidad. Es la cantidad de productos o usos que el cliente estaría dispuesto a comprar o usar a un precio determinado y que está en capacidad adquisitiva para hacerlo. La demanda del lavado de ropa debe ser cuantificada en unidades físicas.

g.1.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas del mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto o servicio por parte del usuario/consumidor y así mismo establecer las oportunidades del producto o servicio para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

Para establecer la demanda del lavado de las prendas de vestir, se tomó en cuenta el número de habitantes de la Población económicamente activa del

cantón Huaquillas especialmente las parroquias urbanas como son: MITLON REYES, UNION LOJANA, ECUADOR, PUERTO HUALTACO, PARAISO población proyectada al 2010 de 19.884 habitantes.

g.1.1.1.1. DEMANDA POTENCIAL.

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir o utilizar en un determinado periodo de tiempo.

Para poder determinar la demanda potencial del proyecto, teniendo en cuenta que se considera a quienes envían a lavar su ropa en tintorerías/ lavanderías, es decir se basa en el resultado de la pregunta No. 1 que hace referencia a esta interrogante. De aquí que se considera el 89% de la PEA, considerando la respectiva proyección de dicha población para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO No. 30

DEMANDA POTENCIAL

AÑOS	POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA PEA 2010	DEMANDA POTENCIAL PEA 89%
0	19.884	17.697
1	20.560	18.298
2	21.259	18.921
3	21.982	19.564
4	22.729	20.229
5	23.502	20.917

Fuente: Cuadro No. 2, Investigación de campo Pregunta No. 1

Elaboración: Las Autoras

g.1.1.1.2. DEMANDA ACTUAL.

Se estableció la demanda actual utilizando la información de la pregunta N°. 2, la misma que hace referencia al tipo de lavado que solicita al requerir el servicio, donde los usuarios en un 45% señalan que optan por el lavado en seco.



CUADRO No. 31

PROYECCION DE LA DEMANDA ACTUAL

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL PEA	DEMANDA ACTUAL EN HABITANTES PEA 45%
0	17.697	7.964
1	18.298	8.234
2	18.921	8.514
3	19.564	8.804
4	20.229	9.103
5	20.917	9.413

Fuente: Cuadro No. 30, Investigación de campo Pregunta No. 2

Elaboración: Las Autoras

Significa que de los 17.697 clientes potenciales en el primer año; el 45% utiliza actualmente el servicio de lavado en seco, lo que representa 7964 personas que es la demanda actual del primer año, llegando a 9.413 personas en el quinto año.

g.1.1.1.3. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA.

La demanda efectiva es la cantidad de bienes y servicios que en la práctica son requeridos en el mercado ya que existen restricciones del producto por la situación económica.

Para determinar la demanda efectiva se utilizó el siguiente procedimiento que lo detallamos a continuación.

De las 350 encuestas correspondientes a clientes potenciales, 290 que corresponden a 83% de la muestra indicaron que requerirían el servicio de lavado en seco ofertado por la nueva empresa estas corresponden a quienes están de acuerdo con la creación de la empresa e indican su predisposición a requerir sus servicios, así como se indica la pregunta N°. 8

290 clientes dispuestos a adquirir el servicio de lavado en seco

a la nueva empresa



83%

17.697 * 83%



demanda efectiva

CUADRO No. 32

PROYECCION DE LA DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL PEA	DEMANDA EFECTIVA HABITANTES PEA 83%
0	17.697	14.688
1	18.298	15.188
2	18.921	15.704
3	19.564	16.238
4	20.229	16.790
5	20.917	17.361

Fuente: Cuadro No. 31, Investigación de campo Pregunta No. 8

Elaboración: Las Autoras

Luego de este análisis podemos establecer la demanda efectiva, la misma que es de 14.668 clientes en el año 1, que proyectada para los 5 años de vida útil del proyecto, será de 17.361.

CUADRO No. 33

USO PERCÁPITA

PRENDAS	PUNTO MEDIO xm	FRECUENCIA F	F .Xm
1-3	2	66	132
4-6	5	105	525
7-9	8	138	1104
10-12	11	41	451
TOTAL		350	2212

Fuente: cuadro No. 9

Elaboración: las autoras

CONSUMO PROMEDIO SEMANAL POR FAMILIA = 2.212

350

CP = 6 piezas semanal

CONSUMO PROMEDIO ANUAL POR FAMILIA = 6 pz * 52 semanas

CPA = 312 prendas por persona.

CUADRO No. 34

DEMANDA EFECTIVA EN UNIDADES (PRENDAS)

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN HABITANTES PEA	USO PROMEDIO ANUAL POR HABITANTES PEA POR PIEZAS	DEMANDA EFECTIVA ANUAL POR PIEZAS/PRENDAS
0	14.688	312	4.582.753
1	15.188	312	4.738.567
2	15.704	312	4.899.678
3	16.238	312	5.066.267
4	16.790	312	5.238.520
5	17.361	312	5.416.630

Fuente: Cuadros No. 32, 33

Elaboración: Las Autoras

Luego de conocer la demanda efectiva en el primer año, (14.688) procedemos a multiplicarla por 312 que es el promedio en piezas que envían a lavar al año cada usuario, obteniendo la demanda efectiva en libras,(4'582.753) en el primer año, llegando a 5.416.630 en el 5 año.

g.1.2. OFERTA

La oferta es considerada como la cantidad de servicios (de lavado de prendas en seco) que los productores están dispuestos a ofrecer en el mercado en un momento dado y a un precio determinado.

g.1.2.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La oferta depende principalmente de la comparación entre el precio del mercado y el costo de producción y distribución. Para determinar la oferta de lavado de prendas en seco en el Cantón Huaquillas se recolectó información mediante la entrevista, la misma que se realiza a dueños de las lavanderías/tintorerías existentes como son: Lava Ya, Trapitos y Lava Express.

g.1.2.2. OFERTA ACTUAL

Para determinar la oferta actual hemos recolectado información sobre la cantidad de prendas que lavan en seco diariamente en las 3 lavanderías antes mencionadas, según consta en la pregunta No. 7 del cuestionario de la entrevista a la competencia. (ver cuadro No. 26)

CUADRO No. 35

PRENDAS	PUNTO MEDIO xm	FRECUENCIA F	F .Xm
1-30	15.5	1	15.5
31-40	35.5	2	71
TOTAL		3	87

Fuente: Encuesta oferentes. Pregunta No. 7 Cuadro No. 26

Elaboración: Las autoras

CUADRO No. 36

OFERTA ACTUAL

VENTA PROMEDIO DIARIA	VENTA SEMANAL	OFERTA ACTUAL AL AÑO
29 prendas	176	8.996 Prendas

Fuente: cuadro 35

Elaboración: Los autores

La oferta total existente en la ciudad de Huaquillas es de 8.996 Prendas al año, con una proyección de 15% de oferta según datos de la tasa de crecimiento de las ventas realizada.

Esta tasa se obtuvo a través de la información histórica disponible con respecto a las ventas según se detalla:

$$\text{Tasa de Crecimiento} = \frac{8996 - 7800}{7800} \times 100$$

Tasa de crecimiento de la oferta = 15%

CUADRO No. 37

PROYECCION DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA EN PRENDAS
	15%
0	8.996
1	10.345
2	11.897
3	13.682
4	15.734
5	18.094

Fuente: cuadro No. 36

Elaboración: Las autoras

$$\text{OFERTA FUTURA} = \text{OFERTA ACTUAL} \times (1+0,15)^1$$

g.1.2.3. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

El análisis de la oferta y la demanda permite determinar la demanda insatisfecha para el servicio de lavado de prendas en seco. Esta demanda está constituida por la cantidad de bienes que hacen falta para cubrir el requerimiento de los consumidores no atendido con la oferta actual.

Dentro del proyecto se denomina demanda insatisfecha la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta siendo esta la cantidad de servicios que es probable que el mercado solicite en los 5 años futuros

CUADRO No. 38

DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	4.582.753	8.996	4.573.757
1	4.738.567	10.345	4.728.221
2	4.899.678	11.897	4.887.781
3	5.066.267	13.682	5.052.585
4	5.238.520	15.734	5.222.786
5	5.416.630	18.094	5.398.535

Fuente: Cuadros No.34 y 37

Elaboración: Las autoras

La demanda insatisfecha del proyecto es para el primer año de **4.573.757** prendas al año, y contando para el quinto año una demanda insatisfecha de **5.398.535** prendas.

En base a esta demanda insatisfecha determinada y por tratarse de una empresa nueva que va a incursionar recientemente en el mercado se estima una **participación de mercado** estimada de mercado para la empresa de 1.04% para el año 1, de 1.12% para el segundo año, 1.20% en el año 3, de 1.29% en el año 4, y, llegará a 1,39% en el 5 año de vida útil del proyecto.

g.2. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Para la prestación de servicios de lavado de prendas de vestir en seco para los habitantes de la Población Económicamente Activa de las provincias urbanas del cantón Huaquillas se toma en cuenta la mezcla de mercado conformada por las cuatro P que son: Producto/Servicio, Precio, Plaza y Promoción.

g.2.1. SERVICIO.

El servicio de lavado de prendas de vestir en seco para los habitantes de la PEA de las parroquias urbanas del Cantón Huaquillas será de optima calidad, eficiente, garantizado y con precios cómodos. Este servicio contará con una marca la cual la denominamos como LAVAMATIC CLEANERS, distintiva, fácil de pronunciar y recordar, adaptable a los servicios adicionales que se puedan ofrecer.

La empresa de lavado de prendas de vestir en seco que se pretende crear para prestar dicho servicio cumplirá a cabalidad y se dedicará al lavado de ternos completos, vestidos, chompas, pantalones, camisas, sacos, abrigos, entre otros. En horarios cómodos de lunes a sábado cumpliendo las 40 horas semanales.

A continuación presentamos el logotipo y la etiqueta que se encontrará ubicada en cada prenda de vestir la cual se diferenciarían y reconocerían de las demás

GRAFICO No.27



LAVAMATIC CLEANERS
CIA LTDA

SERVICIO: lavado de Prendas de vestir en seco
RAZON SOCIAL: "LAVAMATIC CLEANERS CIA LTDA"
DIRECCION: Avenida de la República entre Jambelí y Sucre
REGISTRO SANITARIO: En trámite
RUC: 1104425572001

"CALIDAD, CUIDADO Y ECONOMÍA A SU SERVICIO"

g.2.2. EL PRECIO

El precio lo determinaremos en base a los costos de materia prima, mano de obra más un margen de ganancia, tomando en consideración los precios de la competencia ya que influye mucho sobre el precio, a mayor competencia menor precio y viceversa, el precio se lo fijará utilizando políticas de precios de las cuales nos guiaremos.

Precios de penetración es la política de precios que utilizaremos ya que es óptimo para el servicio de lavado de prendas de vestir en seco los cuales trata de precios bajos, para asegurar una posición dominante al introducir este servicio nuevo en el mercado.

Para establecer el precio se ha tomado en cuenta la entrevista a la oferta y la encuesta a los habitantes de la Población Económicamente Activa que es nuestro mercado objetivo.

Cabe indicar que por cada prenda de vestir se cobra el mismo valor, así tenemos que el precio de lavado de pantalones, sacos, blusas, chompas, camisas, abrigos, entre otros es de 3,00 por pieza en el primer año como se detalla a continuación:

CUADRO No. 39

PRECIO DE CADA PRENDA

PRENDAS	VALOR
Terno completo 2p	6
Sacos 1p	3
Pantalones 1p	3
Chaquetas 1p	3
Abrigos 1p	3
Vestidos 1p	3
Otros (cada pieza)	3

Fuente: Entrevistas

ELABORACION: Las autoras

g.2.3. LA PLAZA

Para lograr una buena distribución o comercialización, debemos realizar una selección de los circuitos y de los métodos de venta para llevar el servicio adecuado, al lugar apropiado en el momento oportuno, el canal de distribución que utilizaremos será:

GRAFICO No.28

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN DIRECTO



Este canal nos permitirá hacer llegar nuestro servicio al usuario final, se puede decir que en servicio se lo prestará directamente de la empresa al usuario.

g.2.4. LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Es una herramienta comercial para “empujar el servicio hacia el usuario/cliente, mediante la promoción la empresa se comunica directamente con los clientes potenciales a través de los medios de comunicación realizando la publicidad.

La promoción que dará nuestra empresa será:

- ✓ Por apertura del local se realizará un lavado gratis de un terno (2 piezas) a los primeros 20 clientes.
- ✓ Los clientes que laven 10 prendas a la semana se dará gratis el lavado de una prenda.

La Publicidad, a través de este se informa, persuade, recuerda y motiva sobre el servicio que se presta, lo cual llevaremos a cabo a través de.

La comunicación radial es:

- Radio Onda Sur en el horario de la 12:30am; y, 18:00pm. Se realizará 24 cuñas radiales con un costo por cada cuña de \$2,00

La comunicación escrita como es:

- Las hojas volantes, que se realizarán 2000 hojas volantes a la apertura de la empresa, con un costo de 0,02 centavos cada hoja con un total de \$ 40 dólares al año. En diario el Correo se realizarán 30 publicaciones con un valor de \$1,00 cada una.

Es preciso seleccionar el contenido del texto publicitario, es decir lo que las palabras e ilustraciones habrán de comunicar.

Básicamente, la estrategia general de marketing habrá de determinar que comunicará el mensaje. A manera de directriz, en la planificación del mensaje

publicitario: captar la atención, mantener el interés, despertar el deseo y obtener una acción (decisión).

La publicidad que emitiremos y publicaremos será la siguiente:

**CUADRO No. 40
RADIO**

TÍTULO DE LA PUBLICIDAD:

“Permanece limpio y sin mancha”

BOCETO:

Diálogo: que será hablado por los locutores de la radio.

LOCUTOR	TEXTO
LOC. 1 MUJER	¡Necesito un lugar donde lavar mi vestido pero están muy lejos las lavadoras, no sé dónde acudir!
LOC. 2 HOMBRE	Amiga no te preocupes más, la solución está en la Lavandería “ LAVAMATIC CLEANERS ”, ahí encontrarás el mejor servicio de lavado en seco y en agua de todas tus prendas y con el precio más económico de Huaquillas.
LOC. 1 MUJER	¿Y qué tal es la atención?
LOC. 2 HOMBRE	Te dan la mejor atención, agilidad, eficiencia y sobre todo el mejor cuidado de tus prendas además también ofrecen al servicio a domicilio.
LOC. 1 MUJER	¿En donde está ubicada?
LOC. 2 HOMBRE	Está ubicada en la Avenida de la República entre Jambeli y Sucre. Para tu mejor comodidad comunícate al celular 082779913

GRAFICO No.29
HOJAS VOLANTES

**LAVAMATIC CLEANERS
CIA.LTDA.**



LAVADO EN SECO

CELULAR: 082779913

CORREO:

lavamatic@hotmail.com

ADMINISTRADORES:

Ximena Balcázar

Germania Quezada

DIRECCION: Avenida de la
República entre Jambelí y
Suxre

g.3. ESTUDIO TÉCNICO

En esta etapa del proyecto el objetivo principal es determinar los requerimientos de los recursos básicos necesarios para el proceso de prestación del servicio de lavado de prendas en seco.

g.3.1. TAMAÑO Y LOCALIZACION.

Su incidencia establece la relación entre la capacidad productiva durante un tiempo normal de actividades, pero para establecer un criterio concreto sobre el tamaño; es necesario planificar el número servicios a prestar durante el período de tiempo estimado; además se considera también la relación existente entre el tamaño y el mercado consumidor, la localización, la ingeniería, el financiamiento e inversiones y costos que se calculen y por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad.

Según la decisión que se tome respecto del tamaño se determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

g.3.1. TAMAÑO DE LA PLANTA.

El tamaño de la planta tomando como referencia los resultados que se obtuvo del estudio de mercado.

La determinación del tamaño de la planta irá de acuerdo a su capacidad instalada y se expresará en unidades de (servicio).

g.3.1.1. CAPACIDAD INSTALADA

Cuadro No. 41

CAPACIDAD INSTALADA

MAQUINARA	CAPACIDAD	Nº DE PRENDAS DIARIAS	HORAS DIARIAS (LUNES A SABADO)	CANTIDAD DE PRENDAS POR SEMANA	DÍAS	CAPACIDAD INSTALADA
2Lavadoras	20 Kilos	36	6,67 Horas	240	312 Días	74.880 Prendas

FUENTE: Componente Tecnológico

Para determinar la capacidad instalada que se expresa en el tiempo y la cantidad de producción total de la empresa necesitamos dos Lavadoras con una capacidad de 20 kilos (10k c/u) equivalente a 36 prendas por cada lavada, en un tiempo de 60 minutos, equivalente a 74.880 prendas anuales trabajando 40 horas distribuidas en 6 días (lo que equivale a un promedio de 6,67 horas laborables por día), lo que significa el 100% de su capacidad total según su disponibilidad de recursos.

EXPLICACIÓN: PARA UNA LAVADORA

- 36 prendas x 6,67 horas = 240prendas por día
- 240prendas x 312 días al año= 74.880 prendas al año.

g.3.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA

PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y CAPACIDAD UTILIZADA

CUDRO No. 42

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PARTICIPACIÓN DE MERCADO	CAPACIDAD UTILIZADA
1	4.728.221	1,04%	49.129
2	4.887.781	1,12%	54.588
3	5.052.585	1,20%	60.653
4	5.222.786	1,29%	67.392
5	5.398.535	1,39%	74.880

De conformidad con la participación estimada de mercado para la empresa de 1.04% para el año 1, de 1.12% para el segundo año, 1.20% en el año 3, de 1.29% en el año 4, y, llegará a 1,39% en el 5 año de vida útil del proyecto.

De aquí que la capacidad utilizada queda determinada en 49.129 prendas lavadas en seco en el primer año, con un incremento anual del 10% llegando a 74.880 prendas lavadas en el último año de vida útil del proyecto lo que equivale al 100% de la capacidad instalada de la empresa.

g.3.1.3. LOCALIZACION DE LA EMPRESA.

El estudio de la localización del proyecto se debe definir claramente cuál será el mejor sitio para ubicar la unidad de producción o servicio, la localización óptima será aquella que permita obtener una máxima producción maximizando los beneficios y reduciendo a lo mínimo los costos.

Para la localización de la empresa “**LAVAMATIC CLEANERS**”, se debe considerar factores que influyen para la toma de decisiones tales como: Transporte, servicios básicos, recursos, alimento, mano de obra, así como también la Macro localización y la Micro localización.

✓ **TRANSPORTE:**

Es importante que en el lugar donde se encuentre ubicada la empresa existan los medios de transporte necesarios, es por ello que la empresa contará con un vehículo propio para recoger y llevar la ropa a domicilio además que servirá como transporte de insumos para el lavado de ropa.

Debido a la ubicación de la empresa existen varios medios de transporte como son: Bus, taxi, camionetas para que de esta manera los clientes y los trabajadores puedan transportarse sin ningún problema para contratar el servicio.

✓ **SERVICIOS BÁSICOS:**

La empresa “**LAVAMATIC CLEANERS**”, contará con todos los servicios básicos como son: Agua, Luz, Teléfono, Alcantarillado, Vías de acceso en buen estado, necesarias para el buen funcionamiento, desarrollo, y crecimiento de la empresa.

✓ **ABASTECIMIENTO INSUMOS:**

Las principales empresas de abastecimiento para nuestro servicio se encuentran en la parte céntrica de la ciudad en el caso de materiales indirectos.

En lo concierne a la materia prima directa ya sea solventes químicos, fundas plásticas estas necesariamente tendríamos que adquirirla de las ciudades de Quito, Cuenca, Guayaquil.

✓ **COMUNICACIÓN:**

En lo que se refiere a la comunicación, no habría problema alguno, ya que el lugar donde estará ubicada la empresa es una zona que cuenta con excelente medios de comunicación como las buenas líneas telefónicas y la gran cobertura tanto para teléfonos convencionales, como celulares y acceso a Internet, con todo esto la empresa tendría ventajas, puesto que contaría con una excelente comunicación rápida y segura con todos nuestros proveedores y clientes.

✓ **MERCADO:**

El segmento clave para la empresa a constituirse, se encuentra alrededor de la misma, porque dicho servicio va dirigido a la Población Económicamente Activa.

✓ **DISPONIBILIDAD DE PERSONAL CAPACITADO.**

Se dispone de un equipo de trabajo bien capacitado y especializado en la función que va a desempeñar cada uno ya sea en las técnicas de planchado, desmanchado y fundamentalmente atención al cliente, lo que genera que el trabajo a efectuarse se lo haga con eficiencia obteniendo resultados positivos y eficaces.

En lo referente a los costos del personal se encontrarán enmarcados dentro de los parámetros legales y de acuerdo con el código de trabajo y la ley del servicio Público

g.3.1.3.1. MACROLOCALIZACION.

Analizando los factores de localización que anteceden se puede concluir que la Localización optima de la empresa es en la provincia del Oro, Cantón Huaquillas, que permitirá satisfacer concretamente el mercado, teniendo las condiciones adecuadas para que la empresa sea levantada en este sector, ya que no se ubicará en un lugar en el centro de la ciudad donde existe el mayor número de comercios y actividad económica.

GRAFICO No. 30

MACRÓLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA “LAVAMATIC CLEANERS”

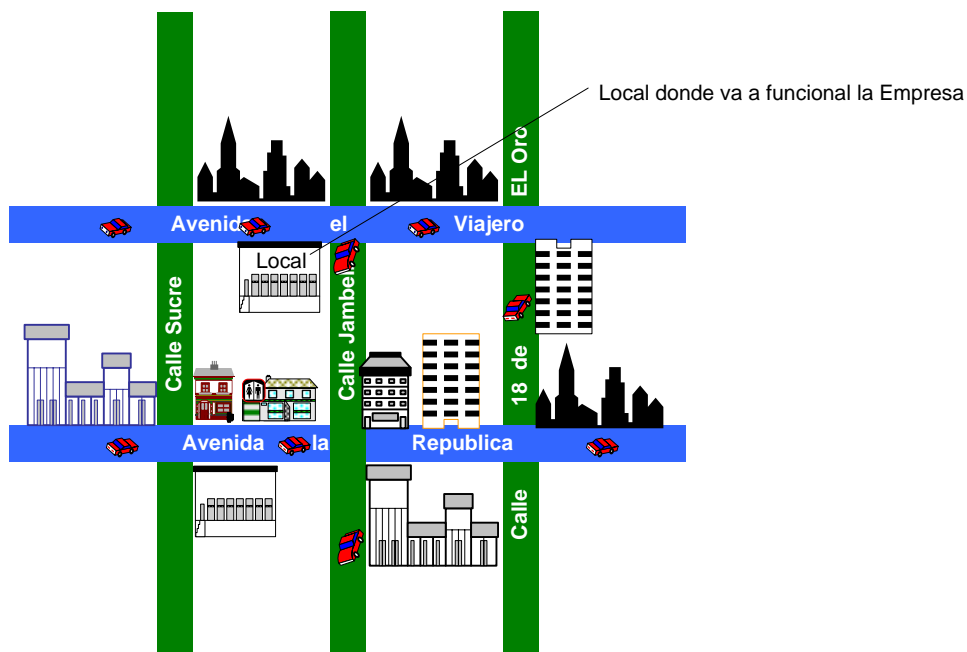


g.3.1.3.2. MICROLOCALIZACIÓN

Es el más concreto y exhaustivo del sitio escogido para la ubicación de la planta, se considera aspectos más detallados a definir como la provincia, parroquia, y ubicación exacta del terreno.

La planta se ubicará en la provincia del Oro, en el Cantón Huaquillas, en el centro de la ciudad de Huaquillas en la Avenida de la república entre Jambelí y Sucre, será ubicado en este sitio ya que se encuentra el mayor número de comercios y habitantes que requieren este tipo de servicio.

GRÁFICO NO. 31
MICROLOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA “LAVAMATIC CLEANERS”



g.3.1.3.3. INFRAESTRUCTURA FISICA

En vista de que la empresa se encontrará en el cantón Huaquillas, se necesitará para la implementación de la misma un local comercial que tenga un área de 140 m². En dicho local se realizará las adecuaciones correspondientes a fin de permitir que el proceso de generación del servicio se cumpla a cabalidad.

Para ello contaremos con profesionales especialistas en diferentes áreas para llevar a cabo una buena adecuación, instalación y funcionamiento de la planta, ofreciendo seguridad y confort para los empleados y sus clientes.

**CUADRO No. 43
DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA**

ZONA	AREA (m²)
Área Administrativa oficinas en Huaquillas	15
Área de lavado de ropa	70
Área libre	55
TOTAL	140 m²

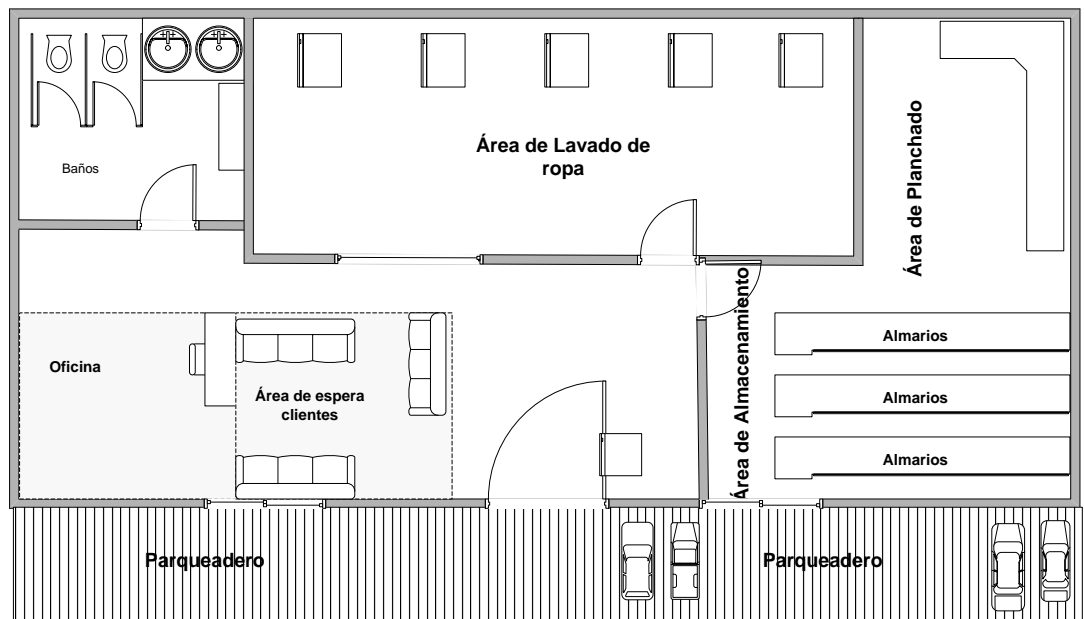
Fuente: Cámara de la construcción de Huaquillas

Elaboración: Las Autoras

- ❖ Área de lavado de ropa es de 70 m², en donde se ubicará la maquinaria para el servicio de lavado de prendas de vestir en seco.
- ❖ Área administrativa consta de una área de 15 m² consiste en todo lo concerniente a oficinas de trabajo como la oficina del gerente, la secretaria- contadora; y, en donde se receipta y entregan las prendas de vestir

- ❖ El libre 55 m² es el espacio para el acceso a la empresa, patio, estacionamiento de vehículo.
- ❖ El diseño de la planta por la empresa “LAVAMATIC CLEANERS” concuerda con las siguientes características que a continuación se expone con el siguiente diseño:

GRÁFICO No. 32
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



g.3.2. INGENIERIA DEL PROYECTO.

g.3.2.1. COMPONENTES TECNOLÓGICOS

**TANQUE HIDRONEUMÁTICO RESERVORIO 120 LITROS, PRESIÓN
MÁXIMA 100 PSI.
1 BOMBA ELÉCTRICA DE AGUA 1HP
Gráfico No. 33**



DESCRIPCIONES:

- Bomba de agua centrífuga 1 HP marca FERMETAL.
- Fuerza 1 HP 1 caballo.
- Altura máxima de empuje 32 metros altura máxima de succión 9 metros 110 vol.

**ABLANDADOR DE AGUA 1 PIE CUBICO.
Gráfico No. 34**



DESCRIPCIONES:

- Tanque de acero galvanizado, pintado con pintura anticorrosiva garantizado por 5 años.
- Válvula automática para realizar retro-lavado y regeneración.
- Doble fondo metálico.
- Distribuidor de agua metálico tipo campana.
- Una tapa en la parte superior y otra en la parte lateral.

COMPRESOR DE AIRE DE 6.5 HP DE 220 VOLTIOS, 120 LITROS. Gráfico No. 35



DESCRIPCIONES.

- Compresor de aire de aire de 6.5 hp de 220 voltios
- 120 litros.

**2 LAVADORAS DE 10 KILOS DE CAPACIDAD, VOLUMEN 200 LITROS
POTENCIA DEL MOTOR 50 HZ.
Gráfico No. 36**



DESCRIPCIONES:

CAPACIDAD DE CARGA: 10 Kilos

NUMERO DE ESTANQUES: 2 auto limpiantes.

FILTROS: 1 filtro ecológico + 1 filtro decolorante.

SISTEMA DE FUNCIONAMIENTO: Ecológico, por circuito cerrado de per cloro.

SISTEMA DE DESTILACION: Continúo o alterna.

SISTEMA DE CONTROL: Computarizado, con posibilidad de accionamiento manual.

VELOCIDAD DE CENTRIFUGADO: 408 r.p.m.

MEDIDAS DEL CESTO: Diámetro: 80,0 cts. Profundidad: 40,0 cts.

PARTES EN ACERO INOXIDABLE: Cesto, destilador, condensador del destilador, separador de agua, cuerpo de filtros, tanque de jabón, trampa de botones y cámara de secado.

MEDIDAS DE LA MÁQUINA: Ancho: 1130 mm

MAQUINAS DE PLANCHAR PRESIÓN MÁXIMA 7.5 PSI 2.5 AMPERIOS
Gráfico No. 37



DESCRIPCIÓN:

- Plato superior brillo niquelado.
- Plato inferior con acolchado y funda, los dos calentados por el vapor, con vaporizaciones.
- Bajada del plato superior por dos pulsadores con bastidor posterior.
- Prensa para el funcionamiento con o sin caldera, con o sin compresor.

CALDERA DE 15 TV BHP DE POTENCIA PRESIÓN MÁXIMA 125 PSI
Gráfico No. 38



Descripciones:

Caldera Stirling cuentan de tres colectores superiores y sus cámaras de vapor están interconectadas por tubos de acero, el vapor es obtenido del colector central superior pudiéndose obtener más de 80.000 Kg del mismo por hora.

g.3.2.2. MATERIA PRIMA DIRECTA

- ✓ Detergente
- ✓ Emisiones de CO2
- ✓ Disolvente

g.3.2.3. MATERIALES INDIRECTOS

- ✓ Etiquetas
- ✓ Armadores
- ✓ Fundas Plásticas

g.3.2.4. MAQUINARIA Y EQUIPO

- ✓ Lavadoras
- ✓ Caldero
- ✓ Tanque hidroneumático
- ✓ Bomba Eléctrica
- ✓ Ablandador de agua
- ✓ Compresor de aire
- ✓ Máquina de Panchar

g.3.2.5. HERRAMIENTAS

- Planchas

- Selladora
- Pistola Mecánica
- Cepillos Metálicos
- Caja de Herramientas

g.3.2.6. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Dos equipos de computo (AÑOS 1 Y 4)

g.3.2.7. EQUIPO DE OFICINA

- Calculadora
- Teléfono
- Perforadora
- Grapadora

g.3.2.8. MUEBLES Y ENCERES

- Escritorio Tipo Gerente
- Sillón tipo gerente
- Escritorio Tipo secretaria
- Silla Giratoria
- Sillas de Espera
- Archivadores
- Ropero
- Mesa de Etiquetado
- Ordenadores de Ropa

g.3.2.9. VEHÍCULO

- Furgoneta

g.3.2.10. CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Para el proyecto se debe contar con personas eficientes y eficaces que se desempeñen, con conocimientos básicos y técnicos del proceso productivo de lavado, planchado en seco: así como también conocimientos teóricos y prácticos sobre administración.

Los requerimientos de personal son:

- Obrero 1, Recepción de prendas de vestir; registro de las prendas; Grapado de las facturas de las respectivas prendas.
- Obrero 2, clasificación de prendas, Desmanchado de las prendas; Inspección de lavado.
- Obrero3, Planchado y Enfundado de las prendas
- Vendedor – Chofer
- Administrativo 1, gerente
- Administrativo 2, Secretaria- Contadora.

El objetivo es que la empresa tenga buena acogida por los demandantes efectivos, y brindar servicios eficientes y de calidad para llegar a ser líderes en el mercado ofreciendo el servicio de lavado en seco, sus instalaciones e infraestructura será la adecuada para brindar un buen servicio.

g.3.3. PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO DE LAVADO EN SECO

- 1. Recepción de prendas de vestir:** Se reciben todas las prendas de vestir enviadas a lavar.
- 2. Registro de las prendas de vestir:** Esto se realiza mediante un programa o sistema computarizado, que permite distinguir el código asignado a cada cliente.
- 3. Etiquetado o codificación de las prendas de vestir:** Consiste en asignar el código ya fijado a todas las prendas, esto con la utilización de Etiquetas de diferentes colores dependiendo de la fecha de entrega.
- 4. Clasificación de las prendas:** Es un proceso que permite identificar los colores que pueden ser: claros, semi-claros y oscuros.
- 5. Desmanchado de las prendas:** consiste en determinar la mancha y aplicar el solvente químico, con la utilización de una pistola que cumple dos funciones de vapor y aire tanto para suavizar y eliminar la mancha, como también para secar la prenda.
- 6. Lavado y secado en las máquinas:** Es el trabajo que hace la máquina en un tiempo limitado.
- 7. Inspección de lavado:** La inspección consiste en la tarea designada al operador de las máquinas, con el fin de que se revise el buen lavado de la ropa.

- 8. Clasificación de prendas procesadas:** Esto consiste en ordenar las prendas de acuerdo al código y etiquetas establecidas con anticipación.
- 9. Planchado de las prendas:** Esto se realiza con la utilización de planchas a vapor, que permiten dar forma presentable a las prendas lavadas.
- 10. Inspección de planchado de las prendas:** Consiste en verificar minuciosamente todas y cada una de las prendas que ya han sido tratadas.
- 11. Enfundado de las prendas:** El enfundado se realizará con la utilización de fundas plásticas para empacar la ropa
- 12. Grapado de las facturas de las respectivas prendas:** Es un proceso que se lo realiza utilizando las facturas respectivas para cada prenda de vestir.
- 13. Embodegado de las prendas:** Luego de cumplir con todo el proceso productivo de lavado y planchado de ropa en seco se traslada las prendas a la bodega, para luego proceder a su entrega.

PROCESO DE LAVADO

GRÁFICO No. 39

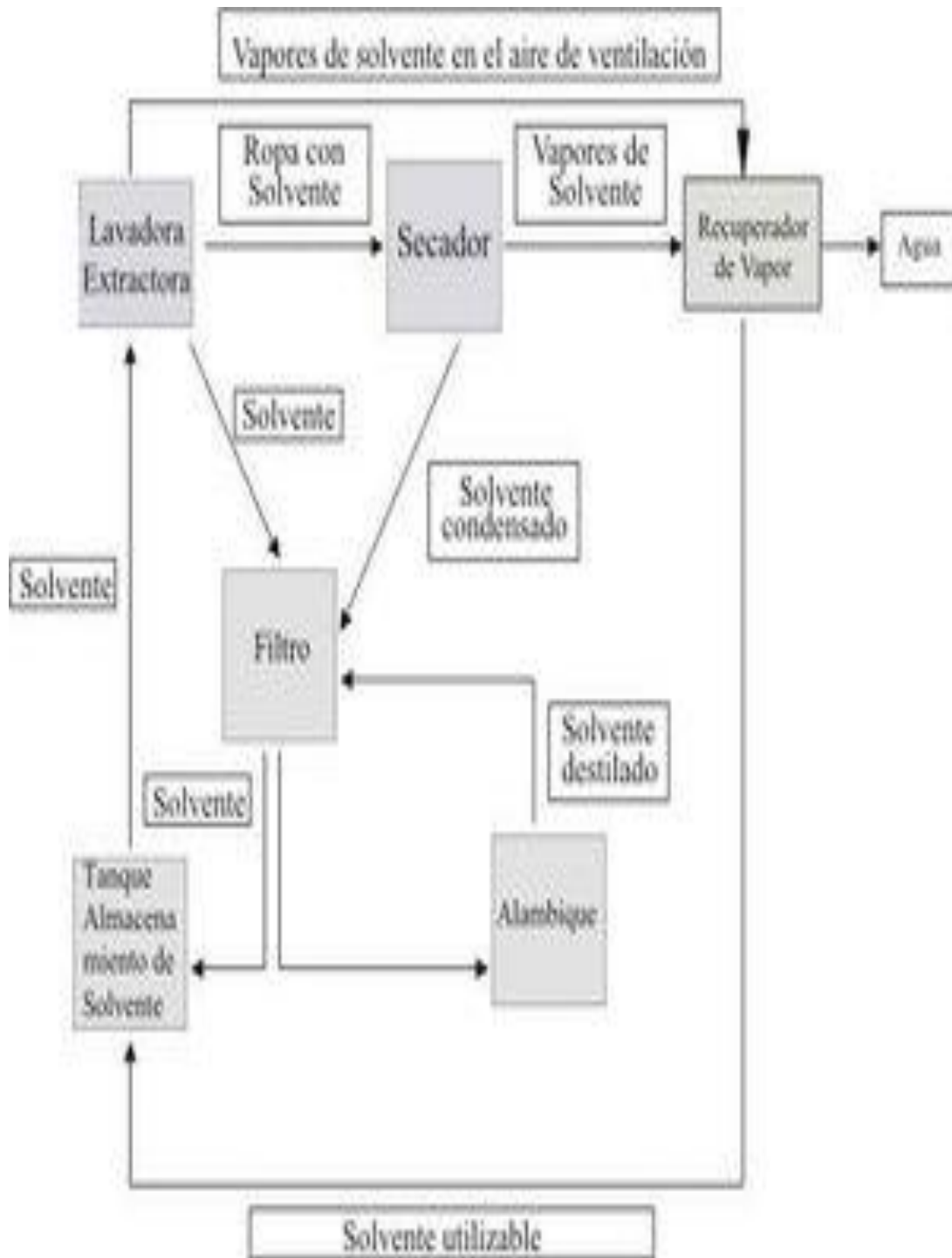







DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO
CUADRO No 44
LAVADO EN SECO PARA 18 PRENDAS POR MÁQUINA

Nº	DESCRIPCIÓN						TIEMPO
		OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN	
1	Recepción prendas de vestir	X					15 MIN
2	Registro de las prendas de vestir	X					20 MIN
3	Etiquetado o codificación de prendas	X					30 MIN
4	Clasificación de prendas	X					35 MIN
5	Desmanchado de prendas	X					90 MIN
6	Lavado de prendas	X					90 MIN
7	Inspección de lavado					X	20 MIN
8	Clasificación de prendas procesadas	X					25 MIN
9	Planchado de prendas	X					80 MIN
10	Inspección de planchado de prendas					X	20 MIN
11	Enfundado de prendas	X					20 MIN
12	Grapado de facturas de las prendas	X					25 MIN
13	Embodegado de las prendas				X		10 MIN
TOTAL DEL TIEMPO							480 MIN

Tiempo total es de **480 MINUTOS** que se requiere para realizar el proceso de lavado y planchado en seco de ropa de 18 prendas por máquina, hasta el embodegado de las mismas.

g.4. ORGANIZACIÓN LEGAL Y ADMINISTRATIVA

Para la constitución de nuestra empresa hemos tomado en cuenta el tipo de compañía que mejor se adapte a nuestras actividades; es así que aplicaremos la Compañía de Responsabilidad Limitada y que una vez constituida legalmente podrá funcionar para el lavado de prendas de vestir en seco para los habitantes de la población económicamente activa del Cantón Huaquillas.

g.4.1. ORGANIZACIÓN LEGAL

Según la Ley de Compañías establece que la Compañía de Responsabilidad Limitada estará conformada por no menos de dos personas y un máximo de 15 personas, que hace el comercio bajo una razón social o una denominación objetiva.

De acuerdo con la siguiente compañía esta estará integrada por dos socios los mismos que designarán un administrador para que mediante la Notaria Pública del Cantón se suscriba el contrato social el cual comprenderá la normas y estatutos correspondientes, los cuales posteriormente serán aprobados por la Superintendencia de compañías y su inscripción en el Registro Mercantil.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañía.

La empresa a crearse se regirá por la, Ley de Compañías, Código de Trabajo, Código Tributario y el Reglamento Orgánico Funcional interno de la Empresa

g.4.1.1. NOMBRE DE LA EMPRESA: La compañía se denomina “LAVAMATIC CLEANERS” Cía Ltda.”.

g.4.1.2. DOMICILIO: Estará domiciliada en el centro de la ciudad de Huaquillas en la Avenida de la República entre Jambelí y Sucre.

g.4.1.3. CAPITAL SOCIAL: De acuerdo a lo establecido por la Ley de compañías, el capital estará conformado por las aportaciones de los socios y un monto mínimo por cada socio que será el capital social.

g.4.1.4. OBJETIVO SOCIAL: La empresa como tal, tendrá su objeto social en el lavado de prendas de vestir en seco para los habitantes de las parroquias urbanas de la población Económicamente Activa del Cantón Huaquillas,

g.4.1.5. PLAZO DE DURACIÓN: La empresa tendrá un plazo de duración de 5 años (de vida útil) a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil.

g.4.2. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

Los niveles administrativos cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la Ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos.

Se basa en la división del trabajo y delegación de funciones a los miembros de la empresa, lo cual se lo hará definiendo los niveles de la empresa y valiéndonos de los organigramas.

Existen en el presente los siguientes niveles administrativos:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo

Nivel legislativo.- Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. Y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas que en este caso vendrían hacer los socios. En la empresa constará con dos socias Ximena Tatiana Balcazar Suarez; y, Germania Elizabeth Quezada Romero.

Nivel Ejecutivo.- Este nivel es unipersonal y está representado por el Gerente quien es el responsable por el cumplimiento de las actividades impuestas por el Nivel Legislativo a la unidad bajo su mando.

El mismo que deberá Planificar, Orientar y Dirigir la Administración de la empresa, debiendo transmitir a los demás niveles auxiliares y operativos los programas y planes para su correcta ejecución. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad mas no responsabilidad. Está integrado por el Gerente Ing. Juan Pablo García

Nivel Asesor.-

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, economía, finanzas, técnica, contable industrial y mas áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica. En nuestro caso tendremos un asesor jurídico temporal Dr. Marco Rojas.

Nivel Auxiliar.-

Este nivel presta ayuda a los otros niveles administrativos en forma eficiente y oportuna, estos miembros son el apoyo logístico para el desarrollo de las actividades administrativas y operativas, este nivel estará conformado por la Secretaria-Contadora, quien será la encargada de llevar la contabilidad de la misma, la Licenciada María Torres Márquez.

Nivel Operativo.- Este nivel se describe al grupo de personas que laboran en la empresa y se encargan de la marcha operativa de la misma, este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo, En nuestro caso el nivel operativo estará integrado por: los obreros Antonio Guzmán Andrés Salas; José Guamán, y el vendedor- chofer Miguel Antonio Japón.

g.4.2.1. ORGANIGRAMAS

“Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad”³⁶

- **ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL:** Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa LAVAMATIC CLEANERS, pudiendo visualizarse cada uno de los departamentos o puestos que conforma la organización y poder determinar sus niveles jerárquicos
- **ORGANIGRAMA FUNCIONAL:** En este organigrama se presenta o se da a conocer las funciones más importantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos, puestos que conforman la estructura organizativa de la empresa LAVAMATIC CLEANERS

³⁶ Organización Aplicada, Víctor H. Vásquez 1985 pag. 122

- **ORGANIGRAMA POSICIONAL:** Su principal objetivo es mostrar el número de empleados/trabajadores que laboraran en cada uno de los departamentos y se indica su remuneración básica.

GRAFICO No. 40
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
EMPRESA LAVAMATIC CLEANERS

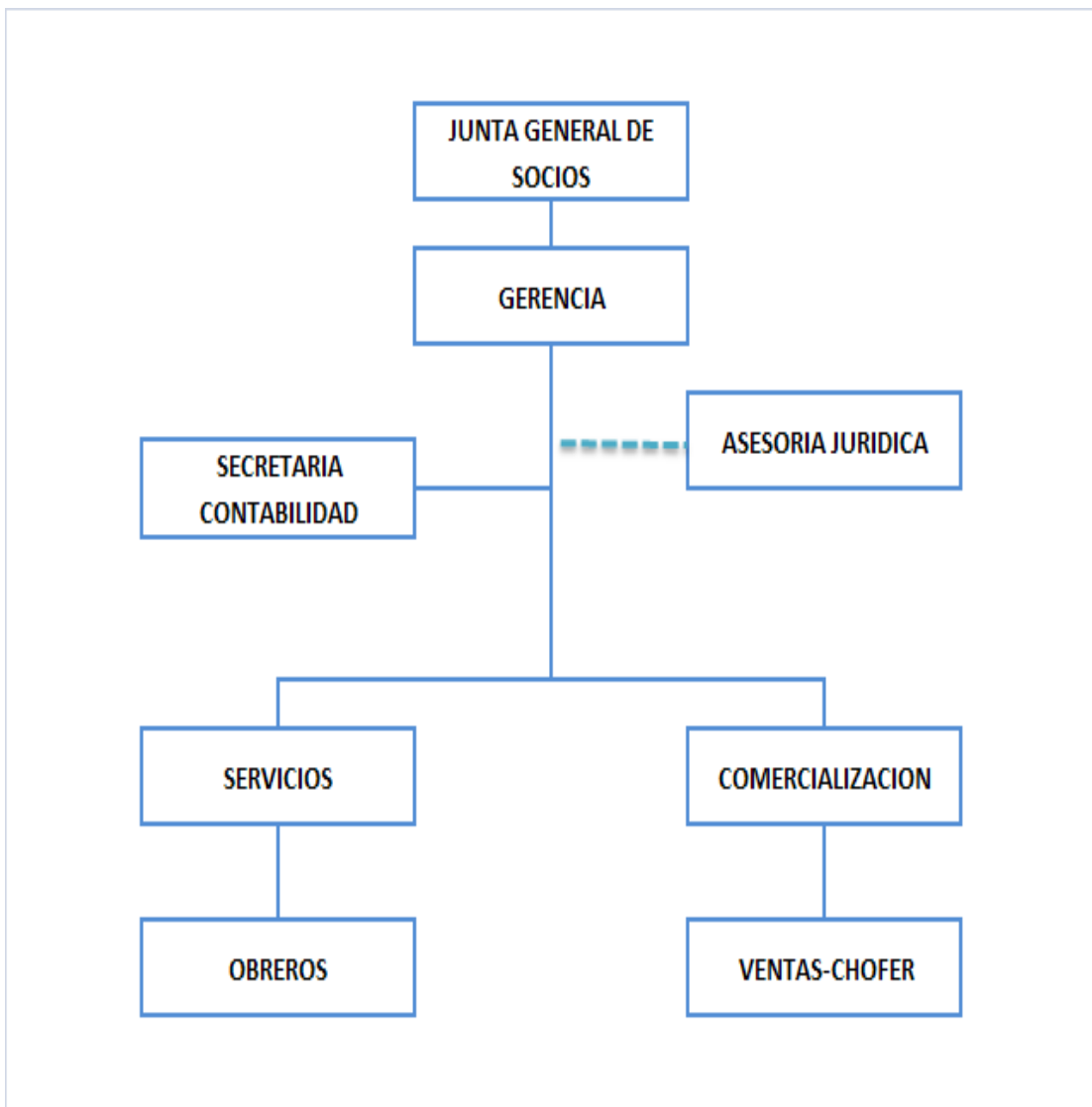
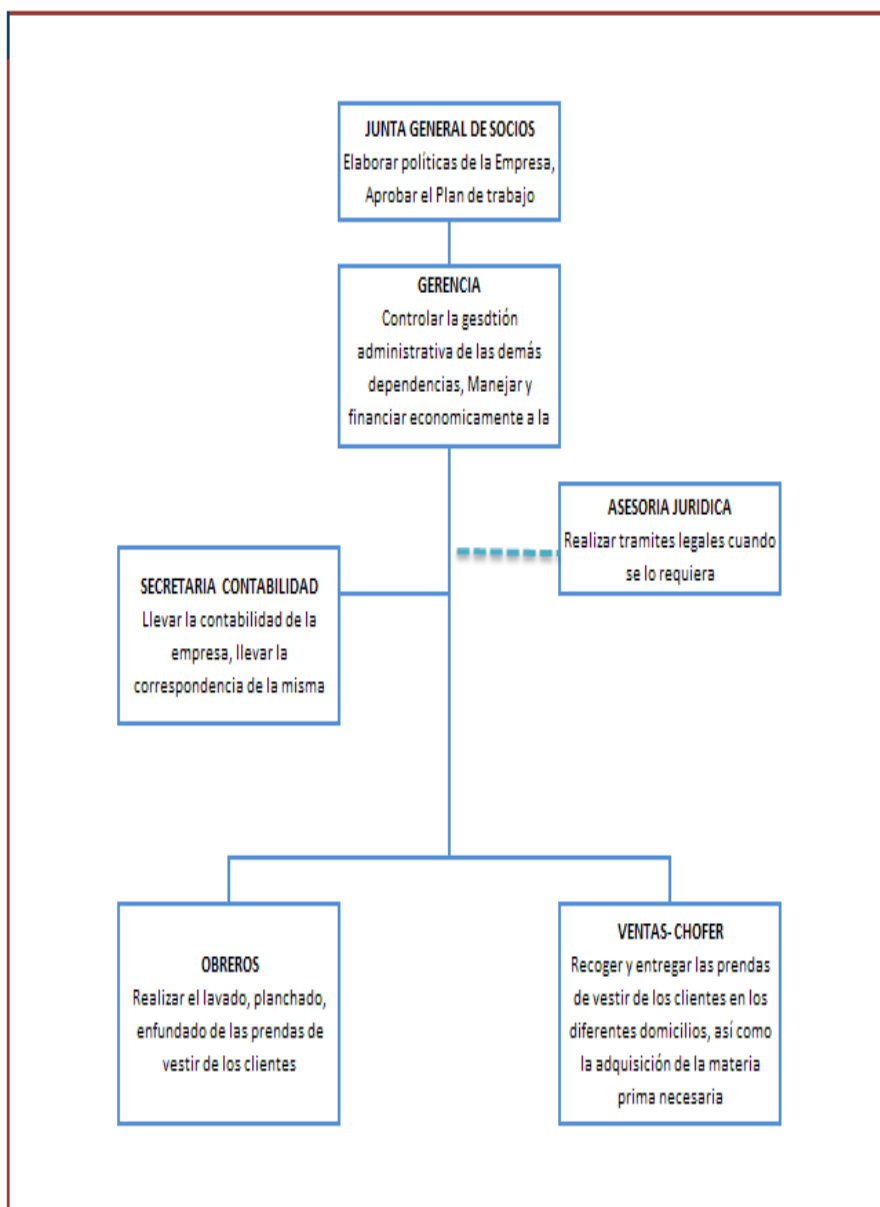
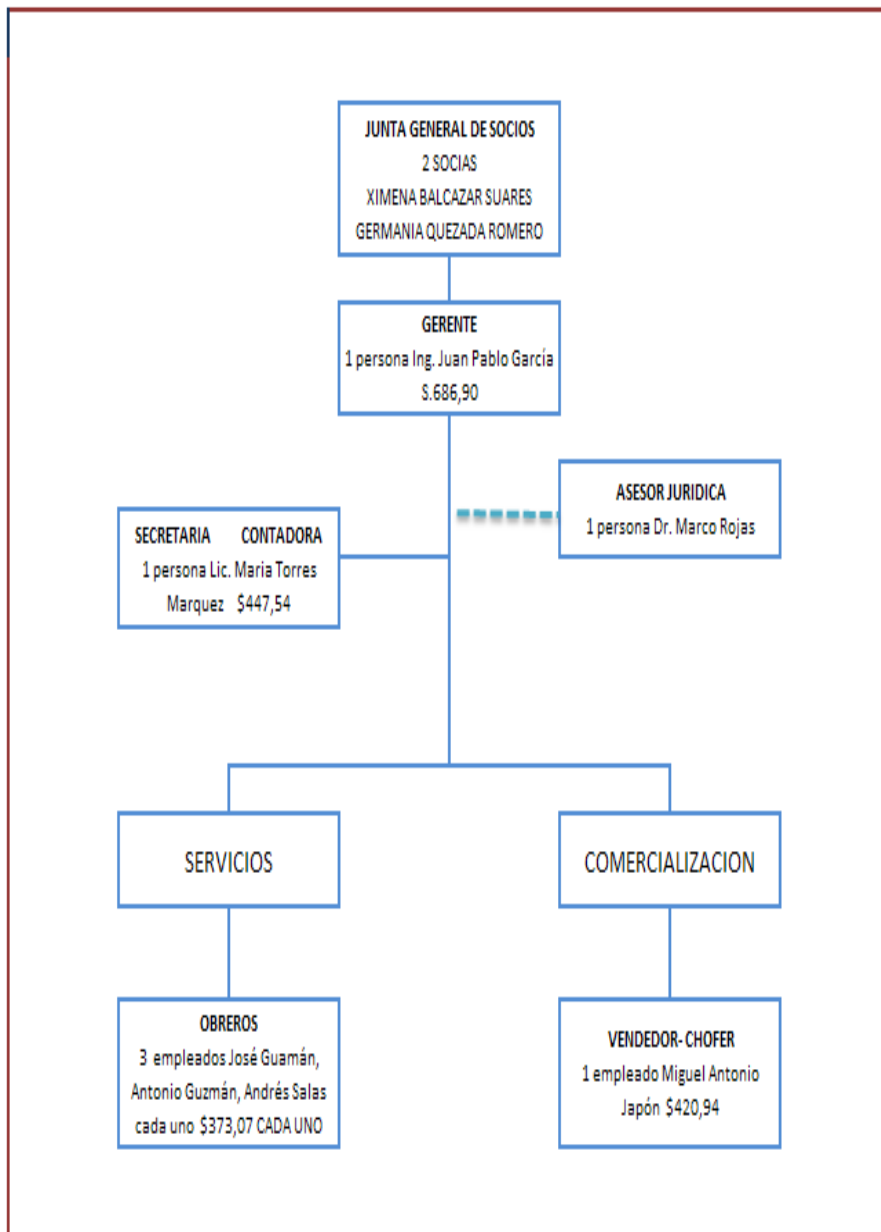


GRAFICO No. 41
ORGANIGRAMA FUNCIONAL
EMPRESA LAVAMATIC CLEANERS



**GRAFICO No. 42
ORGANIGRAMA POSICIONAL
EMPRESA LAVAMATIC CLEANERS**



g.4.3. MANUAL DE FUNCIONES

El Manual Funciones contiene información respecto de las tareas que debe cumplir cada puesto de trabajo, para facilitar el buen desenvolvimiento del personal para los distintos cargos de la empresa.

Las partes que lo integran son las siguientes:

Código

Título del puesto

Nivel Jerárquico

Naturaleza del trabajo

Funciones básica del puesto

Características de la clase

Requisitos mínimos.

<p>TITULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS NIVEL JERARQUICO: LEGISLATIVO DEPENDE: NADIEN SUPERVISA: GERENTE CODIGO: 001</p>
<p>NATURALEZA DE TRABAJO: Delinear y definir las normas, políticas y procedimientos de administración para la empresa</p>
<p>FUNCIONES TÍPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Definir las políticas generales de la empresa. – Verificar y evaluar los informes emitidos por gerencia, sobre la marcha de la empresa – Aprobar los documentos financieros y los balances anuales; al igual que el presupuesto de la empresa – Designar sus representantes y removerlos de conformidad con lo estipula en los estatutos y reglamentos internos de la empresa – Establecer las políticas de sueldos para todos los funcionarios y trabajadores que laboran en la empresa – Disponer sobre posibles endeudamientos con entidades crediticias para la empresa – Definir los lineamientos básicos sobre le reparto de utilidades
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ambiente: Agradable con ciertas presiones por los problemas que se presenten en la empresa – Generalmente en posición de sentado y con influencia de luz artificial – Seguridad: Condiciones generalmente seguras – Supervisar coordinar las actividades del personal bajo su mando actuando con independencia profesional
<p>REQUISITOS:</p> <p>EDUCACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Título Profesional – Cursos o niveles aprobados sobre planificación estratégica. <p>EXPERIENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Se socio de la empresa – Ser mayor de edad <p>APTITUDES:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Inteligencia, agilidad mental, Don de mando, gran iniciativa, capacidad para realizar sus funciones bajo presión, alto sentido de responsabilidad, habilidad con las relaciones humanas. – Excelente presencia y buenos modales. <p>RESPONSABILIDAD Responsable de la buena marcha administrativa y productiva de la empresa.</p> <p>CAPACITACIÓN: Gestión empresarial, Aptitudes emprendedoras y el proceso administrativo, principios y fundamentos de la administración de empresas, marketing estratégico, creadores y emprendedores de negocios.</p>

<p>TITULO DEL PUESTO: GERENTE NIVEL JERARQUICO: EJECUTIVO DEPENDE: JUNTA GENERAL DE SOCIOS SUPERVISA: TODO EL PERSONAL CODIGO: 002</p>
<p>NATURALEZA DE TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades administrativas y operativas que realizan en la empresa LAVAMATIC CLEANERS</p>
<p>FUNCIONES TÍPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Manejar y financiar económicamente a la empresa. - Cumplir con las disposiciones emanadas por la Junta General de Socios. - Representar Jurídica y Extra judicialmente a la empresa. - Dirigir la elaboración del Plan Operativo de la empresa, con el correspondiente presupuesto anual, a fin de ponerlo en consideración de la Junta General de Socios. - Nombrar y Contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del caso. - Tramitar ordenanzas, controlar cheques y más documentos que el reglamento lo disponga, autorizando y firmando para un correcto desenvolvimiento. - Informar por escrito a la Junta General de Accionistas sobre el desarrollo de las actividades y planificación de la empresa. - Dirigir las actividades administrativas y operativas de la empresa.
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ambiente: Agradable con ciertas presiones por los problemas que se presenten en la empresa - Generalmente en posición de sentado y con influencia de luz artificial - Seguridad: Condiciones generalmente seguras - Supervisar coordinar las actividades del personal bajo su mando actuando con independencia profesional
<p>REQUISITOS: EDUCACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título académico de Ingeniero Comercial - Cursos o niveles aprobados sobre planificación estratégica. <p>EXPERIENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un año mínimo en experiencias similares. <p>APTITUDES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inteligencia, agilidad mental, Don de mando, gran iniciativa, capacidad para realizar sus funciones bajo presión, alto sentido de responsabilidad, habilidad con las relaciones humanas. - Excelente presencia y buenos modales. <p>RESPONSABILIDAD Responsable de la buena marcha administrativa y productiva de la empresa. CAPACITACIÓN: Gestión empresarial, Aptitudes emprendedoras y el proceso administrativo, principios y fundamentos de la administración de empresas, marketing estratégico, creadores y emprendedores de negocios.</p>

<p>TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA NIVEL JERARQUICO: AUXILIAR-OPERATIVO DEPENDE: GERENTE SUPERVISA: Chofer, obreros CODIGO: 003</p>
<p>NATURALEZA DE TRABAJO: Llevar el sistema de contabilidad, es responsable por el manejo de los libros contables; Realiza las relaciones públicas, lleva el control de la comunicación de la empresa</p>
<p>FUNCIONES TIPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborar los estados financieros de la empresa, presupuestos, los formularios de ingresos, presentar informes contables, elaborar los libros contables, Flujo de caja, roles de pago, presentar las declaraciones al SRI, realizar los análisis financieros, registrar los ingresos, realizar ajustes económicos, seleccionar el software adecuado. - Receptar llamadas y pedidos, prepara las sesiones de trabajo, y redactarlas sesiones de trabajo. - Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa. - Registrar y redactar oficios, memorándums - Atender a los clientes - Preparar documentos para las reuniones de la Junta General de Socios.
<p>CARACTERISTICAS DE CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ambiente: Agradable con ciertas condiciones de presión por las funciones de su puesto. - Generalmente en posición de sentada y parara con influencia de luz artificial - Seguridad: Condiciones generalmente seguras
<p>REQUISITOS: EDUCACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Titulo de Licenciada en Contabilidad y Auditoría. <p>EXPERIENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un año de funciones afines. <p>APTITUDES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agilidad mental para cuentas, habilidad con las relaciones humanas - Excelente presencia y buenos modales. <p>RESPONSABILIDAD Responsable de los documentos de la empresa, dinero de la empres y las prendas de vestir de los clientes.</p> <p>CAPACITACIÓN: Contabilidad computarizada, cursos sobre programas contables actualizados, relaciones públicas y relaciones humanas.</p>

TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO NIVEL JERARQUICO: ASERORIA JURIDICA DEPENDE: JUNTA GENERAL DE SOCIOS Y GERENTE SUPERVISA: ----- CODIGO: 004
NATURALEZA DE TRABAJO: Mantiene asesoría jurídica en defensa de los intereses de la empresa.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> - Asesorar al ejecutivo y directivos de la empresa sobre asuntos de carácter legal. - Asesorar jurídicamente en asuntos relativos a procesos licitarlos, concursos de ofertas, precios y selección de firmas. - Participar en la junta general de socios. - Redactar contratos, convenios, cartas de compromiso, poderes, pagares y otros documentos legales que requiera la empresa.
CARACTERISTICAS DE CLASE: Este puesto se caracteriza por tener autoridad funcional, mas no de mando.
REQUISITOS: EDUCACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> - Título de Doctor en Jurisprudencia. EXPERIENCIA: <ul style="list-style-type: none"> - Dos años de funciones afines. CAPACITACIÓN: Actualización de leyes, relaciones públicas y relaciones humanas

TITULO DEL PUESTO: VENDEROR- CHOFER NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO DEPENDE: GERENTE, SECRETARIA SUPERVISA: ===== CODIGO: 006
NATURALEZA DE TRABAJO: Se encarga de traer y entregar las prendas de vestir de los clientes
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> - Recepción de las prendas de vestir a domicilio. - Entrega de las prendas de vestir a domicilio - Medir la satisfacción de los clientes. - Monitorear la fuerza del servicio. - Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia que le asigne Gerente general.
CARACTERISTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> - Requiere iniciativa permanente - Ambiente: Agradable con ciertas condiciones de presión por las funciones de su puesto - Seguridad: condiciones generalmente seguras
REQUISITOS: EDUCACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> - Chofer Profesional. EXPERIENCIA: <ul style="list-style-type: none"> - Un año de funciones afines. APTITUDES: <ul style="list-style-type: none"> - Agilidad Física para cumplir con los requerimientos del cargo - Buenos modales. - Proactivo, facilidad de palabra, trabajo en equipo. RESPONSABILIDAD Responsable de la recepción y entrega de las prendas de vestir a los clientes

TITULO DEL PUESTO: OBREROS NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO DEPENDE: GERENTE, SECRETARIA SUPERVISA: ===== CODIGO: 005
NATURALEZA DE TRABAJO: Realizar todo el proceso de lavado de prendas de vestir en seco, con responsabilidad y eficiencia.
FUNCIONES TIPICAS: <ul style="list-style-type: none"> - Recepción de prendas de vestir. - Registro de las prendas de vestir. - Etiquetado o codificación de las prendas de vestir. - Clasificación de las prendas. - Desmanchado de las prendas. - Lavado y secado en las máquinas. - Inspección de lavado. - Clasificación de prendas procesadas. - Planchado de las prendas. - Inspección de planchado de las prendas. - Doblado y Enfundado de las prendas. - Grapado de las facturas de las respectivas prendas por cliente. - Embodegado de las prendas.
CARACTERISTICAS DE CLASE: Responsables por todas las actividades y el proceso de lavado y planchado de ropa en seco, así mismos son responsables por todos los bienes económicos y productos existentes en esta área.
REQUISITOS: EDUCACIÓN: <ul style="list-style-type: none"> - Haber terminado la Primaria. - Cursos de relaciones humanas. EXPERIENCIA: <ul style="list-style-type: none"> - Tener conocimientos del lavado y planchado en seco. APTITUDES: <ul style="list-style-type: none"> - Ser responsable, eficiente, correcto y objetivo en las actividades que debe realizar RESPONSABILIDAD Responsable del cuidado de cada prenda. .

g.5. ESTUDIO FINANCIERO

Se llama estudio económico financiero por cuanto nos permite determinar en base a la información de los estudios anteriores, analizar y cuantificar las inversiones, es decir cuál será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cumplir nuestros objetivos. Esta determinación cuantitativa considera también los costos en que se incurrirá en la ejecución del proceso productivo.

Los datos obtenidos en esta etapa son de vital importancia para la financiación y evaluación del proyecto.

g.5.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

En esta parte del estudio se llega a cuantificar el monto total de las inversiones que se constituye por los fondos propios y externos de la empresa esto para realizar el proyecto, mismos que se clasifican en:

Inversiones en activos fijos, diferidos y circulantes o capital de trabajo.

Cabe especificar que los activos son todos los créditos bienes y derechos a favor de la empresa.

g.5.1.1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Son aquellos bienes tangibles que pertenecen a la empresa y que ayudan a llevar a cabo su actividad productiva y estos no varían hasta dentro de un determinado lapso de tiempo; la empresa “**LAVAMATIC CLEANERS**”, contara con los siguientes activos fijos, entre estos tenemos:

Maquinaria y equipo, herramientas, equipo de computación, equipo de oficina, muebles y enseres.

g.5.1.1.1. MAQUINARIA Y EQUIPO.- La maquinaria con su respectivo equipo que la empresa requiere para iniciar por primera vez con el proceso de prestación del servicio de lavado en seco son: 1 lavadora, 1 Caldero, 1 tanque hidroneumático, 1 bomba eléctrica, 1 ablandador de agua, 1 compresor de aire, y, 1 máquina de planchar. El costo de la maquinaria y equipo se la obtuvo mediante proformas e investigaciones en empresas locales, nacionales e internacionales que se dedican a la fabricación y venta de los mismos entre ellas tenemos:
(MARTINPEX, LAVANDERIAS ECUADOR, QUIMICALZEN Cía. Ltda.) Y cuya inversión asciende a un valor de \$ 23.300.00 dólares.

**Cuadro No. 45
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
LAVADORA	2	7.500,00	15.000,00
CALDERO	1	5.000,00	5.000,00
TANQUE HIDRONEUMÁTICO	1	250,00	250,00
BOMBA ELÉCTRICA	1	150,00	150,00
ABLANDADOR DE AGUA	1	150,00	150,00
COMPRESOR DE AIRE	1	250,00	250,00
MÁQUINA DE PLANCHAR	1	2.500,00	2.500,00
TOTAL			23.300,00

Fuente: Martinpex, Lavanderías Ecuador, Quimicazen Cia.

g.5.1.1.2. HERRAMIENTAS- la empresa “LAVAMATIC CLEANERS”, para funcionar necesita a más de la maquinaria y equipo, la ayuda de ciertas herramientas sin las cuales no podrá completarse el proceso para

la cual fue creada, las herramientas que necesita son: 2 planchas, 1 selladora, 1 pistola mecánica, 1 cepillo metálico, 1 caja de herramientas. El costo de la herramienta se la obtuvo mediante proformas e investigaciones en empresas locales que se dedican a la venta de los mismos y que es de \$ 525,00 dólares.

**Cuadro No. 46
HERRAMIENTAS**

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
PLANCHAS	UNIDAD	2	100,00	200,00
SELLADORA	UNIDAD	1	180,00	180,00
PISTOLA MECÁNICA	UNIDAD	1	80,00	80,00
CEPILLOS METÁLICOS	UNIDAD	1	15,00	15,00
CAJA DE HERRAMIENTAS	UNIDAD	1	50,00	50,00
			TOTAL	525,00

Fuente: Proformas (FERROMARCAS, ALMACÉN J.A. FLORES)

g.5.1.1.3. EQUIPO DE COMPUTACIÓN.- Al equipo de computación lo conforman todos los equipos que se necesita para el área administrativa y de Ventas, “**LAVAMATIC CLEANERS**”, necesitará de 1 computador con sus respectivos componentes, mismas que serán adquiridas en “V & A” y cuyo valor unitario es de \$750,00. Además se comprará nuevos equipos en el cuarto año es decir se hará reposición mediante reinversión en este rubro por el valor de \$ 1.000,00

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

INVERSIÓN INICIAL

Cuadro No. 47

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTO	1	750	750
TOTAL			750

Fuente: V&A

Cuadro No. 48
REINVERSIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTO	1	1000	1000
TOTAL			1000

Fuente: V&A

g.5.1.1.4. EQUIPO DE OFICINA.- Las actividades administrativas que apoyan a la producción deben ser ejecutadas con herramientas que permitan acelerar el proceso, es por ello que “**LAVAMATIC CLEANERS**”, con el objetivo de brindar un buen servicio necesita la ayuda de 1 calculadora, 1 teléfono, 1 perforadora, 1 grapadora, para lo cual se invertirá el valor de \$85,00 dólares.

Cuadro No. 49
EQUIPOS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CALCULADORA	1	25,00	25,00
TELÉFONO	1	55,00	55,00
PERFORADORA	1	2,50	2,50
GRAPADORA	1	2,50	2,50
TOTAL			85,00

FUENTE: Almacenes Gumac

g.5.1.1.5.. MUEBLES Y ENSERES.- La empresa adquirirá muebles y enseres

necesarios para el equipamiento de la planta para las actividades tanto de administración como de producción.

“**LAVAMATIC CLEANERS**”, necesitará para la parte administrativa: 2 escritorios, 2 sillas giratorias, 1 archivadores; y el área de producción: 1 archivador, 1 mesa de etiquetado, 1 ordenadores de ropa procesada; y adicional a estos departamentos necesita un juego de 6 sillas para la sala de espera y un ropero, para esto requiere una inversión de \$ 920.00 dólares.

**Cuadro No. 50
MUEBLES Y ENSERES**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ESCRITORIO TIPO GERENTE	1	150	150
SILLÓN TIPO GERENTE	1	70	70
ESCRITORIO TIPO	1	150	150
SILLA GIRATORIA	1	50	50
SILLAS DE ESPERA	6	10	60
ARCHIVADORES	1	70	70
ROPERO	1	150	150
MESA DE ETIQUETADO	1	70	70
ORDENADORES DE ROPA	1	150	150
TOTAL			920

FUENTE: Almacenes Gumac

**Cuadro No. 51
VEHÍCULO**

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
VEHICULO (FURGONETA)	1	4.400.00	4.400.00
TOTAL			4.400.00

Fuente: feria de carros

**Cuadro No. 52
RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	COSTO
MAQUINARIA Y EQUIPO	23.300,00
HERRAMIENTAS	525,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	750
EQUIPO DE OFICINA	85,00
MUEBLES Y ENCERES	920
VEHÍCULO	4400
TOTAL	29.980,00

Fuente: Cuadros No. 45 al 51

DEPRECIACIONES

Los activos sufren desgaste por el uso que se les da, su valor disminuye mediante las depreciaciones.

Cuadro No. 53

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS					
ACTIVOS	VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN	COSTO	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL
MAQUINARI	10	10%	23.300,00	2.097,00	2.330,00
HERRAMIEN	10	10%	525,00	47,25	52,50
1º EQUIPO	3	33,33%	750,00	166,68	249,98
2º EQUIPO	3	33,33%	1.000,00	222,23	333,30
EQUIPO DE	10	10%	85,00	7,65	8,50
MUEBLES Y	10	10%	920,00	82,80	92,00
VEHÍCULO	5	20%	4.400,00	704,00	880,00
TOTAL ANUAL			30.980,00	3.327,61	3.946,28

g.5.1.2 INVERSIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS

Son todos los activos intangibles, susceptibles de amortizar la conforman los gastos realizados en el estudio del proyecto, los gastos de organización, gastos legales, permisos, asistencia técnica, gastos

preparativos de instalación y puesta en marcha, contrato de servicios básicos, estudios administrativos, capacitación al personal etc., el estudio del proyecto asciende a un monto de \$7.850,00 dólares.

**Cuadro No. 54
INVERSIONES DE ACTIVOS DIFERIDOS**

ESPECIFICACIÓN	COSTO TOTAL
ESTUDIO DEL PROYECTO	1.000,00
INSTALACIÓN DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO	1.000,00
GASTOS LEGALES	200,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	300,00
ADECUACIÓN DEL LOCAL	1.000,00
CAPACITACIÓN AL PERSONAL	500,00
GASTOS ORGANIZACIÓN	450,00
LINEA TELEFONICA	200,00
OTROS GASTOS	200,00
TOTAL	4.850,00

Fuente: Instituciones del cantón Huaquillas

g.5.1.3- CAPITAL DE OPERACIÓN

En seco.- Para un mes, lavando 6.240 prendas de vestir en seco, se requiere:

g.5.1.3.1. COSTO DE PRODUCCIÓN

g.5.1.3.1.1. MATERIA PRIMA DIRECTA³⁷.- El costo de producción ayuda a determinar el valor de prestación del servicio, que interviene directamente en el servicio ofrecido.

³⁷ <http://www.tintoreriaylavanderia.com/tintoreria/prolav/675-futuro-del-lavado-en-seco.html>

La materia prima directa son los insumos que forman parte del servicio ofrecido, en nuestro caso sería: el detergente, CO2, Disolvente (percorimetro), mismos que hacen factible el proceso del servicio exclusivo de lavado en seco y cuya inversión haciende a un costo mensual de 4.758,62 dólares mensuales, esto en un año corresponde a 57.103,49 dólares.

**Cuadro No. 55
MATERIA PRIMA DIRECTA**

REQUERIMIENTOS POR CADA 2 PRENDAS			74880 PRENDAS		
DENOMINACIÓN	CANTIDADES		74880 Prendas/2	CANTIDADES	
Detergente	0,006	litros	37440	225	litros
Emisiones de CO2	0,3	kg	37440	11232	kg
Disolvente	0,003	litros	37440	112	litros

CUADRO No. 56

DENOMINACIÓN	CANTIDADES		COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Detergente	225	litros	3,2	718,85
Emisiones de CO2	11232	kg	5	56160,00
Disolvente	112	litros	2	224,64
TOTAL ANUAL				57.103,49
TOTAL MENSUAL				4.758,62

Fuente: Proformas (INEOS. AWILSON GO PRODUCTS)

g.5.1.3.1.2. MATERLES INDIRECTOS.- Son todos los insumos indirectos que se utilizará para el proceso de generación del servicio de lavado en seco, entre ellos tenemos: etiquetas, armadores, fundas plásticas e hilos, cuya inversión mensual es de \$1435,20 dólares.

Cabe resaltar que a estos materiales los concebimos como materiales indirectos ya que son quienes ayudan a que se pueda cumplir el proceso de prestación del servicio, así tenemos que las etiquetas e hilos se los utiliza para la codificación de las prendas esto para que las mismas no se confundan con las demás piezas, y luego de esto pasen a ser desmanchadas si lo necesitan e inmediatamente se las traslade a ser lavadas y planchadas, para luego ponerlas en los respectivos armadores, sean enfundadas; con esto darles un buen cuidado y presentación al momento de la entrega al cliente.

**Cuadro No. 57
MATERIALES INDIRECTOS**

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ETIQUETAS	UNIDADES	74.880	0,03	2.246,40
ARMADORES	UNIDADES	74.880	0,08	5.990,40
FUNDAS PLASTICAS	UNIDADES	74.880	0,12	8.985,60
TOTAL ANUAL				17.222,40
TOTAL MENSUAL				1.435,20

Fuente: Comercial Jimbo

g.5.1.3.1.3. MANO DE OBRA DIRECTA.- Son las personas que están directamente involucrados en la prestación del servicio exclusivo de lavado en seco, para ello se contará con 3 Obreros y se tendrá un rubro donde se registrará el pago de sueldos, y tiene un costo mensual de \$ 1.119,20 dólares.

Cuadro No. 58

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

DENIMINACIÓN	OBRERO
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	264,00
DÉCIMO TERCERO 1/12	22,00
DÉCIMO CUARTO SBU/12	22,00
VACACIONES 1/24	11,00
APORTE PATRONAL 12.15%	32,08
FONDO DE RESERVA SBU*8,33%	21,99
TOTAL	373,07
Nº DE OBREROS	3
TOTAL MENSUAL	1.119,20
TOTAL ANUAL	13.430,42

Fuente: La Tablita Tributaria 2011

g.5.1.3.2. CARGA FABRIL. Lo constituyen todos los recursos básicos e indispensables para poder brindar el servicio e intervienen directamente desde el inicio del proceso hasta obtener el servicio final entre ellos tenemos: energía eléctrica para lo cual se necesita una inversión de \$100.00, agua potable con una inversión de 21,58

**Cuadro No. 59
ENERGÍA ELÉCTRICA**

REQUERIMIENTO CADA 2 PRENDAS		74880 PRENDAS			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	74.880 Prendas/2	Requerimiento / CANTIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Energía	0,54 kw	37440	20218	0,012	242,61
TOTAL MENSUAL					242,61
TOTAL ANUAL					2.911,33

Fuente: CNEL

**Cuadro No. 60
AGUA**

REQUERIMIENTO CADA 2 PRENDAS		74880 PRENDAS			
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	74.880 Prendas/2	Requerimiento / CANTIDADES	COSTO UNITARIO	VALOR TOTAL
Agua	0,7 litros	37440	26208	0,001	26,21
TOTAL MENSUAL					26,21
TOTAL ANUAL					314,50

Fuente: Municipio de Huaquillas – Departamento de Cobranzas

Cabe resaltar que para el lavado en seco se necesita un consumo mínimo para la generación del vapor.

Cuadro No. 61

RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	COSTO
MATERIA PRIMA DIRECTA	4758,62
MATERIALES INDIRECTOS	1435,20
MANO DE OBRA DIRECTA	1119,20
CARGA FABRIL (energía eléctrica y agua)	268,82
TOTAL MENSUAL	7581,84

FUENTE: Cuadros del 55 al 60

g.5.1.3.3. GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

g.5.1.3.3.1. REMUNERACION DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO.-

La empresa contará con 3 administrativos, el Gerente, la Secretaria-Contadora, y, un Chofer -Vendedor para lo cual se necesita una inversión de \$dólares mensuales.

Cuadro No. 62

RESUMEN PERSONAL ADMINISTRATIVO

DENOMINACIÓN	GERENTE	SECRETARIA - CONTADORA
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	500,00	320,00
DÉCIMO TERCERO 1/12	41,67	26,67
DÉCIMO CUARTO SBU/12	22,00	22,00
VACACIONES 1/24	20,83	13,33
APORTE PATRONAL 12.15%	60,75	38,88
FONDO DE RESERVA SBU*8,33%	41,65	26,66
TOTAL	686,90	447,54
Nº DE EMPLEADOS	1	1
TOTAL MENSUAL	686,90	447,54
TOTAL ANUAL	8.242,80	5.370,43

Fuente: La Tablita Tributaria 2011

g.5.1.3.3.2. SERVICIOS BÁSICOS.- En este rubro se ubica el valor proporcional correspondiente a la actividad administrativa de la empresa, para lo cual se necesita un costo mensual de \$40,00 dólares para la energía eléctrica y un costo de \$16,00 para el servicio telefónico, esto es un costo total por servicios básicos de \$56,00.

Cuadro No. 63

ENERGÍA ELÉCTRICA

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ENERGÍA ELÉCTRICA	KW/h	100	0,04	40,00
TOTAL MENSUAL				40,00
TOTAL ANUAL				480,00

Fuente: CNEL

Cuadro No. 64

TELÉFONO

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TELÉFONO	MINUTO	800	0,02	16,00
TOTAL MENSUAL				16,00
TOTAL ANUAL				192,00

Fuente: CONATEL

g.5.1.3.3.3. ÚTILES DE LIMPIEZA Y ASEO.- Estos permiten realizar la limpieza de las instalaciones de toda la empresa para lo cual se requiere una inversión de \$ 15.10 dólares mensuales.

Cuadro No. 65

ÚTILES DE LIMPIEZA Y ASEO

Denominación	Unidad	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escoba	Unidad	1	2	2,00
Recolector de Basura	Unidad	2	2,5	5,00
Franelas	Metros	3	1,5	4,50
Crema de Limpieza	Kilo	1	3,6	3,60
TOTA MENSUAL				15,10
TOTAL ANUAL				181,2

FUENTE: Comercial Jimbo
ELABORACIÓN: Las Autoras

g.5.1.3.3.4. SUMINISTROS DE OFICINA.- Los suministros de oficina ayudan a la parte administrativa y al departamento de recepción y entrega de prendas a cumplir con sus actividades diarias para este rubro se requerirá una inversión de \$112.50 dólares mensuales.

Cuadro No. 66

SUMINISTROS DE OFICINA

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ROLLO DE PAPEL	PAQUETE	1	4,5	4,5
NOTAS DE VENTA	LIBRETINES	10	2,5	25
FACTURAS	LIBRETINES	5	2,5	12,5
LÁPIZ	UNIDAD	6	0,25	1,5
ESFEROS	UNIDAD	6	0,25	1,5
GRAPAS	CAJAS	2	0,25	0,5
TINTA DE IMPRESIÓN	UNIDAD	3	2,5	7,5
TOTAL MENSUAL				53,00
TOTAL ANUAL				636,00

FUENTE: Almacenes de Huaquillas

CUADRO No. 67

ARRIENDO DEL LOCAL

DENOMINACIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ARRIENDO DE LOCAL	MENSUAL	1	400,00	600,00
TOTAL MENSUAL				600,00
TOTAL ANUAL				7.200,00

FUENTE: Sr. Antonio Torres

**Cuadro No. 68
RESUMEN GASTOS DE ADMINISTRACIÓN**

DESCRIPCIÓN	COSTO
REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO	1.134,44
SERVICIOS BÁSICOS	56,00
SUMINISTROS DE OFICINA	53,00
ARRIENDO DEL LOCAL	600,00
UTILES DE LIMPIEZA Y ASEO	15,10
TOTAL	1.858,54

g.5.1.3.4. GASTOS DE VENTAS

g.5.1.3.4.1. PUBLICIDAD.- Toda empresa requiere de publicidad y propaganda para hacerse conocer en el mercado, es por ello que con el objetivo de hacerles conocer a las familias Huaquillense de la existencia de la Empresa “**LAVAMATIC CLEANERS**”, requerimos de spots publicitarios, mismos que serán anunciados 4 veces al día durante los 30 días del mes por Radio, además hojas volantes, y anuncios en el diario correo.

**Cuadro No. 69
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Radio	24	2	48,00
Hojas Volantes	2000	0,02	40,00
Diario	30	1	30,00
Total Mensual			118,00
Total Anual			1416,00

FUENTE: radios, periódico e imprentas

Cuadro No. 70

PERSONAL DE VENTAS

DENOMINACIÓN	VENDEDOR CHOFER
SUELDO BÁSICO UNIFICADO	300,00
DÉCIMO TERCERO 1/12	25,00
DÉCIMO CUARTO SBU/12	22,00
VACACIONES 1/24	12,50
APORTE PATRONAL 12.15%	36,45
FONDO DE RESERVA SBU*8,33%	24,99
TOTAL	420,94
No. de Empleados	1
TOTAL MENSUAL	420,94
TOTAL ANUAL	5.051,28

Fuente: La Tablita Tributaria 2011

Cuadro No. 71

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

CUADRO DE INVERSIONES		
DESCRPCIÓN	COSTO	INVERSIÓN
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS		
MAQUINARIA Y EQUIPO	23.300,00	
HERRAMIENTAS	525,00	
EQUIPOS DE COMPUTO	750	
EQUIPOS DE OFICINA	85,00	
MUEBLES Y ENCERES	920	
VEHÍCULO	4400	
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS		29.980,00
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS		
ESTUDIOS PRELIMINARES	4.850,00	
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS		4.850,00
CAPITAL DE OPERACIÓN (DE TRABAJO)		
CAPITAL DE OPERACIÓN		
MATERIA PRIMA DIRECTA	4.758,62	
MATERIALES INDIRECTOS	1.435,20	
MANO DE OBRA DIRECTA	1.119,20	
CARGA FABRIL	268,82	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN		7.581,84
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
REMUNERACIÓN AL PERSONAL ADMINISTRATIVO	1.134,44	
SERVICIOS BÁSICOS	56,00	
SUMINISTROS DE OFICINA	53,00	
ARRIENDO DEL LOCAL	600,00	
UTILES DE LIMPIEZA Y ASEO	15,10	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		1.858,54
GASTOS EN VENTAS		
PUBLICIDAD	118,00	
PERSONAL DE VENTAS	420,94	
TOTAL GASTOS EN VENTAS		538,94
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		9.979,32
TOTAL DE LA INVERSIÓN		44.809,32

g.5.1.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El financiamiento del proyecto explica la conveniencia o la manera de cómo va a originarse los recursos, para cada uno de los rubros de las inversiones.

La empresa “**LAVAMATIC CLEANERS**” se financiará con fuentes internas y externas de financiamiento, mismas que son explicadas a continuación:

g.5.1.2.1. FUENTES INTERNAS: Para el presente proyecto la inversión interna será cubierta por los socios cuyo monto es; \$ 10.809,32 centavos de dólar

g.5.1.2.2. FUENTES EXTERNAS: En vista de que la inversión total prevista tiene un valor elevado ya que la maquinaria que se requiere para crear la empresa de servicio de lavado seco es muy costosa, necesitamos financiamos con un crédito, esto para poner en marcha el presente proyecto; por lo que hemos decidido recurrir a un crédito en el B.N.F el préstamo será por un valor de \$ 34.000.00 con un plazo de cinco años y con una tasa de interés anual de 11.28%.

Cuadro No. 72

FINANCIAMIENTO	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
FINANCIAMIENTO EXTERNO	34.000,00	76%
FINANCIAMIENTO INTERNO	10.809,32	24%
TOTAL	44.809,32	100%

Cuadro No. 73

AMORTIZACIÓN DE ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VALOR DEL ACTIVO DIFERIDO	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	4.850,00	970	3.880,00
2	3.880,00	970	2.910,00
3	2.910,00	970	1.940,00
4	1.940,00	970	970,00
5	970,00	970	0,00

g.5.1.2.3. AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

En vista de que la inversión total prevista tiene un valor elevado ya que la maquinaria que se requiere para crear la empresa de servicio de lavado en seco es muy costosa.

Necesitamos financiar con un crédito para poner en marcha el presente proyecto por lo que hemos decidido recurrir a un crédito al Banco de Nacional de Fomento el préstamo será por un valor de \$ 34.000.00 con un plazo de cinco años y con una tasa de interés anual del 11.28% el pago será semestralmente.

**Cuadro No. 74
AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO**

CAPITAL: 34.000,00		PAGO: SEMESTRAL		
INTERÉS: 11,28 %				
TIEMPO: 5 AÑOS				
SEMESTRES	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	CAPITAL RED
0				34.000,00
1	3.400,00	1.917,60	5.317,60	30.600,00
2	3.400,00	1.725,84	5.125,84	27.200,00
3	3.400,00	1.534,08	4.934,08	23.800,00
4	3.400,00	1.342,32	4.742,32	20.400,00
5	3.400,00	1.150,56	4.550,56	17.000,00
6	3.400,00	958,80	4.358,80	13.600,00
7	3.400,00	767,04	4.167,04	10.200,00
8	3.400,00	575,28	3.975,28	6.800,00
9	3.400,00	383,52	3.783,52	3.400,00
10	3.400,00	191,76	3.591,76	0

g.5.2. DETERMINACIÓN DE COSTOS

La determinación de costos surge como consecuencia lógica y fundamental del propio estudio técnico, ya que el estudio permitirá estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios, con lo cual se estará determinando la cantidad de recursos- -monetarios que exige el proyecto en su vida útil.

g.5.2.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Para determinar el costo total de producción se debe considerar todos los elementos del costo que son: $\text{Costo Total} = \text{Costo de Producción} + \text{Costo de Operación}$.

$\text{Costo Total} = \text{Costo de Producción} + \text{Gastos de Administración} + \text{Gastos de Ventas} + \text{Gastos Financieros} + \text{Otros Gastos}$.

Cuadro No. 75

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS CINCO AÑOS					
COSTO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MATERIA PRIMA DIRECTA	57.103,49	58.816,59	60.581,09	62.398,52	64.270,48
MATERIALES INDIRECTOS	17.222,40	17.739,07	18.271,24	18.819,38	19.383,96
MANO DE OBRA DIRECTA	13.430,42	14.773,46	16.250,81	17.875,89	19.663,48
CARGA FABRIL	3.225,83	3.322,61	3.422,28	3.524,95	3.630,70
DEPREC. DE MAQUINARIA Y EQUIPO	2.097,00	2.097,00	2.097,00	2.097,00	2.097,00
DEPREC. DE HERRAMIENTAS	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25
DEPREC. DE EQUIPO DE COMPUTO	166,68	166,68	166,68	222,23	222,23
DEPREC. DE VEHÍCULO	704,00	704,00	704,00	704,00	704,00
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO	93.997,06	97.666,66	101.540,35	105.689,23	110.019,10
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO	13.613,23	14.974,56	16.472,01	18.119,21	19.931,13
SERVICIOS BÁSICOS	672,00	692,16	712,92	734,31	756,34
SUMINISTROS DE OFICINA	636,00	655,08	674,73	694,97	715,82
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENCERES	82,80	82,80	82,80	82,80	82,80
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA	7,65	7,65	7,65	7,65	7,65
ARRIENDO DEL LOCAL	7.200,00	7.416,00	7.638,48	7.867,63	8.103,66
UTILES DE LIMPIEZA Y ASEO	181,20	186,64	192,24	198,00	203,94
AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	970,00	970,00	970,00	970,00	970,00
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	23.362,88	24.984,88	26.750,83	28.674,59	30.771,35
GASTOS EN VENTAS					
PUBLICIDAD	1.416,00	1.458,48	1.502,23	1.547,30	1.593,72
PERSONAL DE VENTAS	5.051,28	5.556,41	6.112,05	6.723,25	7.395,58
TOTAL GASTOS EN VENTAS	6.467,28	7.014,89	7.614,28	8.270,56	8.989,30
GASTOS FINANCIEROS					
INTERÉS	3.643,44	2.876,40	2.109,36	1.342,32	575,28
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	3.643,44	2.876,40	2.109,36	1.342,32	575,28
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	33.473,60	34.876,17	36.474,48	38.287,46	40.335,93
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	127.470,66	132.542,83	138.014,83	143.976,69	150.355,04

g.5.2.2.COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Cuadro No. 76

AÑOS	UNIDADES A PRODUCIR	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO
1	49.129	127.470,66	2,59
2	54.588	132.542,83	2,43
3	60.653	138.014,83	2,28
4	67.392	143.976,69	2,14
5	74.880	150.355,04	2,01

Para determinar el costo unitario de cada denominación procedemos a dividir los costos anuales de producción para las unidades a producir, entonces tenemos que el costo unitario por cada prenda es de 2.59 dólares para el primer año, disminuyendo año a año llegando a ser el costo unitario de 2,01 dólares el quinto año de vida útil.

g.5.2.3. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Cuadro No. 77

AÑOS	UNIDADES A PRODUCIR	COSTO TOTAL	COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA
1	49.129	127.470,66	2,59	3,0
2	54.588	132.542,83	2,43	3,0
3	60.653	138.014,83	2,28	3,1
4	67.392	143.976,69	2,14	3,1
5	74.880	150.355,04	2,01	3,1

Una vez determinado el costo unitario, realizamos el cálculo del precio de venta del servicio, se considera un porcentaje de utilidad que para el caso

de la empresa es del 15% para el primer año con un incremento anual del 10% llegando al 55% de utilidad el 5 año debido a la disminución de los costos de producción.

Es así que el precio de introducción será de 3,00 dólares por prenda en el primer año.

g.5.2.4.PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para determinar cuáles son las ventas anuales multiplicamos la producción de anual por el precio unitario.

Cuadro No. 78

PRESUPUESTO DE INGRESOS

PRESUPUESTO DE INGRESOS			
AÑO	PRODUCCIÓN	PRECIO DE VENTA	INGRESOS POR VENTAS ANUALES
1	49.129	3,0	146.591,26
2	54.588	3,0	165.678,53
3	60.653	3,1	186.320,02
4	67.392	3,1	208.766,20
5	74.880	3,1	233.050,31

g.5.2.5. CLASIFICACION DE LOS COSTOS

g.5.2.5.1. COSTOS FIJOS.- Estos costos no se relacionan con los niveles de producción, es decir son valores que se deben cubrir independientemente de si hay o no producción.

g.5.2.5.2. COSTOS VARIABLES.- Son aquellos que varían con la cantidad producida. Se refiere a gastos que intervienen directamente en el proceso, por ejemplo la energía, agua y las materias primas.

g.5.2.5.3. COSTO TOTAL- Es la sumatoria de costo fijo total y costo variable total.

Cuadro No. 79

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS					
REMUNERACIÓN PERSONAL ADMINISTRATIVO	13.613,23	14.974,56	16.472,01	18.119,21	19.931,13
SERVICIOS BÁSICOS	672,00	692,16	712,92	734,31	756,34
ARRIENDO	7.200,00	7.416,00	7.638,48	7.867,63	8.103,66
SUMINISTROS DE OFICINA	636,00	655,08	674,73	694,97	715,82
UTILES DE LIMPIEZA Y ASEO	181,20	186,64	192,24	198,00	203,94
PUBLICIDAD	1.416,00	1.458,48	1.502,23	1.547,30	1.593,72
MANO DE OBRA DIRECTA	13.430,42	14.773,46	16.250,81	17.875,89	19.663,48
PERSONAL DE VENTAS	5.051,28	5.556,41	6.112,05	6.723,25	7.395,58
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO	970,00	970,00	970,00	970,00	970,00
INTERESES	3.643,44	2876,4	2109,36	1342,32	575,28
DEP. MUEBLES Y ENSERES	82,80	82,80	82,80	82,80	82,80
DEP. EQUIPO DE COMPUTO	166,68	166,68	166,68	222,23	222,23
DEP. EQUIPO DE OFICINA	7,65	7,65	7,65	7,65	7,65
DEP. MAQUINARIA Y EQUIPO	2.097,00	2.097,00	2.097,00	2.097,00	2.097,00
DEP. DE HERRAMIENTAS	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25
DEP. DE VEHICULO	704,00	704,00	704,00	704,00	704,00
TOTAL COSTO FIJO	49.918,95	52.664,56	55.740,21	59.233,83	63.069,89
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA DIRECTA	57.103,49	58.816,59	60.581,09	62.398,52	64.270,48
MATERIALES INDIRECTOS	17.222,40	17.739,07	18.271,24	18.819,38	19.383,96
CARGA FRAGIL	3.225,83	3.322,61	3.422,28	3.524,95	3.630,70
TOTAL COSTO VARIABLE	77.551,72	79.878,27	82.274,62	84.742,86	87.285,14
COSTO TOTAL PRODUCCION	127.470,66	132.542,83	138.014,83	143.976,69	150.355,04

g.5.2.5.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

Al punto de equilibrio se lo define como el punto de balance entre ingresos y egresos, mismo que determina el volumen de ventas que se debe alcanzar con un producto hasta que la empresa llegue al punto de equilibrio, es decir que no tenga ni pérdidas ni ganancias, en otras

palabras es una técnica útil que sirve para estudiar las relaciones entre los costos fijos, variables y los beneficios.

Una de las ventajas de realizar el análisis del punto de equilibrio es que nos permite conocer la capacidad mínima con la que debe operar la maquinaria por lo que si se trabaja con un porcentaje menor al resultado, la empresa registraría pérdidas más no utilidades.

Para realizar el cálculo del punto de equilibrio es necesario realizar la clasificación de los costos.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

En función de la capacidad calculada:

$$Pe = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$Pe = \frac{49.918,95}{146.591,26 - 77.551,72} * 100$$

$$Pe = \frac{49.918,95}{69.039,54} * 100$$

$$Pe = 72,30\%$$

Al trabajar al 72,30% de la capacidad instalada no se obtienen ni pérdidas, ni ganancias, es decir está en equilibrio.

En función de ventas:

$$Pe = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$Pe = \frac{49.918,95}{1 - \frac{77.551,72}{146.591,26}}$$

$$Pe = \frac{49.918,95}{0,470966277}$$

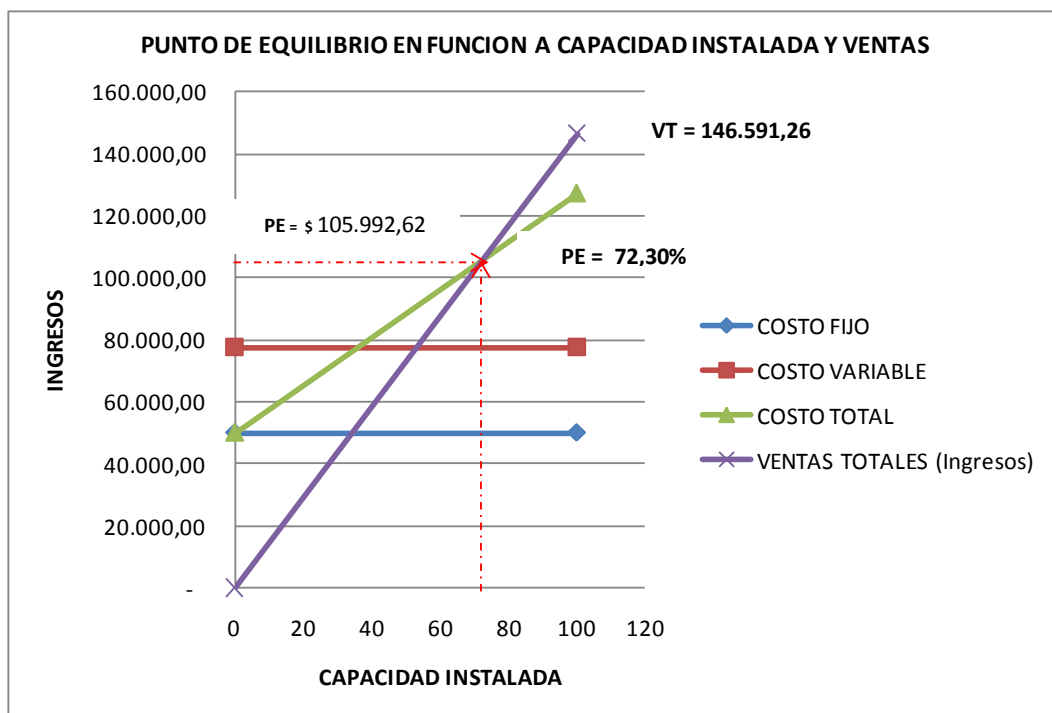
$$Pe = \$105.992,62$$

Si los ingresos en el primer año son de \$ 105.992,62 dólares la empresa se encuentra en equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

EN FUNCIÓN DE VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA

GRÁFICO No 35



CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

En función de la capacidad instalada:

$$Pe = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$Pe = \frac{63.069,89}{233.050,31 - 87.285,14} * 100$$

$$Pe = \frac{63.069,89}{145.765,17} * 100$$

$$Pe = 43,27\%$$

Al trabajar al 43,27% de la capacidad instalada no se obtienen ni pérdidas, ni ganancias, es decir está en equilibrio.

En función de ventas:

$$Pe = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$Pe = \frac{63.069,89}{1 - \frac{87.285,14}{233.050,31}}$$

$$Pe = \frac{63.069,89}{0,6254665535}$$

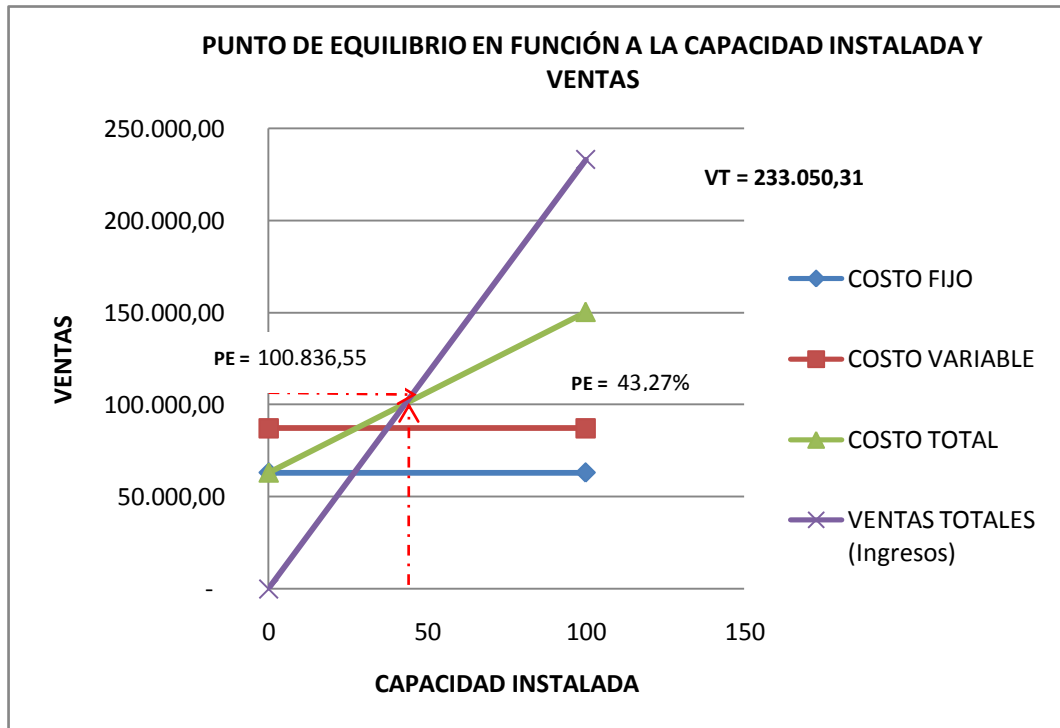
$$Pe = 100.836,55$$

Si los ingresos en el primer año son de \$ 100.836,55 dólares la empresa se encuentra en equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

EN FUNCIÓN DE VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA

GRÁFICO N° 39



g.5.3. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un documento contable que refleja a rentabilidad de la empresa o resultados obtenidos en un periodo contable, las pérdidas o ganancias, muestra de donde provienen los ingresos y la naturaleza de los egresos, las utilidades o perdidas.

Cuadro No. 80

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. INGRESOS					
(+) VENTAS	146.591,26	165.678,53	186.320,02	208.766,20	233.050,31
(+) Valor Residual	0	0	249,98	0	15.092,03
(+) Otros Ingresos	0	0	0	0	0
(=) Total de Ingresos	146.591,26	165.678,53	186.569,99	208.766,20	248.142,34
2. EGRESOS					
(+) Costo de Producción	93.997,06	97.666,66	101.540,35	105.689,23	110.019,10
(+) Costo de Operación	33.473,60	34.876,17	36.474,48	38.287,46	40.335,93
(=) Total de Egresos	127.470,66	132.542,83	138.014,83	143.976,69	150.355,04
UTILIDAD BRUTA	19.120,60	33.135,71	48.555,16	64.789,51	97.787,30
(-) 15% Utilidad de trabajadores	2.868,09	4.970,36	7.283,27	9.718,43	14.668,10
(=) Utilidad Antes de Impuestos	16.252,51	28.165,35	41.271,89	55.071,08	83.119,21
(-) 25% Impuesto a la Renta	4.063,13	7.041,34	10.317,97	13.767,77	20.779,80
(=) Utilidad Antes de Reserva	12.189,38	21.124,01	30.953,92	41.303,31	62.339,41
(-) 10% Reserva Legal	1.218,94	2.112,40	3.095,39	4.130,33	6.233,94
(=) UTILIDAD LIQUIDA	10.970,44	19.011,61	27.858,53	37.172,98	56.105,47

g.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera, permite determinar el nivel de rentabilidad del proyecto, mismo que se fundamenta en los análisis de los ingresos y egresos combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basados en valores actuales de ingresos y gastos para proyectarlos. Los indicadores que permiten medir la rentabilidad del proyecto son: criterios más utilizados son: Flujo de Caja, Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio-Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y el Análisis Je Sensibilidad.

g.6.1. FLUJO DE CAJA

En el presente proyecto el flujo de caja permite resumir la información de la inversión previa a la puesta en marcha, las inversiones durante la operación como es los ingresos y egresos de operación y el valor del proyecto.

Cuadro No. 81

FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas	-	146.591,26	165.678,53	186.320,02	208.766,20	233.050,31
Crédito B.N.F.	34.000,00	-	-	-	-	-
Capital propio	10.809,32	-	-	-	-	-
Valor de rescate				249,98		15.092,03
Total de ingresos	44.809,32	146.591,26	165.678,53	186.569,99	208.766,20	248.142,34
EGRESOS						
Activo Fijo	29.980,00				1.000,00	
Activo Diferido	4.850,00					
Activo Circulante	9.979,32					
Costo total de Prouddción		127.470,66	132.542,83	138.014,83	143.976,69	150.355,04
Total de egresos	44.809,32	127.470,66	132.542,83	138.014,83	144.976,69	150.355,04
UAII	-	19.120,60	33.135,71	48.555,16	63.789,51	97.787,30
15% Utilidad de Trabajo		2.868,09	4.970,36	7.283,27	9.718,43	14.668,10
25% de impuesto a la renta		4.063,13	7.041,34	10.317,97	13.767,77	20.779,80
Depreciación y Amort..		4.075,38	4.075,38	4.075,38	4.130,93	4.130,93
FLUJO DE CAJA	-	16.264,76	25.199,39	35.029,29	44.434,25	66.470,34

g.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para evaluar el proyecto se aplican algunos indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de recuperación de capital y Análisis de Sensibilidad.

Con base a los resultados obtenidos se podrá determinar la rentabilidad del proyecto y su factibilidad, estableciéndose conclusiones definitivas que permitirán tomar la decisión sobre la puesta o no en marcha del proyecto.

Esta fase del proyecto es una de las más importantes y decisivas, por la que deberá realizarse un análisis preciso de cada uno de los indicadores.

g.7.1. VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto. En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Si el VAN es igual

o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

FORMULA DEL FACTOR DE ACTUALIZACIÓN $F.A = \frac{1}{(1+i)^n}$

V.A.N. = Sumatoria Flujo Neto Actualizado – Inversión

V.A.N. = 128.315,77 – 44.809,32

V.A.N. = 83.506,45

VALOR ACTUAL NETO

CUADRO No.82

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR ACTUALIZACION 11,28%	FLUJO ACTUALIZADO
0	44.809,32		
1	16.264,76	0,898634076	14.616,07
2	25.199,39	0,807543203	20.349,59
3	35.029,29	0,72568584	25.420,26
4	44.434,25	0,652126025	28.976,73
5	66.470,34	0,586022668	38.953,13
		Total	128.315,77
		INVERSION	44.809,32
		VAN	83.506,45

Como podemos observar el VAN en los 5 años de proyección es positivo y por lo tanto, con base a este indicador, el proyecto es aceptable, ya que se crea valor por 83.506,45 dólares luego de recuperar la inversión.

g.7.2. PERIODO DE RECUPERACION DEL CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los períodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que la empresa recupere la inversión inicial de capital.

Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aún con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo.

Para este cálculo consideramos los flujos netos actualizados, dado que el dinero pierde poder adquisitivo con el pasar del tiempo.

CUADRO No. 83

AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	
		FLUJO	FLUJO ACUMULADO
0	44.809,32		
1		16.264,76	16.264,76
2		25.199,39	41.464,15
3		35.029,29	76.493,44
4		44.434,25	120.927,68
5		66.470,34	187.398,02

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la inversión}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{44.809,32 - 16.264,76}{41.464,15}$$

$$\text{PRC} = 1.69$$

$$0.69 \times 12 = 8 \text{ meses}$$

$$\text{PRC} = 1 \text{ año}$$

$$\text{PRC} = 8 \text{ meses}$$

Por lo que el periodo de recuperación de capital es de 1 año, 8 meses, periodo que es aceptable ya que está dentro de la vida útil estimada para el proyecto.

g.7.3. RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

La relación beneficio costo es un indicador que mide el número de unidades monetarias que se obtendría por la inversión realizada.

Se calcula dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto; el factor de actualización tasa del costo de capital. Los criterios de decisión son los siguientes.

- a) Si B/C es mayor que 1, Se puede aceptar el proyecto.
- b) Si B/C es igual a 1, es indiferente ejecutar el proyecto.
- c) Si B/C es menor que 1, Se debe rechazar el proyecto.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el siguiente cuadro:

RELACION BENEFICIO / COSTO
CUADRO No. 84

AÑOS	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ACTUALIZADO
		11,28%			11,28%	
1	127.470,66	0,89863408	114.549,48	146.591,26	0,898634	131.731,91
2	132.542,83	0,80754320	107.034,06	165.678,53	0,807543	133.792,57
3	138.014,83	0,72568584	100.155,41	186.320,02	0,725686	135.209,80
4	143.976,69	0,65212602	93.890,95	208.766,20	0,652126	136.141,87
5	150.355,04	0,58602267	88.111,46	233.050,31	0,586023	136.572,76
TOTAL			503.741,35			673.448,91

$$RELACIÓN BENEFICIO/COSTO = \frac{INGRESO ACTUALIZADO}{COSTO ACTUALIZADO}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO – COSTO = \frac{503.741,35}{673.448,91}$$

$$RELACIÓN BENEFICIO – COSTO = 1,34$$

En el presente proyecto, la relación beneficio/costo es mayor que uno (1.34) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada 1.00 invertido, se recibiría 0.34 centavos de utilidad.

g.7.4. TASA INTERNA DE RETORNO

Es el método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Los criterios de decisión basados en la TIR son.

- Si la TIR es mayor que el costo del capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital se debe rechazar el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 55,87% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

CUADRO No. 85

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VALORES ACTUALES DEL FLUJO (VAN MENOR)	FACTOR DE DESCUENTO	VALORES ACTUALES DEL FLUJO (VAN MAYOR)
0	44.809,32	55,85%		55,90%	
1	\$ 16.264,76	0,641642605	\$ 10.436,16	0,64143682	\$ 10.432,81
2	\$ 25.199,39	0,411705233	\$ 10.374,72	0,41144119	\$ 10.368,07
3	\$ 35.029,29	0,264167618	\$ 9.253,60	0,26391353	\$ 9.244,70
4	\$ 44.434,25	0,169501199	\$ 7.531,66	0,16928385	\$ 7.522,00
5	\$ 66.470,34	0,108759191	\$ 7.229,26	0,10858490	\$ 7.217,67
Fuente: Flujo de caja.		Suma flujos actuales	\$ 44.825,40	Suma flujos actuales	\$ 44.785,26
Elaboración: Las autoras		inversión	\$ 44.809,32	inversión	\$ 44.809,32
		Van menor	\$ 16,08	Van Mayor	\$ -24,06

La TIR se la obtiene mediante la utilización de la siguiente fórmula.

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

EN DONDE = {

- TIR =** Tasa interna de retorno
- T_m =** Tasa menor
- Dt =** Diferencias de tasas
- VAN T_m =** Valor actual neto de la tasa menor
- VAN T_M =** Valor actual neto de la tasa mayor

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 55.85 + 0.02 \left(\frac{16.08}{16.08 - (-24.06)} \right)$$

$$TIR = 55.87\%$$

Como podemos observar la TIR del proyecto es de (55,87%) la cual es mayor que el costo de capital (11,28%), por consiguiente este indicador

me permite demostrar que bajo un escenario económico y social estable en el país, que permita alcanzar las perspectivas de ventas es proyecto es rentable.

g.7.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 5% en los costos y una disminución del 5% en los ingresos.

Para la toma decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- a) Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- b) Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.

- c) Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

FORMULAS:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO
DEL 5% EN LOS COSTOS**

CUADRO No. 86

AÑO	INGRESO ORIGINAL	COSTO ORIGINAL	INCREMENTO DE COSTOS 5%	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VALORES ACTUALES DEL FLUJO (VAN MENOR)	FACTOR DE DESCUENTO	VALORES ACTUALES DEL FLUJO (VAN MAYOR)
				-44.809,32	59,48%		59,49%	
1	146.591,26	127.470,66	133.844,20	\$ 12.747,07	0,627037873	\$ 7.992,89	0,62699856	\$ 7.992,39
2	165.678,53	132.542,83	139.169,97	\$ 26.508,57	0,393176494	\$ 10.422,54	0,39312719	\$ 10.421,24
3	186.320,02	138.014,83	144.915,57	\$ 41.404,45	0,246536553	\$ 10.207,71	0,24649018	\$ 10.205,79
4	208.766,20	143.976,69	151.175,52	\$ 57.590,68	0,154587756	\$ 8.902,81	0,15454899	\$ 8.900,58
5	233.050,31	150.355,04	157.872,79	\$ 75.177,52	0,096932378	\$ 7.287,14	0,09690199	\$ 7.284,85
Fuente: Flujo de caja.					Suma flujos actuales	\$ 44.813,10	Suma flujos actuales	\$ 44.804,85
Elaboración: Las autoras					inversión	\$ 44.809,32	inversión	\$ 44.809,32
					Van menor	\$ 3,78	Van Mayor	\$ -4,47

a) Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

$$NTIR = 59,48 + 0,01 \left(\frac{3,78}{3,78 - (-4,47)} \right)$$

$$\text{NTIR} = 59,48\%$$

$$\text{TIR DEL PROYECTO} = 55,87\%$$

b) Realizamos la Diferencia de TIR

$$\text{DIF.TIR} = \text{TIR PROY} - \text{NUEVA TIR}$$

$$\text{DIF.TIR} = 55,87\% - 59,48\%$$

$$\text{DIF.TIR} = -3,61\%$$

c) Calculamos el Porcentaje de Variación

$$\% \text{VAR} = \frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR DEL PROY}}$$

$$\% \text{VAR} = \frac{-3,61\%}{55,87\%}$$

$$\% \text{VAR} = -0,0646142\%$$

d) Se calcula el Valor de Sensibilidad del Proyecto

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\text{PORCENTAJE DE VARIACION}}{\text{NUEVA TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{-0,0646142\%}{59,48\%}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = -0,0010863$$

Como el coeficiente de sensibilidad obtenido es menor a 1 el proyecto no es sensible al incremento del 5% en los costos.

**ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCION
DEL 3% EN LOS INGRESOS
CUADRO No. 87**

AÑO	INGRESO ORIGINAL	COSTO ORIGINAL	DISMINUCIÓN DE INGRESOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VALORES ACTUALES DEL FLUJO (VAN MENOR)	FACTOR DE DESCUENTO	VALORES ACTUALES DEL FLUJO (VAN MAYOR)
				-44.809,32	33,46%		33,47%	
1	146.591,26	127.470,66	142.193,53	\$ 14.722,86	0,749288176	\$ 11.031,67	0,74923204	\$ 11.030,84
2	165.678,53	132.542,83	160.708,18	\$ 28.165,35	0,561432771	\$ 15.812,95	0,56134865	\$ 15.810,58
3	186.320,02	138.014,83	180.730,42	\$ 42.715,59	0,420674937	\$ 17.969,38	0,42058039	\$ 17.965,34
4	208.766,20	143.976,69	202.503,21	\$ 58.526,52	0,315206756	\$ 18.447,96	0,31511230	\$ 18.442,43
5	233.050,31	150.355,04	226.058,80	\$ 75.703,76	0,236180696	\$ 17.879,77	0,23609223	\$ 17.873,07
Fuente: Flujo de caja.						Suma flujos actuales	Suma flujos actuales	
Elaboración: Las autoras						\$ 44.813,99	\$ 44.806,76	
						inversión	inversión	
						\$ 44.809,32	\$ 44.809,32	
						Van menor	Van Mayor	
						\$ 4,67	\$ -2,56	

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$NTIR = 33,46\% + 0,01 \left(\frac{4,67}{4,67 - (-2,56)} \right)$$

$$NTIR = 33,47\%$$

$$TIR\ DEL\ PROYECTO = 55,87\%$$

b) Realizamos la Diferencia de TIR

$$DIF.TIR = TIR\ PROJ - NUEVA\ TIRE$$

$$DIF.TIR = 55,87\% - 33,47\%$$

$$DIF.TIR = 22,40\%$$

c) Calculamos el Porcentaje de Variación

$$\% \text{VAR} = \frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR DEL PROY}}$$

$$\% V = \frac{22,40\%}{55,87\%}$$

$$\%V= 0,4009307$$

d) Se calcula el Valor de Sensibilidad del Proyecto

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\text{PORCENTAJE DE VARIACION}}{\text{NUEVA TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{0,4009307 \%}{33,47\%}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0,0119788$$

Como el coeficiente de sensibilidad obtenido es menor a 1 el proyecto no es sensible a la disminución del 3% en los ingresos.

h. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

h. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

h.1 CONCLUSIONES

Con base a la información recolectada a través de los distintos estudios realizados hemos llegado a establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones:

- Las empresas y microempresas de la localidad, en su mayoría están dirigidas empíricamente por personas carentes de conocimientos básicos en el campo de la administración, lo que les imposibilita establecer una empresa organizada.
- La demanda potencial está conformada por el 89% de la PEA del cantón huaquillas, la demanda actual correspondiente al 45% de la demanda potencial y finalmente la demanda efectiva, constituida por el 83% de los demandantes potenciales.
- El uso promedio del servicio de lavado en seco es de 6 piezas por semana.
- La demanda efectiva en prendas al año es de 4'582.753 piezas para el primer año y llegando a 5'416.630 piezas para el quinto año.
- La demanda insatisfecha que existe en este cantón en cuanto al servicio de lavado en seco es de 4'573.757 prendas en el primer año y llega a 5'398.535 en el año 5.
- El precio de venta directa a los clientes será de 3.00 dólares por prenda el primer y segundo años, luego en el tercer año se

incrementará a 3,10 dólares, manteniéndose hasta el quinto año con un margen de utilidad del 15% sobre el costo de producción, y un incremento de dicho margen de 10% anual. La publicidad se realizará por radio ONDA SUR, y la comunicación escrita se hará mediante hojas volantes que serán entregadas por apertura de la empresa, esto según los requerimientos indagados en la investigación de mercado.

- La participación de mercado estimada de mercado para la empresa de 1.04% para el año 1, de 1.12% para el segundo año, 1.20% en el año 3, de 1.29% en el año 4, y, llegará a 1,39% en el 5 año de vida útil del proyecto.
- Se estima una capacidad instalada considerando la utilización de dos lavadoras, laborando 8 horas distribuidas en 6 días (312 días al año); resultando una capacidad instalada total de 74.880 prendas; posteriormente se define la capacidad utilizada según la participación de mercado, misma que queda estimada en 49.129 prendas para el primer año y 74.880 prendas para el quinto año de vida útil del proyecto.
- La planta se ubicará en la provincia del Oro, en el Cantón Huaquillas, en el centro de la ciudad de Huaquillas en la Avenida de la república entre Jambelí y Sucre, será ubicado en este sitio ya que se encuentra el mayor número de comercios y habitantes que requieren este tipo de servicio.

- Se conformó una empresa de responsabilidad limitada: La compañía se denomina “LAVAMATIC CLEANERS” Cía Ltda.”, de acuerdo a los requerimientos establecidos por la Superintendencia de compañías, con un aporte de capital social de \$ 10.809.32; y se contará con un crédito realizado para 5 años al 11,28% por el BNF por el valor de \$ 34.000,00 lo que corresponde al total de la inversión; la misma que asciende a \$ 44.809.32. La vida útil estimada de la empresa es de 5 años a partir de su creación. Se proponen también los organigramas, estructural, posicional y funcional, y el respectivo manual de funciones.
- El costo total de producción para el primer año será de 127.470,66; y, para el último año de 150.355,04.
- Los ingresos Totales en el primer año serán de 146.591,26 luego de 233.050,31 en el último año.
- La utilidad Liquida en el primer año luego de asumir sus obligaciones con trabajadores y tributarias será de 10.970,44 en el primer año, y de 56.105,47 en el quinto año.
- El punto de equilibrio donde los costos se igualan a los ingresos será en el primer año al emplear el 72,30% de la capacidad instalada, vender \$ 105.992,62 dólares; mientras que en el quinto año será de 43,27%, \$100.836,55 dólares.
- Finalmente los flujos de caja obtenidos para los cinco años de vida del proyecto que son positivos, de: 16.264,76; 25.199,39, 35.029,29, 44.434,25 y 66.470,34; base sobre la cual se aplicaron

los indicadores VAN, que fue de 83.506,45 por lo que el proyecto es factible financieramente; también se determinó el PRI que será de 1 año ocho meses, la RBC será de 0,34 de utilidad por cada dólar invertido; la TIR es de 55,87% superior al costo del capital del 11,28% por lo tanto se genera mayor rendimiento que el costo de la deuda; en el análisis de sensibilidad con el 5% de incremento en los costos el coeficiente de sensibilidad resultó -0,0010863, que es menor a 1 por lo tanto el proyecto no es sensible a estos cambios, en tanto que en lo que respecta al análisis de sensibilidad con el 3% de disminución de los ingresos el coeficiente resultante es de 0,0119788, igualmente no sensible a dicha disminución.

h.2. RECOMENDACIONES

Al término del trabajo de investigación creemos conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda poner en marcha el presente proyecto, ya que constituye una oportunidad de inversión, factible de ejecutar.
- Se recomienda la aplicación de un Marketing Mix para mantener y ganar posicionamiento en el mercado, mejorar, los canales de distribución comercializando directamente con el consumidor, elevando su nivel de publicidad y realizando promociones que motiven las ventas.
- Deben realizarse previo a la creación de nuevas empresas estudios de factibilidad con la finalidad de minimizar el riesgo de inversiones improductivas y que pueden generar pérdidas para los inversionistas.
- Para que el servicio tenga aceptación en el mercado es necesario realizar una buena promoción, a fin de lograr difundir las características del mismo, mediante la aplicación de comercialización propuesta en el proyecto.
- La puesta en marcha del proyecto, significará la creación de plazas de trabajo contribuyendo en forma directa a disminuir el índice de desempleo

- El banco del fomento, a través de sus mecanismos de crédito debe facilitar los préstamos, para de esta manera fomentar el desarrollo socio-económico en el Cantón Huaquillas y por ende a la Provincia.

I BIBLIOGRAFIA

i. BIBLIOGRAFIA

- ✓ ACHIG, Lucas, Metodología de la Investigación Social, Cuenca, Idis, 1986
- ✓ ACOSTA, Alberto, Curso Básico de Administración de Empresas, Mercadeo, Edit. Norma S:A, 1991
- ✓ ANDERSEN, Arthur, Diccionario de Economía y Negócios Editorial Espasa, 997.
- ✓ ANTRIM; William h., Publicidad, Curso Práctico de Mercadotecnia: Segunda Edición, Tomo 2, Editorial McGraw Hill, Colombia, 1990.
- ✓ BACA URBINA Gabriel, 2002, Evaluación de Proyectos, Mc Graw Hill, México, Cuarta Edición.
- ✓ BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, 2da. Edic, 1994
- ✓ BELL, Martín L, Mercadotecnia, Conceptos y Estrategias, Edit. Continental S.A, México, 1981
- ✓ DAVALOS ARCENALES, Nelson, Enciclopedia Básica de Administración, Contabilidad y Auditoría, Tomo II, 1990.
- ✓ DILLON, Leonor, Planificación, el libro, train 4 you
- ✓ Comisión de Diseño Carrera Administración de Empresas Área Jurídica Social, Administrativa, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión, Docentes de la Carrera de Administración de Empresas, U. N. L, 2009.

- ✓ Comisión de Diseño Carrera Administración de Empresas Área Jurídica Social Administrativa, **Gestión Tecnológica**, Docentes de la Carrera de Administración de Empresas, U. N. L, 2006
- ✓ MARTINEZ, Ciro, 2003, **Estadística y Muestreo**, Bogota, Doceava Edición.
- ✓ MERCADO, Salvador, **Mercadotecnia, Principios y Aplicaciones para orientar la Empresa hacia el Mercado**, Editorial Limusa, Mexico 1994.
- ✓ ROSENBERG J.M, **Diccionario de Administración y Finanzas**, Edit. Océano, Barcelona- España.
- ✓ SELDON, Arthur, **Diccionario de Economía**, Edit., Oikos S.A, Barcelona-España, 1975

Bibliografía en Internet

- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- ✓ <http://www.misrespuestas.com/quien-invento-la-lavadora.html>
- ✓ <http://quimirocha.com/Documentos/LAVADORAS,%20DETERGEN TES,%20BLANQUEADORES.pdf>

J. ANEXOS

ANEXO No. 1
ENCUESTA A LOS HABITANTES DE LA POBLACION
ECONOMICAMENTE ACTIVA DE LAS PARROQUIAS URBANAS DEL
CANTON HUAQUILLAS

1. ¿USTED ENVIA A LAVAR PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR EN LAVANDERIAS/TINTORERIAS EXISTENTES EN EL CANTON HUAQUILLAS?

SI ()

NO ()

2. ¿EXISTEN DOS TIPOS DE LAVADO EN LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS: EN SECO Y EN AUGA. CUAL DE ELLAS UTILIZA?

EN SECO ()

CON AGUA ()

3. ¿EN QUE LAVANDERIAS/TINTORERIAS ENVIA A LAVAR LAS PRENDAS O PIEZAS DE VESTIR?

LAVA YA ()

TRAPITOS ()

LAVA EXPRESS ()

4. ¿QUE PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR ENVIA USTED A LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS?

Terno completo 2 piezas ()

Sacos 1 pieza ()

Pantalones 1 pieza ()

Chaquetas 1 pieza ()

Abrigos 1 pieza ()

Vestidos 1 pieza ()

Otros ()

5. ¿COMO CONSIDERA LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO EN LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS QUE USTED ACUDE?

Excelente ()

Muy bueno ()

Bueno ()

Regular ()

Malo ()

6. ¿CUANTAS PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR REQUIERE ENVIAR A LAVAR EN LAS LAVANDERIAS/TINTORERIAS SEMANALMENTE?

De 1 a 3 piezas ()

De 4 a 6 piezas ()

De 7 a 9 piezas ()

De 10 a 12 piezas ()

7. ¿QUE PRECIO PAGA POR CADA PRENDA/PIEZA DE VESTIR QUE ENVIA A LA LAVANDERIA/TINTORERIA EN SECO?

\$3,50 ()

\$4,00 ()

8. ¿SI SE CREARA UNA EMPRESA EN LA CIUDAD DE HUAQUILLAS DEDICADA AL LAVADO DE PRENDAS/PIEZAS DE VESTIR EN SECO, UTILIZARÍA USTED EL SERVICIO?

SI ()

No ()

9. ¿QUE CARACTERISTICAS CONSIDERA QUE DEBE TENER EL NUEVO SERVICIO DE LAVADO EN SECO?

Buen precio ()

Buen servicio ()

Calidad del servicio ()

10. ¿COMO PREFIERE ENVIAR A LAVAR LA ROPA EN LA NUEVA EMPRESA? (ESCOJA UNA SOLA ALTERNATIVA)

Libras ()

Kilos ()

Prendas ()

11. ¿LE GUSTARIA QUE EL SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN SECO SEA A DOMICILIO?

Si ()

No ()

12. ¿COMO LE GUSTARIA QUE LA EMPRESA LE ENTREGUE LA PRENDA O PIEZAS DE VESTIR?

Con armador y enfundado ()

Solo con armador ()

Solo enfundado ()

13. ¿EN QUE SECTOR LE GUSTARIA QUE SE ENCUENTRE UBICADA LA NUEVA EMPRESA DE SERVICIOS?

En el centro de la ciudad ()

Al norte de la ciudad ()

Al sur de la ciudad ()

14. ¿POR QUE MEDIOS DE COMUNICACIÓN LE GUSTARIA INFORMARSE SOBRE LA NUEVA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN SECO?

Radio ()

Diario ()

Hojas volantes ()

Televisión ()

15. ¿EN QUE EMISORA Y EN QUE HORARIO LE GUSTARIA ESCUCHAR LA PUBLICIDAD DE LA NUEVA EMPRESA DE SERVICIOS?

16. ¿POR QUÉ MEDIO TELEVISIVO Y EN QUE HORARIO LE GUSTARIA QUE SE REALICE LA PUBLICIDAD DE LA EMPRESA DE SERVICIO?

ANEXO No. 2

ENTREVISTA A LAS LAVANDERÍAS/TINTORERIAS DEL CANTON HUAQUILLAS

1. ¿CUANTOS AÑOS LLEVA BRINDANDO EL SERVICIO DE LAVADO DE ROPA EN EL CANTON HUAQUILLAS?
2. ¿SU EMPRESA ESTA LEGALMENTE CONSTITUIDA?
3. ¿POR QUE SE DEDICA A PRESTAR ESTE SERVICIO?
4. ¿EN SU EMPRESA QUE TIPO DE LAVADO OFRECE?
5. ¿COMO PREFERE RECIBIR POR PARTE DE SUS CLIENTES LAS LA ROPA PARA EL LAVADO DE LA ROPA EN SU EMPRESA?
6. ¿QUE TIPO DE PRENDAS DE VESTIR ENVIAN LOS CLIENTES A SU NEGOCIO?
7. ¿CUANTAS PRENDAS DE VESTIR LAVAN EN SU NEGOCIO DIARIAMENTE?
8. ¿CUAL ES EL PRECIO QUE COBRA EN SU NEGOCIO POR CADA PRENDA DE VESTIR?
9. ¿REALIZA EN SU NEGOCIO PUBLICIDAD PARA DAR A CONOCER SOBRE EL SERVICIO QUE PRESTA SU NEGOCIO?
10. ¿REALIZA EN SU NEGOCIO PROMOCIONES PARA INCENTIVAR A LOS CLIENTES?

K. INDICE

ÍNDICE

Temas	Páginas
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Título.....	1
Resumen.....	2-10
Introducción.....	11-13
Revisión de literatura.....	14-51
Materiales y Métodos.....	52-57
RESULTADOS	
Tabulación de la encuesta aplicada a los habitantes del Cantón Huaquillas.....	58-84
DISCUSIÓN	
Estudio de mercado.....	85-93
Estudio técnico.....	100-119
Estudio organizacional.....	120-133
Estudio financiero.....	134-175
Conclusiones.....	176-179
Recomendaciones.....	80-181
Bibliografía.....	182-183
Anexos	