



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

Facultad de Ciencias de la Administración

Escuela de Administración de Empresas

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA”

Monografía previa a la obtención del título de Ingeniero Comercial

AUTORES:

Rommel Patricio Munzón Arias

Juan Marcelo Reyes Moscoso

DIRECTOR:

Ing. Francisco Ampuero Velásquez

Cuenca, Ecuador

2013

DEDICATORIA

Lo dedico a mi madre, quien ha sido testigo de la dedicación comprometida por mi persona para culminar con éxito la carrera profesional, y quien ha sabido apoyarme en todos mis proyectos y en todas mis decisiones.

Rommel Patricio Munzón Arias.

DEDICATORIA

Esta monografía la dedico principalmente a Dios porque me diste la oportunidad de vivir y me regalaste una familia maravillosa.

A mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí. A mis hermanas y familia en general. Gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Juan Marcelo Reyes.

AGRADECIMIENTO

Primero quiero agradecer a Dios, ya que mis principios y creencias me dictan hacerlo, luego quisiera agradecer a tan noble y emblemática institución la Universidad del Azuay, y a cada uno de sus catedráticos por haberme formado con sabiduría y enseñanza, dentro de un marco académico y ético, para saber hacer frente a cualquier reto dentro de la vida profesional.

Y un agradecimiento especial al Ing. Francisco Ampuero Velásquez por su tutoría del presente trabajo de gradación, quien me ha sabido orientar y encaminar para un correcto desarrollo del tema, a quien lo considero un profesional de alto nivel, una excelente persona y amigo.

Rommel Patricio Munzón Arias.

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este proyecto, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. Mis más sinceros agradecimientos están dirigidos hacia mi familia, amigos y compañeros de universidad por siempre brindarme su apoyo, tanto sentimental, como económico, sin el cual no hubiese podido salir adelante.

Gracias Dios, gracias padres y hermanas.

Juan Marcelo Reyes.

INDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
Introducción.....	11
Antecedentes	11
Justificación.....	11
Resumen ejecutivo de la empresa	13
CAPITULO 1. NATURALEZA DE LA EMPRESA	15
1.1. Descripción de la empresa.....	15
1.2. Principios y Valores	16
1.3. Objetivos empresariales	17
CAPITULO 2. ANALISIS DE MERCADO.....	18
2.1. Estudio situacional del mercado	18
2.1.1. Segmentación del mercado	18
2.1.2. Definición de la muestra	19
2.1.3. Análisis de resultados de la encuesta	19
2.1.4. Sistematizar la información	21
2.1.5. Análisis de la competencia.....	22
2.2. Análisis de las fuerzas competitivas de Michael Porter.....	24
2.3. Análisis FODA	27
2.4. Marketing Mix.....	28
2.4.1. Descripción del Servicio	28
2.4.2. Comunicación, publicación y publicidad	30
2.5. Planes y programas de acción mercadológicos	31
CAPITULO 3. ESTUDIO TECNICO.....	33
3.1. Análisis del proceso de servicio	33

3.2.	Análisis de los recursos.....	35
3.2.1.	Análisis del recurso material.....	35
3.3.	Análisis del tamaño.....	36
3.3.1.	Restricciones en el tamaño del proyecto.....	36
3.4.	Análisis de localización	38
CAPITULO 4. PLAN ORGANIZACIONAL, TALENTO HUMANO Y LEGAL		41
4.1.	Estructura organizacional	41
4.1.1.	Organigrama de la empresa	41
4.1.2.	Recurso humano	44
4.2.	Permisos de funcionamiento y otros requisitos legales.....	44
4.2.1.	Permisos de funcionamiento	44
4.2.2.	Otros requisitos legales.....	46
CAPITULO 5. ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO		48
5.1.	Análisis de las inversiones	48
5.1.1.	Inversiones fijas.....	48
5.1.2.	Inversiones diferidas	49
5.1.3.	Inversiones de capital de trabajo.....	49
5.1.4.	Inversión total	49
5.2.	Análisis de financiamiento	50
5.3.	Análisis de ingresos	50
5.3.1.	Ingresos proyectados	51
5.4.	Análisis de egresos	51
5.4.1.	Costos de producción por servicio	51
5.4.2.	Gastos administrativos.....	52
5.4.3.	Gastos de ventas	53
5.4.4.	Gastos financieros.....	53
5.4.5.	Egresos totales	54
5.5.	Evaluación financiera	55
5.5.1.	Flujo proyectado	55
5.5.2.	Valor actual neto (VAN)	57
5.5.3.	Tasa interna de retorno (TIR)	57
5.5.4.	Pay back	57
5.5.5.	Análisis de sensibilidad	57

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO
DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA

Conclusión.....	62
Recomendaciones	63
BIBLIOGRAFIA.....	64
ANEXOS	65
DISEÑO DE LA MONOGRAFÍA.....	76

RESUMEN

La presente monografía cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA”, se encamina en la propuesta de mejores y nuevas alternativas de limpieza de vehículos, en vista de que aquellas empresas dedicadas a este tipo de negocio no cuentan con un servicio especializado, el cual brinde seguridad, confianza y satisfacción al cliente, y, además muchas de estas no cumplen con las leyes y directrices ambientales.

Se han realizado varios estudios tales como un estudio de mercado, técnico, administrativo-legal, y económico-financiero, los mismo que han dado los resultados positivos, es decir, se estableció la necesidad de implementar dicha empresa de lavado de vehículos para dar solución al problema en cuestión, el cual fue estudiado e investigado.

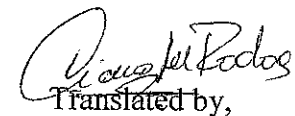
ABSTRACT

Feasibility Study for the Implementation of a Car Wash Company for the City of Cuenca

The purpose of the present monograph entitled "Feasibility Study for the Implementation of a Car Wash Company for the City of Cuenca" is to propose new improved alternatives for car cleaning services, since these companies do not have specialized services that provide security, confidence, and customer satisfaction. Besides, many of these businesses do not observe environmental laws and regulations.

Several studies such as market, technical, legal-administrative, and economic-financial studies have been developed. These studies gave positive results, i.e. we established the need of implementing a car wash company in order to solve the problem under study.


UNIVERSIDAD DEL
AZUAY
C.O.T.O. IDIOMAS


Translated by,
Diana Lee Rodas

Introducción

El crecimiento de la ciudad y, por ende, de su parque automotor, ha sido vertiginoso en los últimos años, y es por esta razón que existe la aspiración de llevar adelante este proyecto. Se ha considerado cumplir con todas las exigencias municipales en cuanto a los aspectos ambientales, no solo por obligatoriedad de regirse a las normativas dispuestas, sino también por apoyar y ser partícipe de la conservación del medio ambiente para las generaciones venideras.

Otra de las razones que impulsaron la realización del proyecto es la reubicación de las lavadoras que funcionaban en los márgenes de los ríos y en el caso de otras que han tenido que terminar sus actividades. Por las razones expuestas, y encaminando de esta manera a crear conciencia en la población en el buen uso del agua, inclusive para el lavado de vehículos.

Antecedentes

El servicio de lavado de vehículos comenzó en la ciudad de Cuenca cuando la Administración Municipal del Dr. Xavier Muñoz Chávez, fue él quien otorgó el primer permiso de funcionamiento para este fin. En los últimos años el automóvil a más de ser un medio de transporte se ha convertido en una forma de vida, siendo el mismo una herramienta básica de las personas. Anteriormente era común observar a los pobladores de la ciudad lavando sus vehículos en las orillas de los ríos y en los garajes de sus casas, posiblemente por costumbre o satisfacción personal, pero hace diez a quince años atrás no había conciencia sobre el ahorro del agua y no existían políticas medioambientales.

Justificación

Es necesario determinar la aceptación, las limitaciones, los problemas, la viabilidad, etc., que faciliten la toma de decisiones acerca de si es técnica y económicamente factible la ejecución de este proyecto, con el fin de obtener una utilidad financiera.

La investigación fortalecerá el desarrollo del proyecto y nos brindará indicadores importantes para determinar si es posible el mismo, aplicando métodos, técnicas y herramientas aprendidas en el transcurso de la carrera universitaria. Por lo que a través de la aplicación de estudios de mercado, técnico, administrativo-legal y financiero, combinados con otras herramientas, se espera determinar los aspectos importantes para establecer la orientación y el manejo correcto del proyecto.

En la ciudad de Cuenca existen varias empresas de lavado de vehículos, pero en realidad las lavadoras existentes no cuentan con la infraestructura adecuada, el personal especializado, incluso algunas de ellas no tienen los permisos que el Municipio exige y no cumplen con las normas establecidas, convirtiéndose en lavadoras informales.

La propuesta de este proyecto tiene como objetivo brindar un servicio diferente, especializado, de buena calidad con técnicas más eficientes y tecnología de punta para evitar la contaminación, lo cual favorece a los clientes quienes buscan un servicio accesible para sus bolsillos.

Resumen ejecutivo de la empresa

Para un mejor entendimiento de lo que se pretende lograr con el presente proyecto hemos optado por realizar este presente resumen, contestando ciertas interrogantes que nos parecen importantes.

¿En qué consiste el proyecto?

El presente proyecto consiste en llevar a cabo una investigación y puesta en marcha de una empresa de lavado de vehículos en la ciudad de Cuenca, cabe recalcar que se han realizado varios estudios que enmarcan la realización, investigación y obtención de resultados de la formulación y evaluación de proyecto o plan de negocios.

¿Dónde está el negocio?

La empresa estará ubicada en un sitio sumamente estratégico, este lugar permitirá captar clientela rápidamente, el mismo está ubicado en la 1 de mayo y Carmela Malo, sector Ciudadela 11 de octubre, al sur oeste de la ciudad.

¿Cuánto dinero se necesita?

Para la puesta en marcha la futura empresa se necesitará la cantidad de 16,600.00 dólares (USD), los emprendedores aportarán con el 40% de esta cantidad, y se necesitará inversores para el resto.

¿En cuánto tiempo se llegará al punto de equilibrio?

La recuperación que el inversionista tendría con el proyecto se da exactamente en tres años con dos meses, lo cual es rentable porque el horizonte del proyecto es de cinco años.

¿Qué se hará para desarrollar y fidelizar a los clientes?

Se ha optado por establecer unos planes y programas de acción mercadológicos, los mismos que permitirán tener una ventaja competitiva hacia la competencia.

Así mismo a los clientes se les ofrecerán promociones al momento de optar por nuestros servicios, logrando adeptos y el posicionamiento en el mercado.

¿Qué resultados económicos se obtendrán?

Según el análisis del flujo de efectivo, tenemos un VAN de \$ 9,844.74, lo cual es muy bueno y nos indica que el proyecto puede generar durante su vida útil los suficientes recursos para cubrir los costos y gastos en que se incurren. Además tenemos una tasa interna de retorno (TIR) de 15.42%, esto quiere decir que dicha tasa es mayor que la tasa del costo de capital.

¿Quiénes son los emprendedores?

Los que llevaran a cabo la puesta en marcha de la futura empresa serán los señores Juan Reyes y Rommel Munzon egresados de la Facultad de Administración de la Universidad del Azuay.

¿Por qué creemos que tendrá éxito?

Por lo antes expuesto, porque creemos en el proyecto y estamos seguros de ganar mercado rápidamente debido a la gran demanda insatisfecha obtenida y porque en base a nuestras estrategias de mercado que hemos planteado nos permitirán obtener resultados positivos.

CAPITULO 1. NATURALEZA DE LA EMPRESA

1.1. Descripción de la empresa.

Nombre o Razón Social

“MR. *AUTO PULITO*” Cltda. Servicio de lavado de vehículos.

Tipo de Empresa (Sector, Actividad)

Pertenecería al sector terciario o más conocido como el sector de servicios, pues esta empresa se dedicará a realizar actividades de servicio de lavado de vehículos.

Cultura Organizacional

“MR. *AUTO PULITO*”, considera que su responsabilidad es brindar un servicio de lavado de calidad para llenar las expectativas de los clientes, a través de un servicio especializado y ágil y, a su vez conservando el medio ambiente para contribuir con la sociedad.

Tener compromisos y responsabilidades con nuestros empleados, quienes serán tratados con respeto, sin ninguna distinción por su raza, credo, género o forma de pensar; nuestro equipo se sentirá seguro y orgulloso de pertenecer a “MR. *AUTO PULITO*”, en la empresa los empleados gozarán de una remuneración justa y adecuada; las condiciones de trabajo serán limpias, ordenadas y seguras. Además sabremos valorar y respetar las sugerencias o quejas transmitidas por los mismos. Se mantendrán capacitaciones periódicas para que nuestro personal brinde un mejor y adecuado servicio lleno de eficiencia y eficacia a los clientes.

Misión

Somos una empresa de servicio de lavado de vehículos de la ciudad de Cuenca, la cual ofrece rapidez y eficiencia, utilizando los mejores insumos y el personal más capacitado para consentir su auto.

Visión

Llegar a ser la empresa líder en el mercado del servicio de lavado de autos, a través de nuestras ventajas competitivas y la mejora continua, adquiriendo un compromiso ineludible con el ahorro y conservación de los recursos naturales.

1.2. Principios y Valores

Principios

Excelencia: consideramos que todas las acciones de cada uno de los miembros deberán realizarse de forma sobresaliente; también estamos seguros que nuestros servicios serán de una calidad superior, para así cubrir con las expectativas que tienen nuestros clientes.

Calidad en nuestros servicios: Aprovechar y enriquecer las fortalezas, superando las dificultades y debilidades, para esto se utilizarán mecanismos cuidadosos de planeación, ejecución y retroalimentación, generando así estrategias de mejoramiento continuo en todos los procesos.

Actitud de Servicio: Dar lo mejor de nosotros, en cada una de las actividades realizadas dentro de la empresa, para alcanzar los objetivos deseados.

Valores

Respeto: De los derechos individuales y colectivos, a la diversidad, a la libertad de pensamiento, expresión de otros y la propia, dentro de los parámetros morales.

Honestidad: Obrar bien en todas las distintas relaciones y actividades; siendo siempre sinceros y transparentes con nuestro trabajo y con el cliente.

Responsabilidad: Cumplir a cabalidad cada una de las actividades realizadas en la empresa.

Lealtad: Entre los diferentes estamentos de la empresa; defendiendo siempre en lo que se cree.

1.3. Objetivos empresariales

Objetivo general

Llegar a ser la empresa líder en el servicio de lavado de vehículos en la Ciudad de Cuenca, con altos estándares de calidad, eficiencia y a los mejores precios del mercado, a través de un excelente servicio alcanzando la máxima satisfacción del cliente.

Objetivos específicos

- Emplear las estrategias defensivas que nos permitan obtener una ventaja competitiva frente a nuestros competidores.
- Establecer las estrategias publicitarias que permitan promocionar a la empresa y nuestros servicios.
- Instituir las competencias que deben tener los colaboradores los cuales van a pertenecer a la empresa de acuerdo a su misión y visión.
- Mediante el sistema de operación de la empresa, lograr optimizar recursos. Que nos permitan ser los mejores.
- Determinar el financiamiento, así como la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto y establecer la rentabilidad del mismo.

CAPITULO 2. ANALISIS DE MERCADO

2.1. Estudio situacional del mercado

Actualmente el mercado tiene diferentes hábitos en el servicio de lavado de vehículos, así como los gustos y preferencias entre los consumidores.

Nuestro propósito es identificar las características básicas del mercado potencial que probablemente serán nuestros clientes, este estudio de mercado proveerá las herramientas necesarias y suficientes al proyectar la demanda de servicio de lavado de autos así como la participación del mismo en el mercado, con los resultados que se obtengan de este estudio nos permitirán delinear estrategias de comercialización para posicionarnos como una empresa competitiva en crecimiento.

Para analizar el presente estudio, los datos que serán expuestos serian provenientes del registro de carros matriculados y base de datos de la empresa EMOV de la ciudad de Cuenca.

2.1.1. Segmentación del mercado

Para la segmentación del presente proyecto hemos obtenidos datos en la empresa pública EMOV referentes al año 2012 las mismas que detallan un registro vehicular de 90.000 unidades.¹

La EMOV a través de sus funcionarios nos informaron que de los 90.000 vehículos, 3.600 son taxis; 600 son escolares; 400 son camionetas de carga liviana; 400 camionetas de carga mixta; 600 de turismo; 7.000 de servicio público, y 77.400 vehículos particulares, a los que nos dirigiremos con nuestro proyecto.

¹ <http://www.elmercurio.com.ec/362920-1-366-vehiculos-matriculados-hasta-ayer-en-cuatro-puntos-de-la-emov-ep.html>

2.1.2. Definición de la muestra

Con el fin de establecer el número de encuestas a realizar, se ha decidido trabajar con un nivel de confianza del 95%, y un grado de significancia o error del 5%. Así mismo se ha definido realizar unas 20 encuesta piloto para saber el nivel de aceptación al servicio que se pretende implementar.

Con los datos obtenidos anteriormente y los resultados de las encuestas piloto que se realizaron se obtienen los siguientes datos:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times P(1 - P)}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times P(1 - P)}$$
$$n = \frac{1.96^2 \times 77400 \times 0.85(1 - 0.85)}{(77400 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.85(1 - 0.85)}$$
$$n = 195$$

2.1.3. Análisis de resultados de la encuesta

Se aplicaran 195 encuestas, las mismas que han servido para establecer ciertos parámetros, los mismos que servirán para el análisis del presente estudio. Podemos mencionar que en lo que concierne a la pregunta número uno la cual dice:

Pregunta 1.- Posee Usted vehículo? Si su respuesta es No, termina la encuesta.

Respuesta	Frecuencia
Si	176
No	19

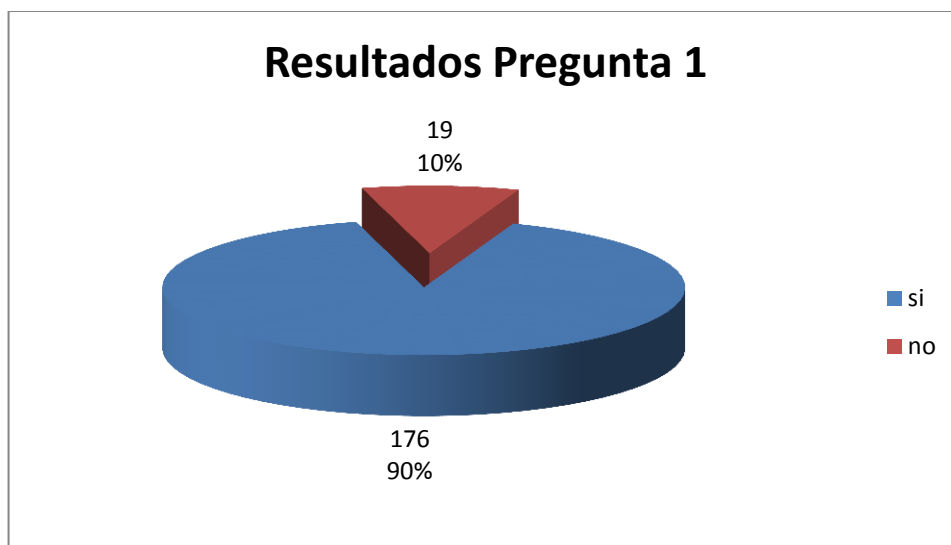


Figura 1. Resultados Pregunta 1

Del análisis de la pregunta uno y como se puede observar en el gráfico, 176 votos que equivale al 90% Posee automóvil, seguido por un numero de 19 individuos con un 10%, que supieron manifestar que no lo poseen.

A continuación tenemos los resultados a la pregunta número seis , los mismos que servirán para establecer la demanda.

Pregunta 6.- Contrataría usted una lavadora de vehículos que le brinde un servicio rápido, eficiente, con personal especializado y con un menor daño al medio ambiente como “MR. Auto Pulito”?

Respuesta	Frecuencia
Si	110
No	66

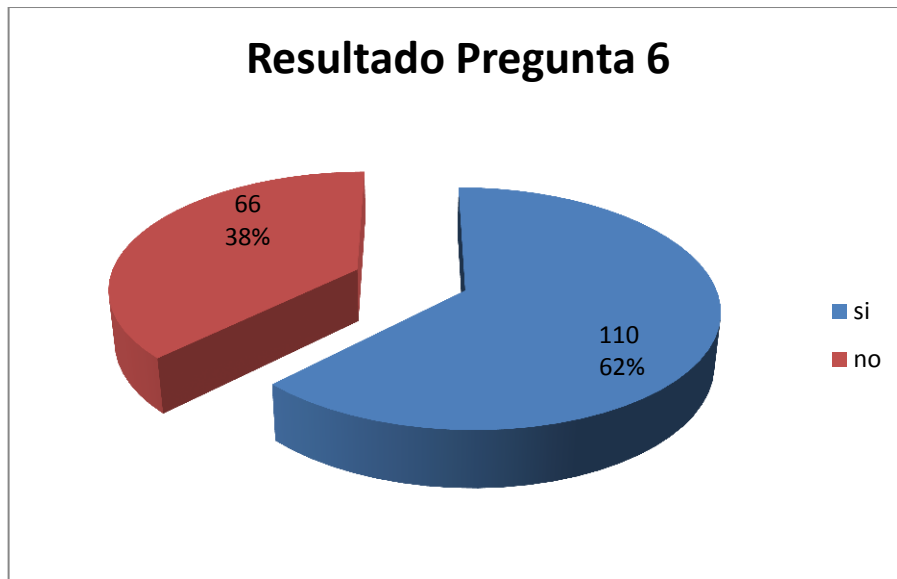


Figura 6. Resultados Pregunta 6

Los siguientes resultados nos dieron que si contratarían los servicios de “Mr. Auto Pulito” un número de 110 personas equivalente al 62%, y por el no contratarían tenemos unas 66 personas que equivale al 38%.

2.1.4. Sistematizar la información

Sistematizando la información tenemos que de las 195 encuestas realizadas a los diferentes habitantes de la ciudad de Cuenca, se obtuvo que 176 poseen vehículo y de estos, 110 estarían dispuestos a contratar los servicios de la futura empresa. Lo cual nos indica lo siguiente:

$$(110/195) * 100 = 56.4\%$$

Aplicando este resultado al total del segmento que se obtuvo anteriormente tenemos que:

$$77400 * 56.4\% = 43661$$

Siendo este el valor de la demanda anual:

43.661 servicios de lavado al año

Podemos concluir diciendo que el resultado obtenido es el número de clientes que estarían dispuestos a contratar los diferentes servicios de lavado al menos una vez cada año. Siendo **43.661** servicios, el dato de la demanda potencial anual del proyecto.

2.1.5. Análisis de la competencia

Para el presente proyecto hemos optado por la fijación del precio en base a la competencia, es decir se ha realizado una investigación de los precios de la competencia para poder establecer una media y en base a esta establecer los precios futuros del presente proyecto.

Se ha tomado en cuenta que para tener aceptación en el mercado, nuestros precios no deben excederse ni tampoco disminuirse demasiado, es decir, adoptar un precio similar, ya que de esta manera se podrá penetrar en el mercado y poder ser competitivos.

También se ha realizado una comparación con la competencia dentro de la cobertura del proyecto en donde se han incluido las principales lavadoras de vehículos dentro de la ciudad.

A continuación sistematizamos el presente análisis en un cuadro explicativo:

Tabla N° 1 Análisis de la competencia

EMPRESA	SERVICIOS	PRECIOS	# SERVICIOS AL DIA	# SERVICIOS AL AÑO
Vapor Clean	lavado completo	13	15	3600,00
	pronto lavado	10		
	lavado exterior	9		
	lavado interior	7		
Auto Cleaner	lavado completo	13	17	4080,00
	pronto lavado	9		
	lavado exterior	7		
	lavado interior	7		
Otto	lavado completo	12	13	3120,00

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA

Lavadora	pronto lavado	10		
	lavado exterior	8		
	lavado interior	6		
Otorongo	lavado completo	12	18	4320,00
	pronto lavado	8		
	lavado exterior	7		
	lavado interior	6		
Flou	lavado completo	13	20	4800,00
	pronto lavado	10		
	lavado exterior	9		
	lavado interior	7		
Otras	lavado completo	12		15000,00
	pronto lavado	10		
	lavado exterior	8		
	lavado interior	7		

Fuente: Información obtenida acudiendo personalmente a las diferentes empresas.

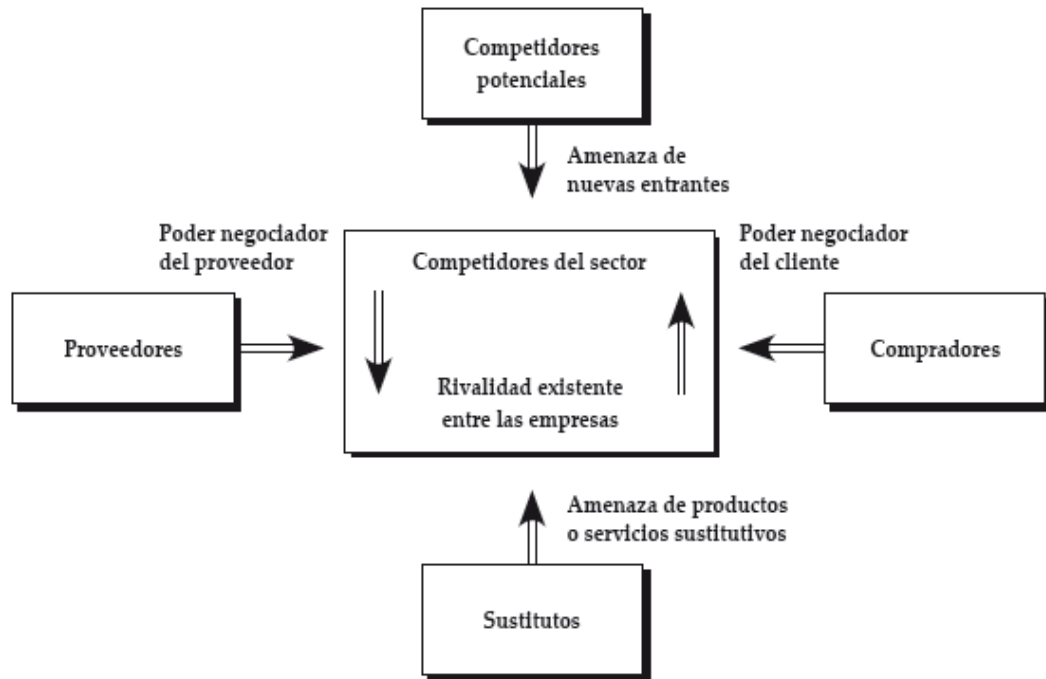
Realizado por: autores

Entonces, con la demanda y una oferta establecidas, al hacer una comparación entre las mismas, podemos establecer que existe una demanda insatisfecha, la cual nos permitirá captar un segmento del mercado.

En base a lo expuesto anteriormente, podemos establecer que la demanda insatisfecha sería la demanda obtenida menos la oferta de la competencia, quedando de la siguiente manera:

$$43.661 - 34.920 = 8.741 \text{ servicios de lavado/año}$$

2.2. Análisis de las fuerzas competitivas de Michael Porter²



Bien para el análisis del siguiente punto, el cual hace referencia a las cinco fuerzas de Porter, podemos decir que las fuerzas competitivas juegan un rol muy importante en el medio empresarial; ya que en general todas las empresas compiten entre sí, por captar la mayor parte del mercado y posicionar sus productos en el mismo.³

A continuación se analizarán las cinco fuerzas antes mencionadas.

Competidores del sector

- **Diferenciación del servicio:** si bien es cierto el mecanismo de lavado de vehículos en esencia es el mismo, pero en la implementación de la futura empresa se pretende sea diferente de la competencia, asegurándoles que el momento en que llegan con su

²<https://www.google.com.ec/search?q=grafico+de+la+fuerzas+competitivas+de+porter&tbm=isch&bo=u&source=univ&sa=X&ei=G8iaUb6MH0Tk9ASbh4GQDA&ved=0CD0QsAQ&biw=1280&bih=709>

³ Erazo Soria, José, Mercadotecnia, Un Análisis Global de Gestión.

vehículo estén completamente seguros que lo dejan en buenas manos.

- **Diversidad de competidores:** podemos mencionar que en el sector existen o existían competidores ilegales o informales, los mismos que no cumplen con las ordenanzas municipales en cuanto al impacto ambiental, lo cual nos permite tener una ventaja competitiva sobre estos.
- **Fidelidad del cliente:** esto nos podría presentar una dificultad a la hora de ganar adeptos, ya que podríamos caer en lo que se llama lealtad a un establecimiento determinado o competidor preferido.

Competidores potenciales

- **Acceso restringido:** hace referencia a la entrada de nuevos competidores al mercado de servicio de lavado de vehículos, los mismos que deberán cumplir varios permisos ambientales y ordenanzas municipales, lo cual sería para nosotros una ventaja competitiva.
- **Infraestructura:** para poder ser competitivos en el mercado los potenciales competidores deberán contar con una adecuada infraestructura, el mismo que podría ocasionar el declive en la decisión de implementar el negocio previsto.

Poder de negociación de los clientes

- **cantidad de clientes:** en vista de que el parque automotor de la ciudad de Cuenca está en pleno crecimiento, podemos decir que existe un mercado muy atractivo como para emprender en el presente proyecto.
- **Variedad en el servicio:** al ser una empresa innovadora en el mercado, es decir, con un sistema de lavado diferente, el mismo que le convendrá al cliente ya que le permitirá ahorrar tiempo.

- **Sensibilidad en el precio:** ya que el precio está dado en el mercado, la intención de la futura empresa es penetrar en el mercado con un precio ya sea imitativo o con un porcentaje menor, el cual permita ganar clientes.

Poder de negociación de los proveedores

- **Cantidad de proveedores:** podríamos considerar que el poder de estos en el caso del sector en mención, se considera moderado, es decir, que en lo que se refiere a la maquinaria para el funcionamiento de la empresa que se va adquirir será por una sola vez y es de fácil acceso y disponibilidad ya que existe una gran cantidad de proveedores en el mercado.
- **Costo de productos:** en cuanto a lo que se refiere a los productos de limpieza de autos que se utilizarían en el servicio del día, su costo será un poco elevado por su alta calidad, pero al mismo tiempo nos permitirá observar al cliente satisfecho con el servicio.

Amenaza de servicios sustitutos

- **Informales:** un sustituto sería quienes ofrecen lavado de vehículos dentro de los centros comerciales, estacionamientos y lugares públicos, lo cual sería una amenaza y una oportunidad al mismo tiempo que permitirá al cliente saber apreciar el servicio que se pretende brindar. Otro sustituto será las empresas de lavado de vehículos informales que se encuentran en distintos sectores de la ciudad, que por un precio muy bajo ofrecen brindar el servicio el cual no es de la calidad que satisfaga las necesidades de los clientes.
- **Lavado propio:** esto hace referencia a que se podría lavar el vehículo en la propia casa, sin embargo, esto sería perjudicial para la población ya que se estaría mal gastando o desperdiciando el agua potable que es

de suma importancia en la ciudad, eso nos permitirá crear conciencia y optar por nuestros servicios.

2.3. Análisis FODA

Para el desarrollo de este punto, se ha visto la necesidad o la prioridad de utilizar un FODA cruzado, el mismo que permitirá tener una mejor visión sobre todos los factores que intervienen y dan peso a las mismas, para que se tomen las mejores decisiones en lo que se refiere a la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del presente análisis.

MATRIZ FODA

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS - Sistema de lavado con el mayor ahorro de agua potable. - Contar con personal capacitado para un mejor servicio. - Una adecuada infraestructura - Servicio especializado y personalizado.	DEBILIDADES - Costo de estudio ambiental. - Posicionamiento en el mercado. - Trato al cliente. - Poca publicidad en un corto plazo.
	FO ➤ Lograr una mayor eficiencia y al mismo tiempo minimizar la contaminación. ➤ Mantener una línea de exigencia, y así acaparar clientes. ➤ Mediante la concienciación lograr contratar el servicio de lavado, sabiendo que cuentan con una asistencia de punta dentro de una infraestructura adecuada para el cuidado de su vehículo.	DO ➤ Aprovechar créditos para cubrir costos de estudios. ➤ Aprovechar la eliminación de ciertas lavadoras para lograr el posicionamiento en el mercado. ➤ Mantener un entrenamiento constante al personal para un servicio eficiente. ➤ Aprovechar la publicidad para promocionar el negocio y al mismo tiempo concientizar a la población hacia el ahorro del líquido vital.
AMENAZAS - Se exige una implementación de un sistema de limpieza de aguas, previo al descargo hacia el alcantarillado. - Leyes ambientales. - Competidores del sector. - Competencia potencial.	FA ➤ Mediante los sistemas adecuados lograr minimizar la contaminación. ➤ Tener al personal enterado y consiente a cerca de las leyes ambientales a cumplir	DA ➤ Implementar los sistemas exigidos, permitiendo que los costos de impacto ambiental sean mínimos. ➤ Capacitar al personal en el cumplimiento al pie de la letra todas las exigencias municipales.

	dentro de la empresa. ➤ Evaluarnos paulatinamente en el servicio con el mismo cliente, y así lograr estar arriba de la competencia. ➤ Saber que la infraestructura es un punto a favor frente a la competencia potencial.	➤ Lograr mediante una publicidad agresiva ganar mercado, sabiendo que se cumplen con las exigencias ambientales.
--	---	--

2.4. Marketing Mix

2.4.1. Descripción del Servicio

Nombre del Servicio

Lavado de Vehículos con el nombre comercial de “*MR. AUTO PULITO*”

Tipo de Servicio

EL servicio que se va ofrecer es lavado de vehículos en la ciudad de Cuenca con herramientas tecnológicas avanzadas para ayudar a cuidar el medio ambiente y a su vez brindarle un servicio de calidad a los posible clientes.

Los servicios que se ofrecerán son:

1. Lavado completo (Precio 12.00 USD)

Interior

- Lavado con tecnología de vapor seco de tapicería alfombras y todo el interior del vehículo.
- Limpieza de ductos A/C.
- Realizar aspirado completo del interior del vehículo.
- Limpieza, cuidado, protección y brillo de tablero con silicona especializada UV.
- Lavado de plásticos interiores del vehículo con silicona especial.



Exterior

- Lavado exterior completo del vehículo a presión con vapor con máximo ahorro de agua.
- Aplicar Shampoo para autos desengrasante de limpieza profunda.
- Aplicar silicona renovadora ultra violeta en los plásticos exteriores del vehículo.
- En los neumáticos aplicar espuma renovadora abrillantadora.
- Aplicación cera abrillantadora en todo el vehículo.
- Lavado integro de motor.
- Secado completo

2. Pronto lavado (Precio 9.50 USD)

- Lavado exterior completo del vehículo a presión con vapor con máximo ahorro de agua.
- Aplicar Shampoo para autos desengrasante de limpieza profunda.
- Aspirado integral del interior del vehículo.



3. Lavado solo exterior (Precio 8.00USD)

- Lavado exterior completo del vehículo a presión con vapor con máximo ahorro de agua.
- Aplicar Shampoo para autos desengrasante de limpieza profunda.
- Aplicar silicona renovadora ultra violeta en los plásticos exteriores del vehículo.
- En los neumáticos aplicar espuma renovadora abrillantadora.



- Secado completo.

4. Lavado solo interior (Precio 7.00USD)

- Lavado con tecnología de vapor seco de tapicería alfombras y todo el interior del vehículo.
- Limpieza de ductos A/C.
- Realizar aspirado completo del interior del vehículo.



En base al análisis de la competencia, podemos manifestar que nuestros precios se ajustarían a los de la competencia, es decir, sería un precio imitativo, permitiéndonos penetrar en el mercado y posicionarnos en el mismo.

2.4.2. Comunicación, publicación y publicidad

- **MARCA:** para el presente proyecto a implementar hemos escogido una marca que nos diferencie, la misma que consiste en las iniciales de nuestros apellidos, las mismas que calzan perfectamente con la traducción en inglés de la palabra señor (*MR. Mister*), es decir, sus iniciales. Seguida de las palabras *Auto Pulito*, esta última en idioma italiano que quiere decir (*limpio*), la cual enfoca la misión de la empresa, quedando de la siguiente manera: **MR. AUTO PULITO**.
- **SLOGAN:** nuestro slogan es simple y directo, expresando el deseo de colaborador que se pretende ser para los futuros clientes, y brindando confiabilidad para que se sientan seguros contratar nuestros servicios con el personal especializado.

El Capo del lavado.

- LOGO: el mismo encierra lo que la marca y slogan juntas tratan de transmitir hacia los clientes, el mismo que se sintetiza a continuación.



- PUBLICIDAD: La gran publicidad que tendrá el presente proyecto será principalmente con nuestros clientes, ya que al momento de servirlos estaremos promocionándonos al mismo tiempo, también se ha pensado suvenires tales como sellos impregnados en los vehículos al finalizar el servicio prestado, llaveros y ambientadores con el logo de la empresa, también se ha pensado en realizar promociones como por ejemplo, después de 10 lavadas completas de su vehículo obtiene una lavada adicional completamente gratis, esto sería a manera de tener la fidelidad del cliente hacia la empresa.

2.5. Planes y programas de acción mercadológicos

Para una mejor comprensión de lo que se pretende dar a conocer en este punto, hemos visto factible la realización de un cuadro explicativo, el mismo que se detalla a continuación:

Tabla N°2 Planes y programas de acción mercadológicos

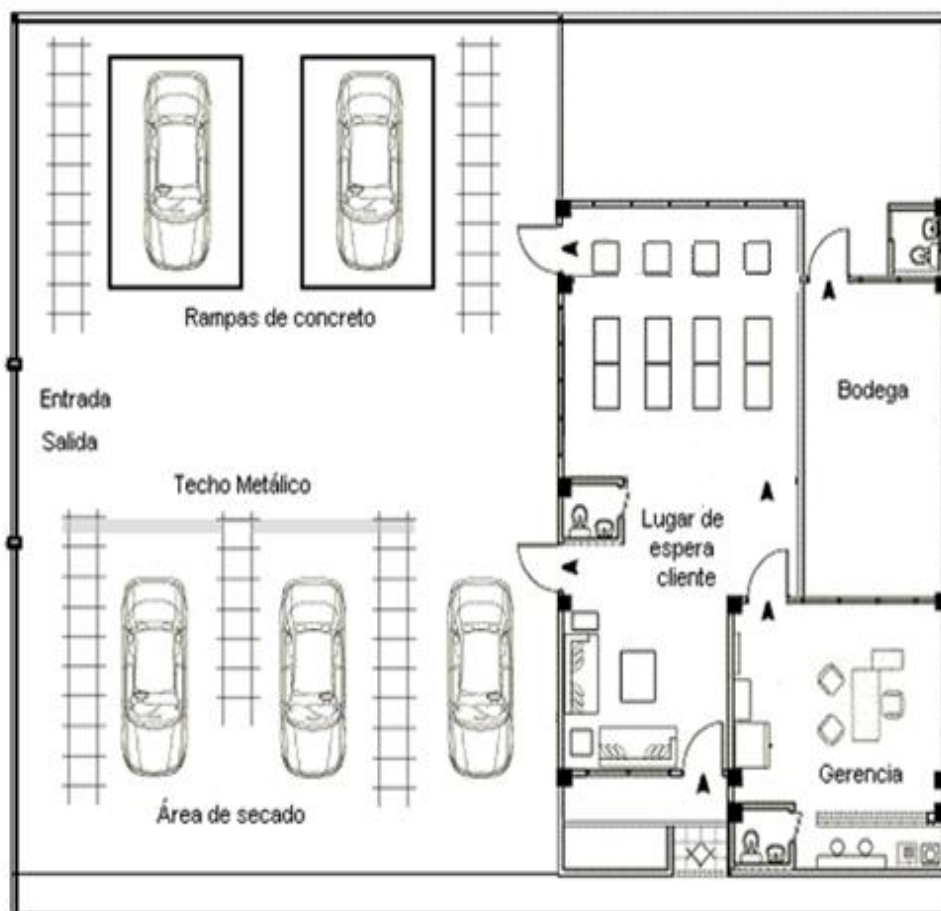
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA

OBJETIVO	ESTRATEGIA	PLAN DE ACCION	RESPONSABLE	PERIODO
Determinar estrategia de fijación de precios para la penetración en el mercado.	- Fijar los precios en función del cliente a través de una encuesta. - Fijar el precio en base a la competencia.	-Realización de una encuesta para saber el nivel de aceptación y al mismo tiempo poder establecer el precio que acostumbran a utilizar en el mercado, es decir, hacerlo imitativo. -Realizar visitas a los lugares más concurridos de la competencia con el fin de saber el rango de precios que manejan.	Gerente y supervisor.	6 meses
Contar con una campaña de publicidad y promoción que permita posicionamiento de la empresa.	Determinar un programa de publicidad para dar a conocer la empresa y los diferentes servicios que esta brinda a sus consumidores.	-Colocar campañas publicitarias en las radios más escuchadas de la ciudad de Cuenca. -Entrega de flayers y promociones en lugares concurridos de gente. -Gestionar posibles negociaciones con empresas reconocidas e instituciones públicas de la ciudad con el objetivo de lograr contratos grandes y significativos. - Entregar artículos promocionales a los propietarios de los vehículos. - realizar promociones en el servicio.	Personal Administrativo	trimestral
Establecer un sistema especializado de calidad y atención al cliente.	Lograr que el personal que brinde el servicio dentro de la empresa esté preparado y capacitado para un servicio eficiente y eficaz a los clientes.	-Capacitar a los empleados con orientación de servicio al cliente, para lograr que el mismo sea excelente y rápido. -Contar con productos de alta calidad, para que el servicio que se brinde sea el mejor.	Todos colaboradores de la empresa.	Cada 6 meses
Lograr obtener una rentabilidad mínima del 10%.	-Incrementar las ventas mes a mes en un porcentaje razonable para lograr dicha rentabilidad.	-Atraer a los clientes brindando un servicio especializado y diferenciado de la competencia. -Presentar a los clientes una imagen reconocida de la empresa con el fin de atraerlos, obteniendo así un prestigio y a su vez que la rentabilidad crezca.	Gerente y sus colaboradores.	Año 2014

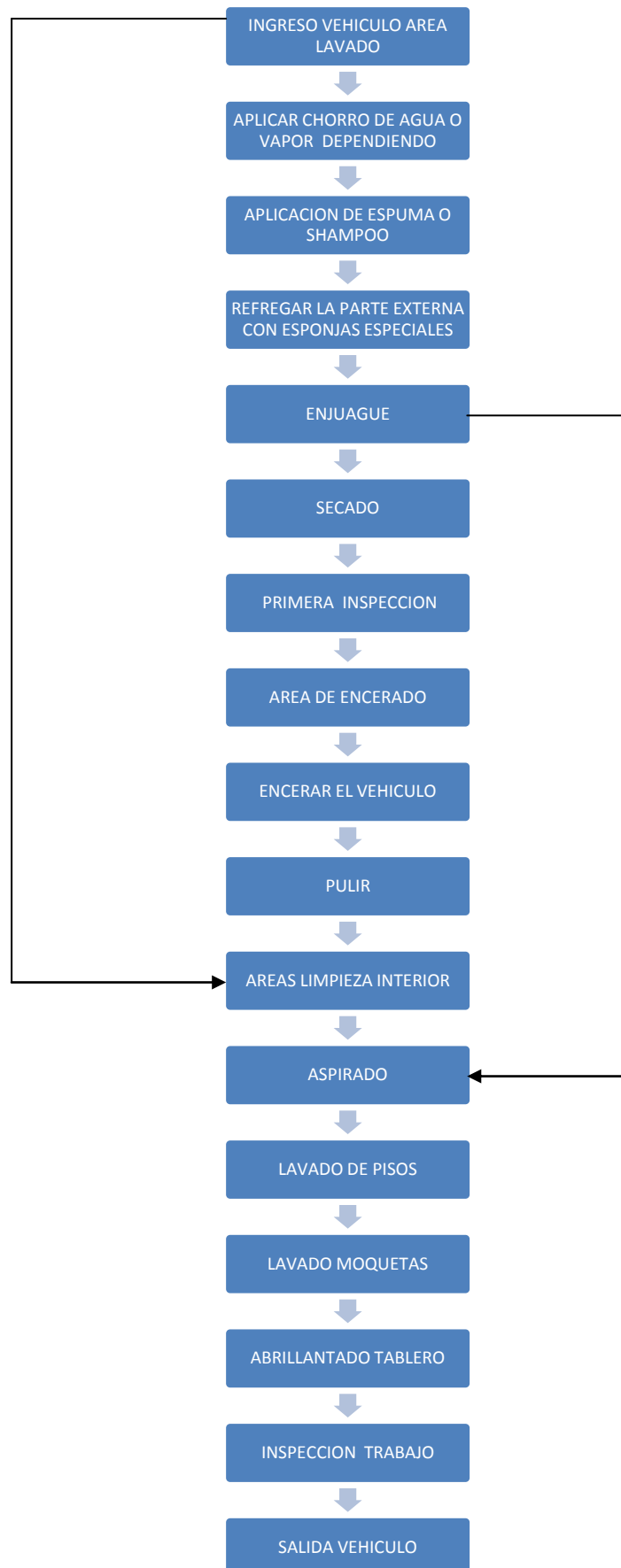
CAPITULO 3. ESTUDIO TECNICO

3.1. Análisis del proceso de servicio

Para el presente proyecto hemos apoyado el proceso para la realización de servicio de lavado completo ya que encierra a las diferentes modalidades de lavado que se dispone implementar, mediante un mapa y un flujograma de actividades que se muestra a continuación.



ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA



Si observamos en el flujograma podemos ver el proceso de lavado completo, como hemos manifestado anteriormente, es este proceso que encierra a los otros que se pretende ofrecer en el presente proyecto, a continuación una explicación de lo antes mencionado.

Lavado completo: el proceso inicia en el ingreso del vehículo al área de lavado y finalizará en la etapa de salida de vehículo.

Pronto lavado: este proceso iniciaría en el ingreso al área de lavado llegando hasta la etapa de enjuague para luego ir directamente a la etapa de aspirado y para finalmente concluir en la etapa de lavado de moquetas.

Lavado solo exterior: este proceso de lavado iniciaría en la etapa de ingreso del vehículo al área de lavado, para terminar con la etapa de primera inspección.

Lavado solo interior: este proceso iría directamente del ingreso hacia el área de limpieza de interior para culminar en la etapa de salida del vehículo.

3.2. Análisis de los recursos

Para el siguiente análisis hemos tomado en cuenta el contingente humano, el mismo que consta dentro del organigrama del capítulo 4, y el recurso material, los mismos que son necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

3.2.1. Análisis del recurso material

Hemos visto para el presente análisis, realizar una lista de los posibles materiales para el normal desenvolvimiento de la empresa.

Tabla N°3 Recursos materiales

BIEN	CANTIDAD
Escritorio de oficina	2
Archivadores	1
Laptop	1
Pc de escritorio	1
Teléfono	1
Celular	2
Impresora	1

Sillas	5
Vitrina	1
Bomba de agua Honda 6,5 HP	1
Máquina de vapor	1
Tanque	1
Juego herramientas	1
Compresor	1
Juego de mangueras a presión	1
Adecuación del local	1
Extintor	2
Basureros p/oficina	4

Realizado por: autores

3.3. Análisis del tamaño

El análisis del tamaño de proyecto es uno de los aspectos principales del estudio técnico y del proyecto mismo. Es la base para determinar el monto de las inversiones, los ingresos y gastos que el presente proyecto puede generar, o la capacidad que tiene el proyecto para cubrir las necesidades del target enfocado.⁴

3.3.1. Restricciones en el tamaño del proyecto

Restricciones tecnológicas

Debemos mencionar que en “MR. AUTO PULITO”, el asunto tecnológico es de suma importancia, ya que mediante éste la operatividad de la empresa será idónea, si bien es cierto un equipo tecnológico de punta resulta sumamente caro, pero como se está empezando como empresa, optaremos por tecnología media y en el transcurso de la

⁴ Ec. Vanegas, Paul, Formulación de pequeños proyectos rurales, 2006, p. 67

vida del proyecto se podrá optar por una renovación de maquinaria tecnológica de ser el caso.

En cuanto a la facilidad en la adquisición, creemos que no sea un impedimento por cuanto hoy en día existen facilidades en cuanto a políticas arancelarias en la importación de maquinaria y además también se las consiguen dentro del país.

Restricción en materia prima

Al ser la ciudad de Cuenca la localidad de la futura empresa, no habría una alta restricción en cuanto a la materia prima que en su momento podamos necesitar, ya que dado el caso sería de fácil abastecimiento para cumplir con los trabajos contratados y de esa manera cubrir las necesidades tanto propias como la de nuestros clientes.

Restricción financiera

En lo que respecta a los recursos financieros, contamos con los aportes de los socios, además mediante una conversación realizada con el subgerente el Ec. Genaro Muñoz de la Cooperativa JEP, sobre el presente proyecto, nos supo manifestar que podríamos contar con su apoyo en cuanto a lo financiero, y también podemos mencionar que en el momento en que se contraten los servicios de la empresa, los mismos serán pagados ese mismo momento por el cliente, es decir no se trabajara con financiamiento lo cual es bueno porque se contara con dinero inmediato.

Restricción administrativa

Podríamos considerar a la capacidad administrativa y organizativa una restricción a tomar en cuenta, por cuanto “MR. *AUTO PULITO*”, al ser una organización naciente dentro del área del servicio de lavado de vehículos y que no ha tenido experiencia en la ejecución del mismo, sin embargo esta se iría superando mediante estrategias bien encaminadas en la puesta en marcha de la empresa en cuestión.

Luego de analizar las restricciones, se ha llegado a la conclusión que para la empresa las principales restricciones serían tanto la tecnológica como la administrativa, además tomando en cuenta la demanda insatisfecha la misma que se ha establecido

anteriormente y en base a la cantidad de servicios ofrecidos por parte de la competencia, la empresa estaría en la capacidad de atender la demanda insatisfecha, es decir, que su capacidad instalada estaría cubierta. Sin embargo, por los factores que hemos mencionado, se ha optado por establecer que se cubrirá en un estimado del 65% de esa demanda insatisfecha quedando el tamaño óptimo del proyecto de la siguiente manera.

Demanda insatisfecha: 8.741 servicios de lavado/año

$$8741 * 65\% = 5.682 \text{ servicios de lavado/año}$$

3.4. Análisis de localización

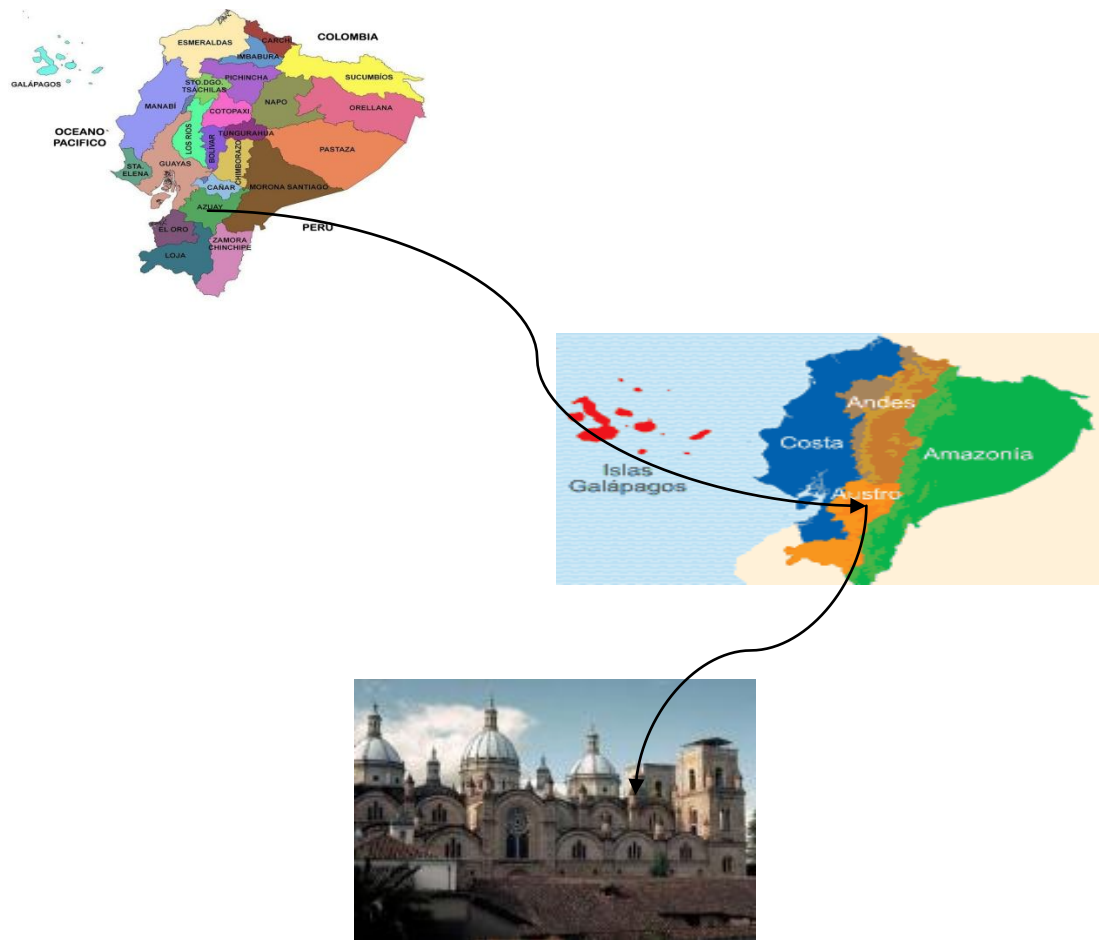
Ahora bien, en cuanto a la localización que tendría “MR. *AUTO PULITO*”, para que logre su máximo beneficio, se ha realizado en dos etapas que podrían marcar la diferencia para la futura empresa. Las mismas que desarrollamos a continuación.

Macrolocalización

El presente análisis no tiene mucha relevancia, ya que dentro del mismo objetivo general del presente proyecto se menciona que sería ubicado dentro de la ciudad de Cuenca, entonces, solamente se mencionará o se hará hincapié de que se encuentra en la República del Ecuador, dentro de la Región Sur del país, llamada también Región Austral, y que funcionará en la principal ciudad de la Región, la misma que es Cuenca.

En cuanto a lo que tiene que ver a materia prima, clima, mano de obra, insumos, transporte, cercanía del mercado, número de empresas, entonces la ciudad de Cuenca sería la óptima para el proyecto.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA



Microlocalización

Ahora bien, una vez definida la macrolocalización del proyecto, pasaremos a definir la microlocalización del mismo, como sabemos la microlocalización hace referencia al lugar mismo en donde tendría su funcionamiento “MR. AUTO PULITO”. Para la selección optima, se ha realizado una matriz de alternativas a las cuales se les ha dado un peso específico en base a varios factores que han determinado la elección de la mejor opción.

Se ha trabajado en base a un peso determinado y mediante una puntuación que se le da a cada alternativa, se escogerá la de mayor puntuación. Pues bien, lo dicho anteriormente se ha sintetizado en una matriz la cual presentamos a continuación:

Tabla N°4 Matriz de microlocalización

		SECTORES					
		1ro de Mayo		Av. 24 De Mayo		Autopista Sur	
FACTORES CRITICOS	PESO	calificación	ponderación	calificación	ponderación	calificación	ponderación
costo alquiler	0,09	10	0,9	3	0,27	7	0,63
presencia competencia	0,12	7	0,84	5	0,6	3	0,36
tamaño locales	0,07	7	0,49	3	0,21	4	0,28
ambiente lugar	0,05	6	0,3	6	0,3	4	0,2
Estacionamiento	0,08	6	0,48	9	0,72	3	0,24
presencia segmento	0,16	8	1,28	8	1,28	6	0,96
frecuencia segmento	0,18	6	1,08	7	1,26	7	1,26
Disponibilidad	0,13	7	0,91	5	0,65	4	0,52
Seguridad	0,12	8	0,96	7	0,84	5	0,6
TOTALES	1,00		7,24		6,13		5,05

Realizado por: autores

Luego de realizar la ponderación en la matriz, se puede determinar que la opción más adecuada y óptima para ubicar la empresa “MR. AUTO PULITO”, sería en las calles 1ro de mayo y Carmela Malo, sector ciudadela 11 de octubre.

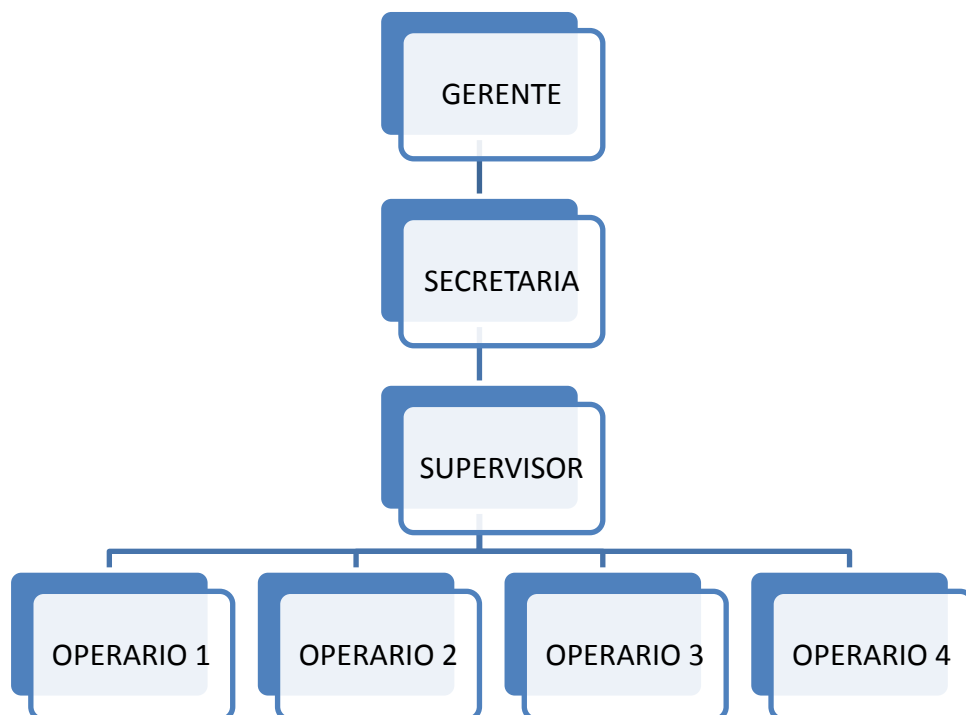
CAPITULO 4. PLAN ORGANIZACIONAL, TALENTO HUMANO Y LEGAL

4.1. Estructura organizacional

Dentro de este tema se ha visto la necesidad de desarrollarlo para un mejor entendimiento de la siguiente manera:

4.1.1. Organigrama de la empresa

A continuación se presenta el organigrama funcional dentro de la empresa, con la que se contara para el presente proyecto:



La Gerencia

Perfil del cargo.

Edad: De 30 a 35 años.

Sexo: Masculino

Disponibilidad: Tiempo completo

Estudios: Profesionales en administración o carreras afines.

Experiencia: De 3 a 5 años en actividades gerenciales.

Representado por el Gerente General, es quien asume la dirección de la empresa para guiarla y encaminarla hacia el éxito, y cumple entre otras cosas ciertas funciones tales como:

- Representar a la sociedad frente a terceros.
- Coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización, dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.
- Dirigir los recursos y los esfuerzos de la empresa hacia oportunidades de resultados económicamente significativos.
- Identificar las áreas eficaces, y un método para concentrarse sobre ellas.
- Planificar y establecer objetivos a corto y largo plazo anualmente.
- Prestar atención cuidadosa a las operaciones diarias, recomendar y crear mejores cursos de acción cuando fuese necesario.

La secretaría

Perfil del cargo.

Edad: De 25 a 30 años

Sexo: Femenino.

Disponibilidad: Tiempo completo

Estudios: Profesionales en administración contabilidad o carreras afines.

Experiencia: de 2 años en el área.

Adicional: manejo de office avanzado

Representado por la secretaria/o, es quien informa al gerente de cualquier situación dentro de empresa, entre otras funciones tenemos:

- Mantener el archivo de la oficina en orden.
- Realiza la facturación del negocio.
- Registro de compras de productos utilizados.
- Tener al día los registros.

La supervisión

Perfil del cargo.

Edad: De 25 a 30 años

Sexo: Masculino.

Disponibilidad: Tiempo completo

Estudios: Mínimo Bachiller

Experiencia: de mínimo 1 año en el área.

Representado por una persona con mayor experiencia en el servicio de lavado de vehículos, realiza las siguientes funciones:

- Supervisar el trabajo de los operarios.
- Verificar que el servicio realizado sea el óptimo.
- Estar pendiente de productos necesarios para el servicio.
- Verificar la satisfacción del cliente.

La operación

Perfil del cargo.

Edad: De 20 a 25 años.

Sexo: Masculino.

Disponibilidad: Tiempo completo

Estudios: Mínimo Bachiller

Experiencia: de 6 meses en el área.

En cuanto a lo que se refiere a los operarios, son quienes realizarán el trabajo de la limpieza de los vehículos dentro de la empresa, es decir:

- Recibir los vehículos.
- Lavar los vehículos.
- Secar los vehículos.
- Pulir los vehículos.

4.1.2. Recurso humano

Dentro de este análisis hemos visto la necesidad de enumerar el personal necesario, basados en el total de personas que intervienen en la empresa, las mismas que se encuentra detalladas en el organigrama.

1	gerente
1	secretaria
1	supervisor
4	operarios

Entonces serian 7 personas que serían las adecuadas para que la empresa funcione normalmente.

4.2. Permisos de funcionamiento y otros requisitos legales

4.2.1. Permisos de funcionamiento

Para el funcionamiento de la empresa, se necesita el permiso del Cuerpo de Bomberos y los requisitos son los siguientes:

- Pago del registro de la patente municipal
- Nombre de establecimiento razón social
- Dirección
- RÚC de establecimiento
- Extintor 10 lbs., recargado
- Detector de humo
- Chequeo de instalaciones eléctricas al establecimiento por un encargado.



Fuente: Cuerpo de Bomberos de Cuenca, acudimos personalmente.

IEPI (Instituto Ecuatoriano De La Propiedad Intelectual)

Fuente: IEPI, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual

- Para obtener la certificación de la marca del producto, servicio y nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual se debe llenar una SOLICITUD DE BUSQUEDA DE SIGNOS DISTINTIVOS, el cual puede estar firmado por un abogado y/o un representante de la empresa.
- Dicho trámite tiene un costo de \$12 por cada búsqueda fonética.
- El valor de la misma se deposita en la cuenta corriente del Banco del Pacifico a nombre del IEPI.
- La papeleta de depósito se la lleva al IEPI junto con la solicitud llenada y se procede al trámite correspondiente.

Fuente: IEPI, acudimos personalmente para investigar los requisitos.

Requisitos legales

Requisitos para la creación de una empresa

- Aprobación del nombre de la Compañía.
- Apertura cuenta de Integración de Capital.
- Celebrar la Escritura Pública.
- Solicitar la aprobación de las Escrituras de Constitución.
- Obtener la resolución de aprobación de las Escrituras.
- Cumplir con las disposiciones de la Resolución.
- Inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.
- Elaborar nombramientos de la directiva de la Compañía.
- Inscribir nombramientos en el Registro Mercantil.
- Reingresar los Documentos a la Superintendencia de Compañías.
- Obtener el RUC.



- Retirar la cuenta de Integración de Capital.
- Apertura de una Cuenta Bancaria a nombre de la Compañía.
- Obtener permiso para imprimir Facturas.

4.2.2. Otros requisitos legales

Requisitos ambientales

Estos puntos se convertirán en base del presente proyecto para controlar la contaminación para el cual se deben tomar en cuenta ciertos artículos:

Ley de Gestión Ambiental:⁵

El Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 58 de la Ley de Gestión Ambiental para la prevención y control de la contaminación ambiental vigente desde el año 2003 establece que todo proyecto nuevo o modificado emprendido por cualquier persona natural o jurídica debe presentar un estudio de impacto ambiental que incluirá un plan de manejo ambiental de acuerdo a lo establecido en el sistema único de manejo ambiental y de esta manera este organismo comprobará que la actividad que se realice cumpla con todas las normas ambientales requeridas.

El estudio de impacto ambiental regula las técnicas aplicables al proyecto, así como el manejo de los desechos generados por su actividad para de esta manera coordinar con el estado acciones para prevenir y evitar la contaminación, así como también motivar a los diferentes sectores el promover los programas de conservación y concientización ambiental.

⁵<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mxAVYBHRAg8J:www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Ley%2520de%2520Gestion%2520Ambiental%2520Codificacion.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

Código de la Salud⁶

Art. 12.- Ninguna persona podrá eliminar hacia el aire, el suelo o las aguas, los residuos sólidos, líquidos o gaseosos, sin previo tratamiento que los conviertan en inofensivos para la salud.

Art. 28.- Los residuos industriales no podrán eliminarse en un alcantarillado público, sin el permiso previo de la autoridad que administre el sistema, la cual aprobará la solución más conveniente en cada caso, de conformidad con la técnica recomendada por la autoridad de salud.

Los artículos mencionados anteriormente, hacen referencia a que los residuos de aguas antes de ser desechadas deben ser tratadas para evitar la contaminación, así como también, para poder ser eliminadas a un alcantarillado se deben tener permisos municipales que contemplen dicha acción, así como la prohibición de desechar aguas a ríos, quebradas, lagos, etc.

⁶<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:VG5iD7fnbgkJ:www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Codigo%2520de%2520la%2520Salud.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

CAPITULO 5. ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO

Una vez definido el estudio de mercado y el estudio técnico con sus respectivos análisis, llegamos finalmente al presente estudio, que va a ser en donde se visualice financieramente hablando todo lo que se ha manifestado anteriormente.

5.1. Análisis de las inversiones

Para “MR. AUTO PULITO”, se ha realizado las siguientes inversiones, las mismas que establecerán la puesta en marcha del presente proyecto.

5.1.1. Inversiones fijas

Dentro de estas inversiones se ha visto factible aquellas que sin duda darán vida a la empresa misma, es decir las que se necesitan para establecer la agencia.

Tabla N°5 Inversiones fijas

Inversiones Fijas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio de oficina	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Archivadores	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Pc's	1	\$ 230,00	\$ 230,00
Computadora portátil	1	\$ 820,00	\$ 820,00
Teléfono con 2 extensiones	1	\$ 80,00	\$ 80,00
impresora/copiadora/fax	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Sillas	6	\$ 35,00	\$ 210,00
Extintor	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Vitrina	1	\$ 250,00	\$ 250,00
bomba de agua Honda 6,5 HP	1	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
maquina a vapor	1	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
Tanque	1	\$ 200,00	\$ 200,00
juego de herramientas	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Compresor	1	\$ 750,00	\$ 750,00
juego de mangueras a presión	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Basureros p/oficina	5	\$ 10,00	\$ 50,00
TOTAL			\$ 11.820,00

Realizado por: autores

5.1.2. Inversiones diferidas

“MR. *AUTO PULITO*”, necesitará como cualquier otro proyecto de emprendimiento las siguientes inversiones diferidas las mismas que se utilizarán en el futuro.

Tabla N°6 Inversiones diferidas

Inversiones Diferidas	Valor
permisos municipales	\$ 450,00
permisos del ministerio salud publica	\$ 110,00
registro de marca IEPI	\$ 55,00
gastos de constitución	\$ 820,00
copias y certificaciones	\$ 100,00
línea telefónica	\$ 150,00
TOTAL	\$ 1.685,00

Fuente: se hizo una visita personal a todas las instituciones.

Realizado por: autores

5.1.3. Inversiones de capital de trabajo

Dentro de lo que es la inversión de capital de trabajo, constan los recursos necesarios para poder cubrir todas las necesidades que “MR. *AUTO PULITO*” tendrá que hacer frente al inicio para poner en marcha el presente proyecto, y dentro de estas tenemos.

Tabla N°7 Inversiones de capital de trabajo

Descripción	Valor
Nomina	\$ 2.697,83
materiales y suministros	\$ 200,00
Imprevistos	\$ 100,00
TOTAL	\$ 2.997,83

Realizado por: autores

5.1.4. Inversión total

Una vez obtenidos tanto las inversiones fijas, las inversiones diferidas y las de capital, sumamos todas para saber la inversión total que se necesitará para poner en marcha la empresa de lavado de vehículos “MR. *AUTO PULITO*”, en la ciudad de Cuenca podemos decir que será de:

Tabla N°8 Inversiones totales

CLASE DE INVERSION	VALOR
INVERSION FIJA	\$ 11.820,00
INVERSION DIFERIDA	\$ 1.685,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2.997,83
TOTAL	\$ 16.502,83

Realizado por: autores

5.2. Análisis de financiamiento

Dentro de lo que se refiere al financiamiento hemos visto lo más conveniente para el proyecto, por tal razón se realizará una partición en porcentajes del total de inversiones, es decir, que el porcentaje de inversiones propias sería de un 40% y la de terceros será del 60%, la amortización del préstamo realizado para poner en marcha el presente proyecto por el tiempo de la vida del mismo, es decir, los cinco años, está (Ver Anexo #8), a continuación sintetizamos la información en la siguiente tabla.

Tabla N°9 Análisis de financiamiento

INVERSION NECESARIA	%	\$ 16.502,83
FINACIAMIENTO PROPIO	40%	\$ 6.601,13
FINACIAMIENTO TERCEROS	60%	\$ 9.901,70

Realizado por: autores

5.3. Análisis de ingresos

Dentro a lo que respecta a los ingresos que pretende obtener “MR. *AUTO PULITO*”, podemos manifestar, que en base al tamaño establecido en el capítulo 4 que sería de un 65% de la demanda insatisfecha en el primer año, la misma que se acerca a la media de la competencia, hemos optado por realizar los ingresos para cada uno de los servicios que se pretende ofrecer y se han establecido los siguientes valores, tal y como consta en la tabla adjunta.

Tabla N°10 Análisis de ingresos

DESCRIPCION	NUMERO LAVADAS AL AÑO	PRECIO X LAVADO (USD)	VENTAS TOTALES AL AÑO 1 (USD)
LAVADO EXTERIOR	1.136,40	8	9.091,20
LAVADO INTERIOR	681,84	7	4.772,88
PRONTO LAVADO	284,10	9,5	2.698,95
LAVADO COMPLETO	3.579,66	12	42.955,92
TOTAL			59.518,95

Realizado por: autores

5.3.1. Ingresos proyectados

Se ha dispuesto que para llegar a cubrir la cantidad de la capacidad instalada del presente proyecto, tenga un incremento del 5% anualmente con respecto al año anterior de la vida del proyecto.

Tabla N°11 Ingresos proyectados

AÑO 1 (USD)	AÑO 2 (USD)	AÑO 3 (USD)	AÑO 4 (USD)	AÑO 5 (USD)
59.518,95	62.494,90	65.619,64	68.900,62	72.345,66

Realizado por: autores

5.4. Análisis de egresos

Para la fase de operación del proyecto, los egresos pueden ser definidos como aquellos desembolsos de dinero que deben realizarse para que pueda cumplirse de forma normal el proceso de producción del servicio del presente proyecto, por tal razón lo hemos dividido de la siguiente manera.

5.4.1. Costos de producción por servicio

A continuación podemos observar que los costos variables para cada servicio del presente proyecto varían uno de otro, ya que, cada uno de ellos tiene su propia

manera de desarrollarse, por tal razón lo hemos dado a conocer de la siguiente manera.

Tabla N° 12 Costos de producción por servicio

SERVICIOS OFRECIDOS	CANTIDAD ANUAL POR SERVICIO	COSTO POR SERVICIO	COSTO ANUAL TOTAL
LAVADO EXTERIOR	1.136,40	2,00	2.272,80
LAVADO INTERIOR	681,84	1,50	1.022,76
PRONTO LAVADO	284,10	2,30	653,43
LAVADO COMPLETO	3.579,66	2,50	8.949,15
TOTAL			12.898,14

Realizado por: autores

5.4.2. Gastos administrativos

Se ha establecido que para “MR. *AUTO PULITO*”, los gastos administrativos se han estimado en base a aquellos factores que hacen posible el funcionamiento de la empresa y la producción de los servicios, el mismo que se exponen en el cuadro a continuación.

Tabla N°13 Gastos administrativos

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Sueldos	\$ 2.697,83	\$ 32.373,97
Suministros de oficina	\$ 80,00	\$ 960,00
Energía Eléctrica	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 240,00
Depreciación	\$ 102,50	\$ 1.230,00
TOTAL	\$ 3.020,33	\$ 36.243,97

Realizado por: autores

Podemos observar que para el mes de funcionamiento de la agencia vamos a necesitar \$3.020,33, esto no quiere decir que este valor seria constante, ya que podría

variar, dependiendo de ciertos factores tomados en cuenta en este análisis, simplemente se ha adoptado como base para la proyección anual hacia la vida del proyecto.

5.4.3. Gastos de ventas

Para el presente proyecto al ser un servicio solamente se ha tomado en cuenta los gastos en publicidad como totales en lo que concierne a gastos de ventas, los mismos que harán que “MR. *AUTO PULITO*”, lo conozcan en el medio y de esa manera posicionarse en el mercado. A continuación sintetizamos los valores monetarios que serán destinados para dicho factor.

Tabla N°14 Gastos de ventas

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Publicidad	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL		\$ 2.400,00

Realizado por: autores

5.4.4. Gastos financieros

Para poder poner en marcha el proyecto, como lo mencionamos anteriormente se ha optado por la financiación de terceros en un 60% de la inversión inicial, en este caso por un préstamo realizado a una entidad financiera local, cuya amortización podemos observar en (*Ver Anexo #8*). A continuación hacemos hincapié en los intereses que correrán tanto mensuales como anuales.

Tabla N°15 Gastos financieros

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Préstamo	\$ 98,17	\$ 1.178,01
TOTAL		\$ 1.178,01

Realizado por: autores

5.4.5. Egresos totales

El total de egresos, no es más que la suma de todos los factores que intervienen en la producción de los servicios a ofrecer para el primer año de vida del proyecto, los mismos que se han analizado anteriormente y que se los ha agrupado en este punto.

Tabla N°16 Egresos totales

DESCRIPCION	AÑO 1 (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 12.898,14
GASTO ADMINISTRATIVO	\$ 36.243,97
GASTOS DE VENTAS	\$ 2.400,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.178,01
TOTAL EGRESOS	52.720,12

Realizado por: autores

A continuación presentamos una tabla que especifica lo antes mencionado y con su respectiva proyección para la vida del proyecto. Cabe recalcar que tal como se realizó en la proyección de los ingresos, lo mismo lo vamos a hacer en los egresos, es decir que el incremento será el mismo de 5% anual en los costos de producción; debemos mencionar que en lo que concierne a los gastos administrativos el incremento se lo ha realizado para el tercer año y quinto año de la vida del presente proyecto.

Tabla N°17 Egresos proyectados

DESCRIPCION	AÑO 1 (\$)	AÑO 2 (\$)	AÑO 3 (\$)	AÑO 4 (\$)	AÑO 5 (\$)
COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 12.898,14	\$ 13.543,05	\$ 14.220,20	\$ 14.931,21	\$ 15.677,77
GASTO ADMINISTRATIVO	\$ 36.243,97	\$ 36.243,97	\$ 37.862,67	\$ 37.862,67	\$ 39.562,31
GASTOS DE VENTAS	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.178,01	\$ 973,27	\$ 740,81	\$ 476,86	\$ 177,16
TOTAL EGRESOS	52.720,12	53.160,29	55.223,68	55.670,74	57.817,23

Realizado por: autores

5.5. Evaluación financiera

A continuación veremos el flujo de efectivo proyectado para la vida del proyecto, y de esa manera poder evaluar la rentabilidad y definir si es viable o no dicho proyecto.

5.5.1. Flujo proyectado

El siguiente flujo sería el principal, ya que constan las cifras reales sin estimación alguna, cabe recalcar que el mismo sería tomado como base para otros escenarios de análisis de sensibilidad.

Tabla N°18 Flujo proyectado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 59.518,95	\$ 62.494,90	\$ 65.619,64	\$ 68.900,62	\$ 72.345,66
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 12.898,14	\$ 13.543,05	\$ 14.220,20	\$ 14.931,21	\$ 15.677,77
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 36.243,97	\$ 36.243,97	\$ 37.862,67	\$ 37.862,67	\$ 39.562,31
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
(=) Utilidad o Pérdida		\$ 7.976,84	\$ 10.307,88	\$ 11.136,77	\$ 13.706,74	\$ 14.705,58
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.178,01	\$ 973,27	\$ 740,81	\$ 476,86	\$ 177,16
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 6.798,83	\$ 9.334,60	\$ 10.395,96	\$ 13.229,88	\$ 14.528,42
15% PEYT	15%	\$ 1.019,82	\$ 1.400,19	\$ 1.559,39	\$ 1.984,48	\$ 2.179,26
25% Impuesto Renta	25%	\$ 1.699,71	\$ 2.333,65	\$ 2.598,99	\$ 3.307,47	\$ 3.632,11
(=) Utilidad Neta		\$ 4.079,30	\$ 5.600,76	\$ 6.237,58	\$ 7.937,93	\$ 8.717,05
Valor de Rescate						\$ 4.750,00
Inversión Fija	\$ (11.820,00)					
Inversión Diferida	\$ (1.685,00)					
Capital de Trabajo inicial	\$ (2.997,83)					
Costo corriente de crédito a largo plazo		\$ 1.511,55	\$ 1.716,29	\$ 1.948,75	\$ 2.212,70	\$ 2.512,40
Flujo Neto de Efectivo	\$ (16.502,83)	\$ 2.567,74	\$ 3.884,47	\$ 4.288,83	\$ 5.725,23	\$ 10.954,65
VAN	\$ 9.575,20					
TIR	15,42%					

5.5.2. Valor actual neto (VAN)

Según el análisis, tenemos un VAN de \$ 9,844.74, lo cual es muy bueno y nos indica que el proyecto puede generar durante su vida útil los suficientes recursos para cubrir los costos y gastos en que se incurren.

Además, como nos indica la teoría si el VAN es mayor a cero el proyecto se acepta, es decir damos luz verde a la inversión para ponerlo en marcha.

5.5.3. Tasa interna de retorno (TIR)

Para “*MR. AUTO PULITO*”, la tasa interna de retorno que ha arrojado la proyección de flujos de efectivo indicados en la tabla anterior es de 15.42%, esto quiere decir que dicha tasa es mayor que la tasa del costo de capital, será la máxima para que el proyecto siga siendo rentable, si se excediera la misma dejaría de ser rentable.

5.5.4. Pay back

Este análisis es considerado el más simple y fácil para medir las inversiones, el cual indica el tiempo de recuperación de la inversión, basados en los flujos de efectivo, y en el caso nuestro podemos observar que la recuperación se da exactamente en cuatro años, lo cual es rentable para el proyecto.

5.5.5. Análisis de sensibilidad

Se ha decidido comparar los principales flujos de efectivo con dos escenarios, uno optimista y otro pesimista.

Escenario optimista

En este escenario se ha optado por un incremento de un 3% a los ingresos, pero manteniendo los costos y gastos iguales, como podemos observar en la tabla siguiente, el VAN sigue siendo positivo, es decir, muy beneficioso para el proyecto, en el caso de la TIR como es lógico sufre un incremento bárbaro, el mismo que para un proyecto de esta naturaleza resultaría no creíble, por otro lado observamos que el *Pay back* tiene una recuperación prácticamente en 3 años y 6 meses.

Tabla N°19 Flujos de efectivo de un escenario optimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	0	\$ 61.304,52	\$ 64.369,74	\$ 67.588,23	\$ 70.967,64	\$ 74.516,03
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	0	\$ 12.898,14	\$ 13.543,05	\$ 14.220,20	\$ 14.931,21	\$ 15.677,77
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	0	\$ 36.243,97	\$ 36.243,97	\$ 37.862,67	\$ 37.862,67	\$ 39.562,31
(-) GASTOS DE VENTAS	0	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
(=) Utilidad o Pérdida	0	\$ 9.762,40	\$ 12.182,72	\$ 13.105,36	\$ 15.773,76	\$ 16.875,95
(-) GASTOS FINANCIEROS	0	\$ 1.178,01	\$ 973,27	\$ 740,81	\$ 476,86	\$ 177,16
(=) Utilidad antes de Impuestos	0	\$ 8.584,40	\$ 11.209,45	\$ 12.364,55	\$ 15.296,90	\$ 16.698,79
15% PEYT	15%	\$ 1.287,66	\$ 1.681,42	\$ 1.854,68	\$ 2.294,54	\$ 2.504,82
25% Impuesto Renta	25%	\$ 2.146,10	\$ 2.802,36	\$ 3.091,14	\$ 3.824,23	\$ 4.174,70
(=) Utilidad Neta	0	\$ 5.150,64	\$ 6.725,67	\$ 7.418,73	\$ 9.178,14	\$ 10.019,28
Valor de Rescate	0					\$ 4.750,00
Inversión Fija	\$ (11.820,00)					
Inversión Diferida	\$ (1.685,00)					
Capital de Trabajo inicial	\$ (2.997,83)					
Costo corriente de crédito a largo plazo	\$ -	\$ 1.511,55	\$ 1.716,29	\$ 1.948,75	\$ 2.212,70	\$ 2.512,40
Flujo Neto de Efectivo	\$ (16.502,83)	\$ 3.639,08	\$ 5.009,38	\$ 5.469,98	\$ 6.965,44	\$ 12.256,87
VAN	\$ 13.983,85					
TIR	23,24%					

Escenario pesimista

En este escenario se ha decidido mantener los ingresos originales, sin embargo en cuanto a los costos se aplicó un incremento de un 4% a los costos de producción con respecto a cada año, como podemos analizar en este caso, el VAN si bien es cierto es positivo, pero su valor es bajo con respecto al flujo principal para que el proyecto sea lo suficientemente rentable como para invertir en el mismo, igualmente la TIR si bien es cierto no es del todo mal, pero en comparación con los flujos principales existe una baja considerable, la misma que está por debajo de la tasa del costo de capital, lo cual podría hacer tambalear al proyecto, y por último vemos que el *Pay back*, es decir, la recuperación de la inversión estaría prácticamente a los cinco años, dejando mucho que desear para el inversionista.

Tabla N°20 Flujos de efectivo de un escenario pesimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 59.518,95	\$ 62.494,90	\$ 65.619,64	\$ 68.900,62	\$ 72.345,66
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 13.414,07	\$ 14.084,77	\$ 14.789,01	\$ 15.528,46	\$ 16.304,88
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 37.693,73	\$ 37.693,73	\$ 39.377,18	\$ 39.377,18	\$ 41.144,80
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 2.496,00	\$ 2.496,00	\$ 2.496,00	\$ 2.496,00	\$ 2.496,00
(=) Utilidad o Pérdida		\$ 5.915,15	\$ 8.220,39	\$ 8.957,45	\$ 11.498,99	\$ 12.399,98
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$ 1.178,01	\$ 973,27	\$ 740,81	\$ 476,86	\$ 177,16
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 4.737,15	\$ 7.247,12	\$ 8.216,65	\$ 11.022,13	\$ 12.222,82
15% PEYT	15,00%	\$ 710,57	\$ 1.087,07	\$ 1.232,50	\$ 1.653,32	\$ 1.833,42
25% Impuesto Renta	25,00%	\$ 1.184,29	\$ 1.811,78	\$ 2.054,16	\$ 2.755,53	\$ 3.055,70
(=) Utilidad Neta		\$ 2.842,29	\$ 4.348,27	\$ 4.929,99	\$ 6.613,28	\$ 7.333,69
Valor de Rescate						\$ 4.750,00
Inversión Fija	\$ (11.820,00)					
Inversión Diferida	\$ (1.685,00)					
Capital de Trabajo inicial	\$ (2.997,83)					
Costo corriente de crédito a largo plazo	\$ -	\$ 1.511,55	\$ 1.716,29	\$ 1.948,75	\$ 2.212,70	\$ 2.512,40
Flujo Neto de Efectivo	\$ (16.502,83)	\$ 1.330,73	\$ 2.631,99	\$ 2.981,24	\$ 4.400,58	\$ 9.571,29
VAN	\$ 5.273,54					
TIR	6,40%					

Conclusión

Al concluir el estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de servicio de lavado de vehículos para la ciudad de Cuenca, el cual fue presentado con la estructura de Plan de Negocios, podemos decir que se ha alcanzado tanto el objetivo general, como los objetivos específicos planteados al iniciar el presente estudio, los mismos que se han ido desarrollando a lo largo del documento y que han dado como resultado una oportunidad de mercado, se ha determinado la existencia de una demanda insatisfecha en la cobertura del presente proyecto, la misma que permitirá captar un segmento del mercado.

Lo que hace referencia a los precios, podemos decir, si bien es cierto, los que definimos para la empresa están en la media del mercado, son rentables para mantenerse en el mismo y ser competitivos. También podemos manifestar que en cuanto al tamaño de la demanda, se ha establecido la viabilidad para poner en marcha el proyecto.

Así mismo, en un inicio tendremos algunas restricciones que nos impedirán alcanzar un tamaño óptimo, sin embargo estaremos en la capacidad de estar a la par de la competencia, y porque no decirlo podremos superarlos.

En lo que respecta a la localización, se podría decir que se encuentra en un lugar sumamente estratégico que nos permitirá atender de mejor manera a los clientes.

Y finalmente, lo que respecta a la parte financiera, se pudo determinar mediante sus respectivos análisis, y concretamente con su flujo de efectivo, la rentabilidad del proyecto, el mismo que tiende en aumento durante la vida del proyecto haciéndolo atractivo para los socios o accionistas que quieran invertir en un futuro cercano.

.

Recomendaciones

Se recomienda tomar en cuenta los efectos que podrían provocar los cambios de políticas del gobierno, debido a la implementación de nuevas leyes o modificaciones de las mismas, esto se hace mención en cuanto al tema ambiental para definir la respectivas medidas de mitigación para cada una de las actividades diarias relacionadas con el ambiente y fomentar un desarrollo sustentable.

Se recomienda crear un ambiente de camaradería dentro de la organización, que permitan un alto desarrollo a los servicios que se pretende introducir al mercado.

Es recomendable para alcanzar los objetivos planteados, canalizar los esfuerzos y administrar los recursos disponibles de la manera más adecuada a dichos objetivos.

También recomendamos un incentivo constante y reconocimiento dentro del grupo que conformará “*MR. AUTO PULITO*”, también se recomienda que el trabajo en equipo sea el pilar que mueva a la empresa hacia una mejora continua, para poder satisfacer de la mejor manera a los clientes y que permita ser cada vez más competitivos dentro del mercado.

BIBLIOGRAFIA

- Baca Urbina, Gabriel (2006) Evaluación de Proyectos, 5ta Edición. McGraw-Hill, México.
- Sapac Chain, Nassir y Sapac Chain, Reinaldo (2006), Preparación y Evaluación de Proyectos. 4ta Edición. McGraw-Hill.
- Vanegas Manzano, Paul, (2006). Formulación de Pequeños proyectos Rurales, (1era Edición), Cuenca – Ecuador /Artes Gráficas Patria.
- Marketing para latinoamérica, autor: Kotler Philip, Armstrong Gary, editorial: Prentice Hall Pearson, 11ava, México 2007.
- Erazo Soria, José, Mercadotecnia, Un Análisis Global de Gestión.
- Fundamentos de Administración Financiera, Autor: Van Horne, Editorial McGrawHill 15ª. México, 2010.
- Valoración de Empresas, Autor: Jaramillo Betancour, Editorial: ECOE EDICIONES, Colombia, 2010.
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://www.elmercurio.com.ec/362920-1-366-vehiculos-matriculados-hasta-ayer-en-cuatro-puntos-de-la-emo-ep.html>
- <https://www.google.com.ec/search?q=grafico+de+la+fuerzas+competitivas+de+porter&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=G8iaUb6MHoTk9ASbh4GQDA&ved=0CD0QsAQ&biw=1280&bih=709>
- <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mxAVYBHRAg8J:www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Ley%2520de%2520Gestion%2520Ambiental%2520Codificacion.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:vG5iD7fnbgk:www.ceda.org.ec/descargas/biblioteca/Codigo%2520de%2520la%2520Salud.doc+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>

ANEXOS

Anexo # 1. Diseño de la encuesta



Buenos días mi nombre es....., soy egresado de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad del Azuay, estoy llevando a cabo un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de servicio de lavado de vehículos para la ciudad de Cuenca, por lo que le solicito unos minutos de su tiempo para contestar esta encuesta; de antemano le agradezco por su colaboración.

Encuesta realizada a los habitantes mayores de la ciudad de Cuenca.

1.- Posee usted un vehículo? Si su respuesta es NO termina aquí la encuesta.

1) Si_____

2) No_____

2.- Cuantas veces lleva a lavar su vehículo al mes?

1) Una_____

2) Dos_____

3) Tres_____

4) Más de tres_____

3.- Que busca usted al momento de llevar a lavar su vehículo?

1) Calidad productos utilizados_____

2) Calidad del servicio_____

3) Rapidez_____

4) Precio_____

4.- En promedio, cuánto gasta por un lavado completo de su vehículo?

1) De \$5 a \$8_____

2) De \$9 a \$12_____

3) De \$13 a \$15_____

4) Mas de \$15_____

5.- Que tipo de lavado preferiría usted para su vehículo?

1) Exterior _____

2) Interior _____

3) Pronto lavado_____

4) Completo _____

6.- Contrataría usted una lavadora de vehículos que brinde un servicio rápido, eficiente, con personal especializado y con menor daño al medio ambiente como “Mr. Auto Pulito”?

1) Si _____

2) No_____

Anexo #2. Pregunta 1 y resultados

Pregunta 1.- Posee Usted vehículo? Si su respuesta es No, termina la encuesta.

Respuesta	Frecuencia
Si	176
No	19



Figura 1. Resultados Pregunta 1

Del análisis de la pregunta uno y como se puede observar en el gráfico, 176 que equivale al 90% Posee al menos un automóvil, seguido por un numero de 19 individuos con un 10%, que supieron manifestar que no lo poseen.

Anexo #3. Pregunta 2 y resultados

Pregunta 2.- cuantas veces lleva a lavar su vehículo al mes?

Respuesta	Frecuencia
Una vez	75
Dos veces	90
Tres veces	7
Más de tres veces	4



Figura 2. Resultados Pregunta 2

Analizando la pregunta 2 , tenemos los siguientes resultados en primer lugar tenemos que una vez con 75 equivalente al 43%, luego tenemos que por la opción dos veces hay 90 votos equivalentes al 51%, luego esta tres veces con 7 votos que equivale al 4%, y por ultimo esta más de tres veces con 4 equivalente al 2%.

Anexo #4. Pregunta 3 y resultados

Pregunta 3.- Que busca usted al momento de llevar a lavar su vehículo?

Respuesta	Frecuencia
Calidad productos utilizados	48
Calidad del servicio brindado	57
Rapidez	31
Precio	40

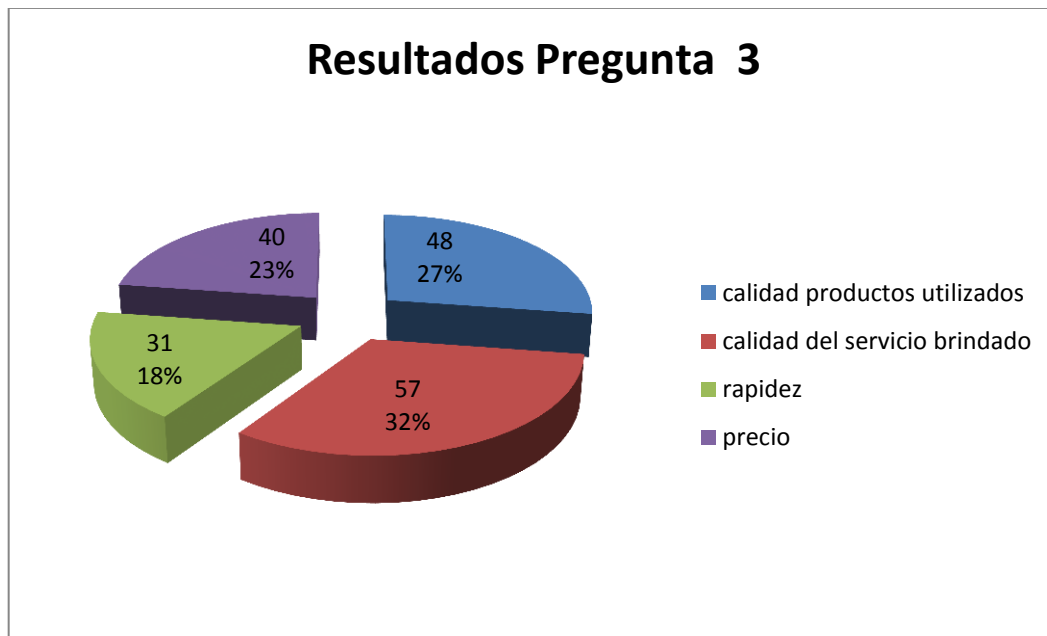


Figura 3. Resultados Preguntar 3

En la pregunta 3, tenemos los siguientes resultados de que 57 equivalente al 32% prefieren la calidad del servicio; luego está la calidad de productos utilizados con 48 que es el 27%; después tenemos el precio con 40 equivalente al 23% y por último tenemos a la rapidez con 31 que corresponde a un 18%.

Anexo #5. Pregunta 4 y resultados

Pregunta 4.- En promedio cuánto gasta por un lavado completo de su vehículo?

Respuesta	Frecuencia
De \$5 a \$8	51
De \$9 a \$12	78
De \$13 a \$15	39
Más de \$15	8

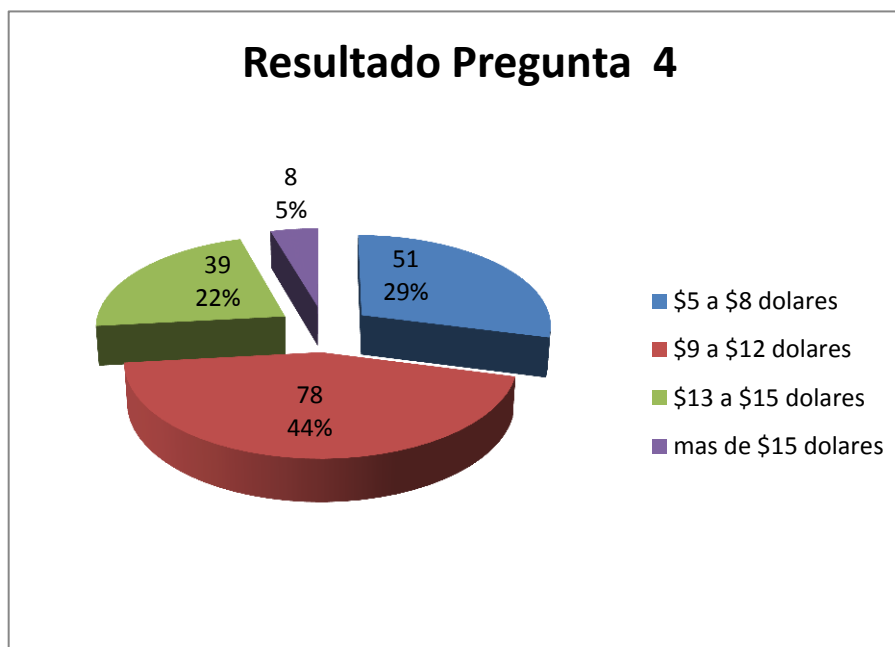


Figura 4. Resultados Pregunta 4

Del análisis de esta pregunta, tenemos los siguientes resultados: por el rango de 5 a 8 dólares hay 51 igual a 29%, por el rango 9 a 12 dólares están 78 equivale al 44%, luego 13 a 15 dólares están 39 igual a un 22%, y de ultimo rango de más de 15 dólares están 8 equivalente al 5%.

Anexo #6. Pregunta 5 y resultados

Pregunta 5.- Que tipo de lavado preferiría usted para su vehículo?

Respuesta	Frecuencia
Exterior	38
Interior	23
Pronto lavado	11
Lavado completo	104

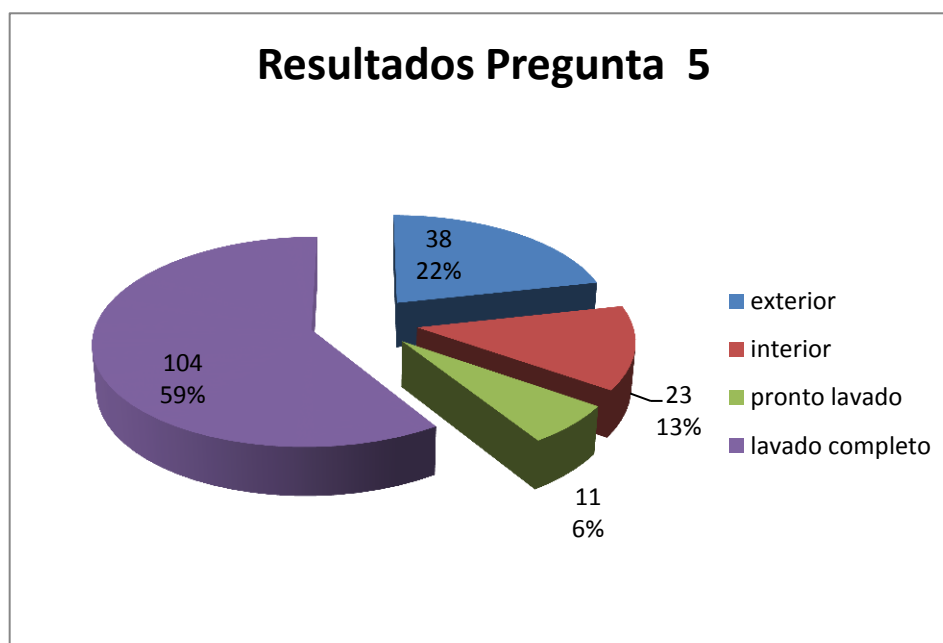


Figura 5. Resultados Pregunta 5

Del análisis de la pregunta 5, tenemos que prefieren un lavado exterior unas 38 personas equivalente al 22%, luego esta por el lavado interior unas 23 personas con un 13%, luego tenemos para un pronto lavado unas 11 personas que equivale al 6%, y la mayoría de personas prefieren el lavado completo con 104 personas equivalente al 59%.

Anexo #7. Pregunta 6 y resultados

Pregunta 6.- Contrataría usted una lavadora de vehículos que le brinde un servicio rápido, eficiente, con personal especializado y con un menor daño al medio ambiente como “MR. Auto Pulito”?

Respuesta	Frecuencia
Si	110
No	66

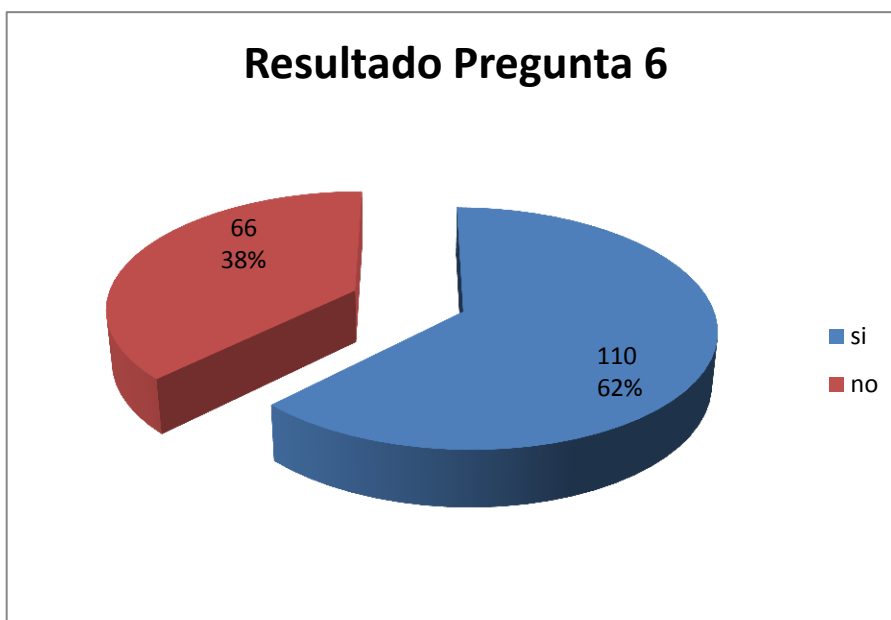


Figura 6. Resultados Pregunta 6

Los siguientes resultados nos dieron que si contratarían los servicios de “Mr. Auto Pulito” un número de 110 personas equivalente al 62%, y por el no contratarían tenemos unas 66 personas que equivale al 38%.

Anexo #8. Financiamiento de la deuda

INVERSION NECESARIA	%	\$ 16.502,83
FINACIAMIENTO PROPIO	40%	\$ 6.601,13
FINACIAMIENTO TERCEROS	60%	\$ 9.901,70

TABLA DE AMORTIZACION	
monto del préstamo	\$ 9.901,70
tasa interés anual	12,77%
periodo de pago (mes)	1
duración (periodos mensual)	60

numero de pagos	pago	cuota de interés	cuota de capital o principal	saldo	capital amortizado
				\$ 9.901,70	
1	(\$ 224,13)	\$ 105,37	\$ 118,76	\$ 9.782,94	\$ 118,76
2	(\$ 224,13)	\$ 104,11	\$ 120,02	\$ 9.662,92	\$ 238,78
3	(\$ 224,13)	\$ 102,83	\$ 121,30	\$ 9.541,62	\$ 360,08
4	(\$ 224,13)	\$ 101,54	\$ 122,59	\$ 9.419,02	\$ 482,67
5	(\$ 224,13)	\$ 100,23	\$ 123,90	\$ 9.295,13	\$ 606,57
6	(\$ 224,13)	\$ 98,92	\$ 125,21	\$ 9.169,91	\$ 731,78
7	(\$ 224,13)	\$ 97,58	\$ 126,55	\$ 9.043,37	\$ 858,33
8	(\$ 224,13)	\$ 96,24	\$ 127,89	\$ 8.915,47	\$ 986,22
9	(\$ 224,13)	\$ 94,88	\$ 129,25	\$ 8.786,22	\$ 1.115,48
10	(\$ 224,13)	\$ 93,50	\$ 130,63	\$ 8.655,59	\$ 1.246,11
11	(\$ 224,13)	\$ 92,11	\$ 132,02	\$ 8.523,57	\$ 1.378,13
12	(\$ 224,13)	\$ 90,70	\$ 133,42	\$ 8.390,14	\$ 1.511,55
13	(\$ 224,13)	\$ 89,29	\$ 134,84	\$ 8.255,30	\$ 1.646,40
14	(\$ 224,13)	\$ 87,85	\$ 136,28	\$ 8.119,02	\$ 1.782,68
15	(\$ 224,13)	\$ 86,40	\$ 137,73	\$ 7.981,29	\$ 1.920,41
16	(\$ 224,13)	\$ 84,93	\$ 139,20	\$ 7.842,09	\$ 2.059,60
17	(\$ 224,13)	\$ 83,45	\$ 140,68	\$ 7.701,42	\$ 2.200,28
18	(\$ 224,13)	\$ 81,96	\$ 142,17	\$ 7.559,24	\$ 2.342,46
19	(\$ 224,13)	\$ 80,44	\$ 143,69	\$ 7.415,56	\$ 2.486,14
20	(\$ 224,13)	\$ 78,91	\$ 145,22	\$ 7.270,34	\$ 2.631,36
21	(\$ 224,13)	\$ 77,37	\$ 146,76	\$ 7.123,58	\$ 2.778,12
22	(\$ 224,13)	\$ 75,81	\$ 148,32	\$ 6.975,26	\$ 2.926,44

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA

23	(\$ 224,13)	\$ 74,23	\$ 149,90	\$ 6.825,35	\$ 3.076,35
24	(\$ 224,13)	\$ 72,63	\$ 151,50	\$ 6.673,86	\$ 3.227,84
25	(\$ 224,13)	\$ 71,02	\$ 153,11	\$ 6.520,75	\$ 3.380,95
26	(\$ 224,13)	\$ 69,39	\$ 154,74	\$ 6.366,01	\$ 3.535,69
27	(\$ 224,13)	\$ 67,74	\$ 156,39	\$ 6.209,62	\$ 3.692,07
28	(\$ 224,13)	\$ 66,08	\$ 158,05	\$ 6.051,58	\$ 3.850,12
29	(\$ 224,13)	\$ 64,40	\$ 159,73	\$ 5.891,84	\$ 4.009,85
30	(\$ 224,13)	\$ 62,70	\$ 161,43	\$ 5.730,41	\$ 4.171,29
31	(\$ 224,13)	\$ 60,98	\$ 163,15	\$ 5.567,26	\$ 4.334,43
32	(\$ 224,13)	\$ 59,24	\$ 164,89	\$ 5.402,38	\$ 4.499,32
33	(\$ 224,13)	\$ 57,49	\$ 166,64	\$ 5.235,74	\$ 4.665,96
34	(\$ 224,13)	\$ 55,72	\$ 168,41	\$ 5.067,33	\$ 4.834,37
35	(\$ 224,13)	\$ 53,92	\$ 170,21	\$ 4.897,12	\$ 5.004,58
36	(\$ 224,13)	\$ 52,11	\$ 172,02	\$ 4.725,10	\$ 5.176,59
37	(\$ 224,13)	\$ 50,28	\$ 173,85	\$ 4.551,26	\$ 5.350,44
38	(\$ 224,13)	\$ 48,43	\$ 175,70	\$ 4.375,56	\$ 5.526,14
39	(\$ 224,13)	\$ 46,56	\$ 177,57	\$ 4.197,99	\$ 5.703,70
40	(\$ 224,13)	\$ 44,67	\$ 179,46	\$ 4.018,54	\$ 5.883,16
41	(\$ 224,13)	\$ 42,76	\$ 181,37	\$ 3.837,17	\$ 6.064,53
42	(\$ 224,13)	\$ 40,83	\$ 183,30	\$ 3.653,88	\$ 6.247,82
43	(\$ 224,13)	\$ 38,88	\$ 185,25	\$ 3.468,63	\$ 6.433,07
44	(\$ 224,13)	\$ 36,91	\$ 187,22	\$ 3.281,41	\$ 6.620,29
45	(\$ 224,13)	\$ 34,92	\$ 189,21	\$ 3.092,20	\$ 6.809,50
46	(\$ 224,13)	\$ 32,91	\$ 191,22	\$ 2.900,98	\$ 7.000,72
47	(\$ 224,13)	\$ 30,87	\$ 193,26	\$ 2.707,72	\$ 7.193,98
48	(\$ 224,13)	\$ 28,81	\$ 195,32	\$ 2.512,40	\$ 7.389,30
49	(\$ 224,13)	\$ 26,74	\$ 197,39	\$ 2.315,01	\$ 7.586,69
50	(\$ 224,13)	\$ 24,64	\$ 199,49	\$ 2.115,51	\$ 7.786,18
51	(\$ 224,13)	\$ 22,51	\$ 201,62	\$ 1.913,90	\$ 7.987,80
52	(\$ 224,13)	\$ 20,37	\$ 203,76	\$ 1.710,13	\$ 8.191,56
53	(\$ 224,13)	\$ 18,20	\$ 205,93	\$ 1.504,20	\$ 8.397,50
54	(\$ 224,13)	\$ 16,01	\$ 208,12	\$ 1.296,08	\$ 8.605,62
55	(\$ 224,13)	\$ 13,79	\$ 210,34	\$ 1.085,74	\$ 8.815,96
56	(\$ 224,13)	\$ 11,55	\$ 212,58	\$ 873,17	\$ 9.028,53
57	(\$ 224,13)	\$ 9,29	\$ 214,84	\$ 658,33	\$ 9.243,37
58	(\$ 224,13)	\$ 7,01	\$ 217,12	\$ 441,20	\$ 9.460,49
59	(\$ 224,13)	\$ 4,70	\$ 219,43	\$ 221,77	\$ 9.679,93
60	(\$ 224,13)	\$ 2,36	\$ 221,77	\$ 0,00	\$ 9.901,70

DISEÑO DE LA MONOGRAFÍA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**DISEÑO DE MONOGRAFIA PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE
UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS
PARA LA CIUDAD DE CUENCA.”**

DIRECTOR:

ING. JOSE ERAZO SORIA

REALIZADO POR:

ROMMEL PATRICIO MUNZON ARIAS

JUAN MARCELO REYES MOSCOSO

1. TEMA.

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LAVADO DE VEHICULOS PARA LA CIUDAD DE CUENCA.”

2. ANTECEDENTES

Podríamos empezar diciendo que el servicio de lavado de vehículos comenzó en la ciudad de Cuenca cuando la administración municipal era comandada por Xavier Muñoz, ya que fue quien otorgó el primer permiso de funcionamiento para tal fin, y si a eso le añadimos que en los últimos años el automóvil a mas de ser un medio de transporte se ha convertido en una forma de vida, siendo el mismo una herramienta básica en la cotidianidad de las personas por tal razón que el parque automotor del Ecuador y específicamente de la ciudad de Cuenca ha crecido notablemente en estos últimos años, por lo tanto se podría decir que el mercado es bastante apetecible en cuanto al servicio que se pretende implementar.

Es indispensable para todas las personas que cuentan con un vehículo y que lo usan a diario, sabiendo que hoy en día el tiempo que se requiere para lavar un vehículo se convierte en uno de los factores más importante a ser tomado en cuenta por lo que se vuelve una oportunidad para poder cubrir todas las necesidades de los clientes en cuanto a la limpieza del mismo.

3. SELECCIÓN Y DETERMINACIÓN DEL TEMA

Teniendo en cuenta lo antes mencionado y que el parque automotor de la ciudad de Cuenca ha crecido de una manera acelerada, podríamos decir que si bien es cierto existen varias lavadoras de autos o vehículos, pero que no brindan un servicio especializado de calidad y no cuentan con los permisos adecuados y con la tecnología necesaria para el mismo, en el presente proyecto se pretende desarrollar el servicio de lavado completo de vehículos y además contar con la infraestructura adecuada para el correcto funcionamiento, tecnología moderna, personal capacitado y especializado, y además ofreciendo una diversidad en el servicio en el menor tiempo posible consiguiendo la máxima satisfacción de los clientes.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Considerando que la ciudad ha crecido considerablemente y por tal razón ha aumentado la contaminación ambiental, y que el municipio de la ciudad de Cuenca se encuentra efectuando tareas de recuperación ambiental en diferentes áreas, y una de ellas es en los terrenos que se encuentran en los márgenes de los ríos de la ciudad que durante algunos años fueron utilizados para desarrollar el servicio de lavado particular de vehículos, que serán utilizados como áreas de deporte, siembra, recreación, etc. Por tal motivo las lavadoras han tenido que ser reubicadas y en el caso de otras que han tenido que terminar sus actividades, algunas de ellas siendo reubicadas en sectores de las afueras de la ciudad lo que se vuelve una molestia para los usuarios ya que no se llega a cumplir con las exigencias que se requieren en el servicio de lavado de vehículos.

Por tal razón podemos especificar que debido a estos factores, se ve la necesidad de implementar un servicio de lavado de vehículos con tecnología de punta, que cuente con todas las exigencias del caso y en especial con un buen manejo ambiental en pro de los habitantes de la urbe en donde se piensa implementar dicho servicio, y de esta manera crear conciencia en la población en el buen uso del agua, y en este caso para el lavado del vehículo.

¿Por qué es importante investigar ese problema?

- Por la confiabilidad que exige la inversión en este tipo de servicio.
- Reduce la incertidumbre de que sea efectiva.
- Seguir directrices de ejecución.

5. JUSTIFICACION

5.1. JUSTIFICACIÓN TEORICA

Se estima conveniente desarrollar esta investigación para determinar la aceptación, las limitaciones, los problemas, la viabilidad, para facilitar la toma de decisiones acerca de si es posible la ejecución de esta idea de proyecto, con el fin de obtener una aceptación que sea económica, financiera y técnicamente factible.

5.2. JUSTIFICACIÓN METODOLOGICA

La investigación fortalecerá el correcto desarrollo del proyecto y nos brindara indicadores importantes para determinar que tan factible es el mismo, aplicando los métodos, técnicas y herramientas aprendidas en el transcurso de la carrera universitaria.

Por lo que a través de la aplicación de estudios de mercado, técnico, administrativo-legal y financiero, combinados con otras herramientas y técnicas, se espera determinar los aspectos importantes para establecer la orientación y el manejo correcto del proyecto.

5.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.

En la ciudad de Cuenca existen varias empresas que se dedican al servicio de lavado de vehículos, pero en realidad las lavadoras existentes no cuentan con la infraestructura adecuada, las personas especializadas incluso algunas de ellas no cuentan con los permisos que el municipio de la ciudad exige y no cumplen con las normas establecidas convirtiéndose en lavadoras informales y al mismo tiempo ofreciendo un servicio demorado y de mala calidad existiendo usuarios que no están conformes con el servicio de este tipo de lavadoras.

Por lo tanto, la propuesta de este proyecto es brindar un servicio diferente, ágil, especializado y de buena calidad con técnicas más eficientes, y utilizando tecnologías de punta para evitar la contaminación, lo cual favorece a los usuarios quienes buscan que este servicio sea accesible, eficiente y rápido, y que a su vez satisfaga las necesidades de los clientes.

6. OBJETIVO GENERAL.

Sustentar la viabilidad para la implementación de una empresa de servicio de lavado de vehículos en la ciudad de Cuenca.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Determinar el estudio de mercado para conocer la demanda, el nivel de aceptación los posibles competidores y todos los aspectos del mercado.
- Determinar el estudio administrativo-legal para definir la estructura organizacional, perfiles de cargos, así mismo los estudios de constitución y permisos de funcionamiento.
- Desarrollar un estudio técnico para establecer los procesos, políticas, operación del negocio, los recursos necesarios, la localización y el tamaño del proyecto.
- Elaborar un estudio económico-financiero para establecer cuál será la inversión, la estructura óptima de capital, los ingresos, egresos, costos, gastos, y rentabilidad del proyecto.

8. METODOLOGIA

Métodos y Técnicas De Investigación

El tipo de investigación a utilizar será cuantitativa, mediante la aplicación de encuestas se logrará obtener datos para el estudio del proyecto.

El método a utilizar será el resultado de una combinación del método analítico y experimental, logrando optimizar el análisis de la información obtenida.

La investigación fortalecerá el correcto desarrollo del proyecto y nos brindará indicadores importantes para determinar la factibilidad del proyecto, aplicando los métodos, técnicas y herramientas aprendidas en el transcurso de la carrera universitaria.

Fuentes de datos

Primarias: la aplicación de encuestas a la muestra de la población que es el mercado del parque automotor existente en la ciudad de Cuenca. Recolección de información directa.

Secundarias: utilización de la información de la empresa de matriculación de vehículos de la ciudad y otras fuentes existentes que nos brinden información sobre aspectos legales.

9. MARCO TEORICO

Administración

La Administración (lat. ad, hacia, dirección, tendencia, y minister, subordinación, obediencia) es la ciencia social y técnica encargada de la planificación, organización, dirección y control de los recursos (humanos, financieros, materiales, tecnológicos, del conocimiento, etc.) de una organización, con el fin de obtener el máximo beneficio posible; este beneficio puede ser económico o social, dependiendo de los fines perseguidos por la organización.¹

Servicio

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Los servicios incluyen una diversidad de actividades desempeñadas por un crecido número de funcionarios que trabajan para el estado (servicios públicos) o para empresas particulares (servicios privados). Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien.²

Calidad

La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie. La palabra calidad tiene múltiples significados. De forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Por otro lado, la calidad de un producto o

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Administraci%C3%B3n>

² http://es.wikipedia.org/wiki/Servicio_%28econom%C3%ADa%29

servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc.³

Impacto ambiental

Se entiende por impacto ambiental el efecto que produce una acción sobre el medio ambiente en sus distintos aspectos. El concepto puede extenderse, con poca utilidad, a los efectos de un fenómeno natural catastrófico. Técnicamente, es la alteración de la línea de base, debido a la acción antrópica o a eventos naturales. Las acciones humanas, son los principales motivos que han producido que un bien o recurso natural sufra cambios negativos. Ahora los recursos naturales se encuentran amenazados en todos los sentidos, el agua, el suelo, el aire son recursos que están siendo afectados por medidas o acciones sin previos estudios que permitan mitigar estos impactos, la minimización del impacto ambiental es un factor preponderante en cualquier estudio que se quiera hacer en un proyecto o acción a ejecutar, con esto se logrará que los efectos secundarios pueden ser positivos y, menos negativos. Sin caer en el mero conservacionismo, podemos alcanzar resultados de preservación con éxito cuando de una acción tratemos de minimizar el impacto negativo y cambiarlo por aspectos positivos que involucren que el ser humano cumpla la interrelación naturaleza-hombre, el medio ambiente no es de las futuras generaciones, es preocupación de todos en la actualidad, necesitamos concientizar en cuidar los espacios verdes, respetar la biodiversidad. Es importante que en nuestras acciones se manejen con sustentabilidad.⁴

³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Calidad>

⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Impacto_ambiental

Estudio de Mercado.

- Examinar el comportamiento de los consumidores, buscando brindar un mejor y diferente servicio el cual permita detectar sus necesidades.
- Busca dar una perspectiva al inversionista en cuanto a si su producto es apetecible y competitivo en el mercado potencial.

Un estudio de mercado comprende las siguientes fases:

- ❖ Análisis del Producto.
- ❖ Análisis de la demanda.
- ❖ Análisis del Precio.
- ❖ Análisis de la competencia.
- ❖ Análisis de comercialización.
- ❖ Determinación del universo.
- ❖ Determinación de la muestra representativa.

Estudio Técnico.

- Verificar el tamaño para determinar la función optima de producción.
- Así mismo como la localización más adecuada para su desarrollo.

Un estudio técnico comprende lo siguiente:

- ❖ Análisis del proceso de producción.
- ❖ Análisis de recursos.
- ❖ Análisis de tamaño.
- ❖ Análisis de localización

Estudio Administrativo – Legal

- Determinar los aspectos organizativos para su corporación.
- Establecer la viabilidad en cuanto a permisos, patentes, etc.

Un estudio administrativo-legal comprende lo siguiente:

- ❖ La organización y estructura.

- ❖ Permisos de funcionamiento.

Estudio Económico - Financiero.

- Determinar si las inversiones que se pretende realizar van a ser rentable o no.
- Establecer el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto y evaluarlos para comprobar su rentabilidad.

Un estudio económico-financiero comprende:

- ❖ Análisis de inversiones.
- ❖ Análisis de ingresos.
- ❖ Análisis de egresos.
- ❖ Evaluación Financiera (Análisis de rentabilidad).
 - VAN.
 - TIR.
 - PAY BACK.
 - Análisis de sensibilidad.

10. ESQUEMA TENTATIVO

INTRODUCCION

CAPITULO 1. GENERALIDADES

- 1.1. Antecedentes.
- 1.2. Justificación.
- 1.3. Objetivos empresariales.
- 1.4. Políticas empresariales.

CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

- 2.1. Estudio situacional del mercado.
- 2.2. Análisis de las fuerzas competitivas.

2.3. FODA.

2.4. Planes y Programas de acción metodológicos.

CAPITULO 3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO-LEGAL

3.1. Estructura organizacional.

3.2. Permisos de funcionamiento y otros requisitos legales.

CAPUTULO 4. ESTUDIO TECNICO

4.1. Análisis del proceso de producción.

4.2. Análisis de los recursos.

4.3. Análisis del tamaño.

4.4. Análisis de la localización.

CAPITULO 5. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

5.1. Análisis de las inversiones.

5.2. Análisis del financiamiento.

5.3. Análisis de los ingresos.

5.4. Análisis de los egresos.

5.5. Evaluación financiera.

CONCLUSIONES.

RECOMENDACIONES.

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

11. RECURSOS.

11.1. RECURSO HUMANO.

11.1.1. Responsables:

- Rommel Patricio Munzon Arias
- Juan Marcelo Reyes Moscoso

11.1.2. Asesoría:

- Ing. José Erazo Soria.

11.2. RECURSOS FÍSICOS.

- Computadores.
- Impresoras.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, Gabriel (2006) Evaluación de Proyectos, 5ta Edición. McGraw-Hill, México.
- Sapac Chain, Nassir y Sapac Chain, Reinaldo (2006), Preparación y Evaluación de Proyectos. 4ta Edición. McGraw-Hill.
- Marketing para Latinoamérica, autor: Kotler Philip, Armstrong Gary, editorial: Prentice Hall Pearson, 11ava, México 2007.
- Fundamentos de Administración Financiera, Autor: Van Horne, Editorial McGrawHill 15ª. México, 2010.
- Valoración de Empresas, Autor: Jaramillo Betancourt, Editorial: ECOE EDICIONES, Colombia, 2010.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

[illegible]