



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS Y PERSONAL

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO
DE LAVANDERIA CON SISTEMA ECOLOGICO EN LA PARROQUIA DE
GUAYLLABAMBA.

Proyecto de Factibilidad previo a la obtención por el título de Tecnólogo en
Administración de Recursos Humanos y Personal

Autora: Monica Jeanette Puga López.

Tutor del trabajo de grado: Dr. Eric Martínez Tocaronte.

Quito, Abril 2014

DECLARATORIA DEL AUTOR Y LECTOR

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Monica Jeanette Puga López

CC 1713642922

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE
LAVANDERIA CON SISTEMA ECOLOGICO EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA.

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Monica Jeanette Puga López

CC 1713642922

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Monica Jeanette Puga López, alumna de la Escuela de Administración Recursos Humanos-Personal, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

CC 1713642922

AGRADECIMIENTO

Con gratitud eterna a todas aquellas personas que aportaron con un granito de arena para hacer posible este trabajo, a nuestros queridos maestros quienes con su espíritu y mística de verdaderos apóstoles nos impartieron sus conocimientos que nos ha permitido lograr un título.

A nuestro querido instituto porque en sus aulas recibimos las más grandes lecciones que nunca olvidaremos; hecho que cristaliza nuestras propias aspiraciones.

Monica P.

DEDICATORIA

Al culminar un escalón más de mis estudios con afecto y gratitud hacia mí:

MADRE, ESPOSO E HIJO

Quienes con su esfuerzo y sacrificio me brindaron su amor, su cariño, su estímulo y me prestaron su tiempo que les pertenecía para terminar mi objetivo, son evidencia de su gran amor, DIOS LES PAGUE.

Monica P.



Índice General

CAPITULO I.....	1
1 Introducción	1
1.1 Justificación.....	3
1.2 Antecedentes	5
2 Análisis Situacional.....	9
2.1 Ambiente Externo	9
2.1.1 Factor Económico	10
2.1.2 Aspecto Social.....	16
2.1.3 Aspectos Legales.....	17
2.1.4 Factor Tecnológico.....	21
2.2 Entorno Local.....	22
2.2.1 Clientes.....	22
2.2.2 Proveedores	23
2.2.3 Competencia.....	26
2.3.1 Propuesta Estratégica	27



2.3.1.1 Misión	27
2.3.1.2 Visión	27
2.3.1.3 Objetivos	28
2.3.1.3.1 Objetivo General	28
2.3.1.3.2. Objetivo Especifico.....	28
2.3.1.4 Principios y Valores	29
2.3.2 Gestión Administrativa	33
2.3.3 Gestión Operativa.....	59
2.3.3.1 Registro De Los Hechos	59
2.3.3.1.1. Definición.....	59
2.3.4 Gestión Comercial.....	65
2.3.4.1 Producto	65
2.3.4.2 Plaza	66
2.3.4.3 Precio	67
2.3.4.4 Promoción	69
2.4 Análisis Foda.....	69



3 Estudio De Mercado.....	72
3.1 Análisis Del Consumidor	72
3.1.1 Determinación De La Población Y Muestra	73
3.1.1.1. Población.....	73
3.1.1.2 Muestra.....	74
3.1.1.3 Segmentación Del Mercado	75
3.1.2 Técnicas De Recolección De Información.....	76
3.1.2.1 Encuesta	76
3.1.3 Análisis De La Información	82
3.2. Oferta.....	96
3.2.1. Clasificación De La Oferta.....	97
3.2.1.2 Factores Que Afectan La Oferta	98
3.2.1. Oferta Histórica.....	99
3.2.3 Oferta Proyectada.....	102
3.3 Productos Sustitutos	103
3.4 Análisis De La Demanda	104

3.4.1 Metodología Para Determinar La Demanda	104
3.4.1.2 Demanda Actual.....	106
3.4.2.3 Demanda Proyectada.....	107
4.1. Tamaño Del Proyecto.....	109
4.1.2 Capacidad Óptima.....	110
4.2 Localización	111
4.2.1 Macro Localización.....	111
4.2.2 Micro Localización	114
4.2.3 Localización Óptima	116
4.3. Ingeniería Del Proyecto	117
4.3.1 Definición Del Bien y Servicio.....	117
4.3.2. Distribución De La Planta.....	122
4.3.3 Proceso Productivo	124
4.3.4. Maquinarias.....	126
4.3.5 Muebles Y Equipos	128
5.1 Ingresos Operacionales Y No Operacionales.....	131



5.2. Costos.....	132
5.2.1 Costos Directos	132
5.2.2 Costos Indirectos.....	134
5.2.3 Gastos Administrativos	135
5.2.4 Costo De Ventas.....	136
5.2.5 Costos Financieros	137
5.2.6 Costos Fijos y Variables.....	138
5.2.1 Inversión Fija	139
5.2.1.1 Activos Fijos	139
5.2.1.2 Activos Nominales	140
5.2.3 Fuentes De Financiamiento y Uso De Fondos.....	141
5.2.4 Amortización De Financiamiento	142
5.2.5 Depreciaciones	147
5.2.6 Estado De Situación Inicial.....	148
5.2.7 Estado De Resultados Proyectado.....	149
5.2.8 Flujo De Caja	150



5.3 Evaluación.....	151
5.3.1 Tasa De Descuento.....	151
5.3.2 VAN.....	152
5.3.3 TIR.....	153
5.3.4 Periodo De Recuperación.....	154
5.3.5 Relación Costo Beneficio.....	157
5.3.6 Punto De Equilibrio.....	158
5.3.7 Análisis De Índices Financieros.....	159
CAPUTILO VI.....	163
Análisis De Impactos.....	163
7.1 Conclusiones.....	172
7.2 Recomendaciones.....	173

Índice de Tablas

TABLA 1 PIB SECTORIAL.....	14
TABLA 2 CÁLCULO DE PRECIOS.....	68
TABLA 3 ANÁLISIS FODA.....	70
TABLA 4 POBLACIÓN DE LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA	74
TABLA 5 UTILIZACIÓN SERVICIO DE LAVANDERÍA.....	82
TABLA 6 FRECUENCIA DE ACUDIR AL SERVICIO DE LAVANDERÍA.....	84
TABLA 7 SERVICIOS ADICIONALES	85
TABLA 8 TIEMPO DE ENTREGA	86
TABLA 9 FACTURACIÓN DEL SERVICIO	87
TABLA 10 CONOCIMIENTO DE SISTEMA ECOLÓGICO	90
TABLA 11 SERVICIOS DE LAVANDERÍA UTILIZADA.....	92
TABLA 12 ENCARGADOS DE LLEVAR LAS PRENDAS.....	93
TABLA 13 FACTORES QUE LO ALEJARÍAN DEL SERVICIO	95
TABLA 14 LISTA DE EMPRESAS	100
TABLA 15 LISTA DE EMPRESAS SERVICIO POR DÍA.....	101
TABLA 16 DETALLE DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR DOCENAS	101
TABLA 17 OFERTA PROYECTADA POR EMPRESAS.....	102
TABLA 18 OFERTA PROYECTADA.....	103
TABLA 19 DEMANDA HISTÓRICA.....	106

TABLA 20 DEMANDA ACTUAL	107
TABLA 21 DEMANDA PROYECTADA	107
TABLA 22 BALANCE OFERTA - DEMANDA	108
TABLA 23 DETALLE DE MAQUINARIAS	127
TABLA 24 DETALLE DE MUEBLES Y EQUIPOS.....	128
TABLA 25 DETALLE DE MUEBLES DE BODEGA.....	129
TABLA 26 DETALLE DE MUEBLES DE RECEPCIÓN	129
TABLA 27 DETALLE DE EQUIPO DE SEGURIDAD	130
TABLA 28 DETALLE DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	130
TABLA 29 INGRESOS OPERACIONALES	131
TABLA 30 DETALLE DE COSTOS DIRECTOS.....	133
TABLA 31 DETALLE DE MANO DE OBRA DIRECTA	133
TABLA 32 DETALLE DE COSTOS INDIRECTOS	134
TABLA 33 DETALLE GASTOS ADMINISTRATIVOS	135
TABLA 34 DETALLE DE GASTOS GENERALES.....	136
TABLA 35 DETALLE COSTO DE VENTAS.....	137
TABLA 36 DETALLE COSTOS FINANCIEROS	138
TABLA 37 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.....	139
TABLA 38 DETALLE DE ACTIVOS NOMINALES.....	140
TABLA 39 DETALLE DE INVERSIÓN CAPITAL DE TRABAJO	141
TABLA 40 DETALLE FUENTES DE FINANCIAMIENTO	142
TABLA 41 AMORTIZACIÓN DE FINANCIAMIENTO	143

TABLA 42 DETALLE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS	147
TABLA 43 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	148
TABLA 44 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	149
TABLA 45 FLUJOS DE CAJA.....	150
TABLA 46 VAN	153
TABLA 47 PERIODOS DE RECUPERACIÓN EN BASE A UTILIDADES	155
TABLA 48 RELACIÓN COSTO/BENEFICIO	157
TABLA 49 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	158
TABLA 50 PONDERACIÓN DE IMPACTOS.....	166
TABLA 51 MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL.....	167
TABLA 52 MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICOS.....	168
TABLA 53 MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTALES	169



Índice de Figuras

FIGURA 1 PIB SECTORIAL.....	15
FIGURA 2 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA.....	34
FIGURA 3 PROCESO DE DESPACHO.....	61
FIGURA 4 PROCESO DE LAVADO.....	62
FIGURA 5 PROCESO DE SECADO.....	63
FIGURA 6 PROCESO DE DESPACHO.....	64
FIGURA 7 PORCENTAJE DE PERSONAS A UTILIZAR EL SERVICIO.....	83
FIGURA 8 FRECUENCIA DE ACUDIR AL SERVICIO DE LAVANDERÍA.....	84
FIGURA 9 SERVICIOS ADICIONALES.....	86
FIGURA 10 TIEMPO DE ENTREGA.....	87
FIGURA 11 FACTURACIÓN DEL SERVICIO.....	88
FIGURA 12 HORARIOS DE ATENCIÓN.....	89
FIGURA 13 CONOCIMIENTO SISTEMA DE LAVADO ECOLÓGICO.....	91
FIGURA 14 SERVICIOS DE LAVANDERÍA UTILIZADA.....	92
FIGURA 15 ENCARGADOS DE LLEVAR LAS PRENDAS.....	94
FIGURA 16 MACRO LOCALIZACIÓN.....	113
FIGURA 17 MICRO LOCALIZACIÓN.....	116
FIGURA 18 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	123



FIGURA 19 PROCESO PRODUCTIVO	124
FIGURA 20 FORMULA B/C	157

Resumen Ejecutivo

El Presente estudio permitirá conocer la factibilidad para la implantación de una lavandería de prendas de vestir con sistema ecológico en la parroquia de Guayllabamba, para lo cual, se aplicará metodologías para la realización del estudio de mercado.

Este servicio va dirigido principalmente a las amas de casa y/o cualquier tipo de personas que requieran el servicio de lavado y secado de ropa de forma rápida, segura, utilizando maquinaria específica, cuidando el medio ambiente mediante la utilización de un sistema de ozonificación del agua manteniendo la calidad de cada una de las prendas.

Por tal motivo se ha pensado en la creación de una empresa de lavado y secado de ropa con sistema ecológico, la misma que será de vital importancia para la comodidad de las personas que tendrán a su alcance un servicio en el cual puedan realizar el proceso de lavado de ropa, optimizando tiempo, precios accesibles, manteniendo la calidad de las prendas de vestir a través de la utilización de sistema ecológico de lavado.

Mediante el estudio de mercado se obtuvo que existe demanda insatisfecha, en la parroquia de Guayllabamba, y debe ser aprovechada a través de la ejecución del proyecto.

Mediante el estudio técnico se determinó los requerimientos de cada uno de los recursos, materiales y equipos necesarios para el funcionamiento de la empresa.

La estructura organizacional y funcional permite establecer que la empresa contará con recursos humanos tanto administrativos como operativos, capacitados de acuerdo a sus funciones, con responsabilidades definidas y específicas cuidando y protegiendo el medio ambiente.

El análisis financiero, dio a conocer que el proyecto es viable, siendo factible su implementación ya que permite recuperar la inversión inicial a mediano plazo.

Executive Summary

The present study will determine the feasibility for the implementation of a laundry garment with ecological system in the parish of Guayllabamba , for which, methodologies for conducting market research apply .

This service is primarily aimed at housewives and / or any persons requiring service washing and drying clothes quickly, safely , using specific machinery , caring for the environment by using a system of ozonation of maintaining the water quality of each garment .

For this reason it has been thought of creating a business of washing and drying clothes eco system, it will be vital for the convenience of people who have at their disposal a service in which they can make the process of laundry, optimizing time , affordable prices , keeping the quality of the garments through the use of eco wash system .

By studying market got there unmet demand, in the parish of Guayllabamba , and should be exploited through the implementation of the project .

Through technical study requirements for each of the resources , materials and equipment necessary for the operation of the company is determined.

The organizational and functional structure that allows for the company will have both administrative and operational human resources , trained according to their functions, defined and specific responsibilities caring for and protecting the environment.

The financial analysis revealed that the project is feasible, its implementation is feasible because you can recover the initial investment in the medium term.

CAPITULO I

1 Introducción

El Utilizar correctamente el agua se ha convertido en un tema de interés nacional, internacional y mundial, existen varios agentes contaminantes pero hoy en día se han desarrollado campañas preventivas con poca información lo que nos lleva a la búsqueda de un proyecto de grado donde se promuevan y analicen el cómo disminuirlos.

El presente estudio de plan de negocios se dirige a sustentar la puesta en marcha de una lavandería comercial con un sistema ecológico, la idea surge en función del actual crecimiento demográfico de la población en parroquia de Guayllabamba. Y al sistema de lavado por kilogramo que existe en el mercado actual de lavanderías y tintorerías, lo cual lleva a la creación de nuevos sistemas de negocios con conciencia a la mejora del medio ambiente y poder elevar la calidad de vida de la población.

Por ello el objetivo de esta tesis es incentivar la cultura de ahorro del agua y proveer de un servicio que brinde una adecuada distribución de este bien, con el fin de poder centralizar el lavado de ropa y accesorios domésticos y poder darle un mejor tratamiento a las aguas residuales.

En el presente proyecto se realizara una investigación del mercado, iniciándose con la descripción de las características que posee el sistema de lavado ecológico, el cual funciona mediante la inyección de ozono al agua, lo que disminuye el uso de detergentes para la desinfección de ropa y tratamientos de olores para así minimizar el uso de productos químicos siempre que sea posible.

El Ozono, es un potente germicida que destruye toda clase de bacterias y hongos no permitiendo su desarrollo. Convierte ambientes contaminados en oxigenados, respirables y descontaminados, además es antialérgico, antiasmático y no tiene contraindicaciones.

Se efectuara un estudio técnico que nos permitirá analizar las posibles localizaciones de la planta de servicio de lavandería, diseño de la distribución de la planta, layout de la planta donde se desarrolla el lavado, herramientas y mantenimiento, distribución física de cada uno de los componentes para el proceso de lavado y secado,

El plan de negocios se basa en dos aspectos que se están entrelazando en un mundo más consciente de que se debe poder administrar mejor los recursos naturales y poder cuidarlos.

Con el presente estudio se anhela que en futuros proyectos de grado se considere involucrar mejores métodos de ahorro del agua y puedan ofrecer una mejor distribución de este bien a la población sin disminuir la calidad de vida de las mismas.

1.1 Justificación

El servicio de lavado con un sistema ecológico no sólo va dirigido a clientes que buscan un servicio que beneficie al ecosistema sino que busca informar a la población del uso racional que debe darse al agua. No sólo por las estadísticas que indican una disminución de este recurso, sino por la preservación del medio ambiente. En la actualidad las empresas de lavado convencional de ropa contaminan el medio ambiente por el uso de detergentes y blanqueadores y por no contar con adecuados tratamientos para las aguas residuales.

Básicamente se competirá con el mercado de lavanderías convencionales que aún utilizan el lavado comercial, por lo cual el objetivo es fidelizar al cliente con el servicio de lavado ecológico y ofrecer precios adecuados con un servicio competitivo.

Debido a la escasez de compañías dedicadas a esta actividad, los miembros de hogares se ven obligados a contratar personal que desempeñen estas labores. La situación económica que estamos viviendo lleva a que la mayoría de los miembros de

una familia se incorporen en actividades productivas, viéndose obligados a contratar personal para que se encarguen de la limpieza de sus prendas de vestir, debido a que los días libres se dedican a descansar y pasar tiempo en familia.

La empresa dedicada a servicio de lavandería con sistema ecológico en la parroquia de Guayllabamba permitirá generar varios empleos dentro de esto lo que con lleva la capacitación al personal interno que potencialmente se vincule al proyecto. Gracias al desarrollo de dichas habilidades se podrá prestar un servicio de calidad.

El objetivo es brindar a los clientes un lugar donde encuentren una adecuada atención y sobre todo que puedan obtener la seguridad de que sus prendas y accesorios se encuentren en óptimas condiciones, todo ello acompañado por un servicio rápido y personalizado.

Como medida potencial se puede comentar que actualmente en la mitad de los hogares de la parroquia de Guayllabamba no se cuenta con una lavadora, como electrodoméstico, lo cual en forma cualitativa indica que existe un mercado potencial atractivo para invertir en lavadoras comerciales incrementando el valor agregado de sistema ecológico.

Con respecto a la competencia podemos comentar que no existen franquicias o competidores en el área de impacto de este estudio que abarquen porciones importantes de este mercado.

1.2 Antecedentes

En este proyecto se plantea un análisis para la inversión en una lavandería comercial a nivel de microempresa dedicada a prestar servicios con un sistema ecológico.

Podemos comentar algunos hechos importantes de la historia de las lavadoras y lavanderías comerciales ya que el proceso para el lavado de ropa no ha cambiado considerablemente a lo largo del tiempo. En la antigüedad la gente lavaba su ropa golpeándole sobre rocas o frotándola con arena, utilizando corrientes de agua para desprender la mugre. El principio utilizado era claro forzar el agua a través de la ropa para eliminar la suciedad.

Se considera el lavado inventado en 1797 con la primera máquina. El estadounidense James King patentó en 1851 la primera máquina lavadora que empleara una tinta, la cual se asemeja a las actuales, sin embargo todavía era una manual.

Algunos años más tarde, 1858 Hamilton Smith patentó la primera lavadora rotatoria.

En 1874, Willian Blackstone de Indiana, Estado Unidos construyó la primera máquina para ser usada en los hogares, la cual consistía en una tina de madera que por medio de una manivela movía unos engranes en el interior de esta, obteniendo como resultado que se frotara y moviera la ropa dentro del agua para que se removiera la mugre.

Maytag corporation, entidad que existe aún, se basó en la máquina de Blackstone para comenzar a producir comercialmente en 1907 la lavadora llamada plastime. Solo un año más tarde la Hurler Machine Company de Chicago fue la primera compañía en crear una lavadora eléctrica a la cual nombraron Thor.

En los años 1910 más y más zonas rurales comenzaron a disponer de energía eléctrica sin embargo en 1920 y 1930 aún se comercializaban lavadoras a gasolina.

La tecnología con la que fabricaban las nuevas lavadoras continuó avanzando y por 1947 la idea de una máquina de lavar de operación completa (lavado, enjuague y extracción del agua) llevó a la introducción de la lavadora eléctrica que se carga por la parte superior. En este tipo de tecnología fue una de las muchas que fueron eliminadas en gran

medida la cantidad del tiempo necesario que las mujeres necesitaban pasare en su hogares, permitiéndoles tomar trabajos fuera de casa.

En 1957 General Electric introdujo una maquina equipada con cinco botones al tacto para controlar la temperatura del lavado, la de enjuague y la velocidad de agitación. En 1978 se adiciono el uso de microchip a las máquinas de lavar automáticas.

El proceso para el lavado de ropa no ha cambiado mucho desde mediados del siglo XX, ya que desde hace unos cincuenta años, el proceso se realiza a través de máquinas eléctricas que realizan las mismas funciones que hoy en día. Actualmente existen máquinas que realizan las funciones de lavado de ropa con una mejor calidad procurando no maltratar las prendas de vestir con agua de detergentes y que nos permiten la inyección de productos alternativos.

El mercado del lavado ecológico a nivel nacional no es muy difundido ya que muchas empresas lo consideran como un valor agregado a sus procesos de lavado, es decir un atractivo para los futuros clientes potenciales y no como un modo de preservar al medio ambiente mediante el correcto uso del agua.

En el presente proyecto se deberá reconocer las fortalezas y debilidades de la competencia para el sistema de lavado ecológico, se elaborara un análisis de los factores

ya mencionados con respecto a la competencia de lavanderías con un sistema convencional, cabe aclarar que sólo se toman aquellas que realizan el lavado con agua.

La demanda insatisfecha, es decir la inexistencia de servicio de lavandería en la parroquia de Guayllabamba, representa una fortaleza de carácter alto, dicho servicio resulta ser frecuente cuando la demanda es captada y la accesibilidad al local es adecuada. Todo ello se logra mediante herramientas de mercadotecnia y estrategias de posicionamiento dentro de la demanda.

Tomando en cuenta el crecimiento poblacional y la emigración regional por las plazas de trabajo que brindar el sector florícola dentro de la parroquia de Guayllabamba, se debe afirmar que a medida que crece la población el número de clientes potenciales para el negocio se incrementara.

CAPITULO II

2 Análisis Situacional

El análisis situacional nos permite ver el contexto actual de la empresa, ya que se considera datos pasados, presentes y futuros proporcionando una base para seguir el proceso de la planificación estratégica.

Para que una empresa pueda funcionar adecuadamente es necesario que tenga muy en cuenta lo que ocurrió, lo que ocurre y lo que aún puede ocurrir dentro de la organización, y estar al tanto para evitar hechos que nos lleven al fracaso .

2.1 Ambiente Externo

Ambiente Externo o también llamado Entorno, son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en dos secciones que permiten analizar variables directas o indirectas conocidas como Micro ambiente y Macro ambiente. El óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera en que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de toda organización.

2.1.1 Factor Económico

El fenómeno de la migración interna ha sido uno de los factores más importantes para la economía de la parroquia de Guayllabamba.

Desde los años 70 el Ecuador vivió una economía rica debido al boom petrolero, ya en los 80 Ecuador fue acumulando deudas y los resultados económicos no eran nada buenos. La economía de Ecuador depende del petróleo y de la agricultura. Ecuador es el primer exportador mundial de plátanos y además produce café, cacao, aceite de palma y caña de azúcar. La industria forestal es también bastante importante: el país produce y exporta maderas, tanto duras como blandas (sobre todo madera de balsa). El sector pesquero es considerable, el país ha incrementado las exportaciones desde los años 80 hasta convertirse en el segundo exportador mundial de camarones. Las reservas petrolíferas son considerables y en 1997 se empezó a trabajar en el oleoducto transecuatoriano. En octubre de 1992, Ecuador se retiró de la OPEP y en 1995 se unió a la Organización Mundial de Comercio. Los principales socios comerciales de Ecuador son Estados Unidos, Japón, España, Colombia, Alemania, Italia y la República de Corea.

A inicios de 1998 sufrió una grave crisis económica, causada por una variedad de conmociones externas e internas. En 1999 incumplió sus obligaciones respecto a los

Bonos Brady, convirtiéndose en el primer país en no hacerlo. Desde esa época la salida de ecuatorianos hacia el exterior se vino incrementando.

En enero del 2002 se anuncia el cambio del sistema económico tradicional al de la dolarización. El comportamiento de la economía presenta cambios radicales a partir de dicho acontecimiento.

La economía creció 2.3% en el 2000 y un 5.4% en el 2001, después de una contracción del 7.3% en 1999.

Actualmente la economía ecuatoriana ha sido manejada de tal forma que el ente gubernamental recaude el suficiente dinero para compensar respecto del gasto público, por esta razón los impuestos subieron tanto para la importación de materia prima como para la facturación del producto terminado ya que la empresa necesita compensar y equilibrar la cantidad incrementada en los impuestos.

Las políticas fiscales y de recaudación han hecho que muchos clientes se abstengan de comprar debido a que precisan la no recepción de facturas y prefieren pagar de contado sin ningún registro.

Uno de los resultados más importantes que trajo consigo este nuevo esquema monetario ha sido la racionalización de las tasas de interés.

El Ecuador se distingue por ser uno de los países más intervencionistas y donde la generación de riqueza es una de las más complicadas de Latinoamérica existen diferencias importantes del ingreso donde el 20% de la población más pobre apenas tiene acceso al 4.2% de la riqueza y tiene en propiedad solo el 0.1% de la tierra.

La dolarización de una economía es un caso particular de sustitución de la moneda local por el dólar estadounidense como reserva de valor, unidad de cuenta y como medio de pago y de cambio.

El proceso puede tener diversos orígenes, uno es por el lado de la oferta que significa la decisión autónoma y soberana de una nación que resuelva utilizar como moneda genuina el dólar, otro origen posible por el lado de la demanda, es como consecuencia de las decisiones de cartera de los individuos y empresas que pasan a utilizar el dólar como moneda, al percibirlo como refugio ante la pérdida del valor de la moneda doméstica en escenarios de alta inestabilidad de precios y de tipo de cambio.

Por otra parte los microcréditos otorgados a la pequeña y mediana empresa por parte del actual gobierno han dado confianza en el sistema financiero donde clientes y

público objetivo de la marca se han visto beneficiados subiéndose así el nivel de ventas por incremento en los ingresos.

De hecho en una buena economía, los ingresos permiten mejorar la calidad de vida de los ciudadanos por consiguiente afecta de manera positiva al mercado de consumo local y para efectos de estudio para el mercado de Toldos y soluciones para exteriores.

PIB (Producto Interno Bruto)

El Ecuador ha mantenido tasas positivas de crecimiento del PIB durante los últimos años lo que le ha permitido estar por sobre los promedios de crecimiento de América Latina. Es así que en 2012 el país creció una tasa de variación 5,1% anual mientras que América del Sur tuvo un crecimiento promedio del 3,7%. El 2012 creció 5,1% gracias al aporte positivo del Valor Agregado Bruto (VAB) No Petrolero + 5,7% mientras que el VAB Petrolero cayó -0,7%. Para finales del 2013 y 2014 se prevé que se mantendrá esta tendencia de crecimiento. Si bien el Banco Central del Ecuador (BCE) estima un 4% de crecimiento del PIB, nosotros esperamos que el crecimiento de PIB se ubique entre 3,5% y 3,7% en 2014.

Tabla 1 PIB Sectorial

Producto Interno Bruto - PIB	2012		2013	
	Var. %	Mill US\$	Var. %	Mill US\$
Producto Interno Bruto - PIB	4,8	72.232	3,88	78.216
A. Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	4,0	4.484	3,7	4.767
B. Explotación de minas y canteras	1,4	12.140	4,1	11.602
C. Industrias manufactureras (incl. refinación de Petróleo)	6,8	6.769	3,7	7.345
D. Suministro de electricidad y agua	7,0	582	3,9	625
E. Construcción y obras públicas	5,8	8.412	5,6	9.398
F. Comercio al por mayor y al por menor	5,5	8.454	3,6	9.133
G. Transporte y almacenamiento	5,3	4.433	5,0	5.019
H. Servicios de intermediación financiera	5,4	2.010	5,4	2.203
I. Otros servicios	6,5	20.242	4,1	22.067
J. Servicios gubernamentales	5,3	3.672	4,0	3.953
K. Servicio doméstico	0,0	78	1,0	84
Serv. de Intermediación Financ. medidos indirect.	-3,5	-2.075	-3,7	-2.307
Otros elementos del PIB	0,8	4.029	1,6	4.305

Fuente: INEC

Elaborado por: Autora

Inflación

Ecuador mantiene una de las inflaciones más bajas de América Latina. Cabe recordar que el país logró controlar los grandes índices de inflación luego del primer año de aplicarse la dolarización de la economía en el año 2000.

Al terminar el tercer trimestre 2013 (enero – septiembre) la inflación anual cerró en 1,71% y se espera que al terminar el año la variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) no supere el 2,8%.

De mantenerse las condiciones actuales de la economía, la inflación del 2014 terminará en una cifra similar a presente año.

Figura 1 PIB Sectorial



Fuente: INEC

Elaborado por: Autora

Tasa De Interés Activa

Las tasas de interés se mantienen estables sobre todo porque el Gobierno implícitamente reconoce que están en un nivel conveniente

Este indicador está en un promedio de 8.5%, lo cual se atribuye a varias factores como la recuperación económica del país, estabilidad macroeconómica, el precio del barril de petróleo, entre otras causas.

Esta variable económica es muy importante ya que a las microempresas les afecta considerablemente las tasas de interés altas al momento de expandirse su mercado ya que su principal fuente de financiamiento lo realizan con créditos financieros, mientras que en las empresas manufactureras lo realizan con varias fuentes como recursos propios y financiamiento de los accionistas.

2.1.2 Aspecto Social

En la actualidad la población de la parroquia Guayllabamba ha mantenido un crecimiento continuo en su población, debido principalmente al constante desarrollo de la inmigración en la parroquia. Es por ello que existe un mercado emergente que permitirá que la inversión permita abastecer a la demanda, aunque es necesario considerar que en la parroquia se carece de seguridad ciudadana, lo cual amenaza a cualquier empresario que decida realizar su inversión, principalmente por el nivel de secuestros y robos a locales comerciales.

La continua campaña y puesta en práctica por parte del gobierno en el Plan del Buen Vivir para solventar la pobreza permite visualizar que el sistema de lavado ecológico tendrá acogida no sólo por el cuidado al medio ambiente sino por su enfoque dirigido a brindar una mejor distribución en cuanto al uso racional del agua.

El desarrollo del proyecto busca generar fuentes de empleo en nuestra parroquia, mediante el sistema de lavado ecológico, por ello sería recomendable que en un futuro se pueda implementar a forma de franquicia diversos locales, lo que generaría mayores fuentes de empleo y mejores condiciones de ambiente en el trabajo.

2.1.3 Aspectos Legales

Una vez analizada la ley de compañías, la empresa que se formará con el proyecto es una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Con lo referente al pago de impuestos que deberá realizar el presente proyecto siendo Compañía de responsabilidad limitada se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- El IVA se paga sobre la base imponible que está constituida por el precio total en el que se vendan los bienes o se presten los servicios, precio en el que se incluirán impuestos, tasas u otros gastos atribuibles. En importaciones sobre el valor CIF más impuestos, aranceles y otros gastos imputables al precio.
- El valor a pagar depende del monto de ventas de bienes y de servicios gravados, realizados en un mes determinado, suma total sobre la cual se aplicará el 12%, y del valor obtenido se restará: el impuesto pagado en las compras y las retenciones, del mismo mes; además el crédito o pago excesivo del mes anterior,

si lo hubiere. Una sociedad Limitada deberán presentar su declaración en el formulario 104, utilizando las siguientes alternativas:

- En las Instituciones del Sistema Financiero utilizando los formularios pre impresos.
- En las oficinas del SRI cuando se trata de declaraciones sin valor a pagar, utilizando los formularios pre impresos.
- En las oficinas del SRI en medio magnético, solo en el caso de Contribuyentes Especiales.
- A través de Internet, utilizando el DIMM para elaborar la declaración.

En lo referente a los requisitos comerciales para la implantación de lavanderías comerciales debe contar con lo siguiente

➤ RUC

- Ecuatorianos y extranjeros residentes presentarán el original y entregarán una copia de la cédula de identidad o ciudadanía.
- Los ecuatorianos presentarán además el original del certificado de votación del último proceso electoral dentro de los límites establecido en la Ley de Elecciones.
- Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección del domicilio actual y de cada uno de los establecimientos en el que realiza la

actividad económica: Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, estados de cuenta bancaria o de tarjetas de crédito hasta de tres meses anteriores a la fecha del registro, comprobante del pago del impuesto predial correspondiente al año en que se realiza el registro o del inmediato anterior, contrato de arrendamiento inscrito ante la respectiva oficina de inquilinato o notariado, según corresponda. Cualquiera de estos documentos a nombre del sujeto pasivo.

- Siempre que no haya sido posible la entrega de cualquiera de estos documentos, presentará una carta simple donde el propietario declare que ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble, donde conste nombres y apellidos completos, número de cédula y firma del cedente y de la persona a la cual está cediendo y adjuntar copia del documento de identificación del cedente, así como copia de cualquiera de los documentos señalados anteriormente (excepto en los estados de cuenta y televisión por cable), que reflejen la dirección del local objeto de la cesión.

- Documentos Adicionales (De acuerdo a las características del Contribuyente).
 - Permiso Municipal de funcionamiento o Patente para local comercial en el Cantón Rumiñahui:

 - Solicitud de Patente (Se lo adquiere en la Tesorería Municipal).

-
- Croquis de ubicación del local con clave catastral.
 - Copia cédula de identidad.
 - Certificado de Normas Particulares (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación).
 - Certificado de N° Adeudar al Municipio (Se lo adquiere en Tesorería Municipal, y tramitarlo en las Direcciones de Agua Potable y Planificación y en la Tesorería)
 - Pago del Cuerpo de Bomberos.
 - Registro Único de Contribuyentes. R.U.C.
 - Certificado de Salud.

El plazo de atención y respuesta para el trámite es de 12 días laborables.

En este proyecto a desarrollar se considerará las leyes laborales vigentes. Los salarios mínimos que son ajustados cada inicio de año.

Es importante considerar que en el proyecto se cumplirá con las obligaciones del Código de Trabajo de acuerdo al régimen establecido para empresas privadas por el Ministerio de Relaciones Laborales como son:

-
- Afiliaciones al IESS.
 - Contrato de trabajo legalizado.
 - Pago de décimo tercero, décimo cuarto.
 - Pago de utilidades y salario digno.
 - Vacaciones.
 - Fondos de Reserva

2.1.4 Factor Tecnológico

El mercado mundial está creciendo por lo que las barreras comerciales son más accesibles, pero todavía no en una forma fluida, con lo que el desarrollo de Internet y los negocios que se pueden realizar son grandes, aún en nuestro país está en desarrollo, los avances tecnológicos que se puedan dar ya se conocen en todo el mundo en cuestión de minutos, aún no se puede es realizar un intercambio fluido de tecnología por los tratados entre los países. Para la presente tesis se propone que la empresa que provea la tecnología de inyección a ozono ofrezca una adecuada tutoría o asesoramiento para poder realizar una óptima utilización de las maquinarias.

2.2 Entorno Local

La definición clásica de entorno se refiere al espacio que nos rodea, y con el que interactuamos. Este espacio puede ser virtual o real, dependiendo de a que nos refiramos, teniendo entorno natural, físico, social, económico, político... En el mundo de la informática se refiere a los programas que facilitan la comunicación con el ordenador, intercambiando información con él sobre lo que deseamos hacer, transmitirle órdenes y es definitiva trabajar con ellos.

La importancia del entorno se basa en que los ordenadores trabajan con un código binario casi imposible de usar por los seres humanos. Es por ello que necesitan algo que traduzca lo que el ser humano dicta a órdenes comprensibles por el ordenador, los llamados lenguajes de programación. Como incluso el uso de esos lenguajes es excesivamente complicado para la mayoría de los usuarios, los programadores han diseñado múltiples entornos que permiten la interacción de personas y máquinas de un modo más sencillo, conociendo unos rudimentos básicos del sistema operativo.

2.2.1 Clientes

El servicio de lavado con un sistema ecológico no sólo va dirigido a clientes que buscan un servicio que beneficie al ecosistema sino que busca informar a la población

del uso racional que debe darse al agua, no sólo por las estadísticas que indican una disminución de este recurso, sino por la preservación del Medio Ambiente, en la actualidad las empresas de lavado de ropa de forma convencional contaminan el medio por el uso de detergentes, jabón y blanqueadores y por no contar con adecuados tratamientos para las aguas residuales.

Básicamente se competirá con el mercado de lavanderías convencionales que aún utilizan el lavado comercial y ofertan el servicio de lavado por kilo, por lo cual el objetivo es fidelizar al cliente con el servicio de lavado ecológico y ofrecer precios adecuados con un servicio competitivo.

El servicio de lavado ecológico se realiza mediante un inyector de ozono en el proceso de lavado de la ropa permitiendo una mejor conservación de las prendas lavadas y una menor proporción de residuos tóxicos en las aguas residuales.

2.2.2 Proveedores

Serán considerados algunos proveedores que nos proporcionaran materia prima, equipos y maquinarias de buena calidad en las cantidades suficientes así como los servicios técnicos pos venta y vinculados con la garantía, todo ello indispensable para el

buen funcionamiento del proyecto, además deberán incluir capacitación constante necesaria y eficiente para los operarios respectivos.

Los proveedores seleccionados son:

- Centro de distribución Mega Santa María (implementos de limpieza y aseo).
- Martimpex S.A
- Imprenta alemana (elaboración suministros de oficina).
- Ozonosystem S.A.
- Tv valle Guayllabamba

Ventajas Diferenciales

- Transporte: La ubicación del local será ponderada para buscar un lugar estratégico, cerca de los proveedores y clientes potenciales.
- Identificación de Oportunidades comerciales en el ámbito nacional, para poder ampliar el horizonte como proyecto en el futuro y poder estar actualizados para nuevas formas de lavado sin perjudicar al ambiente, cuidando el uso racional del agua.
- El sistema de lavado ecológico como fuente de marketing en la inserción del mercado del Distrito Metropolitano de Quito.

-
- **Distribución:** Se realizará un cronograma de entregas en un tiempo corto en comparación con los servicios ya instaurados.
 - **Atención al cliente:** Se contará con un sistema de gestión para un completo modelo de atención al cliente con un seguimiento de cada una de las oportunidades que se ha requerido del servicio de lavado.
 - **Página Web:** Se buscará estar en alianzas con instituciones de apoyo al medio ambiente a fin de poder captar mayor cantidad de personas con el espíritu y la cultura en la preservación de este.

Ventajas Competitivas

- **Precios:** Contar con precios más competitivos en el mercado.
- **Calidad:** Brindar un lavado final de calidad, para que pueda ser emblema del lavado ecológico y así poder captar nuevos clientes.
- **Personal:** Se estará en constante formación e incentivos del personal con el fin de poder lograr mayor competitividad dentro del mercado de lavado con agua.

2.2.3 Competencia

En cada nuevo sistema de negocios es necesario poder reconocer las fortalezas y debilidades de la competencia con respecto a los factores clave del éxito escogidos para el sistema de lavado ecológico.

En el sector donde se va a instalar el servicio de lavandería no existe este tipo de negocio es por tal motivo que tendremos una oportunidad de CARÁCTER ALTO.

La competencia directa es:

- Lavandería Lavaxpress le ofrece el servicio de lavado, desinfectado, secado y doblado de su ropa de trabajo, mantelería, prendas de cama, baño, etc. Cuenta con cuatro sucursales en el cantón Quito, Está concebido para negocios que requieren de prendas impecables.
- Clean Clean lavanderías en el año de 1997, nació Clean & Clean como una empresa dedica a la oferta de servicio de lavado en seco en la ciudad de Quito. Su primera sucursal estuvo localizada en el barrio el Batán, desde entonces se ha registrado un crecimiento sostenido resultado de un proceso de mejoramiento continuo a todo nivel dentro de la organización, actualmente cuanta con doce sucursales siendo nuestra principal competencia en la parroquia de Cumbaya con su servicio a domicilio.

2.3 Análisis Interno

2.3.1 Propuesta Estratégica

2.3.1.1 Misión

Educar, concientizar y motivar al consumidor final en el uso racional del agua y una adecuada distribución del bien natural, lograr consolidar como un negocio rentable en un plazo no menos de tres años, garantizando su permanencia en el tiempo, en beneficio del medio ambiente.

2.3.1.2 Visión

Ser la empresa líder a nivel nacional en el lavado de ropa y accesorios del hogar respetando el medio ambiente, mediante el uso de tecnología de vanguardia, con innovaciones y mejoras continuas en cada uno de sus procesos.

2.3.1.3 Objetivos

Un objetivo es una meta o finalidad a cumplir para la que se disponen medios determinados. En general, la consecución de un determinado logro lleva implícita la superación de obstáculos y dificultades que pueden hacer naufragar el proyecto o, al menos, dilatar su concreción. Además, el cumplimiento o incumplimiento de objetivos puede conllevar sentimientos de euforia o frustración, que afectarán la salud psíquica para bien o para mal de quien se ve afectados por ellos.

2.3.1.3.1 Objetivo General

Ofrecer el servicio de lavado y secado con un sistema ecológico en la parroquia de Guayllabamba, con calidad y eficacia que cumpla las expectativas de los clientes permitiendo el crecimiento del negocio mediante la apertura de sucursales, teniendo en cuenta la conservando del medio ambiente.

2.3.1.3.2. Objetivo Especifico

- Ofrecer el servicio de lavado en seco para prendas exclusivas.
- Brindar el servicio a domicilio el cual nos ayudara a captar mayor número de clientes.

-
- Incrementar la cartera de clientes proporcionando descuentos y promociones en distintas fechas durante un determinado periodo.

2.3.1.4 Principios y Valores

Calidad

Considerando que el precio es uno de los principales elementos a tomar en cuenta al momento de adquirir un bien o servicio, también la calidad representa uno de los más poderosos alicientes del por qué los consumidores adquieren los productos y/o servicios y mantienen su preferencia hacia el mismo o marca específica, es por eso que la calidad representa una ventaja competitiva para este tipo de negocio y por lo tanto se procurará brindar calidad en cada detalle de este servicio.

Servicio Al Cliente

Como todo negocio y no siendo el servicio de lavandería la excepción, el principal objetivo que se persigue con la comercialización de este es la satisfacción total del cliente mediante un excelente servicio.

Higiene

Se busca garantizar que tanto la higiene como la calidad del servicio cuenten con los requerimientos necesarios para brindar la mayor imagen de higiene claramente en el gusto de los clientes, garantizando la correcta utilización de los recursos naturales y la protección, cuidado al medio ambiente.

Innovación

Se pretende por tanto la constante innovación en nuestros equipos así como en buscar nuevas oportunidades de negocio para diferenciarse de la competencia y es por eso que no se puede dejar a un lado la innovación que siempre debe de existir en todo servicio y negocio.

Trabajo En Equipo

Se fomentara el trabajo en equipo, compartiendo conocimientos, experiencias y esfuerzos, aportando lo mejor de cada uno y asumiendo responsabilidades para la consecución de un objetivo común. Trabajaremos con liderazgo y compromiso compartido, con método y flexibilidad, en un ambiente que promueva el

enriquecimiento mutuo, en el cual se valoran y se respetan todas las opiniones e ideas y donde el trabajo de cada uno es trabajo de todos.

Honestidad

Se garantizara confianza, seguridad, respaldo, confidencialidad, integridad, mediante nuestras relaciones con los clientes, colaboradores y en las relaciones internas en la empresa.

Nos comprometemos no sólo a hacer las cosas correctamente, sino también lo que es correcto.

El respeto es el trato educado y digno que reconoce la igualdad y diversidad de las personas, evitando las discriminaciones, siendo consecuentes con la palabra dada, aceptando las opiniones de los demás, y evitando las actuaciones y comentarios que puedan molestar.

Comunicación

Mantendremos comunicación accesibles, con una actitud abierta y con capacidad de escucha y de respuesta, adecuada a cada momento y circunstancia, basada en la confianza mutua.

Para fomentar la confianza mutua apelamos a la responsabilidad del uso que se realiza de la información que circula por los canales internos y sobre todo con personas ajenas a los intereses de la empresa.

El Respeto

El respeto es el trato educado y digno que se fomentara entres colaboradores y al cliente externo, evitando las discriminaciones, siendo consecuentes con la palabra dada, aceptando las opiniones de los demás, y evitando las actuaciones y comentarios que puedan molestar.

Con esto declaramos que las personas somos los pilares del éxito de la empresa. Por ello, reconocemos que los trabajadores con su esfuerzo y los accionistas con la aportación de sus recursos y ahorros hacen posible la existencia de la empresa y su desarrollo.

Compromiso

Se Asumirá la responsabilidad de nuestros hechos y omisiones. Para que exista compromiso fijaremos las metas y objetivos exigentes y alcanzables.

Como profesionales que somos, todo lo que emprendemos lo hacemos bien, de la forma más completa, eficiente y en los plazos previstos. Para ello se ejecutara un plan de capacitación de forma continua a las personas para hacerlas competentes.

2.3.2 Gestión Administrativa

Organigrama Funcional De La Empresa

La organización funcionara empleando una filosofía empresarial donde se da acceso a la participación de los trabajadores. Su actividad será en un nivel plano y flexible. En base a los criterios de organización moderna, a la dimensión, actividades a realizar y a los criterios de operaciones, la empresa adopta la siguiente organización funcional tal como se muestra en el figura No 2

Figura 2 Organigrama de la empresa



Elaborado por: Autora

A continuación se describe las funciones del cargo de cada personal:

Administrador

I Datos Identificatorios De La Posición.

- Nombre: Administrador
- Área: Administración
- Reporta A:
- Supervisa A: Personal Operativo, Recepcionista

II Responsabilidades

- Responsable del área administrativa financiera en sus distintas fases: organización administrativa, financiera, de recursos humanos, infraestructura,

seguros, importaciones, bodega entre otras, de acuerdo a metas y objetivos específicos de la organización.

III Objetivo O Función Básica

- Velar por el desarrollo y crecimiento de la empresa
- Planificar el flujo de ingresos y egresos a corto, mediano y largo plazo.

IV Funciones

Funciones Principales

- Encargado de registrar los movimientos contables de la lavandería.
- Ccoordinar estrategias de marketing y ventas.
- Suministrar de insumos a la lavandería.
- Coordinar los montos a desembolsar al personal así como también.
- Elaboración y presentación de informes a los entes de control.
- Supervisar los procesos de lavado y secado.
- Proveer al personal a su cargo de material requerido y equipo de protección.
- Lograr que el personal a su cargo cumpla con los estándares de rendimiento establecidos.

Funciones Eventuales

- Brinda apoyo a las otras áreas cuando lo requieren.

V Requerimientos

- Experiencia

Un año mínimo requerido en cargos similares.

- Nivel De Educación

Superior.

- Idiomas

No se requiere.

- Conocimientos

Manejo administrativo contable.

- Edad Y Sexo

20 -45 años, mujer.

- Destrezas Y Habilidades

De Liderazgo, Comunicación, Planificación, Trabajo en equipo, etc.

- Actitudes y Comportamientos:

Flexibilidad, Automotivación, Pro actividad, etc.

Recepción/Secretaria

I Datos Identificatorios De La Posición

- Nombre: Recepción/Secretaria
- Área: Administración
- Reporta A: Administrador
- Supervisa A:

II Responsabilidades

- Responsable de brindar una atención óptima y satisfactoria al cliente interno y externo de la organización.

III Objetivo o Función Básica

- Satisfacer las necesidades de comunicación del personal de la unidad, operando un teléfono, atendiendo al público en sus requerimientos de información y entrevistas con el personal, ejecutando y controlando la recepción y despacho de la correspondencia, para servir de apoyo a las actividades administrativas de la unidad.

IV Funciones

Funciones Principales

- Manejo de la central telefónica.
- Encargado de recibir y enviar la correspondencia de la organización.
- Atiende al público que solicita información dándole la orientación requerida.
- Encargada de la atención al cliente
- Encargada de pesar, ingresar los datos del cliente en el sistema
- Responsable de facturar el monto de la cuenta.
- Programara el tiempo de entrega, así como también ofrecer promociones.
- Responsable de la recepción de los pedidos que hagan los clientes por teléfono.

Funciones Eventuales

- Brinda apoyo a las otras áreas cuando lo requieren.

V Requerimientos

- Experiencia

Un año mínima requerida en cargos similares.

- Nivel De Educación

Secundaria.

- Idiomas

No se requiere.

- Conocimientos

Manejo administrativo contable

- Edad Y Sexo

20 -40 años, mujer

- Destrezas Y Habilidades

Atender personal y público en general, expresarse y comunicarse correcta y claramente en forma oral, seguir instrucciones orales y escritas recibir mensajes, tratar en forma cortés al público en general.

- Actitudes Y Comportamientos:

Flexibilidad, manejo de central telefónica.

Operario de Lavado, Secado y Sellado

I Datos Identificatorios De La Posición

- Nombre: Operario De Lavado Y Secado
- Área: Administración
- Reporta A: Administrador
- Supervisa A:

II Responsabilidades

- Responsable de ejecutar correctamente las técnicas de lavado, secado y sellado de ropa.

III Objetivo o Función Básica

- Proporcionar a los clientes ropa limpia, así como controlar las existencias en el almacén de la Lavandería, para un mejor aprovechamiento de los bienes de la organización.

IV Funciones

Funciones Principales

- Encargado de la recepción de la ropa a lavar.
- Encargado de seleccionar la ropa, clasificarla
- Encargado e colocar la ropa respetando las indicaciones de lavado de la prenda.
- Encargado de programar los ciclos de secado y la introducción de las prendas a la secadora.
- Encargado de doblar la ropa para transportarlo al área de sellado.

-
- Responsable de sellar y empacar así como también distribuye dentro de los anaqueles el orden de los pedidos.
 - También se encarga de ordenar las prendas lavadas al seco con el fin de sellarlas y ordenarlas por orden de pedido.

Funciones Eventuales

- Brinda apoyo a las otras áreas cuando lo requieren

V Requerimientos

- Experiencia

Un año mínima requerida en cargos similares.

- Nivel de Educación

Secundaria

- Idiomas

No se requiere.

- Conocimientos

Manejo de maquinaria industrial

- Edad Y Sexo

20 -40 años, hombre

- Destrezas Y Habilidades
- Manejo de maquinaria industrial, sentido común.
- Actitudes Y Comportamientos:

Flexibilidad, proactivo.

Operario de Distribución

I Datos Identificatorios De La Posición

- Nombre: Operario de distribución
- Área: Administración
- Reporta A: Administrador
- Supervisa A:

II Responsabilidades

- Responsable de entregar las prendas a domicilio y de forma inmediata.

III Objetivo o Función Básica

- Satisfacer las necesidades de los clientes.

IV Funciones

Funciones Principales

- Operar la camioneta que se encargara de distribuir las prendas a los clientes y empresas que deseen este servicio.
- Distribución directa a los clientes

Funciones Eventuales

- Brinda apoyo a las otras áreas cuando lo requieren

V Requerimientos

- Experiencia

Un año mínima requerida en cargos similares.



- Nivel De Educación

Secundaria.

- Idiomas

No se requiere.

- Conocimientos

Licencia Tipo B

- Edad Y Sexo

20 -40 años, hombre

- Destrezas Y Habilidades

- Manejo de vehículos

- Actitudes Y Comportamientos:

Flexibilidad, proactivo.

En resumen se requerirá de un operario multifuncional, una secretaria/recepcionistas, u operario de distribución de prendas y un administrador en total son cuatro personas para poder llevar a cabo el proyecto.

Manual De Procesos

Proceso De Recepción

El proceso del servicio de lavandería comienza por la recepción de ropa, es decir el proceso por el cual el cliente solicita el servicio y entrega su ropa. El proceso de recepción está compuesto por varios pasos:

1. El proceso se inicia con el cliente entrando al establecimiento y esté siendo recibido por la recepcionista. El cliente procede a solicitar el servicio que necesita (lavado, secado ó ambos).
2. Una vez se establece el servicio que el cliente requiere, entre él y la recepcionista inspeccionan las prendas a ingresar, para determinar el número de cada tipo de prendas, por ejemplo (3 jeans, 2 camisas, 4 camisetas, 4 pares de calcetas, etc.).
3. La recepcionista ingresa la información en el formulario de ingreso que detalla las prendas y hace las respectivas anotaciones u observaciones según peticiones del cliente o el necesario cuidado específico de una prenda.

-
4. La recepcionista entrega al cliente un comprobante con el cual éste puede reclamar la ropa al momento que se le haya designado y que detalla el número de prendas.

 5. La recepcionista procede a ingresar la ropa en una de las diferentes bolsas dependiendo del servicio que ha seleccionado el cliente.
 - ✓ Selección de canastas según tipo de servicio: para determinar que el lote de ropa se encuentra dentro del área de servicio correcta se utilizarán bolsas, de color en las cuales se ingresará la ropa. Cada bolsa tiene un color específico elegido para su servicio. Cuando un lote de ropa deba pasar por varios servicios (ej.: lavado y secado), éste se embolsará de acuerdo al color de la bolsa del primer servicio:
 - ✓ Bolsas Azules: Ropa debe ser ingresada a sección de lavado.
 - ✓ Bolsas Verdes: Ropa debe ser ingresada a sección de secado.

 6. La recepcionista toma el lote de ropa y se dirige a ingresarlo al área de espera de lotes donde un operario lo ingresará dentro del siguiente proceso.

Proceso De Lavado

El proceso de lavado inicia con el operario tomando un lote de ropa del área de espera.

1. Una vez que el operario tiene el lote de ropa, ésta vacía la bolsa y hace un conteo físico de prendas, es decir verificando el conteo de ropa que se establece en el formulario por la recepcionista.
2. La operaria al terminar el conteo procede a examinar la ropa, buscando identificar la fórmula correcta para aquella prenda en base al nivel de suciedad ó el tipo de suciedad.
3. Con base a las diferentes fórmulas que la operaria determine necesarias para cada tipo de prenda o grupos de prendas ella procede a separar las mismas dependiendo de la fórmula o el tratamiento necesario.
4. La ropa se remueve de la lavadora y es examinada por el operario para asegurar una limpieza completa como parte del sistema de control de calidad de la lavandería., ya que una prenda puede o no necesitar lavado a mano en un lavadero, como también pasar por varios ciclos dentro de la lavadora,



contando al igual con una combinación de ingredientes necesarios (detergente, suavizante,).

5. Con base a las necesidades que detecte el operario se procede a separar las prendas dependiendo del tratamiento necesario.
6. El operario de lavadora finalmente escurre la ropa para remover el exceso de agua y la coloca dentro de la canasta haciendo un conteo final de la ropa para asegurarse que el número de prendas coincida con el que le fue entregado inicialmente.
7. La ropa es llevada por el operario a la siguiente etapa del proceso, éste pudiendo ser secado o despacho

Proceso De Secado

El proceso de secado es la siguiente etapa del servicio, éste se lleva a cabo por el mismo operario dentro del proceso de lavado, pero es considerado independiente, dado que puede ser requerido como un servicio único.

Esto se refiere a que un cliente puede que solicite solo el servicio de secado sin necesidad del servicio de lavado, razón de esto pueden ser causas del mal clima el cual no permitió que se le secase la ropa.

1. La operaria toma el lote de ropa proveniente del proceso de lavado ó del área de espera.
 - a. Dependiendo de su procedencia el operario puede que requiera tener que contar y examinar la ropa si ésta proviene del área de espera como parte de control de prendas.
2. La ropa es dividida de nuevo en agrupaciones dependiendo el tipo de tela para determinar los ciclos y tiempo de secado.
3. El operario introduce la ropa a la secadora, dependiendo de la agrupación, seleccionando los ciclos y el tiempo necesario.
4. La ropa permanece dentro de la secadora hasta el momento donde esta señala por medio de un sonido que los ciclos ha terminado.

5. El operario extrae la ropa de la secadora, le da una revisión de control de calidad, examinando que la ropa está en las condiciones ideales de secado.
6. El operario una vez ha colocado todo el lote de ropa dentro de la canasta procede a llevarla al área de despacho.
7. El operario procede a planchar, doblar y/o colocar en fundas las prendas que lo requieran, se colocan en las perchas de despacho.

Proceso De Despacho

El proceso final comienza desde el momento que el cliente llega a recoger su ropa.

1. La recepcionista identifica al cliente por medio de la boleta que le fue entregada que incluye su nombre, número y descripción de prendas.
2. Busca dentro del área de despacho el lote de ropa perteneciente a esta boleta.
3. Hace un conteo frente al cliente de las prendas o del lote para asegurar que el cliente está recibiendo todas las prendas que entregó al principio.
 - a. Si llegase a faltar una prenda se revisará el registro de operaciones con el operario para determinar donde se dio la falta de la prenda.

4. La recepcionista procede a cobrar por el servicio, emitiendo la factura respectiva.

Política y Procedimiento De Selección De Personal Por Competencias

Objetivo General

Diseñar y desarrollar los procedimientos para proveer una estructura administrativa de reclutamiento y selección eficiente.

Objetivo Específicos

- Lograr que todos los puestos vacantes sean cubiertos por el personal idóneo
- Buscar postulantes aptos para cubrir las vacantes que se presenten
- Analizar habilidades y competencias de los postulantes a fin de verificar su mayor potencial para el desempeño del puesto y posibilidades de un desarrollo futuro.

Reclutamiento

Una vez definido el perfil del puesto se debe identificar fuentes de reclutamiento de candidatos. Esto puede ser internas y externas.

1.- Fuentes de reclutamientos Internas.

- Se deberá revisar el inventario de recursos humanos que actualmente forma la organización.

2.- Fuentes de reclutamientos Externas.

Se debe priorizar de acuerdo a los recursos expuestos a continuación:

- Formación de un banco de datos.- Esto es más recurrente para las áreas administrativas, el mismo que debería estar formado por curriculum de todas aquellas personas que pretenden voluntariamente ingresar a laborar en la organización.
- Referencias del personal activo.- Se deben llenar vacantes a través del personal activo de la organización.
- Publicación de anuncios en los medios de comunicación.- Se debe utilizar los periódicos de mayor circulación, paginas especializadas en el reclutamiento de personal, carteles publicados dentro de la organización.

De La Requisición Del Personal

El área solicitante deberá hacer llegar al área de Recursos Humanos su petición a través del formulario establecido, la misma que constara con el perfil del puesto requerido indicando experiencia, nivel de educación, habilidades especiales, la misma que deberá estar justificada de acuerdo a proyecciones de embarques aéreos y marítimos.

Plazo De Contratación

El plazo de contratación deber ser no menor a 15 días, después de presentar la requisición de personal.

Selección

Se incorporarán al proceso de selección aquellos candidatos que cumplan con los perfiles, en términos de conocimientos, habilidades y capacidades para desempeñarlos de manera adecuada.

Pasos:

1. Recepción de documentos y pruebas de idoneidad.
2. Entrevista preliminar y de selección.
3. Verificación de datos y referencias.
4. Pruebas psicomotrices.
5. Examen médico.
6. Decisión de contratación.

1. Recepción De Documentos Y Prueba De Idoneidad De Documentos

El administrador solicita los documentos a cada aspirante donde verifica idoneidad de documentos personales como cedula de identidad, papeleta de votación, fotos tamaño carnet, certificado de trabajos anteriores.

2.- Entrevista Preliminar Y De Selección

Se pretende detectar, los aspectos más sostenibles del candidatos y su relación con los requerimientos del puesto; por ejemplo: apariencia física, facilidad de expresión verbal, habilidad para relacionarse, etc. Con el objeto de destacar aquellos candidatos que reúnen los requisitos del puesto que se pretende cubrir; debe informársele también la naturaleza del trabajo, el horario, la

remuneración ofrecida, las prestaciones, a fin de que él decida si le interesa seguir adelante el proceso.

La entrevista preliminar sirve para cerciorarse a primera vista, de los requisitos más obvios y fundamentales: edad aproximada, presentación y ver si llenan las políticas básicas de empleo.

3.- Verificación De Datos Y Referencias

La verificación de datos se deberá hacer mediante la verificación de antecedentes personales en la página del Ministerio del Interior, el reporte que se obtiene se archiva electrónicamente en la base de datos, posterior a esto se debe verificar las referencias laborables y personales registrando en el formulario establecido.

4.- Pruebas Psicomotrices

Para cubrir las vacantes, se efectuaran test del árbol, el mismo que nos indica rasgos básicos de personalidad, que nos ayudara a detectar el propio YO de los candidatos y su desarrollo afectivo.

Para efectuar este test necesitaremos papel en blanco, lápiz, goma de borrar y podemos también incorporar lápices de colores.

En el caso de personal técnico y administrativo se aplicara el test de personalidad trata de buscar rasgos de carácter, acordes con el perfil del puesto: introvertido o extrovertido, dinámico o pasivo, optimista o pesimista, con iniciativa o sumiso, impulsivo o moderado, etc. Además se llenara una guía de entrevista donde se analiza experiencia laboral, nivel de educación, intereses personales y autoevaluación. Cuando se requiera vacantes para el área comercial se incluirán test de competencias.

Para efectuar este test necesitaremos papel en blanco, lápiz, goma de borrar y podemos también incorporar lápices de colores.

“Puedes dibujar el árbol que tú quieras y como deseas”.

5.- Examen Medico

Los candidatos deberán presentar certificado médico donde se indique las condiciones de salud, posteriormente el administrador coordinara con un centro médico especializada para que se efectué exámenes pre ocupacionales, para poder ubicar al nuevo empleado en la actividad laboral a desarrollar.

Los exámenes médicos deben realizarse en tres momentos determinados: antes del ingreso del trabajador (exámenes pre-ocupacionales), durante el transcurso de la relación laboral (exámenes ocupacionales) y a la finalización de ésta (exámenes post-ocupacionales).

6.- Contratación

Si el candidato cumple todos los requisitos y se ajusta al perfil solicitado, el administrador, convoca al candidato seleccionado para efectuar la respectiva contratación.

Dentro del proceso de contratación se debe efectuar la toma de huellas dactilares, la afiliación al IESS y contrato de trabajo a plazo fijo con periodo de prueba (90 días), por escrito debidamente inscrito en el sistema del MRL.

Evaluación De Desempeño

El administrador será el encargado de evaluar el desempeño de sus subordinados mínimo una vez al año mediante el formulario establecido, los resultados de las

evaluaciones serán utilizadas para destacar habilidades y destrezas de esta manera se optimizar actitudes y aptitudes de los colaboradores.

Programa De Capacitación

Cada año el administrador elaborara y diseñara el plan anual de capacitación de considerando temas de seguridad industrial, talento humano, normas de seguridad básicas, medio ambiente dichas capacitaciones deberán ser registradas y evaluadas para medir su efectividad.

Inducción

El administrador elaborara el Plan de Acogida (Inducción) al negocio , con el objetivo de integrar a los nuevos empleados, lograr una rápida adaptación tanto al giro del negocio como al puesto/ocupación, dar una visión global de la organización, entregar herramientas y acciones que permita adquirir las competencias requeridas para el buen desempeño.

Para brindar un mejor soporte se deberá efectuar un manual de inducción donde se indica todos y cada uno de los beneficios, normas y reglas de la organización.

Seguimiento y Mantenimiento

El administrador efectuara un proceso de seguimiento de manera de verificar, entre otros aspectos:

- Actualización de datos mínimo una vez al año, se registrara en la base de datos.
- Mantener registros actualizados de afiliación al IESS.
- Contar con un programa de concienciación sobre adicciones de alcohol, drogas y otras adicciones que incluya avisos visibles y material de lectura.
- Verificar que se cuente con un archivo fotográfico y que se actualice mínimo una vez al año.
- Controlar el suministro y uso de uniforme de trabajo.

Desvinculación Del Personal

Causas De Desvinculación

El administrador deberá buscar y emplear el método más satisfactorio para llevar a cabo el término del vínculo laboral con el mínimo de dificultades para el negocio. Las separaciones se dan en las variantes de renuncias y despidos.

Renuncias Voluntaria

Puede deberse a jubilación, mejores ofertas externas, a relaciones conflictivas con miembros de la organización o a razones personales. Si un trabajador renuncia voluntaria deberá acercarse donde el administrador y notificar su decisión,

El empleado conjuntamente con el administrador llenaran el formulario de entrevista de salida, se elabora el aviso de salida del IESS, se procederá a indicar los días pendientes y fecha de liquidación de sus haberes.

Abandono Voluntario

En caso de inasistencia por tres días consecutivos del empleado se considera abandono de trabajo se deberá efectuar el procedimiento establecido en el Ministerio de Relaciones Laborables para finiquitar la relación laboral.

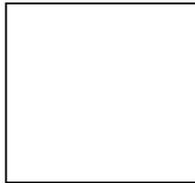
2.3.3 Gestión Operativa

2.3.3.1 Registro De Los Hechos

2.3.3.1.1. Definición

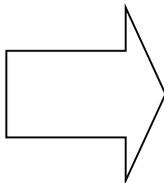
Registro de los hechos es determinar y fijar el manejo del proceso mediante símbolo que son la representación los cuales representan:

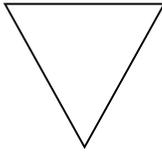
- a) inspección. el principal resultado de la inspección es verificación de cantidad y/o calidad, examinar cartas por si hay errores y por la apariencia comprobar la precisión de un cálculo, asegura que detalles importantes se incluyen en un impreso y si son correctos.



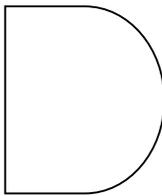
Comprobar la cantidad producida de un determinado documento.

- b) transporte. el principal resultado del transporte es movimiento, entregar una carta por medio del mensajero a otro, movimiento del personal entre enclaves de trabajo la distancia de desplazamiento se demostrara a la izquierda del símbolo, dirección de la flecha.

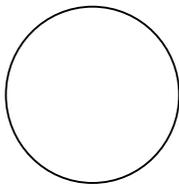




- c) almacenamiento (archivos). el principal resultado de almacenamiento es retención deliberada, archivar documentos a la terminación de acción, volver a colocar las fichas del libro en un recipiente después de haber realizado la actividad en el puesto.



- d) retraso. el principal resultado del retraso es aplazar una operación. así, por ejemplo cuando las condiciones no permiten atención al circuito de trabajo de una sección una carta esperando atención autorizar pago de facturas de compra retrasada debido a incompatibilidad de artículos recibidos.

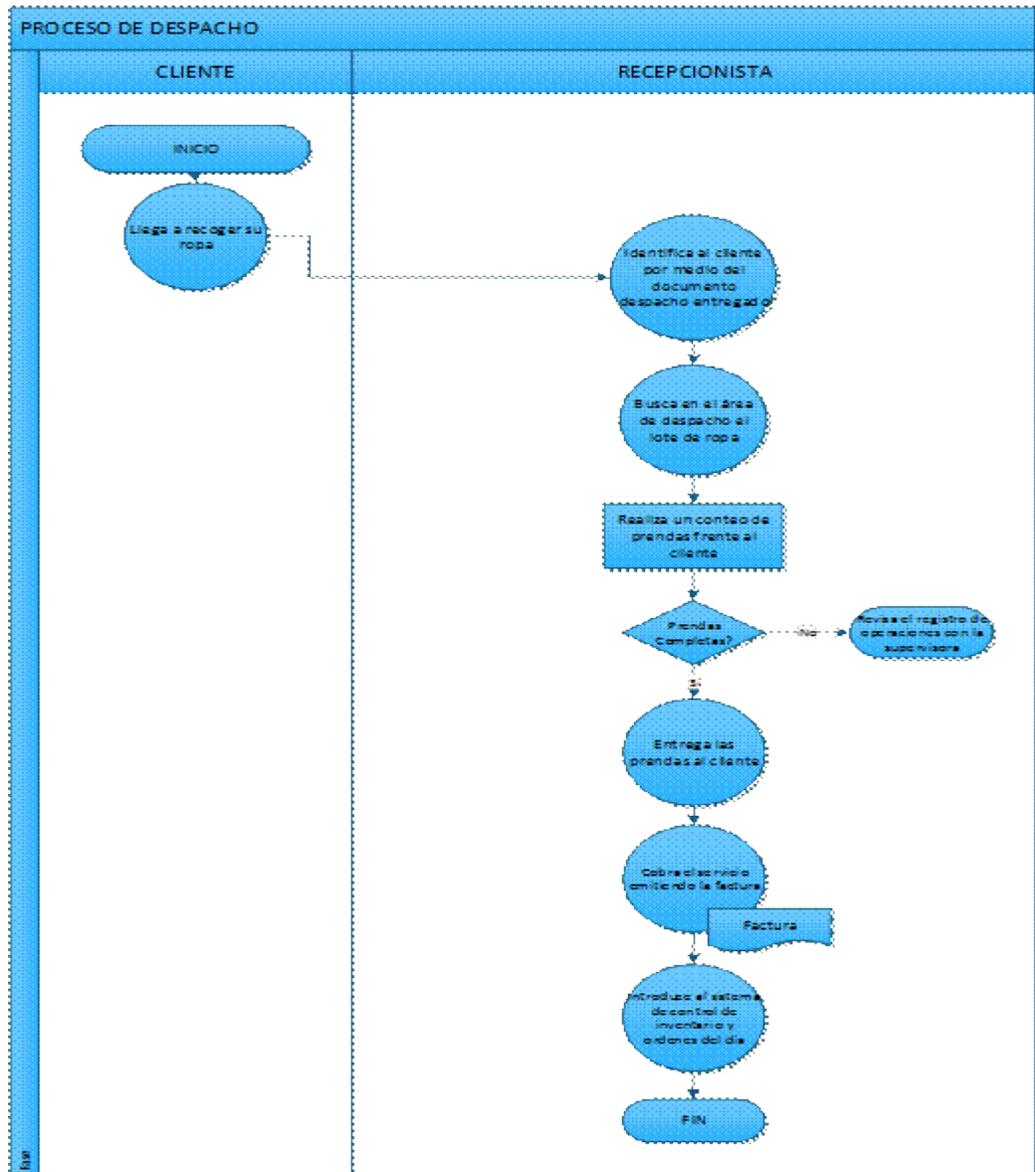


- e) operación. el principal resultado de una operación es ejecutar o promover un trámite, leer una carta de información, calcular un aumento de proceso, rellenar un impreso, eliminar un documento, elección de trámite o método alternativo.

La elección del trámite o método alternativo se refiere a examinar la necesidad de considerar el más adecuado método o trámite alternativo determinando, una vez que se han tomado en cuenta todos los datos perfilados y las consideraciones de costo que han sido tratadas, el cual recibe un tratamiento por aparador por razones de comodidad de

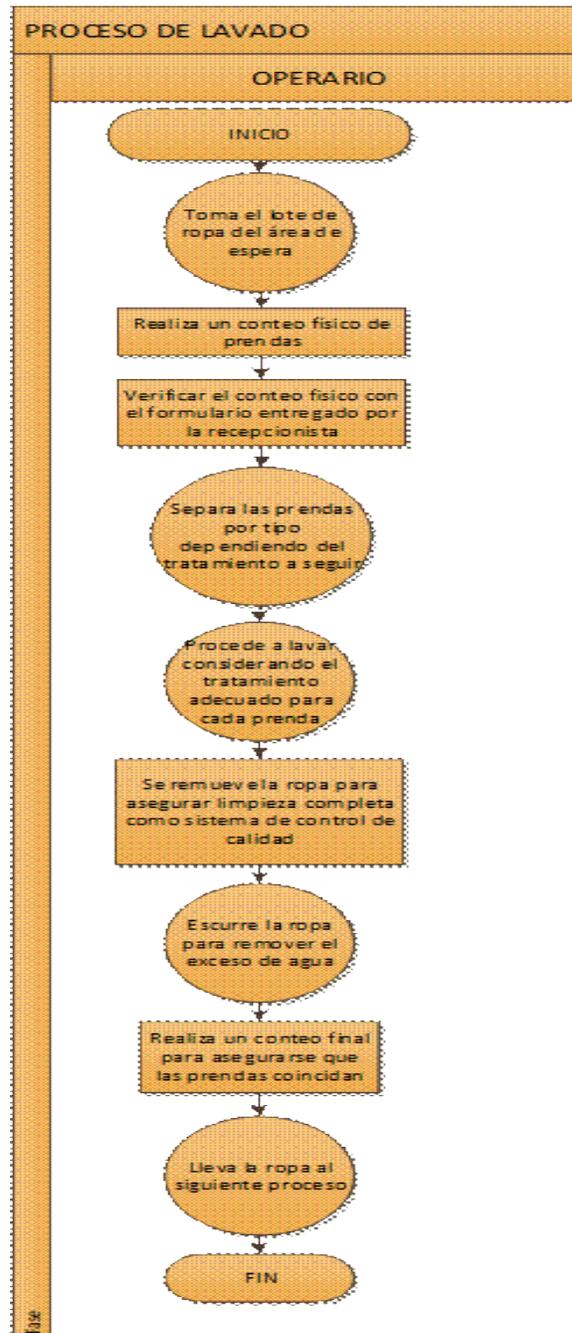
referencia entre los factores de comprobación se obtuvo los siguientes cambios o mejoras en cada uno de los procesos analizados.

Figura 3 Proceso de Despacho



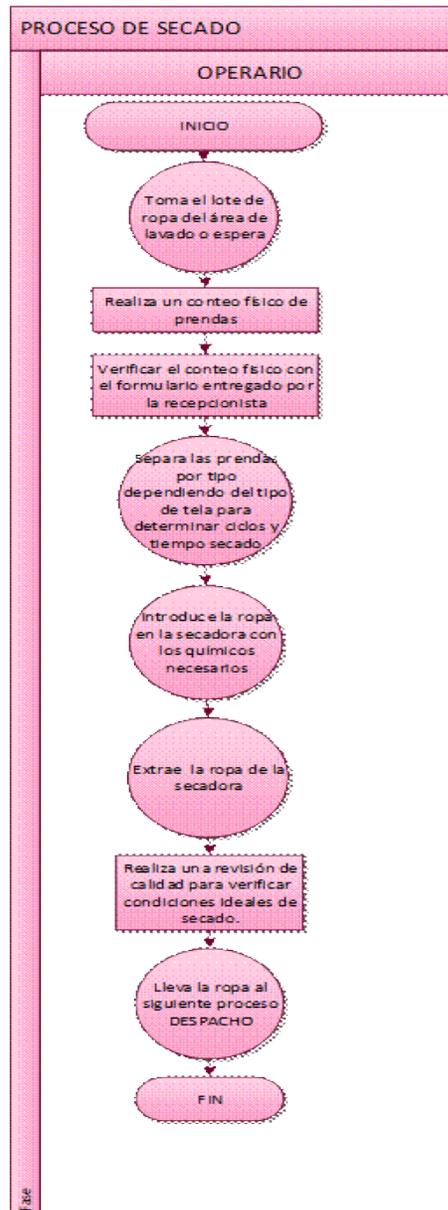
Elaborado por: Autora

Figura 4 Proceso de lavado



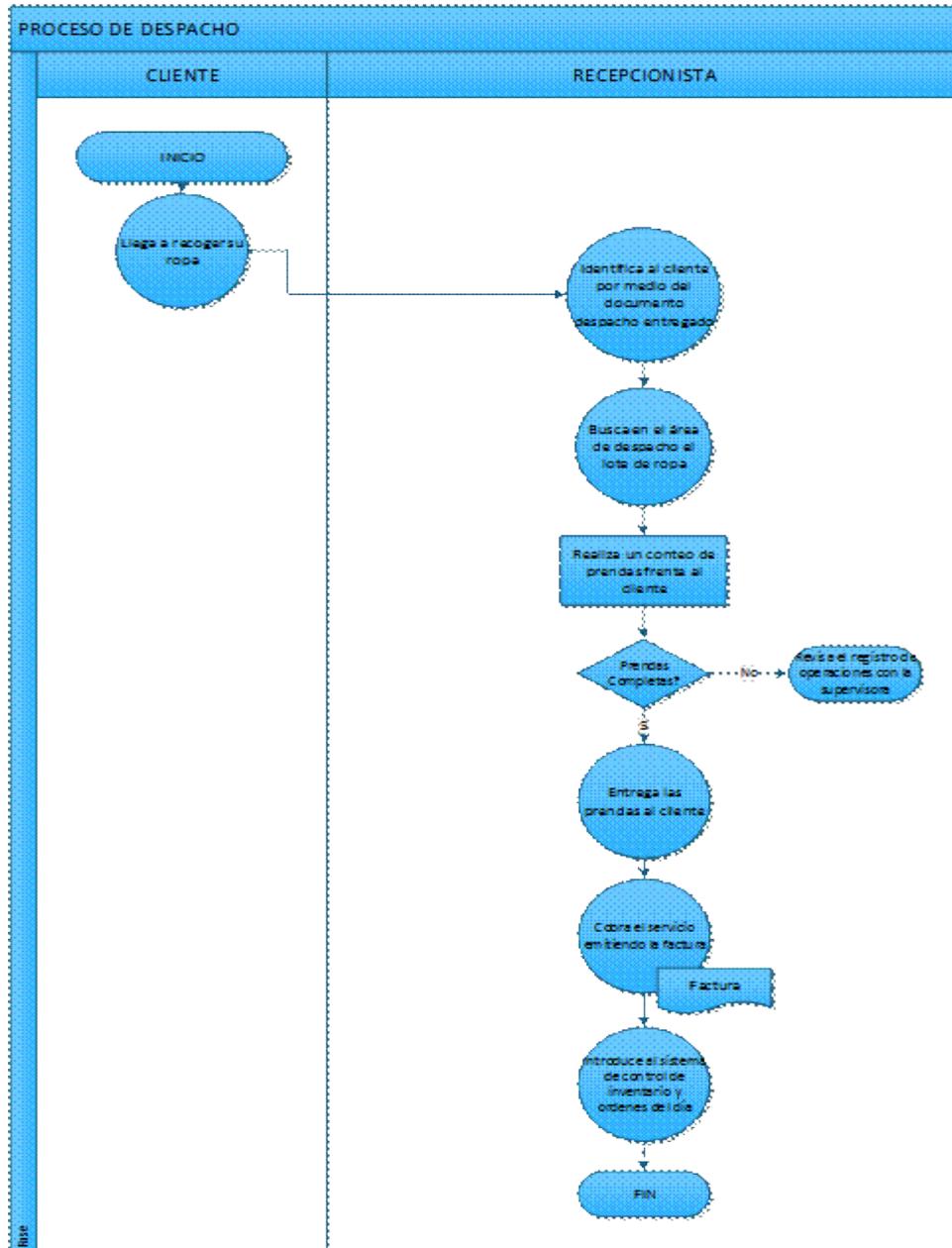
Elaborado por: Autora

Figura 5 Proceso de Secado



Elaborado por: Autora

Figura 6 Proceso de despacho



Elaborado por: Autora

2.3.4 Gestión Comercial

2.3.4.1 Producto

La lavandería prestara un servicio doméstico mediante la utilización de ozono, Esto se realizara utilizando agua, jabón, detergentes, suavizadores, aplicación de ozono en el agua, en las diferentes fases del servicio que el cliente haya solicitado, tales como lavado y secado.

La empresa responde al nombre de Lavandería Guayllabamba, se trata de una compañía unilateral, la cual fue creada para emprender actividades exclusivas de tratado de prendas de vestir.

Entre las ventajas que encierra este tipo de negocios es la factibilidad de la toma de decisiones, al existir un solo propietario.

SLOGAN “Cuidamos tus prendas tu imagen”, Este slogan promociona las bondades de los servicios que ofrece la empresa y nos permite conocer la parroquia donde se encuentran nuestros clientes potenciales ya que cada uno de ellos tiene gustos y preferencias propias.



La marca es un título que concede el derecho exclusivo a la utilización de un signo para la identificación de un producto o servicio en el mercado, el logo es una cesta con ropa, figura que representa los servicios de recolección de ropa sucia donde surge la necesidad de utilizar el servicio de lavandería Guayllabamba con sistema ecológico.

2.3.4.2 Plaza

El proyecto abarca desde el proceso de diseño del sistema de lavado ecológico hasta la distribución de las prendas y accesorios que se laven y sequen.

Se ofrecerá el servicio directamente, no existirán otros canales de distribución para llegar al cliente, lo que posibilita que las prendas lavadas y secadas sean distribuidas tanto fuera como dentro del local; con ello se podrá obtener un valor agregado dentro del mercado de lavanderías comerciales existentes, al poder brindar un servicio personalizado.

El objetivo es brindar a los clientes un lugar donde encuentren una adecuada atención y sobre todo que puedan obtener la seguridad que sus prendas y accesorios se encuentren en óptimas condiciones, todo ello acompañado por un servicio rápido y personalizado por parte del servicio de lavandería con un sistema ecológico. Por ello se busca mediante una encuesta ubicar que estándares de calidad y comodidad buscan los clientes dentro del servicio de lavandería.

2.3.4.3 Precio

Se evalúa poder realizar una mezcla entre las dos definiciones existentes que son precios psicológicos y precios promocionales, en el primero el cliente no tiene fuentes de cómo evaluar porque no conocen la calidad y el servicio que se ofrece alrededor del servicio de lavandería con un sistema ecológico.

Los precios de venta para este tipo de servicios oscilan entre \$3,50 a \$9.00 el servicio de lavado y secado por un promedio de 8 a 15 libras de ropa. El servicio de planchado se da en algunas empresas los precios por este servicio es de \$ 0.35 a \$ 0,57 por una o dos prendas llevando gancho propio de lo contrario el precio de planchado aumenta.

Las lavanderías tienen en común el servicio de lavado y secado y oscila entre \$1,50 a \$2.00 por una pieza generalmente es ropa formal tales como sacos, camisas, trajes, entre otros.

Con el estudio de mercado se pudo determinar que el precio por el servicio de lavandería que esta empresa ofrecería sería de \$5,00 dólares por cada 8lb. de ropa.

La determinación del precio se obtuvo por medio del análisis del uso de insumos durante cada proceso del servicio, como también un sondeo de precios de la competencia de tal manera de mantenernos competitivos. El desglose de precios es según lo siguiente:

Tabla 2 Cálculo de precios

CALCULO PRECIO DE VENTAS	MONTOS
Costo variable	\$ 2,17
Costo Fijo	\$ 1,10
Total Costos	\$ 3,27
Margen de ganancia	\$ 1,15
Precio antes de IVA	\$ 4,42
IVA	\$ 0,57
Precio incluido IVA	\$ 5,00

Elaborado por: Autora

2.3.4.4 Promoción

El servicio de lavandería para mantener y atraer clientela ejecutara planes de promociones anuales con fin de incrementar su cartera de clientes, mediante la elaboración de trípticos informativos donde se deberá constar el lavado de dos prendas por una los días martes, tips para quitar manchas de sus prendas.

2.4 Análisis FODA

Se analizara las fortalezas y debilidades del sistema de lavado ecológico.

Tabla 3 Análisis FODA

ANÁLISIS EXTERNO CONCEPTO	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	A	M	B	A	M	B
Tasa de interés.- Dentro del sector comercial nos afecta la tasa de interés del sistema financiera ya que nos imposibilita el adquirir créditos directo.					X	
Social.- el presente proyecto está dirigido a toda la población de la parroquia de Guayllabamba	X					
Político.- dependemos directamente de la estabilidad del estado para brindar apoyo y fomentar la microempresa				X		
Tecnología.- Se adquirirá maquinaria con los últimos avances tecnológicos.		X				
Clientes.- Por la falta de servicio de lavandería en el sector de la parroquia de Guayllabamba permitirá desarrollar el servicio de lavandería con servicio ecológico mediante la concientización del cuidado del medio ambiente lo que brindara un mayor grado de aceptación.	X					
Proveedores.- El servicio contara con proveedores altamente capacitados que proporcionaran productos de óptima calidad y bajos precios.	X					
Competencia.- No existe competencia en el sector lo que nos permitirá crecer como negocio y mejorar en todos los aspectos.	X					
ANÁLISIS EXTERNO CONCEPTO	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	A	M	B	A	M	B
Capacidad administrativa.- El negocio estará administrativo por personal altamente capacitado para satisfacer las necesidades del cliente.	X					
Capacidad financiera.- El negocio no contara con el 70% del capital para poder emprender el negocio.						X
Capacidad Técnica operaria.- Se dispondrá de maquinaria altamente sofisticada para de este modo satisfacer la demanda insatisfecha	X					

Elaborado por: Autora



Como se observa, las fortalezas del sistema de lavado ecológico están amparadas en la conciencia de mantener equilibrado el ecosistema por parte de los clientes, los proveedores serán los encargados de poder ofrecer una adecuada asistencia en cada uno de los insumos, sin embargo una gran debilidad al momento de iniciar la puesta en marcha de la empresa será el no contar con el setenta por ciento del capital para emprender el negocio, como una gran oportunidad se considera la falta de competencia directa lo que permitirá realizar un adecuado plan de marketing para poder introducir esta nueva forma de lavado.

CAPITULO III

3 Estudio De Mercado

3.1 Análisis Del Consumidor

En la toma de decisiones de marketing, la información es un elemento crucial. Conocer al máximo al consumidor es clave para poder identificar las oportunidades que el mercado plantea a la empresa. Pero conocer al consumidor no es suficiente: hay que saber también cómo reacciona a las estrategias de producto, precio, distribución y comunicación. Y es que sólo a partir del conocimiento completo de los consumidores y de su reacción al mix de marketing se puede desarrollar el encuentro de la empresa con ellos de manera eficaz. En el contexto del marketing, la supervivencia y el crecimiento de las empresas dependen del conocimiento exacto que los directivos de marketing tengan del comportamiento de los consumidores. Un conocimiento del consumidor cuyo estudio y análisis no sólo ha de estar referido al acto de compra, sino que ha de tener en cuenta todas las actividades previas y posteriores a la compra que resulten relevantes.

3.1.1 Determinación De La Población Y Muestra

3.1.1.1. Población

De acuerdo a los datos obtenidos de la población del sector de la parroquia de Guayllabamba está dividida en 17 barrios aproximadamente cuenta con 1200 habitantes este valor se basa en el último censo y datos del INEC.

La mayor parte de la población de la provincia está concentrada en su capital, Quito. Más de 2.240.000 de habitantes. La población tiene un rápido crecimiento, especialmente la urbana, debido a las importantes corrientes migratorias internas, de distintas zonas (rurales en su mayoría) del Ecuador, que emigran hacia la capital.

La población de la región es principalmente mestiza y castiza, con una considerable y creciente población caucásica, cierta población asiática, una casi nula población afro descendiente, y una población baja y decreciente de indígenas.

Tabla 4 Población de la parroquia de Guayllabamba

AÑO	N. DE HABITANTES TOTAL DEL PAIS	N. DE HABITANTES DE LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA	N. DE HABITANTES FEMENINOS DE LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA
2012	2587734	14856	6813
2013	2798436	16213	8014

Fuente: INEC

Elaborado por: Autora

3.1.1.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se tomó como Universo todos los habitantes de la parroquia de Guayllabamba, donde se consideró un nivel de confianza de 95% con un margen de error del 5% utilizando la siguiente formula:

$$n = \frac{N}{(N-1)E^2 + 1}$$

Donde N. es la población, E² margen de error.

$$n = \frac{16.213}{(16.213-1) \times 0.05^2 + 1}$$

$$n = 391$$

3.1.1.3 Segmentación Del Mercado

Este proyecto busca dar valores agregados al proceso de lavado; con ello diferenciarse de las lavanderías tradicionales, donde en la mayoría de los casos el tiempo de entrega de las prendas es un valor que el cliente siente no satisfecha al momento de poder acceder a este servicio, también lo son los precios.

Dichos valores agregados se verá reflejado en ofrecer un servicio de entrega en un corto periodo de tiempo, un precio accesible, el lavado con un sistema ecológico y una atención personalizada a cada uno de los clientes.

Este servicio está básicamente enfocado a familias donde la persona encargada de la economía de la casa es el padre y en algunos casos ambos; tanto padre como madre, con un promedio de dos hijos por familia, se asume para el diseño varones y mujeres de veinte años a más. Se estima pertinente que la variable de segmentación se adecue a este servicio en el nivel socioeconómico, entendiéndose como nivel socioeconómico a un conjunto significativo de personas que comparten condiciones económicas y sociales que las hacen similares entre si y distante de las demás. Estos dos factores influirán significativamente a la hora de decidir la adquisición del servicio por parte de los clientes.

3.1.2 Técnicas De Recolección De Información

¿Qué es recolección de la información?

Es el proceso mediante el cual el analista recopila datos e información de la situación actual de un sistema, con el propósito de identificar problemas y oportunidades de mejora.

¿Cómo se hace?

Mediante el uso de una serie de instrumentos y técnicas como:

- Entrevista.
- Encuesta.
- Fichas de observación.

3.1.2.1 Encuesta

Concepto

Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador busca recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y no modificar el entorno ni controlar el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se

obtienen a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

Ventajas

- Bajo costo.
- Información más exacta (mejor calidad) que la del censo debido a que el menor número de encuestadores permite capacitarlos mejor y más selectivamente.
- Es posible introducir métodos científicos objetivos de medición para corregir errores.
- Mayor rapidez en la obtención de resultados.
- Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

Desventajas

- El planeamiento y ejecución de la investigación suele ser más complejo que si se realizara por censo.
- Requiere para su diseño de profesionales con buenos conocimientos de teoría y habilidad en su aplicación. Hay un mayor riesgo de sesgo muestral.
- Es necesario dar un margen de confiabilidad de los datos, una medida del error estadístico posible al no haber encuestado a la población completa.

Por lo tanto deben aplicarse análisis estadísticos que permitan medir dicho error con intervalos de confianza, medidas de desviación estándar, coeficiente de variación, etc. Esto requiere de profesionales capacitados al efecto, y complica el análisis de las conclusiones.

3.1.2.1. Modelo De Encuesta

Objetivo: La presente encuesta tiene la finalidad de conocer sus necesidades en cuanto al servicio de lavandería en la parroquia.

Instructivo: Lea detenidamente cada una de las respuestas y marque con una X o encierre en un círculo la respuesta que Usted escoja.

Datos Generales:

Edad: 18 a 25 años 26 a 35 años 36 a 45 años

Ocupación:

Género: Masculino () Femenino ()

Fecha: Día..... Mes..... Año.....

1. ¿Ha utilizado servicio de lavandería, si su respuesta es NO explique porque?

.....
.....

2. ¿Con que frecuencia acudiría al servicio de lavandería a domicilio?

- a) Una vez a la semana
- b) Una vez al mes
- c) Esporádicamente
- d) No tomaría el servicio de lavandería.

3. ¿Qué servicios le agradecería encontrar en nuestras lavanderías?

- a) Lavado al seco.
- b) Uso de la tarjeta de crédito.



-
- c) Servicio de costura
- d) Lavado, secado y planchado.
4. ¿Qué tiempo de entrega satisface sus necesidades?
- a) El mismo día.
- b) Al día siguiente.
5. ¿Cómo le gustaría que se facture este servicio de lavandería?
- a) Por peso
- b) Por piezas.
6. ¿Señale en que horarios de atención le gustaría que presten estos servicios?
- a) 6:00 am a 19:00 pm
- b) 7:00 am a 19:00 pm
- c) 9:00 am a 21:00 pm
7. ¿Tienes conocimiento que existe un sistema ecológico de lavado?
- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe / No responde ()
-

8. ¿En orden de preferencia que servicio de lavandería utiliza Usted?

- a) La Colon.
- b) La química.
- c) Ninguna.

9. ¿Quién lleva frecuentemente las prendas a lavar?

- a) Esposa
- b) Esposo
- c) Hijos
- d) Empleadas
- e) Otros

10. ¿Qué factores lo alejarían del servicio de lavandería?

- a) Mala atención del personal
- b) Mal lavado de las prendas (ropa sucia).
- c) Mal tiempo de entrega
- d) Faltas de algunas prendas
- e) Otros

GRACIAS POR SU GENTIL COLABORACION

3.1.3 Análisis De La Información

1) ¿Ha utilizado servicio de lavandería, si su respuesta es NO explique porque?

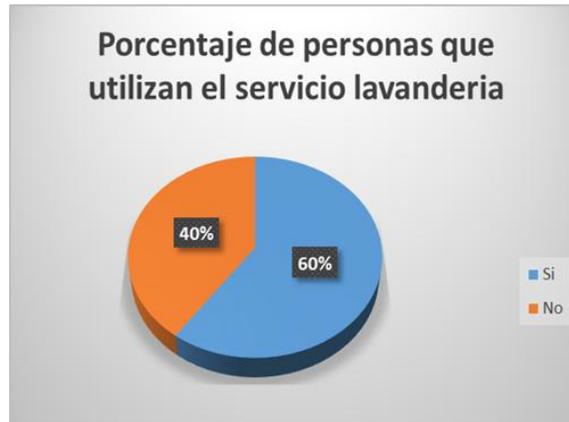
Tabla 5 Utilización servicio de lavandería

Utilización servicio de lavandería.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	SI	228	59,84	59,84	59,84
	NO	153	40,16	40,16	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 7 Porcentaje de personas a utilizar el servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

De las 381 personas encuestadas el 60% han utilizado el servicio de lavandería, pero cabe recalcar que la mayoría de las personas trabajan y no requieren de tiempo suficiente para realizar esta tarea, además el 40% están acostumbrados al lavado tradicional de sus prendas.

2) ¿Con que frecuencia acudiría al servicio de lavandería a domicilio?

Tabla 6 Frecuencia de acudir al servicio de lavandería

Frecuencia acudir al servicio de lavandería					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	Una vez a la semana	196	51,44	51,44	51,44
	Una vez al mes	87	22,83	22,83	74,28
	Esporádicamente	73	19,16	19,16	93,44
	No tomaría en servicio de lavandería	25	6,56	6,56	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 8 Frecuencia de acudir al servicio de lavandería



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Se puede observar que el 51% de personas encuestadas acudirían a utilizar el servicio de lavandería, mediante esta pregunta podemos determinar la demanda actual que obtendremos.

3) ¿Qué servicios le agradaría encontrar en nuestras lavanderías?

Tabla 7 Servicios adicionales

Servicios a encontrar en el servicio de lavandería					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	Lavado al seco	86	22,57	22,57	22,57
	Uso de tarjeta de crédito	13	3,41	3,41	25,98
	servicio de costura	28	7,35	7,35	33,33
	Lavado, secado y planchado	254	66,67	66,67	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 9 Servicios adicionales



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

El 67% de las personas encuestadas respondieron que les agradecería contar con el servicio de lavado, secado y planchado, nos indica además que debemos considerar el lavado en seco.

4) ¿Qué tiempo de entrega satisface sus necesidades?

Tabla 8 Tiempo de entrega

Tiempo de entrega					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	El mismo día	153	40,16	40,16	40,16
	Al día siguiente	228	59,84	59,84	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 10 Tiempo de entrega



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

En la gráfica podemos observar que el 60% de las personas encuestadas desean obtener sus prendas al día siguiente de esta manera garantizaremos un servicio de calidad.

5) ¿Cómo le gustaría que se facture este servicio de lavandería?

Tabla 9 Facturación del servicio

Facturación del servicio					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	Por peso	287	75,33	75,33	75,33
	Por pieza	94	24,67	24,67	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 11 Facturación del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

El 75% de las personas encuestadas prefieren que el servicio sea facturado por peso, ya que de este modo ahorremos tiempo y dinero en relación a la facturación por pieza.

6) ¿Señale en que horarios de atención le gustaría que presten estos servicios?

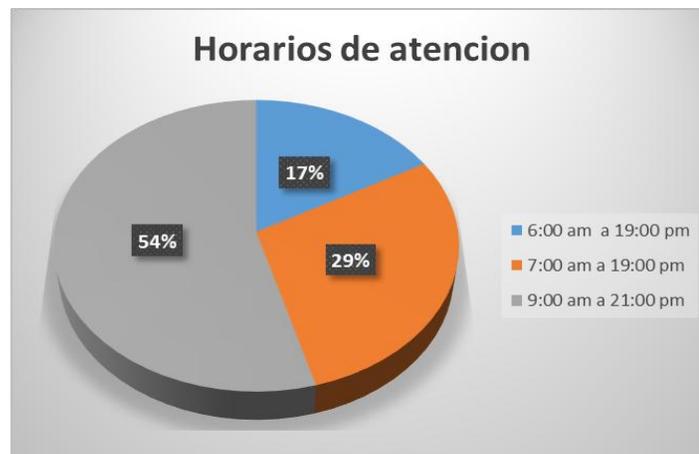
Tabla N. 10 Horarios de atención

Horarios de atención					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	6:00 am a 19:00 pm	64	16,8	16,8	16,8
	7:00 am a 19:00 pm	110	28,87	28,87	45,67
	9:00 am a 21:00 pm	207	54,33	54,33	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 12 Horarios de atención



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

El 54% de las personas encuestas prefieren que el servicio de lavandería tenga un horario desde las 9:00 am hasta las 9:00 pm, para poder acceder al servicio, con esto podremos cubrir una demanda más amplia.

7) ¿Tienes conocimiento que existe un sistema ecológico de lavado?

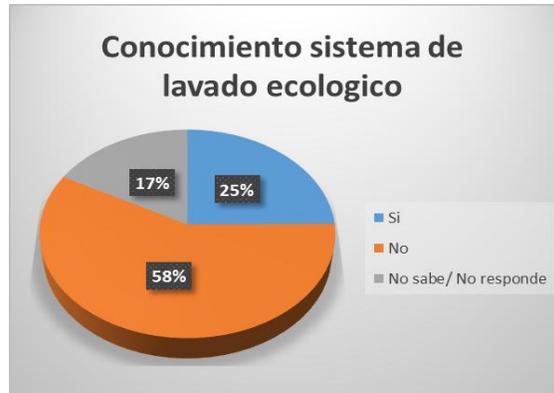
Tabla 10 Conocimiento de sistema ecológico

Conocimiento de sistema de lavado ecológico					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	Si	95	24,93	24,93	24,93
	No	221	58,01	58,01	82,94
	No sabe/ No responde	65	17,06	17,06	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 13 Conocimiento sistema de lavado ecológico



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

El 58% de los encuestados no tienen conocimiento sobre el lavado con sistema ecológico lo que nos indica que debemos trabajar en una campaña de enseñanza y aprendizaje para concientizar sobre el uso del agua.

8) ¿En orden de preferencia que servicio de lavandería utiliza Usted?

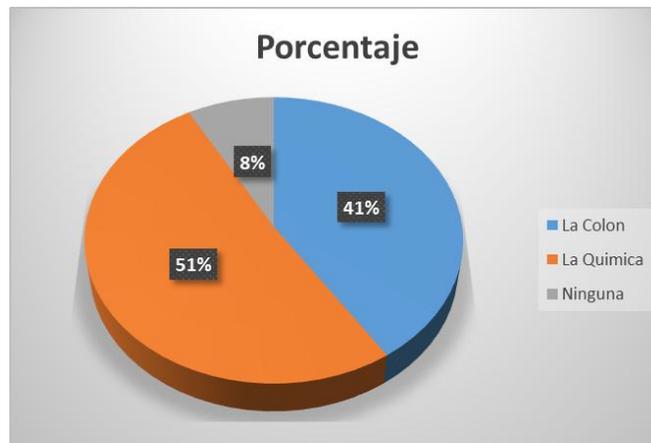
Tabla 11 Servicios de lavandería utilizada

Servicios de lavandería utilizado					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	La Colon	155	40,68	40,68	40,68
	La Química	195	51,18	51,18	91,86
	Ninguna	31	8,14	8,14	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 14 Servicios de lavandería utilizada



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

En la gráfica podemos observar que el 51% de encuestados nos indican que utilizan el servicio de lavandería con la empresa Química, lo que nos demuestra que contaremos con una demanda insatisfecha que el servicio de esta es única y exclusivamente en prendas seleccionadas y lavado en seco.

9) ¿Quién lleva frecuentemente las prendas a lavar?

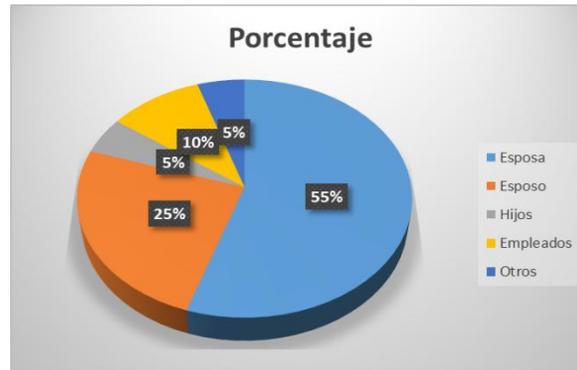
Tabla 12 Encargados de llevar las prendas

Encargados de llevar las prendas a lavar					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	Esposa	210	55,12	55,12	55,12
	Esposo	95	24,93	24,93	80,05
	Hijos	19	4,99	4,99	85,04
	Empleados	38	9,97	9,97	95,01
	Otros	19	4,99	4,99	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Figura 15 Encargados de llevar las prendas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

El 55% de las personas encuestadas nos indicaron que las encargadas de llevar a lavar sus prendas son las esposas, es decir las amas de casa indicándonos que el target seleccionado es el correcto.

10) ¿Qué factores lo alejarían del servicio de lavandería?

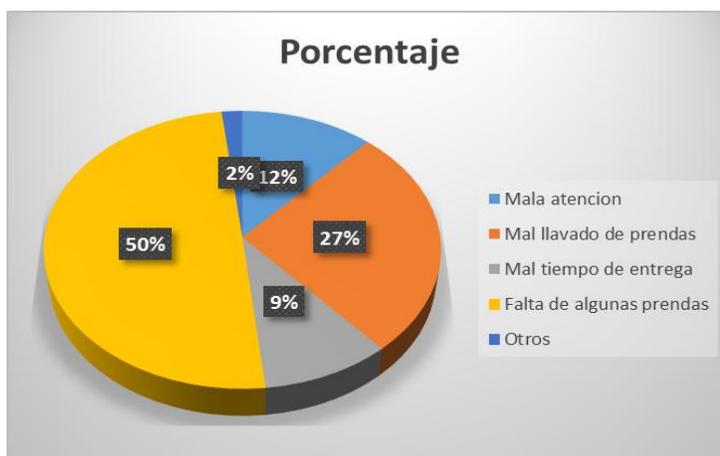
Tabla 13 Factores que lo alejarían del servicio

Factores que alejarían de lavandería					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Validado	Porcentaje Acumulado
Validación	Mala atención	45	11,81	11,81	11,81
	Mal lavado de prendas	102	26,77	26,77	38,58
	Mal tiempo de entrega	37	9,71	9,71	48,29
	Falta de algunas prendas	190	49,87	49,87	98,16
	Otros	7	1,84	1,84	100
	TOTAL	381	100	100	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 15 Factores que la alejarían del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora

El 50% de los encuestados nos indica que lo más importante es el manejo y cuidado de sus prendas, también nos demuestran que el 27% va a requerir un servicio de calidad.

Análisis De Resultados

Mediante la realización de las encuestas obtenidas en la parroquia de Guayllabamba, comprendido principalmente a amas de casa, quienes son las que realizan las tareas de lavado de ropa, se obtuvieron resultados valiosos como que la mayoría estaría a gusto con la instalación de la empresa en el sector, como que servicio adicional le gustaría encontrar en una empresa de lavado y secado de ropa con sistema ecológico preservando el medio ambiente, con estos resultados se obtuvo información relevante para el cálculo de la demanda, oferta y demanda insatisfecha.

3.2. Oferta

El término Oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a vender a determinados precios”(SAPAG, 2009).

3.2.1. Clasificación De La Oferta

Para el análisis de la oferta se considera el número de empresas de lavado y secado de ropa con sistema ecológico existente en Guayllabamba.

La Oferta Se Puede Clasificar En Tres Tipos:

- Se denomina OFERTA MONOPOLICA cuando existe un sólo productor del bien o servicio y por ende, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad, en la oferta monopólica no existen productos/servicios sustitutos.
- En la OFERTA OLIGOPÓLICA el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores ellos determinan los precios
- Se denomina OFERTA COMPETITIVA porque existe tal cantidad de productores del mismo artículo en el mercado, está determinada por la calidad, el precio, y el servicio que ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

En definitiva la empresa se relaciona con una Oferta Competitiva ya que el servicio de lavado y secado de ropa con sistema ecológico no se encuentra en la parroquia de Guayllabamba.

3.2.1.2 Factores Que Afectan La Oferta

“Al igual que en la demanda, existen algunos factores que pueden producir cambios en la oferta como son:” (SAPAG, 2009).

- Número de los Competidores.
- Incursión de Nuevos Competidores.
- Precios de los servicios relacionados.
- Número de Competidores

Es importante conocer el número de empresas que ofertan el servicio de lavado y secado de ropa con sistema ecológico, es un factor que puede influir en la Oferta de los mismos, pues no existe y será mayor el atractivo del mercado, ya que existe una mayor cantidad de posibles consumidores y la posibilidad de obtener una buena participación dentro del mismo. Las empresas que actualmente se encuentran ofertando este servicio en Guayllabamba.

3.2.1. Oferta Histórica

Conocer la competencia es necesario para establecer la cantidad de ofertantes existentes en los últimos años en el mercado para de esta manera determinar el comportamiento a futuro y conocer la demanda insatisfecha de clientes que requieren del servicio de lavado y secado de ropa.

No se cuenta con la información histórica de oferentes para el servicio de lavado y secado de ropa en la parroquia de Guayllabamba, debido a cambios de administración, y al ingreso de nuevos ofertantes con servicios y promociones diferenciados. Con la creación de nuevas empresas que ofrecen este tipo de servicio los consumidores han optado por sugerir servicios adicionales como planchado, desmanchado, cocido y zurcido de prendas.

Hasta el momento se ha observado ofertas de lavado como entregar las prendas en el menor tiempo posible, dos por uno, entre otras, el proyecto pretende introducir al mercado una empresa el cual va diferenciarse de la competencia por brindar un servicio de lavado con sistema ecológico y de calidad, de la misma manera se pretende introducir servicio a domicilio en la entrega de las prendas de vestir así como también un servicio adicional como es la concientización del uso y cuidado del agua, que de

acuerdo a la encuesta realizada es de gran aceptación por su desconocimiento lo que indica una oportunidad de carácter alto.

3.2.2. Oferta Actual

En la actualidad el número de ofertantes en la parroquia de Guayllabamba es determinado ya que las empresas que ofrecen el servicio de lavado y secado de ropa optan por dar promociones y servicios diferentes a los de la competencia, mediante una investigación de campo realizadas a las empresas dedicadas al servicio de lavado y secado de ropa se ha obtenido la siguiente información:

Las empresas que actualmente se encuentran ofertando el servicio de lavado y secado de prendas en la parroquia de Guayllabamba esporádicamente son:

Tabla 14 Lista de empresas

Lista de Empresas de lavado y Secado de Ropa
La Química
La Colon
Lavaexpress

Fuente: Investigación De Campo

Elaborado Por: Autora

Tabla 15 Lista de empresas servicio por día

EMPRESAS	PRENDAS POR DIA
La Colon	100
La Química	195

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

A través de la investigación de campo realizada se obtuvo que las empresas poseen información basadas en prendas lavadas por día.

Tabla 16 Detalle de los servicios prestados por docenas

EMPRESAS	TOTAL DOCENAS LAVADAS POR SEMANA	TOTAL DOCENAS AL AÑO
La Colon	42	2530
La Química	81	4212
TOTAL OFERTA	123	6742

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Analizando los datos obtenidos de la investigación se tiene que la oferta total al 2013 en docenas es de **6746**.

3.2.3 Oferta Proyectada

Tabla 17 Oferta Proyectada por empresas

EMPRESAS	TASA DE CRECIMIENTO ANUAL
La Colon	3%
La Química	7,80%
PROMEDIO TASA DE CRECIMIENTO	5.4%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Para proyectar la oferta se tomara como dato inicial el valor de la oferta actual, utilizando como coeficiente de proyección el proporcionado por las empresas de lavado y secado tradicional en relación al crecimiento poblacional promedio anual del 5,17%.

Tabla 18 Oferta Proyectada

AÑOS	PROYECCION OFERTA
2013	8014
2014	8525
2015	8710
2016	8899
2017	9092
2018	9289

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

3.3 Productos Sustitutos

“Son aquellos bienes que satisfacen una necesidad similar, y por tanto el consumidor podrá optar por el consumo de ellos en lugar del bien del proyecto, si este subiera de precio” (SAPAG, Preparacion y evaluacion de proyectos, 2003).

El servicio sustituto para las empresas de lavado y secado de ropa son las lavadoras que las personas poseen en su propia casa, personas que lavan la ropa a domicilio, y lavado en seco que la competencia lo realiza.

3.4 Análisis De La Demanda

Se entiende por demandante a la población que requiere satisfacer sus necesidades de servicio de lavandería doméstica dentro del distrito metropolitano de Quito, donde los diferentes negocios o empresas buscan competir por esta demanda entre sí por medio de factores como calidad, precio, servicio al cliente, número de servicios y ubicación.

3.4.1 Metodología Para Determinar La Demanda

Para el presente proyecto se deberá identificar la demanda actual del servicio. Debido a la falta de información estadística se deberá realizar una investigación de campo; a través de encuestas en la parroquia de Guayllabamba.

Para elaborar las encuestas se determinó como universo a la población femenina de la parroquia de Guayllabamba de nivel socioeconómico alto y medio alto.

Características De La Demanda

Los objetivos que se buscan con la investigación de la demanda potencial es poder obtener tres elementos en particular:

- Perfil del cliente

-
- La posible demanda
 - Parte de la competencia existente (servicios sustitutos).

Además se debe tomar en cuenta ciertas limitaciones, como por ejemplo: puede ocurrir que las personas encuestadas no respondan con la verdad consciente o inconscientemente por diversos motivos, ya sea porque no recuerdan o no se percatan de sus hábitos; o contestan rápidamente sin pensarlo mucho. Además puede haber fallas en la elaboración del cuestionario como por ejemplo preguntas mal planteadas, o ideas vagas que pueden confundir a las personas encuestadas.

Para el caso del proyecto se considera la cantidad de personas que históricamente requirieron e hicieron uso del servicio de lavandería.

Tabla 19 Demanda Histórica

AÑOS	POBLACION PARROQUIA	POBLACION PEA	# FAMILIAS A CONSUMIR EL SERVICIO	# SERVICIOS ANUALES POR FAMILIA	# CONSUMOS POR LIBRAS ANUALES
	GUAYLLABAMBA				
2008	7225	3719	930	48344	6043
2009	7382	3799	950	49393	6174
2010	7542	3882	970	50465	6308
2011	7706	3966	992	51560	6445
2012	7873	4052	1013	52679	6585
2013	8014	4140	1035	53822	6782

Fuente: INEC

Elaborado por: Autora

De acuerdo a los datos del cuadro que antecede, se nota que el 51,47% de la población femenina de la parroquia de Guayllabamba de alguna manera generan ingresos propios y que se evidencia un crecimiento de la población del 2,17% anual esto nos permite prever que la demanda del servicio de lavandería tendrá un considerable crecimiento.

3.4.1.2 Demanda Actual

Partiendo de la pregunta 1 en función del porcentaje de familias que enviarían a lavar su ropa, se estableció que el 70% de los encuestados no cuentan con el tiempo necesario para la ejecución de tan valiosa labor, pudiéndose de esta manera determinar que 11349 familias enviarían a lavar su ropa en una empresa especializada.

Tabla 20 Demanda actual

AÑOS	POBLACION	# PERSONAS DE ENCUESTADAS	% PERSONAS QUE UTILIZARAN EL SERVICIO	# PERSONAS DE A UTILIZAR EL SERVICIO
	FEMENINA			
2013	8014	381	70%	5610

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

3.4.2.3 Demanda Proyectada

Para poder realizar una proyección real se parte de la información obtenida por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC el cual nos indica que según el censo realizado en el año 2013, la tasa de crecimiento anual para el número de familias estaría estimado en 5,17%, del cual nos basamos para realizar la estimación siguiente.

Tabla 21 Demanda proyectada

AÑOS	POBLACION GUAYLLABAMBA	# FAMILIAS A CONSUMIR EL SERVICIO	# SERVICIOS ANUALES POR FAMILIA	# CONSUMOS POR LIBRAS ANUALES
2014	5900	1475	76700	9588
2015	6205	1551	80665	10083
2016	6525	1631	84825	10603
2017	6862	1716	89206	11151
2018	7217	1804	93821	11728

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

3.5 Balance Oferta-Demanda

“Se llama demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún proveedor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”.(Gabriel, 2009)

Mediante los datos históricos obtenidos de la oferta y la demanda, al igual que sus proyecciones, la demanda insatisfecha se obtiene con una diferencia año con año, del balance oferta – demanda la cual será la primera condición para determinar la capacidad que tendrá la empresa de ofrecer el servicio.

Tabla 22 Balance Oferta - Demanda

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	9588	8525	1062
2015	10083	8710	1373
2016	10603	8899	1704
2017	11151	9092	2059
2018	11728	9289	2438

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

CAPITULO IV

4.1. Tamaño Del Proyecto

El tamaño del proyecto estará en función de la demanda insatisfecha del mercado y la capacidad instalada para satisfacer esta demanda, el tamaño de planta se dividirá en capacidad técnica y real.

Para la creación de una empresa de lavado y secado de ropa, es necesario determinar el monto a invertir, el 30% será con recursos propios y el 70% mediante un crédito en una institución financiera que ofrezca las mejores condiciones.

La empresa se ubicara en un sector de la parroquia de Guayllabamba, por lo que la disponibilidad la mano de obra calificada para el servicio de lavado y secado de ropa es alta, la cual para el presente proyecto es indispensable que cuente con determinada características generales básicas.

Se considera que en el sector se puede acceder fácilmente a la calidad de mano de requerida., permitiendo tener el personal competitivo para ocupar las diferentes plazas y a su vez capacitarlos constantemente en varias áreas como: atención al cliente, administrativo, manejo de máquinas lavadoras, entre otras.

Todos los trabajadores recibirán sueldos y beneficios sociales de acuerdo al Código de Trabajo.

La parroquia de Guayllabamba cuenta con todos los medios tecnológicos para realizar las diferentes actividades, servicios como luz, internet inalámbrico, computadoras.

En cuanto a materiales e insumos se determinó a Mega Santamaría para proveedores de Materiales para la empresa los mismos que tienen sede en Quito y su sucursal en Carapungo y Calderón lo que facilita adquirir el producto directamente a las bodegas de la empresa, tiene una mayor variedad de productos y un precio más accesible.

4.1.2 Capacidad Óptima

“La capacidad de producción se define como el volumen, o número de unidades que se puede producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando”. (Elicer, 2010)

Para el servicio de lavado y secado de ropa se utilizara 2 lavadoras de 40 libras y 2 secadoras de 50 libras así cumplir con la demanda de atender a 1011 libras semanalmente.

4.2 Localización

“La palabra localización alude a ubicación espacial (del latín “locus” que indica lugar), término usado en especial en Geografía para identificar donde están situados ciudades, países, puertos, accidentes geográficos, etcétera”. (Antonio, 2011)

4.2.1 Macro Localización

El servicio estará localizado en alguno de los barrios seleccionados de la parroquia de Guayllabamba, es conveniente esta ubicación dada la cantidad de empresas que proveen el servicio de lavado al seco, cantidad y variedad de insumos para abastecer al local y el costo de flete para el transporte de las máquinas con un sistema ecológico está cerca al aeropuerto Mariscal Sucre.

Entre los posibles lugares que se cuenta para la ubicación del local se tiene:

- Barrió parque central.
- Barrió Santa Anita.
- Barrió cuatro esquinas.

Se eligió estos posibles lugares ya que representan la mayor cantidad de personas que podrían acceder al servicio propuesto.

Se analiza la toma de decisiones para la ubicación de la planta del servicio de lavandería con un sistema ecológico.

Al hablar del tamaño y localización del servicio de lavandería con un sistema ecológico se analiza la capacidad de producción que tendrá el servicio propuesto y la capacidad de atender a los clientes dentro de una ubicación estratégica, para ello se define los siguientes objetivos:

El objetivo principal de la localización de la planta de servicio de lavandería con un sistema ecológico es establecer la ubicación física que permita maximizar la rentabilidad y obtener ventajas competitivas.

Tomar la localización del proyecto como parte estratégica del servicio de lavandería ecológico, para contribuir a la realización de los objetivos y metas empresariales.

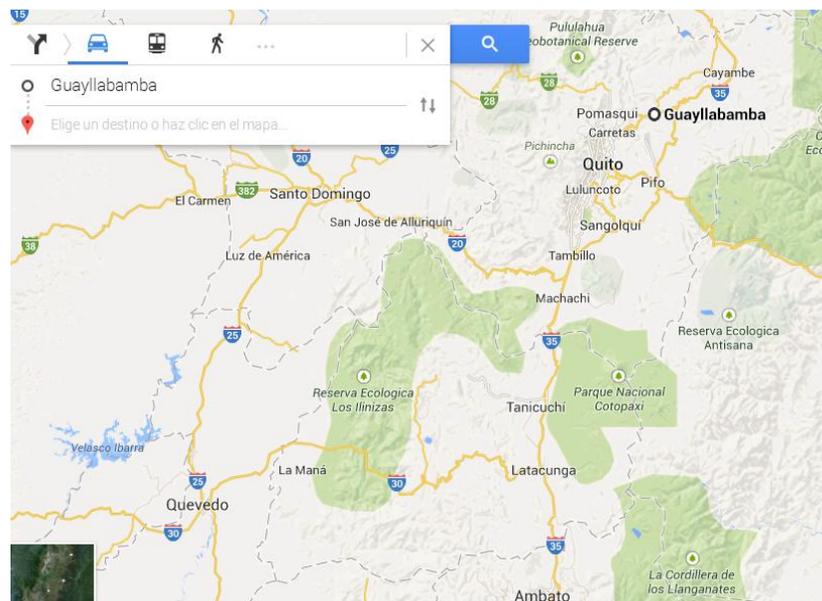
Identificar el lugar y el tamaño que brinde las condiciones y servicios necesarios para satisfacer los requerimientos del servicio de lavandería.

El servicio de lavandería con un sistema ecológico es relativamente nuevo en el mercado ecuatoriano a comparación de otros países, el servicio se encuentra dentro de la

curva de aprendizaje en la etapa de introducción ya que las personas en nuestro país no cuentan con una cultura de cuidado del medio ambiente y muy pocos saben del servicio ecológico de lavanderías, tal como se demostró en el estudio de mercado.

El servicio propuesto, no sólo atiende al sector de lavado de ropa convencional sino que también ayuda a conservar mejor piezas delicadas tales como frazadas, colchas, manteles, franelas, entre otros, dando como resultado un mejor uso para las aguas residuales utilizadas en el lavado.

Figura 16 Macro localización



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

4.2.2 Micro Localización

Se analiza los lugares donde se encuentren más cercanos a los clientes potenciales y a los proveedores tanto de insumos como del servicio de lavado al seco, con ello se asegura el abastecimiento de materia prima y garantiza una puntualidad en la entrega de prendas para el servicio de lavandería con un sistema ecológico. Los factores a tomar en cuenta son:

Medios de transporte.- Se cuentan con las principales vías de transporte como las carreteras, para el mercado interno, y un estudio de las vías rápidas para no demorar en la entrega de prendas, así como también no tener altos costos logísticos, producto de encontrarse muy lejos de los proveedores necesarios para el servicio de lavandería con un sistema ecológico.

Mercados de consumo.- La localización debe tomar en cuenta la cercanía de los principales clientes, así como también la de los proveedores, tomando como un factor importante la entrega eficiente del servicio de lavandería para tener una estrecha relación con los clientes potenciales, será parte importante de las consideraciones estratégicas y una ventaja competitiva.

La mano de Obra.- El local donde se ofrecerá el servicio de lavandería deberá estar ubicado en un lugar cerca del mercado laboral, se debe tener en cuenta que esté cerca de zonas residenciales, donde se pueda encontrar mano de obra con diversas habilidades con un salario estándar.

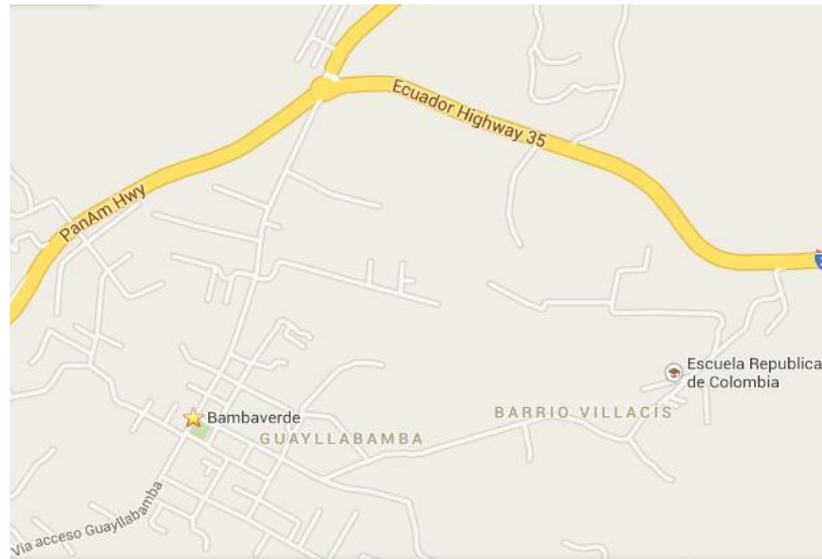
Suministros básicos.- Las instalaciones del local deben contar con los suministros básicos, como el agua y la energía, tomando en consideración que los procesos de lavado y secado necesitan de estos dos suministros.

Marco Jurídico.- Tener presente las normas regionales, locales, y nacionales que pueden incidir sobre los servicios de lavandería, pudiendo influir también en la localización. Un marco Jurídico favorable es de buena ayuda para las operaciones, mientras que uno desfavorable puede entorpecer y dificultar las operaciones del negocio.

Posibles ubicaciones.- Se tendrá en cuenta para la localización los barrios céntricos de la parroquia de Guayllabamba.

Si bien no son los barrios con mayor crecimiento población, son donde se concentran la mayor cantidad de personas de nivel socioeconómico.

Figura 17 Micro localización



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

4.2.3 Localización Óptima

EL cálculo del tamaño del local debe ser acorde con las necesidades del proyecto, se deberá tener la capacidad de atender un total de 180 clientes por día en promedio.

4.3. Ingeniería Del Proyecto

4.3.1 Definición Del Bien y Servicio

El servicio a brindar es el lavado y secado de ropa con un generador de ozono para la utilización del mismo en el servicio de lavandería. Este sistema consiste en un compresor de aire que alimenta al concentrador de oxígeno. De hecho, el concentrador de oxígeno es la fuente gaseosa para la producción del ozono. El ozono es producido en el generador de ozono por medio de descarga eléctrica creada en placas dieléctricas de cerámica.

Una vez que el ozono ha sido producido, una bomba de entrada genera un flujo de burbujas de gas en el tambor de limpieza permitiendo la disolución del ozono de manera eficiente para desarrollar su papel como desinfectante. La ventaja es que se puede recuperar la inversión inicial en uno o dos años como máximo mediante la reducción de un 50% de los costes en el consumo de energía y agua mediante un sistema ecológico que no es más que un generador de ozono.

Los beneficios de utilizar este sistema son:

- Ahorro en el consumo de agua
- Ahorro en el consumo de energía

-
- Reducción en el uso de productos químicos
 - Ahorro de dinero
 - Mejora en los parámetros de funcionamiento de lavado (Ej. menor temperatura, menor cantidad de químicos, reducción de ciclos de aclarado y secado).
 - Mejora en la capacidad de limpieza.
 - Reduce el daño producido en la ropa.
 - Protección del medio ambiente.
 - Crea mejores condiciones de trabajo.
 - Satisface la percepción del servicio hacia el cliente.

El estudio de ingeniería debe traducirse en una representación detallada que muestre las características técnicas del proyecto. El objetivo es poder brindar un análisis técnico de cada uno de los componentes que integran el servicio de lavandería con un sistema ecológico.

La Ozonización Del Agua

Durante los últimos años, el producto químico más utilizado en el mundo para la oxidación y la desinfección del agua era el cloro. Sin embargo existen problemas ligados a la utilización de este producto. El problema radica en que el cloro no posee solamente

la propiedad de oxidar sino también la de clorar. Lo que significa que los compuestos clorados se encuentran en las reservas de agua perjudicando al medio ambiente.

En Europa, se utiliza comúnmente la desinfección y la oxidación del agua de consumo por la utilización de otras sustancias, como es el ozono. Este mismo producto benéfico protege de los daños de los rayos ultravioletas provenientes del sol. Se atribuye al famoso agujero que se observa en la capa de ozono los efectos nocivos de la sustancia clorada comúnmente usada en las lavanderías convencionales.

A) Características Del Ozono

En su forma gaseosa, el ozono es incoloro pero de color azulado cuando se presenta muy denso. Cuando se encuentra en forma líquida, es de color azul oscuro y sus cristales son azules violetacios.

De los productos químicos que se encuentran actualmente disponibles para el tratamiento del agua, el ozono es el más poderoso. Su potencial de oxidación es de 1 ½ veces más poderoso que el cloro. Lo que significa que el ozono oxidará más rápidamente las sustancias, obtendrán un nivel de desinfección superior (donde se encuentra las concentraciones más bajas) y oxidará las sustancias que los oxidantes más

bajos no son capaces de oxidar. El ozono es la forma alotrópica triatómica del oxígeno, y se lo llama "oxígeno activo" a causa de su alto potencial de oxidación.

B) La Producción De Ozono

Químicamente, el ozono puede provenir de la disociación catalítica del peróxido de hidrógeno. También se puede generar a través de métodos químico - nucleares, que utilizan grandes cantidades de energía disponible de las reacciones. Otro método conocido bajo el nombre de "método térmico" aumenta la temperatura de un gas rico en oxígeno. El ozono es formado por impacto molecular.

Se fabrica el ozono con la ayuda de lámparas ultravioletas. Este procedimiento se utiliza para producir comercialmente el ozono a bajos niveles de concentración y bajos niveles de producción. Como ya se ha mencionado, es también producido de manera natural por las descargas eléctricas que sobreviven durante las tormentas eléctricas. Este último procedimiento es la base de la concepción del sistema de producción cuando se necesitan grandes cantidades de ozono para el tratamiento del sistema de lavado ecológico en un generador de ozono.

B) Principio De Funcionamiento De Un Ozonizador

Un generador de ozono comprende 2 electrodos conductores mantenidos en paralelo, el uno del otro, para dejar entre ellas un espacio regular donde se introduce una hoja dieléctrica (arco eléctrico). El ozono se produce por circulación lenta en el espacio que queda, creando un espacio reservado al gas y una tensión eléctrica alternativa sinusoidal de amplitud suficientemente elevada. El aparato trabaja como un condensador. La intensidad de circulación en el circuito es muy baja, pero la energía consumida es prácticamente nula. Para las tensiones del umbral, el aire gaseoso se ioniza y se transforma por consecuencia en un buen conductor eléctrico.

Esto resulta en descargas, así es como las moléculas de ozono se fabrican. Con la tensión aplicada, la energía crece rápidamente. La liberación de calor representa una gran parte del consumo total. El enfriamiento del aparato favorece a la aparición de fuertes concentraciones de ozono, porque la temperatura se eleva más que el ozono y se auto descompone rápidamente. La descomposición del ozono comienza a 40° C y 1 atmósfera.

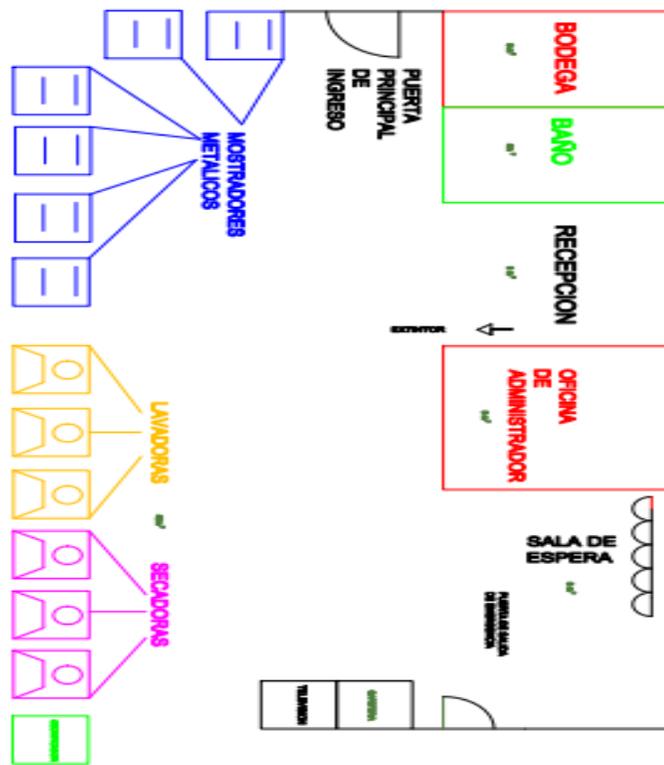
C) Efectos del Ozono sobre la eliminación de las sustancias químicas y olores.

El ozono, por su capacidad oxidante actúa como un potente humectante, permitiendo una mayor acción de los tensioactivos, base fundamental de los detergentes. Al ser el ozono un oxidante por lo tanto un blanqueante y desinfectante, sustituye con un grado de mayor eficacia a la lejía, eliminando la agresión sobre los tejidos de las prendas, alargando la vida útil de las mismas y quitando los malos olores a las prendas.

4.3.2. Distribución De La Planta

Diseño de la distribución en el local Al haber descrito los beneficios y especificaciones técnicas del generador de ozono para el servicio de lavanderías, se procede a realizar el análisis de la distribución de las máquinas dentro de los centros de trabajo, la distribución de los lugares de trabajo, el diseño de las áreas de planta y de servicio de personal, etc. La forma de representar esta distribución para la presente tesis será en forma de dibujos realizados con ayuda del computador.

Figura 18 Distribución de la planta



Elaborado por: Autora

4.3.3 Proceso Productivo

La determinación del tamaño de cada una de las áreas productivas se hallará tomando en cuenta la determinación de las superficies necesarias para la realización de las operaciones. Así lo representa en el siguiente gráfico.

Figura 19 Proceso productivo



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Como se observa son tres áreas a determinar y en cada una de ellas existen sus respectivos procesos, el proceso que predomina en el servicio de lavandería con un sistema ecológico es el proceso en cadena; es decir, una operación tras otra para obtener el producto final.

A continuación se describe los procesos del servicio de lavandería.

- 1) Recepción de la ropa a lavar se encargan de recepcionar, pesar, ingresar los datos del cliente en el sistema, facturar el monto de la cuenta, programar el tiempo de entrega así como también ofrecer promociones. También receptan los pedidos que hagan los clientes por teléfono.

- 2) Administrador Persona encargada de registrar los movimientos contables de la lavandería, coordinar estrategias de marketing y ventas con consultoras especialistas en estos campos, suministrar de insumos a la lavandería, coordinar los montos a desembolsar al personal así como también presentar informes, tiempo de fabricación del producto mensual de la lavandería. Dentro de sus funciones también está la supervisión de los procesos de lavado y secado.

- 3) Proceso de lavado de la ropa Un operario encargado de seleccionar la ropa, clasificarla y colocar la ropa respectando las indicaciones de lavado de la prenda,

contara con aditamentos como guantes, mascarillas, protector de ojos para proteger de los detergentes así como también con un manual de procedimientos para ejecutar las tres lavadoras.

4) Proceso de secado de la ropa Un operario encargado de programar los ciclos de secado y la introducción de las prendas a la secadora, se encarga de doblar la ropa para transportarlo al área de sellado.

5) Proceso de sellado y empaquetado. Un operario que sella y empaca así dentro de los anaqueles el orden de los pedidos. También se encarga de ordenar las prendas lavadas al seco con el fin de sellarlas y ordenarlas por orden de pedido.

6) Proceso de distribución. Operario encargo de realizar las entregas a domicilio.

4.3.4. Maquinarias

Para identificar la maquinaria que el proyecto requerirá es importante tomar en cuenta todos los elementos que involucren. La información que se obtenga será necesaria para la toma de decisiones y para las proyecciones ya que es importante considerarla dentro de la inversión del proyecto.

Descripciones principales de la maquinaria y equipos propuestos:

Tabla 23 Detalle De Maquinarias

PROVEEDOR	MAQUINARIA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
MARTIMPEX	Lavadora Industrial	3	1000	3.000
MARTIMPEX	Secadora Industrial	3	1250	3.750
OZONOSYSTEM	Ozonificador	1	4500	4.500
TV. VENTAS	Planchas a vapor	4	110	440
	Camioneta doble cabina	1	19000	19.000
			TOTAL	30.690

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autora

Para la adquisición del generador de ozono por especificaciones técnicas sólo será necesario uno ya que puede abastecer a las dos lavadoras requeridas.

4.3.5 Muebles Y Equipos

El desarrollo de las actividades se encuentra relacionado directamente a la adquisición de ciertos muebles que le permitirán cumplir de manera más óptima las actividades.

- Muebles de oficina gerencia
- Muebles de proceso
- Muebles de recepción y sala de espera.

Tabla 24 Detalle De Muebles Y Equipos

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	1	\$ 150	\$ 150
Silla	2	\$ 30	\$ 60
Silla giratoria	1	\$ 45	\$ 45
Archivador	1	\$ 85	\$ 85
		TOTAL	\$ 340

Elaborado por: Autora

Tabla 25 Detalle De Muebles De Bodega

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estructuras metálicas	6	\$ 100	\$ 600
Canastas	20	\$ 8	\$ 160
		TOTAL	\$ 760

Elaborado por: Autora

Tabla 26 Detalle De Muebles De Recepción

Y Sala De Espera

CONCEPTO	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mostrador	1	\$ 180	\$ 180
Silla	1	\$ 30	\$ 30
Mesa de centro	1	\$ 38	\$ 38
Sillones	4	\$ 70	\$ 280
Televisor	1	\$ 500	\$ 500
Reloj de pared	1	\$ 8	\$ 8
Cafetera	1	\$ 48	\$ 48
Dispensador de agua	1	\$ 27	\$ 27
		TOTAL	\$ 1.111

Elaborado por: Autora

Tabla 27 Detalle De Equipo De Seguridad

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alarma eléctrica	1	\$ 250	\$ 250
		TOTAL	\$ 250

Elaborado por: Autora

Tabla 28 Detalle De Equipos De Computación

CONCEPTO	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador gerencia	1	\$ 1.070	\$ 1.070
Computador recepción	1	\$ 850	\$ 850
Calculadora	1	\$ 25	\$ 25
Impresora multifuncional	1	\$ 550	\$ 550
		TOTAL	\$ 2.495

Elaborado por: Autora

CAPITULO V ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Ingresos Operacionales Y No Operacionales

Un Ingreso Operacional, es aquél que está relacionado directamente con el objeto social de la compañía.

Ingresos No Operacionales registra la diferencia a favor del ente económico que resulta entre el precio de venta y el valor neto en libros, de otros bienes intangibles y otros activos, entre estos están lo que genera.

Tabla 29 Ingresos Operacionales

AÑOS	N. UNIDADES	P.V.	VALOR ANUAL
2014	8.525,1	5.00	39.915
2015	8.710,1	5.00	40.780
2016	8.899,1	5.00	41.665
2017	9.092,2	5.00	42.570
2018	9.289,5	5.00	43.490

Elaborado por: Autora

5.2. Costos

Son los desembolsos de dinero que se generan en el proceso de transformar las materias primas en productos elaborados, están directamente relacionados con la producción y se recuperan una vez que el producto se haya vendido. Los costos está integrado por: materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos.

5.2.1 Costos Directos

- **Materia Prima Directa.**-Constituye la parte principal del producto o servicio se puede cuantificar con facilidad y por lo tanto valorar.
- **Mano de obra Directa.**- Personas que están relacionadas directamente en la elaboración del producto o servicio.

Tabla 30 Detalle De Costos Directos

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Detergente splash	16 Kg	240	\$ 4,25	\$ 85,00	\$ 1.020,00
Suavizantes	Galones	240	\$ 4,90	97.98	\$ 1.175,85
				TOTAL	\$ 2.195,85

Elaborado por: Autora

Tabla 31 Detalle De Mano De Obra Directa

Numero	Personal	Sueldo Básico	Aporte patronal 12.15%	Aporte Personal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo anual
1	Operario de lavado y secado	\$ 340,00	1. 41.31		\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 5.935,72
1	Operario de despacho distribución	\$ 340,00	41.31		\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 5.935,72
								TOTAL	\$ 11.871,44

Elaborado por: Autora

5.2.2 Costos Indirectos

“Desembolsos que no pueden identificarse con la producción de mercancías o servicios específicos, pero que sí constituyen un costo aplicable a la producción en general. Se conocen generalmente como gastos indirectos de manufactura Libro de contabilidad de costos” (HORNGREN, 2009).

Tabla 32 Detalle de Costos Indirectos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANNUAL
Electricidad	\$ 80	\$ 960
Agua	\$ 40	\$ 480
Internet	\$ 27	\$ 324
Arriendo	\$ 150	\$ 1.800
	TOTAL	\$ 3.564

Elaborado por: Autora

5.2.3 Gastos Administrativos

Representa los gastos devengados en el período incurridos para el desenvolvimiento administrativo de la entidad.

Comprende los gastos de personal (retribuciones, cargas sociales, servicios al personal, etc.), servicios contratados a terceros (computación, seguridad, etc.). (HORNGREN, 2009).

Tabla 33 Detalle Gastos Administrativos

Numero	Personal	Sueldo Básico	Aporte patronal 12.15%	Aporte Personal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo anual
1	Gerente Propietario	\$ 500,00							\$ 6.000,00
1	Recepcionista	\$ 340,00	41.31		\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 340,00	\$ 5.935,72
								TOTAL	\$ 11.935,72

Elaborado por: Autora

Tabla 34 Detalle De Gastos Generales

Administrativos

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Suministros de Oficina	\$ 90	\$ 1.080
Suministros de limpieza	\$ 25	\$ 300
Teléfono	\$ 20	\$ 240
	TOTAL	\$ 1.620

Elaborado por: Autora

5.2.4 Costo De Ventas

“El costo de venta es el costo en que se incurre para comercializar un bien, o para prestar un servicio. Es el valor en que se ha incurrido para producir o comprar un bien que se vende”. (HORNGREN, 2009).

Tabla 35 Detalle Costo De Ventas

DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Publicidad	\$ 25	\$ 300
	TOTAL	\$ 300,00

Elaborado por: Autora

5.2.5 Costos Financieros

“Es el que se integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria”. (HORNGREN, 2009)

Tabla 36 Detalle Costos Financieros

DESCRIPCION	VALOR
Capital propio	\$ 29.000,00
Capital ajeno	\$ 15.000,00
TOTAL	\$ 44.000,00

Elaborado por: Autora

5.2.6 Costos Fijos y Variables

“Costos Fijos son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante dentro de un rango de relevante de producción, mientras que el costo fijo varía según la producción” Es decir que son independientes del nivel de producción y son constantes durante un periodo específico.

“Costos Variables son aquellos en los que el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen, o producción, dentro del rango relevante, en tanto que el costo fijo permanece constante”. (FABOZZI, 1994)

5.2.1 Inversión Fija

5.2.1.1 Activos Fijos

“Se la define como aquella erogación de efectivo que puede ser palpada y tocada está dada por muebles, equipos de oficina y maquinaria especializada para la prestación de un servicio, entre otros”. (FABOZZI, 1994)

Tabla 37 Inversión En Activos Fijos

DESCRIPCION	VALOR
Maquinarias	\$ 11.690,00
Equipos de Oficina	\$ 2.211,00
Equipos de computacion	\$ 2.745,00
Vehiculo	\$ 19.000,00
TOTAL	\$ 35.646,00

Elaborado por: Autora

El proyecto se encuentra orientado a brindar el servicio de lavado con sistema ecológico y planchado, el monto de la inversión en la adquisición de activos fijos alcanza el valor de \$ 35.646,00.

5.2.1.2 Activos Nominales

Tabla 38 Detalle De Activos Nominales

CONCEPTO	PAGO ANUAL	AMORTIZACION
Gastos de Constitución	\$ 460	\$ 92
Permisos y patentes municipales	\$ 50	\$ 10
Software	\$ 1.800	\$ 160
TOTAL	\$ 2.310	\$ 262

Elaborado por: Autora

Como se puede observar el detalle en inversiones de bienes nominales alcanza a \$2310, esta clase de inversión está dada por gastos de constitución, software, permisos y patentes municipales.

5.2.2 Capital De Trabajo

“El capital de trabajo es el excedente del activo circulante sobre el pasivo circulante, el importe del activo circulante que ha sido suministrado por los acreedores a

largo plazo y por los accionistas. (Interpretación de carácter cualitativo)" (FABOZZI, 1994).

Tabla 39 Detalle De Inversión Capital De Trabajo

CONCEPTO	VALOR ANNUAL
Materia prima	\$ 2.195,85
Mano de obra directa	\$ 11.871,44
Costos inidrectos de fabricacion	\$ 3.564,00
Gastos administrativos	\$ 11.935,72
Gastos generales	\$ 1.620,00
Costo de ventas	\$ 300,00
TOTAL	\$ 31.487,01

Elaborado por: Autora

5.2.3 Fuentes De Financiamiento y Uso De Fondos

Después de revisar el total de la inversión en las cual se va a incurrir para llevar a cabo el proyecto, se define como necesario el valor de \$ 31.487,01 para poner en marcha el mismo.

Para la creación del presente proyecto, el aspecto de financiamiento estará dada a través de la utilización de recursos propios, así como también mediante el uso de recursos de terceros a ser adquiridos en el banco del pichincha con un préstamo por un

valor de \$15.000 a ser cancelado a sesenta meses plazo, a un tasa de interés del 22,50% por ser un microcrédito.

Tabla 40 Detalle Fuentes De Financiamiento

DESCRIPCION	VALOR
Capital propio	\$ 31.487,01
Capital ajeno	\$ 15.000,00
TOTAL	\$ 46.487,01

Elaborado por: Autora

5.2.4 Amortización De Financiamiento

A continuación presentamos la tabla de amortización a efecto de conocer el sistema de pago que ofrecen por el pago de los \$15.000 que representa el 22,50% del dinero requerido para la puesta en marcha el proyecto.

Tabla 41 Amortización De Financiamiento

Introducción de datos:

Plazo:	Capital inicial:	15.000
	Tipo de interés	
	nominal:	22,50%
		5
	Periodicidad:	12
	Comisión de apertura:	
	Comisión de gestión:	

Resultados:

Comisión de apertura:	
Comisión de gestión:	
Capital	
efectivo:	15.000
T.A.E. real	24,972%

Resultados:

Periodos de pago	Cuota	Pago de intereses	Amortización del principal	Amortización acumulada del principal	Capital pendiente
0					15.000,00
1	418,56	281,25	137,31	137	14.862,69
2	418,56	278,68	139,88	277	14.722,81
3	418,56	276,05	142,51	420	14.580,30
4	418,56	273,38	145,18	565	14.435,12
5	418,56	270,66	147,90	713	14.287,22
6	418,56	267,89	150,67	863	14.136,55
7	418,56	265,06	153,50	1.017	13.983,05
8	418,56	262,18	156,38	1.173	13.826,67
9	418,56	259,25	159,31	1.333	13.667,36
10	418,56	256,26	162,30	1.495	13.505,07
11	418,56	253,22	165,34	1.660	13.339,73
12	418,56	250,12	168,44	1.829	13.171,29
13	418,56	246,96	171,60	2.000	12.999,69
14	418,56	243,74	174,81	2.175	12.824,88
15	418,56	240,47	178,09	2.353	12.646,78
16	418,56	237,13	181,43	2.535	12.465,35
17	418,56	233,73	184,83	2.719	12.280,52
18	418,56	230,26	188,30	2.908	12.092,22



19	418,56	226,73	191,83	3.100	11.900,39
20	418,56	223,13	195,43	3.295	11.704,96
21	418,56	219,47	199,09	3.494	11.505,87
22	418,56	215,74	202,82	3.697	11.303,05
23	418,56	211,93	206,63	3.904	11.096,42
24	418,56	208,06	210,50	4.114	10.885,92
25	418,56	204,11	214,45	4.329	10.671,47
26	418,56	200,09	218,47	4.547	10.453,00
27	418,56	195,99	222,57	4.770	10.230,43
28	418,56	191,82	226,74	4.996	10.003,70
29	418,56	187,57	230,99	5.227	9.772,71
30	418,56	183,24	235,32	5.463	9.537,38
31	418,56	178,83	239,73	5.702	9.297,65
32	418,56	174,33	244,23	5.947	9.053,42
33	418,56	169,75	248,81	6.195	8.804,62
34	418,56	165,09	253,47	6.449	8.551,14
35	418,56	160,33	258,23	6.707	8.292,92
36	418,56	155,49	263,07	6.970	8.029,85
37	418,56	150,56	268,00	7.238	7.761,85
38	418,56	145,53	273,02	7.511	7.488,83
39	418,56	140,42	278,14	7.789	7.210,68
40	418,56	135,20	283,36	8.073	6.927,32
41	418,56	129,89	288,67	8.361	6.638,65
42	418,56	124,47	294,08	8.655	6.344,57

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE
LAVANDERIA CON SISTEMA ECOLOGICO EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA.



43	418,56	118,96	299,60	8.955	6.044,97
44	418,56	113,34	305,22	9.260	5.739,75
45	418,56	107,62	310,94	9.571	5.428,81
46	418,56	101,79	316,77	9.888	5.112,05
47	418,56	95,85	322,71	10.211	4.789,34
48	418,56	89,80	328,76	10.539	4.460,58
49	418,56	83,64	334,92	10.874	4.125,65
50	418,56	77,36	341,20	11.216	3.784,45
51	418,56	70,96	347,60	11.563	3.436,85
52	418,56	64,44	354,12	11.917	3.082,73
53	418,56	57,80	360,76	12.278	2.721,97
54	418,56	51,04	367,52	12.646	2.354,45
55	418,56	44,15	374,41	13.020	1.980,04
56	418,56	37,13	381,43	13.401	1.598,61
57	418,56	29,97	388,59	13.790	1.210,02
58	418,56	22,69	395,87	14.186	814,15
59	418,56	15,27	403,29	14.589	410,86
60	418,56	7,70	410,86	15.000	- 0,00

Fuente: Banco del Pichincha

Elaborado por: Autora

5.2.5 Depreciaciones

Es una disminución en el valor de la propiedad debido al uso, al deterioro y la caída en desuso.

Existen varias razones por las cuales un activo puede disminuir su valor original. De esta manera una máquina puede estar en perfecto estado mecánico, puede valer considerablemente menos que cuando era nueva debido a los adelantos técnicos en el campo de la maquinaria. Sin tomar en cuenta la razón de la disminución del valor de un activo, la depreciación debe ser considerada en los estudios de ingeniería económica.

Tabla 42 Detalle Depreciaciones De Activos Fijos

CONCEPTO	VALOR	AÑOS DE VIDA UTIL	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	VALOR ANUAL
MAQUINARIA	\$ 11.690,00	10	10%	\$ 1.169,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2.211,00	10	10%	\$ 221,10
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 2.745,00	3	33,30%	\$ 825,00
VEHICULO	\$ 19.000,00	5	20%	\$ 3.800,00

Elaborado por: Autora

5.2.6 Estado De Situación Inicial

En este balance se incluyen los valores referentes a la inversión fija detallada en los activos fijos tangibles e intangibles de la empresa, en los pasivos consta el préstamo a largo plazo.

Tabla 43 Estado De Situación Inicial

LAVANDERIA GUAYLLABAMBA			
01 DE MAYO DEL 2014			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
DISPONIBLE		Cuentas por pagar	15.000,00
Caja		TOTAL PASIVO	
Bancos		PATRIMONIO	
FIJOS		Capital Social	23.651,00
FIJO DEPRECIABLE			
Vehiculos	19.000,00		
Maquinaria	11.690,00		
Equipo de Oficina	2.745,00		
Muebles de Oficina	2.906,00		
OTROS ACTIVOS			
Gastos de Constitucion	2.310,00		
TOTAL ACTIVO	38.651,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	38.651,00

Elaborado por: Autora

5.2.7 Estado De Resultados Proyectado

Es un estado de resultado que muestra ordenada y detalladamente la forma como se obtuvo el resultado del ejercicio en un periodo determinado. El estudio financiero es dinámico ya que abarca un periodo durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.

Tabla 44 Estado De Resultados Proyectado

DETALLE	2014	2015	2016	2017	2108
ventas Netas	69.266,28	70.769,35	72.305,05	73.874,07	75.477,14
(-) Costo de ventas	17.631,29	18.542,83	19.501,49	20.509,72	21.570,07
(=) Utilidad bruta en ventas	51.634,99	52.226,52	52.803,56	53.364,35	53.907,07
Gastos administrativos					
Gastos Sueldos	11.935,72	11.935,72	11.935,72	11.935,72	11.935,72
Gastos administrativos	1.620,00	1.620,00	1.620,00	1.620,00	1.620,00
Dep. Equipo de computo	825	825	825		
Dep. Muebles de oficina	221,1	221,1	221,1	221,1	221,1
Dep. Vehículo	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00	3.800,00
Gastos de constitución	262	262	262	262	262
Dep. Maquinarias	1.169,00	1.169,00	1.169,00	1.169,00	1.169,00
Gastos de ventas	300	300	300	300	300
Gastos Financieros	3.194,00	2.737,34	2.166,64	1.453,44	562,13
Utilidad Operacional	28.308,17	29.356,36	30.504,10	32.603,09	34.037,12
(-)15% Participación empleados	4.246,23	4.403,45	4.575,62	4.890,46	5.105,57
Utilidad antes de impuestos	24.061,94	24.952,91	25.928,49	27.712,63	28.931,55
(-) 22% impuesto renta	5.293,63	5.489,64	5.704,27	6.096,78	6.364,94
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	18.768,32	19.463,27	20.224,22	21.615,85	22.566,61

Elaborado por: Autora

5.2.8 Flujo De Caja

Se lo define como la diferencia entre los ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de Inversión con la técnica de valor presente.

Tabla 45 Flujos De Caja

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
UTILIDAD NETA		18.768,32	19.463,27	20.224,22	21.615,85	22.566,61
DEPRECIACIONES		6.015,10	6.015,10	6.015,10	5.190,10	5.190,10
AMORTIZACIONES		262	262	262	262	262
Valor residual de los activos						7.297,00
INVERSIÓN	46.487,01					
Activo Fijo	36.341,00					
Activo Diferido	2.310,00					
Capital de trabajo	7.836,01					
Recuperación de capital de trabajo						7.836,01
FLUJO DE CAJA	-46.487,01	25.045,42	25.740,37	26.501,32	27.067,95	28.018,71

Elaborado por: Autora

5.3 Evaluación

5.3.1 Tasa De Descuento

“Termino genérico para una tasa de rendimiento que mide el valor del dinero en el tiempo.” (LAWRENCE, 2010)

FORMULA

INFLACION + RIESGO PAIS + TASA PASIVA REFERENCIAL

Donde:

Inflación: 3,4

Riesgo país: 5,6

Tasa activa: 4,53

TMAR 13,53%

5.3.2 VAN

Es el proceso metodológico de traer los flujos del futuro hacia el presente mediante una tasa singular de actualización. Para ello se relaciona los flujos netos de efectivo de cada año y se divide para el valor del costo de oportunidad elevado a cada año.

$$VAN = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

Criterios de evaluación

El valor actual neto debe evaluarse tomando en cuenta que:

$VAN < 0$ rechazo el proyecto

$VAN > 0$ acepto el proyecto

$VAN = 0$ El proyecto es indiferente

Tabla 46 VAN

AÑO 0		(46.487,01)
AÑO 1	25.045,42	22.060,62
	1,14	
AÑO 2	25.740,37	19.970,71
	1,29	
AÑO 3	26.501,32	18.110,71
	1,46	
AÑO 4	27.067,95	16.293,44
	1,66	
AÑO 5	28.018,71	14.855,76
	1,89	
VAN PROYECTO		44.804,23

Fuente: Autora

5.3.3 TIR

Esta tasa evalúa al proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual el total de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, es decir representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero.

Los proyectos de inversión implican una serie de riesgos, la evaluación por el método pay-back es recomendable para casos en que las empresas tratan de reducir el tiempo de recuperación de su inversión.

Este método se utiliza para conocer el número de periodos en que se recupera la inversión.

Emplea la siguiente formula:

$$\text{Periodo de recuperación} = \frac{\text{Inversión Total}}{\text{Utilidad Promedio anual}}$$

Tabla 47 Periodos de recuperación en base a utilidades

AÑO	INVERSION	UTILIDAD ACTUAL
0	46.487	
1		18.768,32
2		19.463,27
3		20.224,22
4		21.615,85
5		22.566,61
TOTAL	46.487	102.638

Elaborado por: Autora



$$\text{Utilidad Promedio Anual} = \frac{102.608}{5}$$

$$\text{Utilidad Promedio Anual} = 20.527,65$$

$$\text{Periodo de recuperación} = \frac{46.487}{20.527,65}$$

Periodo de recuperación = 2,26 = 2 años y 26 días.

5.3.5 Relación Costo Beneficio

Es cociente existente entre los ingresos actualizados y los egresos actualizados a la tasa de descuento.

Para el cálculo de la Relación / Costo se aplicó la siguiente formula:

Figura 20 Formula B/C

$$B/C = \frac{\text{Valor Actual del Flujo de Fondos}}{\text{Inversión Inicial}}$$

Elaborado por: Autora

Tabla 48 Relación Costo/Beneficio

RELACION COSTO/BENEFICIO	
valor actual de Flujos	\$ 91.291,24
Inversion	\$ 46.487,00
BENEFICIO COSTO	\$ 1,96

Elaborado por: Autora

La relación beneficio/Costo es mayor que uno por lo que el proyecto es rentable, ya que por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de \$0,96 centavos de dólar.

5.3.6 Punto De Equilibrio

Es aquel punto donde se igualan tanto los ingresos totales como los costos totales y por lo tanto el beneficio económico del negocio es igual a cero, y está dada por el punto de intersección que forman las curvas del ingreso total y el costo total.

Tabla 49 Punto De Equilibrio

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 69.266	\$ 70.769	\$ 72.305	\$ 73.874	\$ 75.477
COSTO FIJOS	\$ 25.520	\$ 24.700	\$ 24.493	\$ 22.955	\$ 22.064
COSTOS VARIABLE	\$ 15.507	\$ 16.419	\$ 17.377	\$ 18.386	\$ 19.446
CVU	\$ 1,12	\$ 1,16	\$ 1,20	\$ 1,24	\$ 1,29
PTO EQ U	\$ 6.577	\$ 6.432	\$ 6.446	\$ 6.105	\$ 5.947
PTO EQ \$	\$ 32.882	\$ 32.161	\$ 32.242	\$ 30.561	\$ 29.721

Elaborado por: Autora

Formula:

$$Q = \frac{CFT}{PVU - CVU}$$

$$Q = \frac{22.063,55}{(5-1,12)}$$

$$Q = 5.947$$

En el proyecto el punto de equilibrio nos indica que las ventas no deben ser menores de 5947 porciones de 8kg.

5.3.7 Análisis De Índices Financieros

Un indicador financiero es una relación de cifras resumidas de los estados financieros y demás informes de la empresa con el propósito de formar una idea del comportamiento de la misma.

Los índices financieros que se utilizan para el presente estudio son:

CAPITAL DE TRABAJO

Está dado por la diferencia entre el activo corriente menos el pasivo corriente, indica el capital con que la empresa cuenta para el desarrollo de sus actividades operativas.

Capital de trabajo = Activo corriente – Pasivos corrientes

Rotación de activos totales = 0 – 15.000

Rotación de activos totales = (15.000)

La empresa con capital de trabajo para iniciar sus actividades.

ROTACIÓN DE ACTIVOS TOTALES

Esta razón indica el número de veces que la empresa ha utilizado sus activos para generar sus ventas.

Rotación de activos totales = $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos Totales}}$

Rotación de activos totales = $\frac{69.266,28}{38.651}$

Rotación de activos totales = 1,79

Indica que por cada dólar de activo se factura \$1,79 (en ventas)

MARGEN NETO DE UTILIDAD

Demuestra el porcentaje de las utilidades que la empresa ha generado luego de haber deducido los gastos operativos y no operativos, es decir, la utilidad luego de impuestos y participaciones



Margen neto de Utilidad = Utilidad neta *100%

Ventas Totales

Margen neto de Utilidad = 18.768,32

69.266,28

Margen neto de Utilidad = 27,10%

Indica que la utilidad que queda luego de reducir costos es de 27,10% respecto a las ventas.

CAPUTILO VI

Análisis De Impactos

La evaluación de impactos comienza a realizarse a finales de la década de los años 1960 en los países desarrollados, como un proceso de análisis y prevención de impactos ambientales, ante la presión de grupos ambientalistas y de la población en general. Más tarde, se incorpora la evaluación del impacto social de los proyectos como un concepto más amplio, que incluía no sólo el medio ambiente sino también a la comunidad.

Actualmente, el concepto de impacto social incluye no sólo los resultados previstos sino también aquellos que no se previeron. Igualmente, contempla los efectos, tanto positivos como negativos que se pudieran presentar luego de la implementación de un determinado programa o proyecto en un grupo social o una comunidad.

Tyler considera que la evaluación es el proceso mediante el cual se determina hasta qué punto se alcanzaron las metas propuestas. En el modelo de evaluación que propone este autor, se consideran las intenciones del programa, las metas y objetivos de comportamiento y los procedimientos que son necesarios poner en práctica para realizarlo con éxito. Por su parte, Schumann define la evaluación como el proceso para juzgar el mérito de alguna actividad y de esa manera, conocer los procesos aplicados y las

estrategias, que permiten su comprensión y redefinición, en el caso de que ésta última sea necesaria.

De acuerdo con Schumann, el objetivo principal de la evaluación es descubrir la efectividad de un programa y para esto, se toma como base de comparación sus objetivos, a la luz de la relación entre los objetivos y sus presuposiciones. Stufflebeam define la evaluación como el proceso de identificar, obtener y proporcionar información útil y descriptiva sobre el valor y el mérito de las metas; la planificación, la realización y el impacto de un objeto determinado, con el fin de servir de guía para la toma de decisiones; solucionar los problemas de responsabilidad y promover la comprensión de los fenómenos implicados. Así, los aspectos claves del objeto que deben valorarse incluyen sus metas, su planificación, su realización y su impacto.

6.1 Impacto Ecológico Ambiental

Es el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos.

Las acciones humanas, motivadas por la consecución de diversos fines, provocan efectos colaterales sobre el medio natural o social.

En términos más técnicos, podríamos decir que el impacto ambiental es aquella alteración de la línea de base como consecuencia de la acción antrópica o de eventos de tipo natural.

6.2 Impacto económico

Un impacto económico son las condiciones favorables o negativas que ha tenido el proyecto en función de la sociedad y su economía. Es decir si el proyecto ha influenciado de alguna manera a la población más cercana y al país en el desarrollo económico y cuáles serán los problemas creados a partir de la implementación del proyecto.

6.4 Impacto Social

“El impacto social se refiere a los efectos que la investigación planteada tiene sobre la comunidad en general. Es la magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios)”

Matriz de Impactos

La matriz de impactos permite poder cuantificar un riesgo, para ello es necesario definir una probabilidad de ocurrencia (correspondiente a una probabilidad medida como

porcentaje) y un nivel de impacto, de cada indicador que se desee evaluar, sumar el valor que tiene el impacto y determinar si ha sido positivo o negativo Definir una tabla de impacto en un proyecto permite homogenizar la definición de la cuantía del impacto de un riesgo, eliminando el sesgo que existe respecto a lo que cada integrante del equipo “cree”.

A continuación se presenta una ponderación y el significado que tiene cada número dentro de la matriz de impacto.

Tabla 50 Ponderación De Impactos

PONDERACION	VALOR INCIDENCIA
2	Impacto positivo alto
1	Impacto positivo medio
0	Ningún impacto
-1	Impacto negativo medio
-2	Impacto negativo alto

Elaborado por: Autora

Tabla 51 Matriz De Impacto Social

INDICES	2	1	0	-1	-2
Concientización y apoyo a la comunidad		X			
Mejora la calidad de vida de la población		X			
Alternativa en nuevos servicios	X				
Generación de fuentes de empleo	X				
TOTAL					6

Elaborado por: Autora

El máximo impacto social es +8 nuestra matriz tiene 6 (75%), por lo tanto nuestro proyecto será beneficioso para la comunidad de la parroquia de Guayllabamba, al brindar fuentes de empleo tanto en la empresa lavadora de ropa como a los pobladores que se dedican al comercio de productos y servicios complementarios, tiendas, centros de copiado etc.

Tabla 52 Matriz De Impacto Económicos

INDICES	2	1	0	-1	-2
Generación de impuestos	X				
Inversión de utilidades para ampliación del negocio		X			
Mejora la economía de la parroquia			X		
TOTAL					3

Elaborado por: Autora

En la matriz de impacto económico se puede obtener una máxima calificación de +8, al aplicar criterios de evaluación se ha obtenido un resultado de +3, por lo tanto el impacto económico para la población local no tiene gran importancia, los beneficios económicos de este proyecto van a las instituciones del gobierno como el SRI, superintendencia de bancos.

Tabla 53 Matriz De Impacto Ambientales

INDICES	2	1	0	-1	-2
Bajo consumo de agua	X				
Uso de tecnología ecológica		X			
Contaminación auditiva			X		
Cuidado y protección del medio ambiente	X				
Generación de basura toxica			X		
TOTAL					5

Elaborado por: Autora

En esta matriz el máximo impacto ambiental es +10. De acuerdo con los índices establecidos para calificar el impacto es de 50%, esto significa que su incidencia en la naturaleza no es de gran importancia para llegar a esta conclusión se analizaron cuatro elementos que actualmente son contaminados por muchas empresas estos son aire, agua, tierra y sonido.

La lavandería trabaja con máquinas que funcionan con electricidad con sistema ecológico es decir con un ozonificador que permite realizar sus actividades de lavado con una cantidad mínima de agua, más no existe la utilización de químicos u otras sustancias que sufran transformación y contaminen el aire.

El presente proyecto no requiere de la intervención del elemento tierra para ninguno de los procesos, por lo que no existe contaminación de la misma. Además la empresa se ubica en una zona poblada la misma que no sufre amenaza alguna por la adecuación de la lavandería.

Los motores de la maquinaria que emplea la lavandería son silenciosos; el proceso de producción es secuencial lo que permite la organización y optimización del tiempo, donde el trabajo es manual y tranquilo, entonces no existe ningún tipo de contaminación en el sonido.

El desperdicio más importante propio de la operación de una lavandería es el agua que se utilizó para lavar y enjuagar la ropa, el promedio diario estimado del caudal de agua sucia que se genera en las instalaciones es de 6.20 m³ a un nivel de operación del 100%. Esta agua sucia contendrá residuos de: Detergentes cuyos componentes principales son: surfactantes (como por ejemplo alquilaril sulfato de sodio, dodecil

vencen sulfato de sodio, alcohol graso etoxilado y dimetilhidroxietil clorato de amonio entre otros); principalmente carbonato de sodio, sulfato de sodio, fosfato de sodio, silicato de sodio, y carbonato de sodio).

Suavizantes de telas que contienen: coadyuvantes, colorantes perfume y conservadores.

Esta corriente de agua residual no es considerada como un residuo peligroso por el Ilustre Municipio de Quito y por lo tanto no es necesario que se tramite ningún permiso ante esta dependencia, sin embargo todos los responsables de aguas residuales deben apegarse estrictamente a normas del ministerio de salud.

La empresa tendrá cuidado en destinar un lugar específico para colocar los desperdicios que se produzcan en la empresa mediante la utilización de tachos para recolección de basura basados en las tres R.

CAPITULO 7

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

1. Desde el punto de vista del estudio de mercado, el proyecto es viable debido a que la demanda actual es superior a la oferta actual en aproximadamente 60 %, y se proyecta que para los siguientes 10 años la demanda también será superior.
2. La gestión de la empresa está guiada principalmente hacia la satisfacción del cliente, considerando que el cliente tiene la razón y la mayor prioridad de lavandería Guayllabamba es dar a todos y cada uno el trato amable y profesional que merecen.
3. Se aplicaron las destrezas y habilidades empresariales adquiridas en la el manejo de personal para contar con personal altamente capacitado y emporado para la ejecución de sus actividades lo que afianzara a los clientes.

-
4. El número de personas por atender diariamente es prudente, ya que la capacidad inicial de la empresa fija un límite para poder brindar la atención debida a quienes decidan utilizar el servicio ofertado, además la afluencia de familias está cubierta sin problemas.

7.2 Recomendaciones

1. Invertir adecuadamente los recursos del proyecto a efecto de no incurrir en problemas económicos.
2. Proyectar un ambiente agradable a los clientes para que la empresa sea percibida como un sitio acogedor.
3. Monitorear continuamente los aspectos legales en el caso de que se produzcan cambios en las leyes aplicables con el objetivo de flexibilizar el planteamiento técnico y financiero del presente proyecto.
4. Planear constantes capacitaciones para operativo de la empresa, con el objetivo de mantener vanguardia en las herramientas administrativas y operativas.



5. Realizar continuas investigaciones de mercado a fin de identificar nuevas preferencias y necesidades para satisfacer de mejor manera los requerimientos de los clientes.

BIBLIOGRAFIA

- Antonio Borello, "Plan de negocios" ediciones Días de Santos 2011.
- BACA URBINA, Gabriel "Evaluación de proyectos", Edición Mc Graw Hill 2010.
- Eliecer, prieto Jorge, "Los Proyectos" la razón de estar presente 2010.
- Lawrence, Gitman, "Fundamentos de la administración financiera" Tercera edición 2010.
- Fabozzi, Polimen, Ralphs, "contabilidad de costos" Edición Mc Graw Hill 2010.
- Horngren Charles T, "Pearson Educación" Segunda Edición 2009.



ANEXOS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE
LAVANDERIA CON SISTEMA ECOLOGICO EN LA PARROQUIA DE GUAYLLABAMBA.