



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA LAVADORA AUTOMOTRIZ, EN LA PARROQUIA
PASCUALES DEL CANTÓN DE GUAYAQUIL.**

Tutor:

MGS. ADRIANA ANAIZ PÁRRAGA MONAR

Autores:

BELTRÁN SÁNCHEZ CARLOS BRYAN

FARIÑO MORAN ELVIS MARIO

GUAYAQUIL– GUAYAS– ECUADOR

2019

Certificado del Tutor de Titulación

Mgs. Adriana Anaiz Párraga Monar, en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que los egresados **Beltrán Sánchez Carlos Bryan y Fariño Moran Elvis Mario** son autores de la Tesis de Grado titulada: **“Proyecto de prefactibilidad financiera para la creación de una empresa lavadora automotriz, en la parroquia Pascuales del cantón de Guayaquil.”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Mgs. Adriana Anaiz Párraga Monar

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certificado del Tribunal

El trabajo de investigación, **“Proyecto de prefactibilidad financiera para la creación de una empresa lavadora automotriz, en la parroquia Pascuales del cantón de Guayaquil.”**, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs.

Coordinadora de la carrera

Mgs. Adriana Anaiz Párraga Monar

Tutora trabajo investigación

Ing. Yandrés Janneth García Charcopa

Miembro del tribunal

Ing. Jimmy Manuel Milo Prieto

Miembro del tribunal

Declaración de Autoría

Beltrán Sánchez Carlos Bryan y Fariño Moran Elvis Mario , autores de este trabajo de titulación denominado , **“Proyecto de prefactibilidad financiera para la creación de una empresa lavadora automotriz, en la parroquia Pascuales del cantón de Guayaquil.”** declaramos que el mismo es de nuestra completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de nuestra entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Beltrán Sánchez Carlos Bryan

C.C. 092620725-9

**Egresado de la carrera de
Gestión Empresarial**

Fariño Moran Elvis Mario

C.C. 092490419-6

**Egresado de la carrera de
Gestión Empresarial**

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a mi familia por ayudarme y educarme para convertirme en un excelente ser humano. A mi tutor, ya que sin su dedicación y atención brindada no podría estar sustentando la tesis.

A la Universidad San Gregorio De Portoviejo, por los conocimientos adquiridos, sin ellos no tendría la seguridad de enfrentarme a cualquier reto laboral que se me presente.

A los docentes, que gentilmente han transmitido sus conocimientos en cada una de las áreas de estudio y que con su experiencia han contribuido en el desarrollo académico y profesional de los estudiantes.

Por sobre todo a Dios, por darme salud y una estabilidad económica para haber podido culminar mis estudios.

Beltrán Sánchez Carlos Bryan

Fariño Moran Elvis Mario

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado primeramente A Dios, por mostrarme que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible. A mi mamá Jenny Sánchez, por haberme formado como la persona que soy, y por sus consejos para nunca abandonar mis estudios. Su formación me permite estar seguro de poder alcanzar cualquier meta que me proponga.

Todo el trabajo realizado en esta tesis se lo dedico a cada uno de los miembros de mi familia.

Beltrán Sánchez Carlos Bryan

DEDICATORIA

A Dios, que permite a cada uno de nosotros iniciar un nuevo día en compañía de nuestros seres queridos.

A mis padres que han forjado con paciencia y sabiduría mi forma de ser, convirtiéndome en una persona íntegra, llena de buenos modales y valores capaces de superar los retos y afrontar las adversidades.

A mi esposa Deisy Maldonado Quijije que es mi familia y que se ha convertido en un pilar de apoyo incondicional para alcanzar cada meta y objetivo propuesto a lo largo de mi vida profesional y personal.

Para finalizar a todas aquellas personas que han contribuido de una u otra manera con su apoyo, deseos, consejos para alcanzar este nuevo logro.

Fariño Moran Elvis Mario

RESUMEN

La presente investigación se justifica debido a la necesidad de determinar la prefactibilidad financiera, en la parroquia Pascuales, para la creación de una lavadora automotriz en beneficio de los clientes internos y externos. Se seleccionó como metodología exploratoria, descriptiva, y correlacional teniendo como universo a los 74.932 Habitantes y a través de muestreo se identificaron 398 habitantes de la parroquia Pascuales. A través del desarrollo de la propuesta, se evaluó la prefactibilidad financiera para la creación del proyecto, teniendo como punto de partida el desarrollo del presupuesto, costos fijos y variables, así como las proyecciones de los ingresos y egresos anuales, cuyos resultados permitieron evaluar el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa interna de retorno (TIR) así como el tiempo de retorno de la inversión como principales valores que permiten evaluar la rentabilidad del proyecto. Luego de finalizar la presente investigación, los autores concluyen que según las cifras estimadas se determina que el proyecto es factible y rentable.

Palabras claves:	Prefactibilidad	Creación	Empresa	Automotriz
-------------------------	------------------------	-----------------	----------------	-------------------

ABSTRACT

The present investigation is justified by the need to determine the financial prefeasibility, in the Pascuales parish, for the creation of an automotive washer for the benefit of internal and external customers. It was selected as exploratory, descriptive, and correlational methodology, having as universe the 74,932 Inhabitants and through sampling, 156 inhabitants of the Pascuales parish were identified. Through the development of the proposal, the financial pre-feasibility for the creation of the project was evaluated, taking as starting point the development of the budget, the fixed costs and the variables as well as the projections of the annual income and expenses, the results allowed evaluate the Real Value of Net (NPV) and the Internal Rate of Return (IRR), as well as the time of return of the investment as main values that allow to evaluate the profitability of the project. After completing the present investigation, the authors conclude that according to the figures it is determined that the project is feasible and profitable.

Keywords:	Prefactibility	Creation	Company	Automotive
------------------	-----------------------	-----------------	----------------	-------------------

Tabla de Contenidos

Contenidos:	Páginas:
Portada.....	i
Certificado del Tutor de Titulación.....	ii
Certificado del Tribunal	iii
Declaración de Autoría	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
DEDICATORIA	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
Tabla de Contenidos.....	x
Lista de Tablas	xiii
Lista de Figuras	xv
CAPÍTULO I.....	1
El Problema.....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Formulación del problema.....	5
1.3. Delimitación del problema.....	5
1.4. Variables de la investigación	5
1.5. Objetivos de la investigación.....	6
1.6. Preguntas de investigación.....	6
1.7. Justificación e importancia	7
1.8. Conclusión	10
CAPÍTULO II	11
Marco Teórico	11
2. Fundamentación Teórica	11
2.1. Marco Referencial.....	20
2.2. Variables conceptuales de la investigación	25
2.3. Operacionalización de las variables.....	27
2.4. Marco Conceptual.....	28
2.5. Conclusión	31
CAPÍTULO III.....	32
Marco Metodológico	32
3.1.1. Diseño de la investigación	32

3.2.	Tipos de investigación	33
3.3.	Población	37
3.4.	Muestra	39
3.5.	Técnicas e instrumentos.....	43
3.6.	Procedimiento de la investigación	46
3.7.	Conclusión	47
CAPÍTULO IV		48
Formulación del Proyecto		48
4.1.	Análisis e interpretación del proyecto	48
4.2.	Estudio de mercado.....	49
4.3.	Estudio Técnico	68
4.4.	Estudio Administrativo	76
4.5.	Estudio Legal	79
CAPÍTULO V		83
Propuesta		83
5.1.	Título de la propuesta	83
5.2.	Autores de la propuesta.....	83
5.3.	Empresa auspiciante	83
5.4.	Área que cubre la propuesta.....	83
5.5.	Fecha de presentación.....	83
5.6.	Fecha de terminación	83
5.7.	Duración del proyecto.....	83
5.8.	Participantes del proyecto.....	84
5.9.	Objetivo General.....	84
5.10.	Objetivos Específicos.....	84
5.11.	Beneficiarios Directos	84
5.12.	Beneficiarios Indirectos	85
5.13.	Impacto de la propuesta	85
5.14.	Descripción de la propuesta	85
5.14.1.	Ingresos	86
5.14.2.	Costos de materiales indirectos.....	87
5.14.3.	Financiamiento del proyecto	90
5.14.4.	Estados Financieros.....	90
5.14.5.	Flujo de caja	92
5.14.6.	Evaluación Económica.....	93

5.14.7. Evaluación Financiera.....	94
5.14.8. Relación costo beneficio	95
5.14.9. Análisis de sensibilidad.....	95
5.14.10. Importancia.....	97
5.14.11. Metas del proyecto	97
5.14.12. Finalidad del proyecto	97
Referencias.....	99
Apéndices.....	103

Lista de Tablas

Contenidos:	Paginas:
Tabla 1. La problemática	5
Tabla 2. Operacionalización de las variables	27
Tabla 3. Universo	37
Tabla 4. Estratificación de la muestra	41
Tabla 5. Análisis y comprobación de los objetivos	47
Tabla 6. Proyección de la demanda	49
Tabla 7. Determinación de la oferta	50
Tabla 8. Demanda insatisfecha	51
Tabla 9. Determinación del precio	52
Tabla 10. Genero de la encuesta	55
Tabla 11. Edad de los encuestados	56
Tabla 12. Tipo de vehículo	57
Tabla 13. Acude a un centro de lavado automotriz	58
Tabla 14. Frecuencia del lavado automotriz	59
Tabla 15. Pago de un servicio básico	60
Tabla 16. Pago de un servicio de lavado completo	61
Tabla 17. Tiempo de lavado básico	62
Tabla 18. Tiempo de lavado completo	63
Tabla 19. Servicio actual de un lavado automotriz	64
Tabla 20. Elección de un centro de lavado automotriz	65
Tabla 21. Actividad en la espera de lavado automotriz	66
Tabla 22. Mano de obra	69
Tabla 23. Insumos requeridos	71
Tabla 24. Maquinarias requeridas	
Tabla 25. Equipamiento de oficina	73
Tabla 26. Gastos de constitución	81
Tabla 27. Ingresos mensuales por servicio básico	85
Tabla 28. Ingresos mensuales por servicio Gold	85
Tabla 29. Ingresos mensuales por servicio Premium	86

Tabla 30. Ingresos anuales por servicios	86
Tabla 31. Costos por equipos de computación	87
Tabla 32. Costos de maquinarias e insumos	88
Tabla 33. Costos por servicios básicos	88
Tabla 34. Gastos publicitarios	88
Tabla 35. Gastos de constitución	88
Tabla 36. Sueldos y salarios	89
Tabla 37. Estados de situación financiera	90
Tabla 38. Flujo de caja	91
Tabla 39. Estado de resultados	92
Tabla 40. VAN y TIR	93
Tabla 41. Relación costo - beneficio	94
Tabla 42. Escenario Optimista	95
Tabla 41. Escenario Moderado	96
Tabla 41. Escenario Pesimista	97

Lista de Figuras

Contenidos:	Paginas:
Figura 1. Género de la encuesta	55
Figura 2. Edad de los encuestado.....	56
Figura 3. Tipo de vehículo	57
Figura 4. Acude a un centro de lavado automotriz	58
Figura 5. Frecuencia del lavado automotriz	59
Figura 6. Pago de un servicio básico	60
Figura 7. Pago de un servicio de lavado completo	61
Figura 8. Tiempo de lavado básico	62
Figura 9. Tiempo de lavado completo	63
Figura 10. Servicio actual de un lavado automotriz	64
Figura 11. Elección de un centro de lavado automotriz	65
Figura 12. Actividad en la espera de lavado automotriz	66
Figura 13. Macrolocalización del proyecto	67
Figura 14. Microlocalización del proyecto	68
Figura 15. Distribución del local	69
Figura 16. Flujograma de procesos	74
Figura 17. Organigrama de la empresa	77

CAPÍTULO I

El Problema

1.1.Planteamiento del problema

En la actualidad el desarrollo de la globalización conlleva a la economía de libre mercado, donde se da la interacción entre la oferta y demanda, así se abre espacio a la competitividad, donde prevalecerá el mejor precio, mejor servicio y por sobre todo la mejor satisfacción a las necesidades del cliente. Los clientes tienen muchas exigencias, es por esto la gran competitividad entre los prestadores del servicio, tratando de ofrecer algún valor agregado.

Es imperativo conocer las perspectivas del mercado antes de incursionar en cualquier actividad, de esta forma va a permitir que el servicio ofertado, de un mayor costo oportunidad al país y una rentabilidad satisfactoria para el negocio. Es así como el servicio de lavado de vehículos livianos ofrece una oportunidad favorable en Latinoamérica. Este tipo de servicio se justifica, debido que los individuos han incorporado sus intereses, la impecable presentación de sus automóviles, donde se caracterizan por su limpieza e higiene.

En el Ecuador existe una cantidad considerable de lavadoras de vehículos tanto formales e informales las cuales se localizan tanto en región costa como en la sierra, el mecanismo de trabajo de estas lavadoras automotrices tienen maneras de operar particulares, esto se debe a que deben de evaluar de sus cliente ya sea su cultura, tipo de economía e incluso el detalle más importante, el vehículo que posee el cliente ya que se debe de considerar el tipo de tratado que se le da a los exteriores e interiores de estos vehículos ya sea por su maraca o modelo.

En Guayaquil, en la región costa del país, existe una gran demanda de negocios dedicados al lavado automotriz ya sean estos artesanales como profesionales, esto se debe a las maquinarias y suministros empleados, cada uno de ellos respectivamente van desde equipamiento de casero hasta industrial, esto se debe al tamaño del negocio del cual se esté hablando, en particular los negocios de la ciudad se destacan por ser informales, se consideran así por no poseer documentos de ley o a su vez personal calificado que brinde una solución y satisfacción al cliente.

1.1.1. Ubicación del problema en un contexto

La parroquia urbana Pascuales ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, esta alcanza hasta el Km 29,5 vía a Daule que delimita con sectores como Mucho Lote, Bastión Popular, Sergio Toral y la Flor de Bastión. Actualmente en la parroquia Pascuales existen una cantidad considerable de negocios informales, que optan por realizar operaciones de lavado de autos de manera artesanal, ya que poseen equipos eléctricos pequeños o a su vez algunos de ellos optan por realizar un trabajo de manera manual. Estos bordean de distintos valores y distintas aplicaciones, ya sea en vehículos livianos, pesados incluso motocicletas y tricimotos, medio de transporte utilizado por los habitantes de la parroquia.

Estos servicios incluyen desde el lavado, aspirado y limpieza total del interior del vehículo las cuales como anteriormente se mencionaba fluctúan de distintos precios esto se debe a distintos factores que infieren a la hora de brindar el servicios estos pueden ser, la maquinaria empleada, los productos, el tamaño del vehículo e inclusive la cantidad de procedimientos que serán aplicados al vehículo, las cuales le permiten al cliente elegir que desea aplicarle al automotor o elegir un valor que se ajuste a su presupuesto disponible.

La problemática que radica en que estos locales dedicados al lavado de vehículos no poseen una infraestructura adecuada para su operaciones, de esta manera se enfrentan a distintos inconvenientes con las ordenanzas municipales, adicionalmente a ello, la operación de maquinarias dentro del perímetro urbano genera inconvenientes a la población que se encuentra alrededor de las misma ya que de cierta manera se debe de realizar el funcionamiento de estas maquinarias cuidando el impacto ambiental entre ellos el ruido y el cuidado de los residuos ya que se emplean químicos de carácter industrial para el uso automotriz.

Estos problemas no han sido corregidos por parte de los negocios que se encuentran en la parroquia, a su vez la misma se caracteriza por ser ya una parroquia urbana y estas implementaciones de negocio se deben de realizar cuidando la estética para que potencia el emprendimiento dentro de la misma y fortalezca el emprendimiento entre sus habitantes.

1.1.2. Situación Conflicto

En la Parroquia Pascuales, los negocios locales dedicados al lavado automotriz no cumplen con los permisos que rige la ley, a su vez que los mismos no poseen de implementación adecuada para sus operaciones estas ya puedan ser maquinarias, suministros de limpieza y personal calificado que sea capaz de brindar un servicio de calidad y de satisfacción al cliente. Esto que se manifiesta se debe a que mediante la observación se ha destacado que estos negocios optan por realizar sus funcionamiento ya sea en calles, avenidas, aceras etc., ya que no poseen con local propios o instalaciones acondicionadas para brindar este servicio y también infringen en una ordenanza municipal el cual no permite el funcionamiento de estas lavadoras en vías públicas o de regeneración porque se convierte en un problema ya no solo de carácter técnico sino de la sociedad en general.

Otras de las razones que denotan problemas en estos negocios es que las maquinarias tienden a ser artesanales, eléctricas o a su vez no poseen implementos que sea acorde a cada modelo de vehículo ya que cada uno de ellos posee un cuidado distinto. Entre otras cosas que se destacan son los químicos o suministros empleados en el cuidado del vehículo, estos tienden a ser de bajo costos de los cuales no brindan el cuidado que el cliente busca para su vehículo y que lo que causan es que con el uso frecuente generen daños permanentes en la carrocería estos ya sean manchas o detalles de corrosión.

Para culminar uno de los factores que se torna más importante es el servicio y la satisfacción al cliente, en esto los dueños u operadores de estos negocios no poseen los conocimientos fundamentales del tema que hacen que no posean un análisis de las operaciones y una visión clara de la empresa que permita crear una permanencia en el mercado capaz de cumplir con lo que requiere el mercado en el que se desarrolla el negocio.

Por lo tanto, la motivación de crear una empresa que brinde y cubra todas las necesidades del mercado se torna necesaria e indispensable dentro del emprendedor de esta parroquia, y el proyecto se caracterizar en realizar el emprendimiento para que genere competencia y las demás ideas de negocio empiecen por cambiar su manera de entregar servicios al mercado en el cual se desarrolla.

Cabe destacar que las familias de esta parroquia continúan con legados de emprendimientos de los cuales les impide crear nuevas ideas de negocios que contengan la participación de la tecnología e innovación que permita el desarrollo potencial de la comunidad juvenil existente en el lugar.

Tabla 1.

La problemática

Causas	Efectos
<ul style="list-style-type: none"> ● Contexto de índole sociocultural ● Factores ambientales ● Factores de orden político ● Factores de avance tecnológicos y de innovación 	<ul style="list-style-type: none"> ● Transcendencia de negocios familiares en alimentos u otros. ● Aguas residuales y químicos perjudican a la salud de los habitantes. ● Infracción de ordenanzas municipales. ● Ausencia de aplicación en servicio tecnológico.

1.2. Formulación del problema

Mediante la formulación del problema se conocerá: ¿Cómo establecer la prefactibilidad financiera que tendría la creación de una empresa lavadora automotriz, en la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas en el periodo 2019?

1.3. Delimitación del problema

Campo: Empresarial

Área: Financiera

Aspectos: Prefactibilidad Financiera, Lavadora Automotriz

Tema: Proyecto de prefactibilidad financiera para la creación de una empresa lavadora automotriz, en la parroquia Pascuales del cantón de Guayaquil.

Espacio: Parroquia Pascuales, cantón Guayaquil, provincia Guayas

Tiempo: Periodo 2019

Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.4. Variables de la investigación

Variable Independiente: Prefactibilidad Financiera

Variable Dependiente: Lavadora Automotriz

1.5.Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar la prefactibilidad financiera, en la parroquia Pascuales, para la creación de una lavadora automotriz en beneficio de los clientes internos y externos.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el problema basado en las lavadoras automotrices en funcionamiento de la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil.
- Fundamentar teóricamente la investigación con aportes de distintos autores de las cuales estas aportaciones se encuentren relacionadas con el proyecto.
- Identificar la metodología a emplearse en el mercado objetivo donde se iniciarán las operaciones de la lavadora automotriz.
- Analizar los resultados en base a los resultados obtenidos una vez aplicadas las herramientas para el levantamiento de la información.
- Proponer un proyecto de prefactibilidad en la creación de una empresa lavadora automotriz el mismo que busca darle una resolución al problema planteado considerando la oferta y la demanda de la parroquia Pascuales.

1.6.Preguntas de investigación

- ¿Cómo proponer una solución al problema planteado relacionado con las lavadoras automotrices en la parroquia Pascuales?
- ¿Cómo fundamentar teóricamente la investigación mediante la aportación de autores que hayan abordado temas relacionados con el problema?
- ¿Qué metodología y herramientas se pueden emplear para el levantamiento de información que aporte a la investigación?

- ¿Cuáles son los datos que se consideran para el análisis de la información previamente levantada que una vez obtenida se procede a tabular mediante un software informático?
- ¿Cómo crear una empresa lavadora automotriz que solvete las necesidades de los clientes de la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil?

1.7. Justificación e importancia

En la actualidad la creación de empresas nace desde la idea de satisfacer una necesidad de la sociedad, es una actividad que crece con el pasar del tiempo, estos emprendimientos nacen de diversas modalidades estén ya sean digitales como físicas, pero todas aquellas poseen un propósito fundamental, crecer en el mercado y expandirse con su servicio o producto el cual se encuentre ofertando, a una demanda objetiva.

Sobre todo, que este producto o servicio cumpla con todas las características que la sociedad requiera y que sea respaldada mediante organismo tanto locales como internacionales que permitan que la idea de negocio no sea un tema local sino también en una guía para negocios internacionales que permitan crear relevancia en el avance económico del país frente a la región o de manera mundial. Las empresas y entidades financieras privadas de la misma índole apuntan al emprendimiento, como programas de gobierno, ya que el gobierno ecuatoriano impulsa programas y créditos que permitan a los futuros emprendedores a iniciar sus propios negocios. Entre uno de los proyectos destacables es el denominado “Emprende Ecuador” con un financiamiento de hasta \$60,000.00 e incluye asesoría profesional para crear un plan de negocios y una investigación de mercado.

El código de la producción respalda mediante incentivos la creación de empresas entre esos incentivos se encuentra la exoneración del impuesto a la renta, por cinco años a empresas que fabriquen bienes usualmente importados, también reciben una deducción de impuestos a la renta a todos aquellos quienes realicen capacitaciones, para investigación, desarrollo e innovación tecnológica. La creación de una empresa permite generar independencia económica para el emprendedor que permitirá conocer los riesgos económicos que conlleva crear una empresa y a su vez conocerá la función de la colectividad a la hora de poner en curso el funcionamiento de la empresa. El emprendimiento es también importante en la sociedad por factores como, la generación de empleos, en Ecuador según el Instituto Nacional de Estadísticas (INEC) en el 2018, el país paso del 38,5% al 41,1% el porcentaje en la tasa de desempleo, por lo que la apertura de nuevas plazas de trabajo contribuirá en que los porcentajes decrezcan considerablemente en los siguientes periodos. A su vez esta misma idea permitirá contribuir en que la sociedad tenga la capacidad de satisfacer necesidades actuales. La problemática permite que más emprendedores nazcan con nuevas ideas, en el concepto de brindar servicios se generan muchas ideas ya que cada una se alimenta de errores cometidos por otras ideas de negocios que dan paso al mejoramiento y emprendimiento inmediato.

Los problemas que surgen en los servicios de lavados automotrices se debe a la falta de conocimiento previo de servicios por lo que los emprendedores cada vez son más capacitados y sobre todo conocen de cada uno de los componentes que forman la calidad de un servicio la cual permite corregir todo tipo de problema reestructúralo y ponerlo en marcha en menor tiempo, con mejor solidez institucional y con procesos seguros que permiten proyectar una imagen de profesionalismo tanto a la competencia como a los clientes objetivos.

El emprendimiento a su vez permite que se contribuya en el desarrollo de la sociedad ya que genera oportunidades de empleo local y a su vez de manera indirecta permite el crecimiento de las familias en la nación, de esta manera se cumple objetivos o lineamientos de carácter gubernamental. El desarrollo de la sociedad es un factor importante al momento de crea una empresa, ya que se genera un trabajo mancomunado entre la sociedad civil y las industrias que permitirá que los integrantes de estas empresas crezcan a nivel profesional y personal para el cambio de mentalidad de la sociedad local y mundial.

La viabilidad de un de un negocio de este carácter se realiza o se determina mediante la evaluación de distintos factores estos ya sean sociales y económicos, entre ellos se determina si los clientes potenciales dentro de la parroquia como se comportarían. Al crear una nueva idea de negocio, los clientes determinarán la afluencia al negocio se puede deducir que estudiando o analizando a los mismos se podrá tener una guía de que estar compuesto el negocio que se podrá ofrecer y que le agradaría a los mismo. Entre el aspecto económico tenemos que el estudio se denota el más importante de los dos ya que se deberá analizar los valores que fluctúan por estos servicios en el mercado tanto interno como externo, los mismo podrán determinar el valor de los servicios que se ofrecerán y a su vez el costo que se generara al crear los mismos.

Estos estudios son indispensables, se debe de realizar siempre para el emprendimiento, pero a su vez deben de mantenerse en constante evaluación para que los mismos brinden datos para el empleo de herramientas que permitan que la idea de negocio tenga cierto declive o aun peor el cierre del negocio en general.

1.8. Conclusión

En el capítulo enuncia que el estudio de la prefactibilidad financiera que tendría la creación de una empresa lavadora automotriz, en la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas en el periodo 2019. Tras el estudio realizado preliminarmente del tema, se determina presentar al proyecto, una vez recopilada la información del entorno donde se va a llevar a cabo el desarrollo de este. El objetivo general del proyecto es que la creación de una lavadora automotriz tendrá beneficio para los clientes internos y externos. Es importante mencionar que el desarrollo este proyecto, parte de la necesidad del entorno dentro del espacio geográfico donde se dará origen, la visión es que el servicio crezca en el mercado gracias a la demanda objetiva que hay. Se adapta a la necesidad según sea la característica del entorno social, ya que se busca ser una guía para negocios internacionales que de la apertura a formar relevancia en el avance económico del país.

CAPÍTULO II

Marco Teórico

2. Fundamentación Teórica

La prefactibilidad es uno de los primeros pasos que se debe de abordar para la realización de un estudio y realizar análisis comparativos de las ventajas y desventajas que tendría determinado proyecto de inversión o desarrollo. Es necesario realizar un estudio de prefactibilidad en el cual consistirá en la breve investigación sobre los factores que afectan al proyecto en general, así como distintos aspectos incluyendo los legales. De esta manera se debe de investigar que técnicas existentes dependiendo las posibilidades que se adaptarían a la región, también se debe de analizar la disponibilidad de los principales insumos que se necesitarían para el proyecto y realizar el respectivo sondeo del mercado el cual se pueda reflejar de forma aproximada las posibilidades existentes de un nuevo producto o servicio en lo que se considera su aceptación por parte de los futuros clientes.

Otro de los aspectos importantes que se debe de abordar de manera preliminar para el desarrollo del proyecto es la cuantificación de los valores de inversión que estarán concernientes en el planteamiento del proyecto y sus posibles fuentes de financiamiento. Como una finalidad es necesario e indispensable proyectar los resultados financieros de proyecto y determinar los indicadores para su respectiva evaluación. El estudio de prefactibilidad se torna indispensable con el propósito de contar con información y que se evidencia alternativas y las condiciones que posee, dentro de la misma que se aborda temas como las posibles fuentes de financiamiento, el cálculo de indicadores con el cual está basada en información, la misma que determinara en que entorno y condiciones se dará el proyecto.

El estudio de mercado en la prefactibilidad

El estudio de mercado aporta en la prefactibilidad en la búsqueda de los valores a futuro, esto quiere decir que buscara predecir en cierta manera las variaciones de la demanda de un bien, los niveles de crecimiento para las ventas, el potencial de los mercados futuros, número de clientes en un tiempo determinado, el comportamiento de la competencia, etc. En cualquier estudio de carácter predictivo se debe de tomar en cuenta elemento como el comportamiento histórico de toda la demanda, además se debe de considerar los cambios del mercado, el aumento o decrecimiento de los ingresos, también la misma busca analizar y determinar la oferta y la demanda, los costos de operación emitiendo una simulación futura y especificando las políticas y los distintos procedimientos que se utilizaran como una estrategia publicitaria.

El estudio tecnológico en la prefactibilidad.

El estudio tecnológico en la prefactibilidad busca determinar y cuantificar los costos que están inmersos en esta área, normalmente se estima que deben de aplicarse los procedimientos y de las tecnologías más modernas, una solución que puede ser optima desde una perspectiva técnica, pero es lo contrario desde una perspectiva financiera, uno de los resultados de este estudios se debe de definir en función de la producción de un bien o necesidad de un capital, mano de obra y de los recursos materiales, tanto en la puesta que se ponga en marcha como para a posterior operación de un proyecto. El estudio tecnológico sirve para encontrar la mejor forma para lograr la producción del bien o del servicio, e incluir una ingeniería básica y la ingeniería de detalle, de los cuales se los detalla.

Los suministros en la prefactibilidad

El análisis de los suministros y la evaluación de las materias primas, así como los suministros a utilizarse de manera auxiliar y servicio que se requieren en la producción de un bien o servicio que se solicita dentro de la producción, ayudan a conocer las distintas características, los requerimientos, la disponibilidad, los costos, su localización y otros de los aspectos importantes para el proyecto de la inversión, la determinación de las materias primas tiene una derivación del tipo de servicio o producto a obtener, el volumen demandado así como el grado de utilidad de la capacidad de instalación. En los términos más generalizados, las materias primas y los insumos tienen una clasificación que se determina de la siguiente manera, entre las materias primas tenemos los de origen agrícola, agropecuario, forestal, mineral, marino, entre los de materiales industriales tenemos, metales y productos industriales, dentro de los materiales auxiliares tenemos, productos químicos, aceites, envase, grasas y aditivos, y por últimos tenemos los servicios como el aire comprimido, la energía eléctrica, los combustibles, el agua y el vapor.

Por otra parte, tenemos el estudio de financiamiento que su objetivo primordial es de ordenar la información de carácter monetario, que proporciona todas las etapas antes mencionadas de los cuales mediante la información se elabora una serie de cuadros con antecedentes encontrados a lo largo de la aplicación, que servirán para la evaluación del proyecto, además la misma busca determinar mediante los antecedentes una posible rentabilidad del proyecto. Por lo tanto, se culmina que la prefactibilidad no es otra cosa más que el análisis preliminar de una idea en la que se encuentra inmersa distintos factores a investigar y que determinara la viabilidad de una idea que se convertirá en un proyecto y que se llevara a cabo para determinar su rentabilidad.

La industria del lavado automotriz, de una plaza inundada a una industria de millones.

A inicios de 1924 se inició una propuesta de una lavadora automotriz llamada Automóviles WashBowl, una de las causas que los impulso a iniciar esta idea de lavar autos era que en las carreteras de la ciudad existía estiércol en las calles de la cual era un problema para los conductores de aquella época, cabe destacar que la cantidad de carruajes era superior a los primeros modelos de vehículos de aquel tiempo, las ruedas de aquellos automotores era llena de este tipo de molestias que solo no afectaba a los mismos, sino que también a la comunidad en general de la ciudad por su olor y suciedad que el estiércol causaba. En la ciudad de Chicago es donde se impulsó el primer auto lavado del mundo, para ello en aquella época no existía ningún tipo de tecnología a presión, ni nada que se le parezca ya que la idea para impulsar aquel auto lavado fue un poco rudimentario, la idea en si consistía en llenar una plaza o inundar la misma con agua.

Si, quizás suene un poco descabellado, pero era así aquella plaza inundada con agua recibía a muchos coches de la ciudad que inicia en la prueba de aquel auto lavado, la misma que recibía a los vehículos y circulaban por aquella plaza a no más de 20 km por hora hasta que todo aquel estiércol se desprendía de las ruedas, la idea de primaria en realidad sonaba bastante imposible y rustica, pero la misma, aunque de no creer cumplía el cometido o el propósito por lo que fue creada aquella idea. Ya en 1940 basado en ideas de Fordistas la idea del trabajo en cadena ya se había popularizado y esta idea no era la excepción, para ello ya se aplicaba mecanismos de procesos uno de ellos consistía en mover el vehículo por la pista después de recorrer el túnel de lavado primario, los trabajadores con fuerza propia muscular empujaban el vehículo mientras lo limpiaban.

Pronto se incorporarían las primeras máquinas para hacer más sencillo el trabajo sucio de lavar coches, de los primeros túneles de lavado semiautomáticos llama la atención las grandes dimensiones que poseen los elementos de vital necesidad para realizar la automatización de algunos procesos, como el secado de los vehículos los mismos que se realizaban con motores de hasta 50 CV de esta manera se constituye una de las verdaderas revoluciones del mundo de la limpieza de vehículos. Después de la segunda guerra mundial, en Estados Unidos se empiezan a denotarse ya las gasolineras con túneles de lavado por todo el país norteamericano. Hacía ya en 1946 Thomas Simpson diseña para la aplicación de estos sistemas unos aspersores para el lavado de vehículos, pero igual había que de cierta manera rematar el trabajo de manera manual. En mayo de 1947 una de las revistas más reconocidas de aquel tiempo Life llega a publicar todo aquello que estaba haciendo aquella lavadora semiautomática, en aquellas imágenes se evidencia el proceso que en su momento había mejorado la cual consistía en que los coches eran remolcados con la ayuda de una cadena a lo largo del proceso de lavado, el trabajo de limpieza se remataba con un trabajo netamente artesanal como todavía sucede en algunas instalaciones dedicadas al lavado de vehículos. En 1951, los hermanos Archie, Dean, y Eldon Anderson, dan con la clave para enjabonar los vehículos de forma automática a través de una especie de boquillas, con aquel remate en el proceso de lavado de un vehículo mediante un túnel, solo en aquel tiempo se esperaba que algunos elementos se modernizaran hasta la llegada de nuestros días en las cuales ya el empleo de distintas maneras de lavado y nuevos elementos entre ellos cepillos más suaves, presiones de agua cada vez más ajustadas dependiendo la aplicación, jabones adaptados a la necesidad de los vehículos, son algunos de los avances de aquella industria que arranco sus actividades hace más de 100 años, en Detroit.

En estos años fueron de tan importancia para la historia automovilística por que se implementaron grandes avances tecnológicos para el mismo y para las nuevas aplicaciones para esta industria.

Túneles de lavado: Cuando el tiempo es sumamente importante.

Un detalle de importancia dentro de los primeros túneles de lavado, era que tiempo iba a emplear el conductor en la lavada de su vehículo, en distintos artículos se destaca la imagen de los primeros túneles de lavado que pertenecía a King Car Wash, inaugurado en California en 1949, en aquel tiempo aquel túnel de auto lavado prometía un promedio de tres minutos a dos minutos, una eficiencia nunca antes vista. Ese ahorro de tiempo es y será uno de los factores que predomine en la industria ya que genera atractivos desde un punto de vista comercial, incluso existe ya una asociación internacional de lavado de coches en la cual menciona que, entre Europa y América, existen más de 150000 instalaciones de lavado de vehículos y más de 500000 empleados.

El mercado Latinoamericano del lavado de vehículos.

El estudio de mercado para el negocio de auto lavado profesional en Latinoamérica, depende de varios factores únicos que se deben de tener en cuenta para determinar en si los factores de las operaciones de estos, y el tipo de servicio que más le conviene ofrecer dentro de su mercado objetivo, dentro de aquello se evalúa el conteo de tráfico importante, ya que el primer paso para determinar el volumen de servicios que podría generar la propiedad que está en consideración, dentro de aquel estudio se estableció que un promedio de captura se promedia entre 0.45% y 1%, esto significa que entre 45 y 100 pasen frente a la propiedad estén proyectados a entrar a su negocio.

En el estudio demográfico del mercado potencia, la asociación de auto lavado, ha hecho varios estudios demográficos y económicos a nivel nacional de los Estados Unidos, para ayudar a los operadores a identificar a la clientela específica que acude a los distintos servicios de lavado automotriz, los resultados estadísticos no son exactamente iguales a los países Latinoamericanos. Debe de considerarse las tendencias de servicios son distintas, pero los parámetros de estudio, como las tendencias de estudio, el uso de servicio, las edades son muy parecidas alrededor del mundo y se usan como guía para el estudio potencial local.

Latinoamérica depende de varios factores una de ellas está el nivel socioeconómico, según la asociación de lavados de auto lavados, acompañado de otras entidades dedicadas al crecimiento de las industrias de toda clase de servicio o aspecto de negocio, han hecho estudio profesionales del mercado, la demografía, estrategias y mercadotecnia que han resultado de cierta manera de gran ayuda para el análisis de las propiedades y orientación profesional de los negocios a pesar de que estos estudios están enfocados para el mercado norteamericano, ofrecen gran información de relevancia para ayudar a entender de cierta manera al mercado que debe de seguir Latinoamérica y todas aquellas empresas que deseen dedicarse a este negocio, para lo cual se considera que este negocio es uno de los cuales se arranca con mayor facilidad en los mercados de servicios en Latinoamérica y el Caribe estos negocios se desarrollan con gran facilidad gracias a que aquellos países que conforman este grupo han potenciado su nivel de compra automotriz que lo hacen susceptible adquirir estos servicios tal como lo describe el análisis. En Latinoamérica todo depende del vehículo, nivel socioeconómico y la edad y la forma en que el usuario decida cuidar su vehículo y la recurrencia que este demande dentro de la localidad en la que se desarrolla este negocio.

En Ecuador el auge de estos servicios se han visto en crecimiento ya que en la industria automovilística la demanda en cierto modo se ha incrementado para ello en el Ecuador existe en cada ciudad una cantidad considerable de estos negocios, los mismos que se desarrollan profesionalmente como empíricamente con sistemas tecnológicos y otros rústicos que de cierta manera incrementan la competencia y los mismo que se inicia una lucha de posicionamiento por el servicio que permite al cliente objetivo a realizar un estudio de cuales locales son los apropiados para su vehículo y que sobre todo posea y cumpla todos los requerimientos que este sujeto requiere. Según (El Universo , 2015) indico que estas lavadoras de vehículo se han incrementado en los últimos años con más de 50 locales que ofrece este tipo de servicio a nivel local, ósea en la ciudad de Guayaquil, los mismos que son de distintos tipos y tamaños. En distintos sectores del país se ofrecen estos servicios pero aterrizaremos a nivel local para abordar que los precios se bordean entre tres y dieciocho dólares de los cuales depende mucho de los tipos de vehículos, para las personas que frecuentan aquellos sectores describen que estos negocios locales iniciaron de manera rustica pero brevemente se fueron potenciando de tal manera que ya emplean tecnología que les facilita brindar el servicio y sobre todo mejorarlo al momento del tiempo en el que se considera un lavado express como uno completo que actualmente gracias a que los procesos se mejoran ya no tardan como en otras épocas más bien son más rápidos y se caracterizan por su eficiencia y eficacia a la hora de aplicarse de lo cual permite que el usuario sea frecuente y la demanda del servicio mejore. Para estas ideas de negocio no ha sido tarea fácil ante todo en la ciudad y en los lugares de américa latina y local ya que las mismas en cierta manera la economía es uno de los factores que detienen el crecimiento de estos negocios ya que no se puede adquirir la tecnología de este.

En el Ecuador cada parroquia o ciudad posee una lavadora de autos pero las mismas con características distintas de los cuales denotan o se diferencian entre las demás, para el 2015 se empleó ya ordenanzas municipales de las cuales registro más de 200 infractores en los que fue del periodo, por el motivo que aquellos que emplean este negocio no hacen uso correcto de las vías públicas y espacios regenerados, y esto también es un problema para los clientes ya que también son multados por crear malos estacionamientos en vías prohibidas ya que para ello los que si desean que este tipo de negocio crezca hacen adquisiciones de terrenos, locales que permitan el funcionamiento óptimo y correcto de estos negocios en la ciudad va creciendo considerablemente y la ciudadanía y estos emprendedores apuntan al crecimiento y al cambio económico de la ciudad para contribuir al país en general. Las empresas en si contribuyen tanto en el sector económico del país por eso es indispensable la creación de nuevas ideas de negocio para que de cierta manera se fomente el empleo y el crecimiento monetario de algún sector ya que la economía se maneja de distintas maneras y aspectos dando así un apoyo funcional dentro de la población de manera indirecta se mejora las condiciones de vida de la población por que la industria al poseer empleados de distintas condiciones económicas y distintas aplicaciones culturales, genera un cambio en los mismos así la colaboración es colateral. Para el Ecuador el índice ha sido cambiante en el empleo y en la economía por eso debemos de convertirnos en actores económicos para generas nuevas fuentes para aportar el crecimiento económico y convertirnos en ejemplos para otras áreas de economía y así las mismas puedan tener ideas de emprendimiento de negocios de distintos tamaños ya sean estas micros o macros.

2.1.Marco Referencial

Según (Cortes Garcia & Diaz Gomez, 2017) indico en el proyecto de propuesta de un modelo de negocio de lavado de autos a domicilio en el sector del norte de la ciudad de Cali, Universidad De San Buenaventura Colombia, Facultad de Ingeniería cuyo proyecto tiene como objetivo general en proponer un modelo de negocio de lavado de autos a domicilio en el sector norte de la ciudad de Cali, bajo, para el cumplimiento del objetivo se tuvo que analizar el entorno actual del mercado, para lograr identificar el mercado objetivo, el poder adquisitivo de la población y analizar la competencia existente, también fue necesario realizar un análisis administrativo, técnico, de riesgos y económico para finalmente emplear la propuesta efectiva que permita desarrollar un modelo de negocio de lavado de autos. El modelo de negocio propone contribuir en la calidad de vida de la sociedad en cuanto al aspecto ambiental por que se busca reducir el CO2 de las cuales buscar crear una lavadora en la que se pueda compartir con familia y amigos ya que la problemática radica es que en la espera de los vehículos para ser lavados emiten mucho CO2 de las cuales afecta al cliente en la espera y a su vez a sus familiares en general que se encuentran con ellos en los vehículos.

La semejanza de este proyecto con el trabajo que se está realizando busca implementar una idea de negocio basada en la creación de los cuales le permita a los actores de la idea se encaminen al emprendimiento de los cuales también utilizaran distintas herramientas para su investigación y sus tipologías para sustentar su proyecto. Una de las diferencias y que se expone en el título es la aplicación a domicilio a diferencia de la nuestra esta idea será de casa a casa y la nuestra es de carácter local que estaremos brindando los servicios en unas instalaciones fijas dentro de una parroquia determinada en horarios determinados.

Según (Carvajal Sanchez , 2016) indico en su proyecto para la implementación centro de lavado de vehículos en la ciudad de Antofagasta, universidad de chile, postgrado de economía y negocios cuyo proyecto posee como objetivo determinar la viabilidad tanto técnica como económica para la implementación de una empresa dedicada al servicio de limpieza de vehículos, para lo cual se lo ha titula con un nombre comercial como CLEAN CAR SPA, la misma que atenderá a las personas con residencia en el sector centro sur y sur de la ciudad, caracterizadas por ser de un perfil socioeconómico medio alto y alto, además de ser un sector que ha tenido una expansión en virtud del crecimiento de Antofagasta. Este plan de negocio nace de acuerdo a la necesidad de contar con un centro de lavado de vehículos en el sector sur de la ciudad. Este estudio comprueba que efectivamente se tiene una oferta muy baja, desde el sector centro sur hacia el sur de Antofagasta, además de la necesidad insatisfecha que tienen los clientes de poseer un servicio rápido y de calidad.

Según lo anterior, la propuesta de valor busca ofrecer distintos tipos de lavado según los distintos requerimientos de los clientes, estos son lavados personalizados y de autoservicio con líneas en paralelo para cumplir con el requisito de rapidez, a lo cual se suma un lugar de espera agradable que consta de cafetería, tv digital y wifi.

La semejanza de este proyecto con el actual es que el mismo determinara el emprendimiento una idea de negocio que posea muchas facilidades para que el cliente se sienta agradable en las instalaciones, posee mucha relación con el nuestro, una de las diferencias es que se implementara sistema automatizado de lavado con otro tipo de tecnología los cuales, a diferencia del actual, se utilizarían maquinaria de bajo impacto acorde a la demanda inicial.

Según (Muñoz Cedeño & Muñoz Cedeño Priscila , 2013) indico en su propuesta de un proyecto de inversión para la implementación de una lavadora de autos con un sistema de reutilización de agua, universidad de Cuenca, facultad de ciencias económicas y administrativas cuyo proyecto busca brindar un servicio de alta calidad en un menor tiempo y contribuir a la sociedad con el ahorro del líquido vital.

Los resultados de las encuestas determinaron una aceptación del 81,20%, con una demanda anual de acuerdo a la capacidad instalada de 13.824 lavadas de vehículo, distribuidas de la siguiente manera: Lavado Ejecutivo 15,60% a un precio de \$ 6.00, Lavado Completo 64,10% a un precio de \$ 10,00 y Lavado Premium 20,30% a un precio de \$12,00, lo que generará un ingreso anual de \$ 135.226,37. La inversión inicial para la implementación de la propuesta será de \$149.878,59.

La semejanza de esta idea de negocio con el presente trabajo de investigación se basa en el emprendimiento que posee la misma, las cuales posee una característica similar basada en su funcionamiento inicial. La diferencia que se denota es que la misma es de carácter ecológico, las cuales posee un principio de reutilización de agua los cuales las mismas han empleado distintos mecanismos de investigación para determinar si es factible la reutilización y como se realizara la misma las cuales se han basado en el impacto que genera el desperdicio de estas aguas aplicadas en los vehículos y todo lo relacionado a los químicos que se relacionan, muchas ideas de negocio buscan que sus ideas sean amigables con el medio ambiente pero el proyecto actual no posee esas características de reutilización ya que la misma no se encuentra contemplado dentro de los planes de los autores no obstante se podría realizar algún tipo de alcance posterior dentro de las operación o los años en curso.

Según (Naranjo Clemente & Calero , 2012) indico en el proyecto de inversión para la implementación de una empresa de lavado de autos a domicilio para la ciudad de Guayaquil de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, facultad de economía y negocios cuyo proyecto aporta sobre el desarrollo de un plan de inversión en el que se deben de tener en cuenta las variables que se evaluarán por lo tanto se debe de analizar la implementación de la inversión estimando los costos, la evaluación de los beneficios para de esa manera poner en marcha el negocio.

Es por la misma razón que al surgir el plan de inversión de un servicio de auto lavado a domicilio cuenta con una perspectiva de la actualidad del país, es decir que se evaluara la economía en la cual nos encontramos desarrollándonos y así evaluar el porte de la misma, al implementar el plan de inversión se busca enfocarse en la satisfacción de la necesidad existente del mercado al cual posiblemente no haya sido cubierta, y lo cual se convertirá en una oportunidad a largo plazo, el futuro del presente proyecto busca la creación de una empresa de lavado de autos que brinde los servicios a domicilio utilizando tecnología de punta y que brinde a sus clientes un servicio personalizado.

La semejanza de este proyecto es que se caracteriza con el crear y emprender una idea de negocio en el área automotriz, la diferencia que se destaca es que la misma se realizara con un modelo de negocio a domicilio los cuales el proyecto actual no posee esa aplicación ya que las operaciones de la misma se realizarán dentro de unas instalaciones fijas las cuales en un local se realizaran el ofrecimiento de los servicios a los clientes que dispongan o deseen el servicio de lavado automotriz, no obstante se consideraría la opción de una implementación posterior como un producto adicional del cual provea un valor agregado dentro del proyecto.

Según (Cisneros Mendoza , 2010) indico en su proyecto de inversión para la creación de una empresa de servicio de lavado de autos ecológico para la ciudad de Guayaquil de la Universidad Ecotec, facultad de ciencias económicas y empresariales. cuyo proyecto está basado en un estudio de mercado, técnico y financiero para demostrar la factibilidad de crear una empresa que ofrece el servicio de lavado de auto ecológico, usando productos biodegradables, los cuales son amigables con el medio ambiente, y el poco uso del agua, el cual es un recurso no renovable. La empresa estaría ubicada en la cdla la garzota por su facilidad de acceder y por ser una zona bastante conocida.

El servicio se lo da directamente al cliente, aunque también de ser posible se podrían conseguir ventas por medio de otros agentes. Los proveedores de los productos biodegradables se encuentran en el exterior, para ser precisos en Estados Unidos, los productos están disponibles durante todo el año por lo cual no es un inconveniente para nosotros el quedarnos sin materiales de trabajo. La idea central de este proyecto, aparte de poder ayudar con la necesidad de los clientes de mantener sus autos limpios, ayuda con la necesidad que tiene en planeta en mantener un ambiente limpio de desechos y de conservar los recursos más importantes, como lo es el agua. Tratar de concientizar a las personas que debemos cuidar del mismo para tener una mejor calidad de vida y poco a poco ayudar a que las personas cambien su estilo de vida para algo mejor. La semejanza de este proyecto es que posee un camino de emprendimiento, de los cuales el mismo ha realizado sus distintos tipos de estudio que avalen la viabilidad del mismo, la diferencia que posee esta idea de negocio es que se ha basado en la reutilización del agua las cuales contribuye significativamente al impacto ambiental.

2.2. Variables conceptuales de la investigación

Variable Independiente: Prefactibilidad Financiera

La Prefactibilidad no tiene antecedentes de definiciones ya que la palabra existente es factibilidad de la cual significa que algo se puede llevar a cabo o concretarse. Por lo tanto, se determina que la prefactibilidad, se supone que es un análisis preliminar de una idea para ver si es viable para transformarla en un proyecto, el concepto suele aplicarse en el ámbito empresarial y comercial. Al emplearse un estudio de prefactibilidad, se suele recopilar todos los datos posibles para considerarlos, lo que le permite al estudio de prefactibilidad minimizar el riesgo, si se genera una alerta de que la idea no es factible puede descartarse sin generar mayores daños, ya que no se habrá concretado la inversión que se supone aplicar en el proyecto. Según (Mendoza Varela , 1986) aportó que la prefactibilidad es un estudio con detalles y análisis comparativos de ventajas y desventajas que tendría un proyecto, la necesidad de realizar un estudio de prefactibilidad es importantes, ya que consiste en una investigación breve sobre el marco que afecta el proyecto, así con de los aspectos legales, asimismo estudiar técnicas para producir bien el servicio o producto y las posibilidades de aplicarlos en el lugar, también la disponibilidad de insumos, que requiere el proyecto y un análisis de mercado que determine las aproximaciones de la aceptación del nuevo producto o servicio para los futuros consumidores o usuarios.

Por lo tanto, por lo antes expuesto por los autores se determina que la prefactibilidad, es un estudio preliminar de los factores que incidirán en el proyecto busca en primera instancia visualiza la cantidad de recursos que se emplearán para el mismo y lo viable que serán aquellos para con el proyecto.

Variable Dependiente: Lavadora Automotriz

La lavadora automotriz es uno de los lugares en donde se realiza tipos de lavados para todo tipo de vehículo dependiendo de cómo este conformada la empresa la misma que delimita que tipo de servicios desea de ofrecer. Los servicios de este tipo de negocios tienden a ser en una vez limitante ya que algunas solo se dedican al lavado de automóviles, mientras que por otra parte también se dedican a lavar vehículos de todo tipo de tamaño.

Al hablar de los servicios que ofrecen este tipo de negocios algunos ofrecen una variedad de aquellos, entre ellos esta integral ya que se dedican también a otros servicios que desean los vehículos entre ellos está el cambio de aceite, pulverizado etc. Actualmente se ofrece también en otros tipos de negocio el detailing que se trata de pulidas a todas las partes del vehículo es otro tipo de servicios que ofrecen para lograr posicionamiento en el mercado y de cierta manera convertirse en la primera opción de los clientes.

Es por ello que definimos a una lavadora automotriz como, una instalación dedicada a la limpieza de automóviles y motocicletas, en donde usan equipos de lavado especializados, y que también ofrecen este servicio periódicamente, mismo que tiene un valor monetario, este puede ser cancelado en efectivo o por tarjeta de crédito de los cuales también se puede acceder a promociones que contribuyen a la atracción de nuevos clientes potenciales que utilicen este tipo de servicios. Adicional estas lavadoras automotrices no solo se dedican al lavado en ciertos momentos dichas lavadoras les surge una transformación de la cual se convierten en centros automotrices, lubricentros o demás, la cual integran distintos servicios en un solo lugar.

2.3.Operacionalización de las variables

Tabla 2
Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN	INDICADORES	TÉCNICAS	ÍTEMS
Variable Independiente: Prefactibilidad Financiera	La prefactibilidad, se supone que es un análisis preliminar de una idea para ver si es viable para transformarla en un proyecto, el Concepto suele aplicarse en el ámbito empresarial y comercial. (Oliva, 2008)	<ul style="list-style-type: none"> ● Estimaciones de porcentaje de ventas del servicio en el año 2018. ● Medir el VAN, TIR y PRI del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrevista ● Encuesta 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- ¿Cómo se llama se empresa y a que se dedica? 2.- ¿En qué año fue fundada esta idea de negocio? 3.- ¿Esta idea de negocio se le ocurrió a usted solo o tiene algún socio? 4.- ¿Cómo fue el inicio de este negocio? 5.- ¿Qué productos emplea para realizar las operaciones de lavado? 6.- ¿Qué maquinarias o herramientas utiliza para realizar el lavado a los vehículos? 7.- ¿Qué tipos de vehículos recibe para ofrecerles el negocio? 8.- ¿Cómo se determinan los precios del servicio? por tamaño del vehículo o es el mismo para todos? 9.- ¿Piensa en ampliar los servicios que ofrece su lavadora automotriz? 10.- ¿Qué es lo que espera de este negocio en un futuro? <ol style="list-style-type: none"> 1.- Usted en la actualidad posee? 2.- ¿Acude usted algún centro de lavado automotriz? 3.- ¿Con que frecuencia acude usted a un centro de lavado automotriz? 4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de lavado básico (limpieza interior – exterior)? 5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un lavado completo (¿limpieza interior – exterior pulverizada inferior y motor)? 6.- ¿Cuánto tiempo debería de durar un lavado básico? 7.- ¿Cuánto tiempo debería de durar un lavado completo? 8.- ¿Cómo considera el servicio del actual centro lavado automotriz al que acude considere: (servicio? tiempo y calidad)? 9.- ¿Qué le llama la atención al momento de elegir un centro de lavado automotriz? 10.- ¿Qué actividad realiza mientras realizan el lavado de su vehículo?
Variable Dependiente: Lavadora Automotriz	Sitio donde se realiza lavado de vehículos empleando recursos humanos y materiales de los cuales se brinda estos servicios a valores referenciales a la aplicación. (Simón García, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> ● Los competidores ● La oferta y la demanda 	<ul style="list-style-type: none"> ● Análisis de Foda 	

2.4.Marco Conceptual

Administración. - Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el trabajo de los miembros de la organización y de usar los recursos disponibles de la organización para alcanzar las metas establecidas (Finch, 1996)

Agua. - El agua es el producto de la combinación de dos átomos el oxígeno y el hidrógeno y hasta el momento es el único elemento capaz de experimentar tres tipos de estado incompatibles: líquido (mares, océanos, lagos), gaseoso (en forma de vapor de agua en la atmósfera) y sólido (nieve, hielo). Pero bueno, en su formato más tradicional, es líquido, cuando está a temperatura ambiente, sus características son: inodora, insípida, líquida e incolora. (ABC, 2018)

Calidad. - Es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará. La calidad puede estar definida solamente en términos del agente”. (Deming, 1989)

Competitividad. - Es la capacidad que tiene para producir bienes con patrones de calidad específicos, utilizando más eficientemente sus recursos, en comparación con empresas semejantes en el resto del mundo durante un cierto periodo de tiempo. (Oster, 2000)

Coste de Oportunidad. - Proviene del área económica y que se utiliza en el mundo de las finanzas, de los negocios de micro y macroeconomías para hacer referencia a una medida no visible de inversión a partir de la cual se realizan estimaciones prácticas sobre el manejo del capital que una empresa o un negocio puede tener. (ABC, 2018)

Emprendimiento. - Iniciativa de un individuo - el emprendedor - que asume un riesgo económico o que invierte en recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado. También se dice que es, un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

Emprendedor. - Persona o pequeño equipo de personas- que conciben y ejecutan las actividades necesarias para convertir una idea de negocio o de innovación en una empresa en funcionamiento.

Financiación. - Consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes o servicios. Es habitual que la financiación se canalice mediante créditos o préstamos (quien recibe el dinero, debe devolverlo en el futuro). (Pérez, 2018)

Innovación. - Es la introducción de nuevos productos y servicios, nuevos procesos, nuevas fuentes de abastecimiento y cambios en la organización industrial, de manera continua, y orientados al cliente, consumidor o usuario. (Schumpeter, 2016)

Limpieza. - Es la acción y efecto de limpiar (quitar la suciedad, las imperfecciones o los defectos de algo, sacar las hojas secas o vainas de las hortalizas y legumbres, hacer que un lugar quede sin aquello que le es perjudicial). También se puede asociarse con la higiene (las técnicas que aplican las personas para limpiar su cuerpo y controlar los factores que pueden ejercer un efecto negativo sobre la salud) (Pérez P. , 2018)

Lavado. – El lavado es una acción que esta inmiscuido el efecto de lavar, pero se enfoca en el caso aplicable al proyecto que está constituido en una operación de limpieza interior y exterior de la carrocería.

Producto. - El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. (Bonta, 1999)

Servicio. - Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos, dichos servicios pueden ser de distinta índole entre ellas enfocadas a la electricidad, limpieza, mensajería, educación y demás. (Sandhusen, 2002).

2.5. Conclusión

El análisis de la prefactibilidad fue primero paso a abordar, para desarrollar el estudio deseado, realizando un estudio comparativo de ventajas y desventajas, gracias a esto se determinó los valores a futuro, dando así en cierta manera las variaciones, los niveles de crecimiento para el servicio ofertado. De esta forma se potenciarán los mercados futuros, junto con el número de clientes dentro de un tiempo establecido y, el comportamiento de la competencia, esto dará la apertura de como poder determinar cuáles serán los principales insumos, entre otros aspectos que se deben abordar de forma preliminar para el desarrollo del proyecto.

Llevando a cabo el análisis de los suministros más la evaluación del consumo de la materia prima, así mismo los suministros a utilizarse y servicio que se requieren en la ejecución de los procesos dentro de la producción. Es importante la determinación de las características, disponibilidad, requerimientos, costos, su localización y otros de los aspectos importantes para la inversión del proyecto, esto se ajusta con el volumen demandado del servicio, así como el grado de utilidad.

CAPÍTULO III

Marco Metodológico

3.1.1. Diseño de la investigación

En el presente proyecto tiene como componentes del diseño unos tipos de investigaciones que se han estudiado para aporte del proyecto entre ellas tenemos la investigación exploratoria la cual nos contribuirá con una visión general del tema La aplicación de la investigación explicativa que tiene como característica buscar la explicación de la hipótesis planteada de la cual nos contribuirá con una breve reseña con los datos obtenidos a lo largo de la aplicación, tenemos la investigación descriptiva que la misma posee una característica de descripción la cual busca encontrar el perfil de la problemática y describe a los sujetos implicado en el estudio la cual es importante su aportación y aplicación ya que nos permitirá conocer distintos aspectos de los individuos y del problema en general y como último tenemos la correlacional que la misma ayuda a relacionar las variables en qué manera son similares a la investigación actual la cual nos permite tener una comparativa de las mismas, a su vez nos ayuda a identificar de qué manera las variables como se comportan entre si visualizando su causa y efecto. El diseño de la investigación es lo más importante dentro del desarrollo de este y de cualquier otro tipo de proyecto ya que con este diseño se determinan todas las opciones que se tiene disponible para el desarrollo sobre todo el permitir mediante la aplicación de estas herramientas realizar un levantamiento de datos oportunos y relevantes, a adicional a ello empleado las herramientas para el levantamiento de dicha información posteriormente aplicarlas para su mejor interpretación las cuales mediante los mismos se logrará cumplir con la viabilidad y factibilidad del proyecto.

3.2. Tipos de investigación

Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria ofrece uno de los primeros acercamientos a la problemática que se pretende resolver, o que se pretenda estudiar o conocer los resultados, este tipo de investigación nos da un panorama generalizado muy amplio del tema. Se considera una de las investigaciones más importante porque se destaca por ser unas de las primeras que se aplica para una investigación ya que ofrece información inicial que posteriormente con dichos resultados se podrían someter a estudios más planteados y rigurosos para formular la hipótesis.

Según, (Arias, 1999), indicó, que la investigación exploratoria se efectúa con normalidad cuando existe un objetivo de investigación, que haya sido poco estudiado o de un tema en el cual se tiene ciertas dudas o simplemente no se ha investigado con anterioridad.

Para (Pico, 2012), definió a la investigación explicativa como una de las que se encarga de explicar el porqué de los hechos mediante el manifiesto de la causa y el efecto, en este sentido la investigación explicativa puede encargarse de las causas y a su vez de los efectos, mediante la resolución de la hipótesis de sus resultados y las conclusiones que la misma emita, y que es una constitución de profundo conocimiento. Por lo tanto, mediante la aportación de los autores y las definiciones antes planteadas se puede agregar que la investigación exploratoria consiste en proveer referencias más generalizadas de una investigación que se caracteriza por ser desconocida o no abordada antes, entre los propósitos que determina esta investigación es la de formularse una serie de preguntas, y que posteriormente recabar datos que de las cuales sustenten las interrogantes que se ha generado.

Investigación Explicativa

La investigación dentro de una definición en carácter generalizado dice que la misma ya no solo genera una descripción del problema observado si no que ya crea un acercamiento y busca de cierta manera explicar las causas que origina el problema. La investigación explicativa nos aporta la realidad o una explicación del porqué y para que el objeto de estudio, y de esa manera busca ampliar interrogantes como ¿Qué?, y ¿Cómo?, y mediante aquello busca establecer una infinidad de causas de los distintos tipos de estudio, fijando las conclusiones y explicaciones para establecer las teorías originadas conformándola o no desde cuando se creó la problemática.

Según, (Roberto, 2006) indicó que la la investigación explicativa se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y de qué manera se manifiesta y por qué se relaciona con las variables.

Para, (Pico, 2012), definió que la investigación explicativa, es una de las que se encarga de explicar el porqué de los hechos mediante el manifiesto de la causa y el efecto, en este sentido la investigación explicativa puede encargarse de las causas y a su vez de los efectos, mediante la resolución de la hipótesis de sus resultados y las conclusiones que la misma emita, y que es una constitución de profundo conocimiento.

Por lo tanto mediante el aporte de los autores y las definición planteada, se puede establecer que la investigación explicativa es aquella que se encarga de la búsqueda de información y de darle resolución a varias interrogantes entre ellas se encuentra el ¿Qué? y el ¿Cómo?, de las cuales se resuelven mediante el análisis de las causas y de los efectos de la problemática.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva es un método válido para la investigación de temas que se encuentran sujetos o específicos y como un antecedente previo a los estudios cuantitativos, aunque algunas preocupaciones razonables existen en relación a la validez estadística, siempre y cuando las limitaciones sean comprendidas por el investigador este tipo de estudios representa una herramienta científica invaluable, a pesar de ser característico por poseer resultados abiertos siempre están abiertos a cuestionamiento y a diferentes interpretaciones, no cabe duda de que esta investigación es la más utilizada para la realización de una investigación.

Para (Sabino, 1992), nos definió que la investigación descriptiva se emplea como una herramienta que se aplica en base a la realidad de hechos y sus características fundamental es la de proponer una interpretación correcta, la misma investigación tiene como preocupación primordial en descubrir las características fundamentales del conjunto homogéneos de fenómenos.

Por lo tanto, tomando en consideración todo lo aportado por una definición general y la de los autores, podemos decir que la investigación descriptiva se ha utiliza como su nombre lo indica para describir la realidad de la o las situaciones, sobre eventos, personas, grupos o comunidades que se están abordando o que se tiene como finalidad realizarle un análisis, en este tipo de investigación no va más allá del nivel descriptivo, ya que se concentra en plantear lo más relevante de un hecho o alguna situación correcta. Por lo tanto, la investigación descriptiva no solo tiene como objetivo o no tiene como consistencia la acumulación y procesamiento de datos, si no que trabaja en conjunto con el investigador.

Investigación Correlacional

La investigación de carácter Correlacional busca determinar de cierta manera la cantidad de variaciones en uno o varios factores si poseen alguna relación entre los factores existentes y la fuerza que emite esta variación, normalmente estos impactos se determinan mediante una estadística que mide la correlación, vale recalcar que estas variaciones no significan nada entre los valores ya que existen por alguna relación o casualidad pues las mismas se determinan mediante otros criterios.

Según (Hernández Sampieri, 1991), definió que la investigación correlacional, es un tipo de estudio que tiene como objetivo principal evaluar las relaciones que se tiene entre dos o más conceptos, categorías o simplemente de las variables desde un contexto particular.

Por lo tanto con lo antes portado por el autor se puede definir a la investigación correlacional como una comparativa, la misma se encarga de generar la igualdad o similitud que existe entre la investigación demás de la misma índole, entre ellas se citan una serie de ejemplo que se pueden destacar para la mayor comprensión, pero en si la investigación correlacional mide la relación que existe entre una o más variables que en este caso serán la idea de negocio versus las demás ideas de negocio de la misma índole.

Una ejemplificación puede ser de que existan una serie de ideas de negocios de igual características principales a la del objeto de estudio pero cada una de ellas posee características particular que la hacen que se destaquen entre las demás, esa es la finalidad de la correlación de determinar qué es lo que a hace distintas y que es lo que destaca en cada una de ellas.

3.3.Población

La población es un conjunto de seres vivos, de una especie que habita en un lugar determinado, se lo utiliza también para referirse a un conjunto de viviendas similar al termino localidad, en la estadística se utiliza a la población que se refiere a un grupo determinado de personas que serán seleccionadas como elección de una muestra de los cuales serán la representación significativa que posean una característica determinada y que serán sometidas a un análisis para probar una hipótesis o sobre todo resolver interrogantes.

Según (Tamayo, 2012), señaló que la población es una la totalidad de un fenómeno de estudio, los cuales incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno, y que debe someterse una cuantificación para un determinado estudio integrando un conjunto de N de personas y que participan de una determinada característica y se la denomina con nombre de población.

Para (Alvarado, 1994), nos definió que la población como un conjunto de personas u objetos de los cuales se desea conocer algo en una investigación, este universo tiende a estar compuesto de personas, animales, registros, nacimientos, y demás datos que serán empleados o proporcionados basaos en el objeto de estudio. Por lo tanto por lo expuesto por los distintos autores determinamos que la población es aquella que está compuesta por todos los implicados en el objeto de estudio que posteriormente se los selección que se los denominara muestra para ser estudiados y analizados, para lo cual con los datos proporcionados por el instituto nacional de estadísticas y censo (INEC, 2010), la aplicación del proyecto se realizara en la Ciudad de Guayaquil con una población de 2.350.915 de habitantes de los cuales 74.932 pertenecen a la Parroquia Pascuales.

Tabla 3

Universo

Universo de la investigación	
Habitantes de la parroquia Pascuales	74.932 habitantes

Nota. Tomado de: Instituto de estadísticas y censo (2015)

Los datos de los habitantes son de vital importancia para la aplicación de los distintos métodos de levantamiento de información, para lo cual se extrajo la información de la página oficial gubernamental.

Población Finita

La población finita es un grupo o conjunto de seres, que comparten atributos de similar característica, pero que a su vez constituyen una cantidad limitada de miembros o elementos, de las cuales permite su fácil identificación y contabilización. En base a las matemáticas se comenta que se determina una población finita a un conjunto de datos menor o igual a cien mil miembros, determinado así que no es una población infinita. Según (Kaplan, 2000), definió que una población finita como aquella en que sus integrantes son conocidos y pueden ser identificadas y listados por su investigador en toda su totalidad. Para (Ramírez, 1999), indicó que una población finita es aquella cuyos elementos de su totalidad son identificables por el investigador, por lo menos desde un punto de vista del conocimiento, que se tiene sobre la cantidad total que se considera.

Por lo tanto, basado en lo que comenta los autores podemos definir que la población finita es un grupo de personas de similares características que poseen una tendencia limitada y que puede ser cuantificable.

Población Infinita

La población infinita es cuando no se puede contabilizar todos sus elementos existentes ya que poseen un número ilimitado. Por lo tanto por lo antes expuesto por los autores podemos determinar que una población finita es aquella que el investigador conoce ya que se presume que tiene registros y demás que determinen una población exacta que será el objeto de estudio, por otra parte tenemos una población infinita que es aquella que no se puede contabilizar, se puede generar una infinidad de ejemplos para este tipo de población un ejemplo de ellos es la cuantificación de las estrellas se puede tener una estimación pero no un número exacto mientras que la población finita se puede determinar un valor exacto por ejemplos los habitantes de una parroquia o provincia ya que para determinar aquel número los entes gubernamentales emplean un censo para determinar el valor exacto de la población en aquel año o periodo.

3.4.Muestra

La muestra es un subconjunto de casos o individuos de una población determinada, en diversas ocasiones y aplicación se desea que la muestra sea representativa y para ello debe de seleccionarse una técnica de muestra adecuada, la cual produzca una muestra aleatoria adecuada, como la muestra es un subconjunto o subgrupo representativo de la población extraída o previamente seleccionada por algún método de muestreo Según (Hernández Sampieri R. F., 2010) indicó que la muestra es un subgrupo de la población, a su vez también es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características a la cual denominamos población. Por lo tanto, se menciona que la muestra es aquel grupo que deliberadamente se selecciona que parte de la muestra considerándose una subdivisión la misma

Tamaño de la Muestra

Determinar el tamaño de la muestra es uno de los pasos más importantes en la investigación de los cuales se debe de justificar convenientemente de acuerdo con el planteamiento de la problemática, el propósito de la investigación por lo tanto el tamaño de la muestra es un numero de sujetos que componen la muestra extraída de una población específica, necesariamente estos datos deben de ser representativos de la población. Los objetivos que más se destacan el por qué se determina un tamaño de la muestra son las siguientes:

- Estimar un parámetro para definir un nivel de confianza deseado
- Detectar alguna diferencia, si realmente existe entre grupos un nivel de garantía
- Reducir los costos, o a su vez aumentar la rapidez de estudio

Las fórmulas que se emplean para el cálculo de las muestras existen muchas de las cuales las que se asignan para cada proyecto se basan en la cantidad de datos y la adecuada para la aplicación de la investigación que permita cuantificar los sujetos que serán objetos de estudios y representaran el levantamiento de la información.

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

En dónde,

n = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de varianza poblacional (0.25)

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (0.05)

K = Coeficiente de corrección de error (2)

Cálculo de la muestra

$$N = \frac{0.25 \times 74.932}{(74.932 - 1) \times [(0,05)^2 / (2^2)] + 0,25}$$

$$N = \frac{18.733}{74.931 \times (0,0025/4) + 0,25}$$

$$N = \frac{18.733}{46,83 + 0,25}$$

$$N = \frac{18.733}{47,08}$$

$$N = 397,90$$

$$N = 398$$

Análisis del Cálculo de la Muestra

La muestra se calcula en base al tamaño de la población de los cuales era 74.932 habitantes de la parroquia Pascuales, para se aplica un error admisible de 0.05, de los cuales da como resultado final realizando la operación con un total de 398 sujetos de los cuales serán posteriormente estratificada, los mismo que estarán sujetos a la aplicación de los distintos instrumentos de investigación para la recopilación de información para posteriormente ser tabulada.

Muestreo Estratificado

Consiste en la división previa de la población de estudio, en grupos o clases que se suponen de manera homogénea respecto a las características que se estudiarán y que de cierta manera no se solapen, dependiendo la calidad de la muestra que se ha de elegir de cada uno de los estratos, para ello existen dos tipos de muestreo estratificado. Para la estratificación de la muestra basada en los 398 sujetos que serán sometidos a la investigación, se emplearán herramientas como la encuesta y la entrevista de las serán divididas en 38 personas propietarios(as) de negocios que tengan similitud al proyecto, 230 hombres de los cuales 100 posean vehículo liviano, 80 posean motos y 50 tricimotos, por otra parte se tendrá mujeres con una cantidad de 130 de las cuales 85 posean vehículo liviano, 30 que posean motos y 15 tricimotos, para ello se explica en porcentajes en la siguiente tabla.

Tabla 4.

Estratificación de la muestra

ESTRATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
PROPIETARIOS (38)	38	10%
HOMBRES (230)		
Vehículo Liviano	100	25%
Moto	80	20%
Tricimoto	50	13%
MUJERES (130)		
Vehículo Liviano	85	21%
Moto	30	8%
Tricimoto	15	3%
TOTAL	398	100%

La estratificación de la muestra permite tener un enfoque más claro de a quienes va dirigida las aplicaciones para el levantamiento de la información entre ellas la encuesta, la entrevista y demás que estén asociadas al desarrollo de la investigación.

3.5.Técnicas e instrumentos

Entrevista

La entrevista se define como una reunión que se ejecuta entre dos o más personas para tratar algunos temas que se estableció para la misma, también puede conocerse como una serie de preguntas que le realiza un periodista y se emite la respuesta mediante opciones de respuestas comentadas por el entrevistado.

En la entrevista tanto el entrevistador como el entrevistado son elementos primordiales de la misma, ya que se basa en una comunicación primaria que se atribuye en la construcción de una realidad específica, es un instrumento interesante para la precisión y medida de la interrelación humana.

Según (Sabino, 1992), aportó que la entrevista es una desde la perspectiva del método es una forma determinada de interrelación específica de carácter social que tiene como objetivo la recolección de datos e información para ser debidamente aplicadas en la investigación.

Para (Hernández Sampieri R. F., 2010), definió que las entrevistas son cuestionamientos semiestructuradas de las cuales se basan en una guía de asuntos o interrogantes y que el entrevistador tiene la libertad de introducir unas preguntas adicionales para la presión y obtención de información.

El investigador debe de formular preguntas de las cuales las personas sean capaces de aportar los datos solicitados de las cuales deben de ser debidamente desarrolladas para captar el interés del mismo y que se provea los datos e información que se requiere, posteriormente se establecerá un dialogo donde las partes buscan el mismo propósito buscar información.

Encuesta

La encuesta se define como una serie de interrogantes que se les efectúa a muchas personas, y que se aplica para la recolección de datos y detectar la opinión publica personas diversos temas, dichas encuestas tienen una serie de aplicaciones y de propósitos que se pueden llevar a cabo de muchas maneras, dependiendo la metodología elegida.

Según (Grasso, 2006) aportó que la encuesta es un procedimiento que se permite explorar cuestiones que los cuales se le realiza a la subjetividad y al mismo tiempo recabar dicha información de un número de personas consideradas, en una ejemplificación nos indica que permite también explorar la opinión pública y os valores vigentes de una sociedad, de temas de relevancia científica y de las sociedades democráticamente confirmadas.

Para (Gómez-Tello, 2006), definió que la encuesta proporciona una subsección para la aplicación de los sujetos de estudio nos agrega de las cuales emplean dos tipos de preguntas abiertas y cerradas, las preguntas cerradas deben de tener respuestas fijas, de las cuales son debidamente limitadas, este tipo debe de estar debidamente codificadas para que los sujetos en cuestión respondan. Por lo tanto, los autores determinan la definición de que la encuesta es una serie de interrogantes que tienen como propósito la recolección de datos, de los cuales tienen como característica respuestas delimitadas en otras palabras que tiene respuestas ya previamente diseñadas, por otra parte, la encuesta tiene como propósito la recolección de datos de las cuales posteriormente son recopiladas para tabularlas y luego obtener los datos para el análisis.

F.O.D.A

La sigla FODA es un acróstico que nos señala las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del objeto al cual se quiera evaluar o conocer mediante esta herramienta, la matriz FODA es una herramienta de análisis, la cual puede ser aplicada en distintas situaciones, del individuo, producto o empresa, que esté actuando como objeto de estudio en algún momento determinado.

Según (Ayora Camacho, 2015), nos definió que el FODA es un cuadro que nos permite conocer el estado inicial o actual de una empresa permitiendo que de esa manera obtener un diagnóstico de precisión que permita en función a ello tomar las decisiones correctas. Por lo tanto en base a lo que destaca las definiciones lo aportado por el autor determinamos que el FODA es un cuadro de análisis, una herramienta que permite conocer el estado en el que se encuentra ya sea un producto, servicio, empresa u organización para que mediante la evaluación empleada mediante esta herramienta, conocer los datos, someterlos a un análisis y de esa manera se permita tomar las decisiones más acertadas y oportunas que permita que el proyecto se encamine por un camino factible y que una vez conocidos todos los lineamientos que busca el FODA poder ir dando resolución a cada uno de los puntos. Adicionalmente destaca las definiciones que las siglas son un acróstico que significa Fortaleza, de las cuales se determinan evaluando las capacidades especiales que cuenta la empresa, las Oportunidades son aquellos factores positivos explotables que están en el entorno de la empresa, las Debilidades es aquel carecimiento de habilidades que no se posee, y las Amenazas, son situaciones que provienen del entorno, estos lineamientos también se dividen en dos, para la mejor comprensión se dice que los factores internos son las Fortalezas y las Debilidades.

3.6.Procedimiento de la investigación

La investigación se desarrolla en base de la aplicación de los elementos como lo son las encuestas la entrevista de la cual se la realizara mediante una consulta basado en preguntas estructuradas para el levantamiento de información, las mismas que se le aplicaran a 10 dueños de negocios, los cuales se conocerá las perspectivas del negocio, y de las cuales nos proporcionaran información relevante que soportara la investigación ya que de esa manera conoceremos ese mercado con información de primera mano como lo son dueños de los negocios que ya funcionan bajo esta modalidad en la parroquia Pascuales.

La encuesta se realizará basada en el tamaño muestral que se obtuvo a partir del conocimiento que la cantidad de pobladores de la parroquia Pascuales son 74.932 habitantes de los cuales se sometió a una fórmula para determinar la muestra, y arrojó 398 encuestas de las cuales serán proporcionalmente aplicadas en base a la estratificación planteada. Dicha información será relevante y de soporte para la investigación que posteriormente será sometida a una evaluación y análisis de los resultados para la correcta toma de decisiones y correcto desarrollo del proyecto.

La herramienta del FODA se la realizara para una evaluación previa del proyecto de las cuales se conocerán con mayor relevancia las fortalezas oportunidades debilidades y amenazas que posee el proyecto de esa manera se hará un triángulo de información en las cuales las tres herramientas para la recopilación de datos Los datos soportaran debidamente la investigación y desarrollo del proyecto, de esa esa manera se tendrá una variedad de perspectivas, opiniones y distintas bases informativas para que de esa manera se diseñe de mejor manera el curso de la investigación.

3.7.Conclusión

En este capítulo se denota el diseño de la investigación, la cual se considera la explicativa, debido a las características de esta, para lograr la obtención de información a lo largo de la aplicación. El beneficio es que la información recabada, sirve para aplicarla y así lograr cumplir la viabilidad del proyecto.

La población como tal se considera los datos que son proporcionados por la INEC, ya que el proyecto se realiza en la Ciudad de Guayaquil con una población de 2.350.915 de habitantes de los cuales 74.932 pertenecen a la Parroquia Pascuales, dando así la definición del tamaño del universo a la cual va dirigido el proyecto, La muestra se calcula basado en los habitantes de la parroquia Pascuales, para ello se empleó un error admisible de 0.05, para lo cual da como resultado final un total de 156 sujetos, los cuales estamos considerando que si tienen vehículos.

El análisis FODA, contribuye en adaptarse a las fortalezas que tienen el entorno donde se desarrolla el proyecto, e impulsar más estas fortalezas dentro del desarrollo del proyecto, para ganar una ventaja competitiva. Si bien es cierto la oportunidad esta, ya que es fácil de entrar al mercado, pero lo imperativo es mantenerse dentro del este, haciendo que el local sea realmente acogedor para los clientes. La debilidad puede darse debido al escepticismo de los clientes que prefieren lo ya conocido, es aquí donde se da el beneficio a los clientes regulares bajo el plan llevar clientes como referidos. La amenaza será contrarrestada con un circuito de cámaras de vigilancia, permita la persuasión ante posibles robos.

CAPÍTULO IV

Formulación del Proyecto

4.1. Análisis e interpretación del proyecto

El siguiente proyecto se basa en la creación de una lavadora automotriz en la parroquia Pascuales en la ciudad de Guayaquil, para ello se considera para el análisis y la interpretación del proyecto el objetivo general y los objetivos específicos del mismo a su vez su medio por el cual se realizará la respectiva verificación del cumplimiento de los mismo del cual se detalla a continuación:

Tabla 5.

Análisis y comprobación de los objetivos

	OBJETIVOS	COMPROBACIÓN
GENERAL	Determinar la prefactibilidad financiera, en la parroquia Pascuales, para la creación de una lavadora automotriz en beneficio de los clientes internos y externos.	La medida de comprobación para determinar la prefactibilidad del proyecto se realizará mediante la aplicación de estudios de carácter técnico y metodológico para el levantamiento de información y su respectiva interpretación.
ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none">● Evaluar mediante los resultados la ubicación geográfica para alcanzar una ventaja competitiva.● Proponer un plan financiero al problema planteado considerando la oferta y la demanda de la población en la parroquia Pascuales.● Establecer una empresa lavadora automotriz capaz de solventar las necesidades del cliente potencial	<ul style="list-style-type: none">● Se evaluará mediante el estudio técnico la macro localización y la micro localización del proyecto y su viabilidad en el mismo.● Se analizará la oferta y la demanda y su inferencia entre sí para conocer el estado actual de la población y los diversos negocios con similitud al proyecto.● Mediante la recopilación de los datos y el análisis de los resultados se establecería la creación de una empresa y todos los componentes que tendría para su correcta conformación.

La tabla de análisis y comprobación de los objetivos es una herramienta que permite conocer las maneras en que se comprobara que los objetivos se cumplan a fin de que contribuya a la investigación y viabilidad del proyecto.

4.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado tendrá como objetivo el conocer el estado actual del mercado que permita la ejecución del proyecto de creación de una lavadora automotriz en la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil. Mediante este estudio se conocerá la oferta existente en la localización en donde se propone el desarrollo del proyecto a su vez se considera el conocimiento de la demanda y su perspectiva frente a estas ideas de negocio. Para lo cual mediante el estudio de mercado se conoce en primera instancia la oferta existente, lo cual se basa en conocer toda idea de negocio que se encuentre en operaciones dentro de la localización en donde se pondrá en marcha el proyecto, entre los datos que se investigaran estará la población que ellos cubren, sus productos y el precio de sus servicios. Por otra parte, se investiga mediante el estudio de mercado la demanda, de los cuales está relacionado a todos aquellos pobladores que hacen uso de este servicio, mediante una serie de herramienta de recopilación de datos se realizara un levantamiento de información para conocer a ciencia cierta toda aquella perspectiva que poseen como clientes que de las cuales posteriormente serán debidamente tabuladas para su análisis e interpretación y emisión de los respectivos resultados. Con todo lo expuesto anteriormente y la interpretación de la información se determinara cual sería la población que se atenderá con el proyecto para de esta manera establecer todo lo necesario para aplicación del proyecto a los mismos, entre ellos la determinación de los precios, la maquinaria los insumos y demás, todo aquello que esté relacionado a la conformación del servicio que se brindara para de esta manera tener una operación más clara y se lleve a cabo la ejecución del proyecto denominado creación de una lavadora automotriz en la parroquia Pascuales.

4.2.1. Análisis y proyección de la demanda

La Demanda

La demanda se establece mediante la determinación de la población de las personas que residen de la en la parroquia Pascuales de los cuales está conformada por 74.932 habitantes, a su vez se adiciono para ampliación de la demanda del proyecto a la población de sectores cercanos entre ellos pobladores del sector de Daule con un numero de 85.418 habitantes, se determinó anexar a esta cantidad de pobladores por las urbanizaciones instaladas en aquel sector.

Proyección de la demanda

Tabla 6

Proyección de la demanda

DEMANDA	PORCENTAJE	CIFRAS
Población de referencia		74.932,00
Población de sectores cercanos		85.418,00
TOTAL, DEMANDA		160.350,00
Población que no va requerir el producto	35%	56.122,50
Personas sin capacidad de pago	15%	24.052,50
DEMANDA POTENCIAL		80.175,00
Población niños (as) y adultos mayores	25%	20.043,75
DEMANDA REAL		60.131,25

Análisis de la demanda

Mediante el análisis se determina que la población en la cual se ejecutara el proyecto está conformada por la población la parroquia Pascuales que está compuesta por 74.932 habitantes mientras que la población de sectores aledaños tiene una población de 85.418 habitantes para lo cual dio un total de 160.350 habitantes, para la discriminación de los datos se consideró personas que no tengan capacidad de pago por sus recursos y niñas (os) y personas de tercera edad.

4.2.2. Análisis y proyección de la oferta

La Oferta

La oferta está compuesta por los aquellos negocios que están en el sector de las cuales ofrecen servicios relacionados al del proyecto, para efecto del mismo en la determinación de la oferta se considera a estos negocios para conocer qué cantidad de población atienden los mismos, uno de ellos está ubicado a las afueras de la parroquia Pascuales, la otra está ubicada dentro y se consideró también otras lavadoras que ofrecen servicios de lavado automotriz pero que son negocios informales que están ubicados en distintos sectores de la parroquia.

Determinación de la oferta

Tabla 7

Determinación de la oferta

OFERTA	PORCENTAJE	CIFRAS
Lubricadora Cabrera	12%	19.242,00
Lubricadora Los Ñañitos	8%	12.828,00
Otras lavadoras de autos	1%	1.603,50
POBLACION ATENDIDA POR COMPETENCIA	21%	33.673,50

La determinación de la de la oferta permite conocer la oferta existente en el sector de la cual se permitirá conocer la población que está siendo atendida por negocios ya conformados en el sector.

Análisis de la oferta

El análisis de la oferta dio como resultado que en un 12% la Lubricadora Cabrera atiende a un total de 19.242 habitantes, mientras que la Lubricadora Los Ñañitos atiende en un 8% a un total de 12.828 habitantes y otras lavadoras de autos atienden en 1% con un total de 1.603 habitantes dando como resultado una población que es atendida por la competencia en un 44% dando como resultado un total de 33.673,50 habitantes.

4.2.3. Demanda Insatisfecha

El análisis de la oferta – demanda se la realiza mediante la exposición de los siguientes datos.

Tabla 8

Demanda Insatisfecha

DEMANDA - OFERTA	CIFRAS
Población demanda real	60.131,25
Población atendida por competencia	33.673,50
POBLACION DE DEMANDA INSATISFECHA	26.457,75

El análisis de la demanda – oferta permite conocer la demanda insatisfecha de las cuales serán los posibles clientes que podrán ser captados por el proyecto.

4.2.4. El Producto

El servicio que se dispone a ofrecer la lavadora automotriz es de servicios de lavado a vehículos livianos y motos, adicional se aplicara también para tricimotos de las cuales es un medio de transporte local de la parroquia Pascuales en donde se llevara a cabo el proyecto. El servicio tiene tres tipos de aplicaciones iniciales entre ellas está la aplicación externa, de la cual consiste en un lavado netamente de la parte externa del vehículo, esta aplicación se da cuando los vehículos no requieren ningún tipo de limpieza interna, o a su vez aplica para motos y tricimotos.

El servicio normal, consiste en el lavado externo e interno del vehículo de la cual se procede en el lavado exterior del vehículo, limpieza interna, aplicación de brillo para tablero si lo requiere el cliente, el secado total y colocación de brillo de llantas, esta aplicación se da con material de mediana calidad, por su precio y aplicación.

El servicio súper consiste en el mismo procedimiento antes mencionado al normal solo se adiciona una pulverizada de motor y los insumos son de alta calidad.

4.2.5. El Precio

El precio inicial del servicio se ha determinado mediante una investigación de los precios que fluctúa en el mercado, a su vez se ha brindado diversidad en los servicios para generar una variedad de posibilidades para el cliente, a su vez se ha dispuesto que se ha propuestos los precios mencionados a continuación para generar competitividad y aceptación rápida del cliente con el proyecto.

Los precios de los servicios se muestran a continuación:

Tabla 9

Determinación del precio

SERVICIO	PRECIO AL PUBLICO
Básico	\$12.00
Gold	\$14.00
Premium	\$18.00

La determinación de los precios permite conocer que valores se podrán fijar para la oferta de los servicios a su vez permite como dato inicial para las proyecciones financieras.

4.2.6. La Distribución

La distribución del servicio de lavado automotriz se realizará de manera directa ya que no requiere de ningún intermediario, por lo tanto, para que el cliente desee acceder al servicio de lavado, solo debe de acudir a las instalaciones para hacer la adquisición del mismo, de las cuales deberá decidir entre los servicios que se ofrece.

Por otra parte, no se descarta la posibilidad de determinar servicios a domicilio para ello se necesita poner en marcha el proyecto para determinar si es factible este tipo de servicios puerta a puerta y de esta manera se podrá considera una variación en la distribución del servicio.

4.2.7. Estrategias de mercado

Promoción y comunicación

La promoción de este servicio nuevo necesariamente requiere casi de forma imprescindible de una promoción estratégica para dar a conocer a la población del sector de Pascuales el servicio que se ofrece. Sin embargo, debido a los altos costos en los que se incurriría, se ha decidido realizar la promoción por los siguientes medios de comunicación.

- Revistas, porque por medio de ellas se explica al cliente de los beneficios de un servicio automotriz.
- Celebrar diferentes eventos que se desarrollen en el sector para dar a conocer como es la empresa, a que se dedica, los integrantes y el servicio que ofrece.
- Facilidades de pago: efectivo o tarjeta de crédito.
- Un lavado gratis cuando el cliente haya juntado cierto número de tickets de lavado.
- Especialidades publicitarias con el logo de la empresa, ayudando a hacer publicidad, tales como: bolsa para compras, gorras, tazas, llaveros, calendarios, vallas publicitarias etc.

4.2.8. Levantamiento de información

El levantamiento de la información se la realizara mediante la aplicación de herramientas que tengan este fin, de las cuales se la aplicara a una población de 398 habitantes que se determinó mediante la aplicación de un cálculo de la muestra, cabe recalcar que se aplicaran las herramientas para el levantamiento de la información ya antes mencionada entre ellas la entrevista y la encuesta.

La Encuesta

La encuesta tiene una cantidad de 10 preguntas que busca levantar la perspectiva de la población de todo lo relacionado a los servicios de lavado automotriz dentro de la parroquia Pascuales y de los sectores que se consideró adicional.

La Entrevista

La entrevista tiene una cantidad de 10 preguntas de las cuales será aplicada a 2 dueños de negocios que tenga gran similitud a la del proyecto y que busca conocer el punto de vista de aquel emprendedor y que de cierta manera nos brindará un indicio de aplicación de ciertas estrategias para el proyecto.

4.2.9. Análisis e interpretación de los resultados

El análisis y la interpretación de los resultados buscar realizar la respectiva tabulación mediante datos estadísticos toda la información que se obtuvo de la aplicación de las encuestas en gráficos, tablas y análisis posterior de los resultados.

Para el análisis de las entrevistas se realizará mediante la interpretación de las respuestas que se han dado a lo largo de la misma, y que se colocara la respuesta que brindo cada uno de los entrevistados y posteriormente se realizara un análisis final de todo lo recopilado.

El análisis nos permitirá tener mediante cifras todas las respuestas de esta manera nos contribuirá con la continuación del desarrollo del proyecto y que permitirá conocer el mercado desde la visión del cliente y del ofertante para diseñar un servicio que se distinga entre la oferta y que sea de agrado para la población.

Datos Preliminares

La encuesta se aplicó en 398 habitantes de la parroquia Pascuales y sus zonas aledañas antes mencionadas de las cuales la aplicación se dio tanto para el género masculino y femenino de manera aleatoria de las cuales se pudo dar resultados representados y analizados en la tabla y grafico detallada más adelantes.

Tabla 10
Género de la encuesta

GENERO	CANTIDAD	%
MASCULINO	272	68%
FEMENINO	126	32%
TOTAL	398	100%

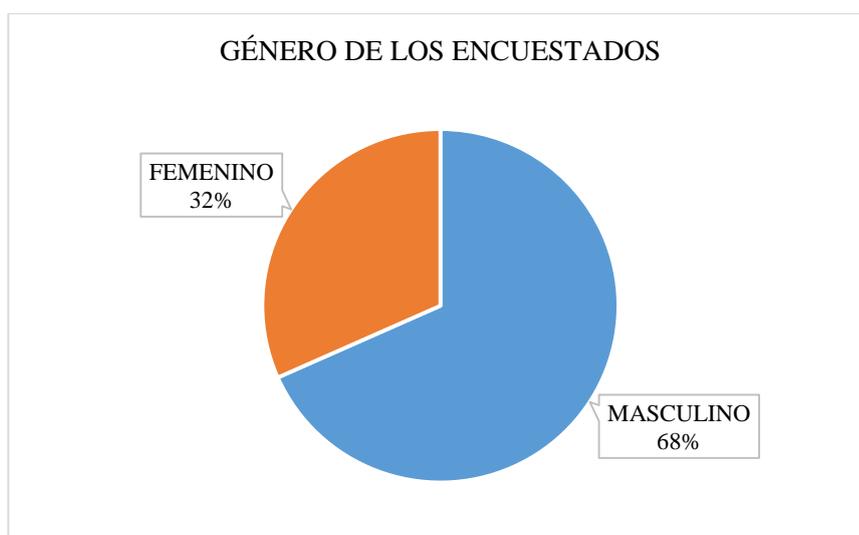


Figura 1 Género de los encuestados

Mediante el análisis se puede concluir que los datos preliminares el género de los encuestados dan como resultado que en un 68% son masculinos y en un 32% da como resultado femenino, por lo tanto, se da como resultado que la mayor fuente de encuestados es de género masculino colocándose con un 68% dando un total de 272 habitantes.

Tabla 11
Edad de los encuestados

EDAD	CANTIDAD	%
18 - 25 AÑOS	83	21%
26 - 33 AÑOS	127	32%
34 - 41 AÑOS	138	35%
42 + AÑOS	50	13%
TOTAL	398	100%

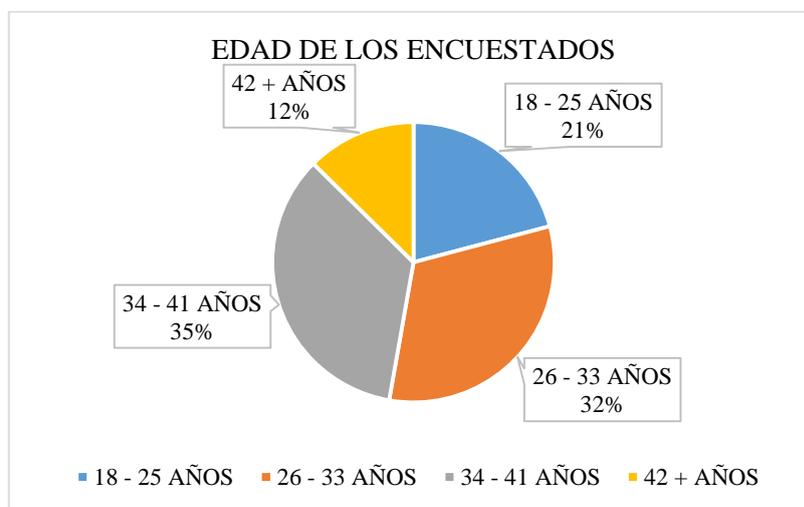


Figura 2 Edad de los encuestados

Mediante el análisis de los datos se determinó que en un 21% se obtiene personas de entre 18 y 25 años, en un 32% personas de 26 a 33 años, en un 35% personas de entre 34 y 41 años y en un 12% personas de entre 42 años en adelante. Por lo tanto, se concluye que un 35% de los encuestados están entre el rango de 34 a 41 años de edad con un total de 138 habitantes de la población encuestada.

Mediante los datos preliminares se dispone de información inicial el cual permite conocer la cantidad de personas en género masculino y femenino y la edad de esa manera se podrá conocer de primera mano una característica adicional e importante de los encuestados, ya que mediante esta información se podrá mejorar la solución a la problemática ajustándola a estos resultados.

1.- ¿Usted en la actualidad que tipo de vehículos posee?

Tabla 12
Tipo de vehículo

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
AUTO	215	54%
MOTO	90	23%
TRICIMOTO	93	23%
TOTAL	398	100%

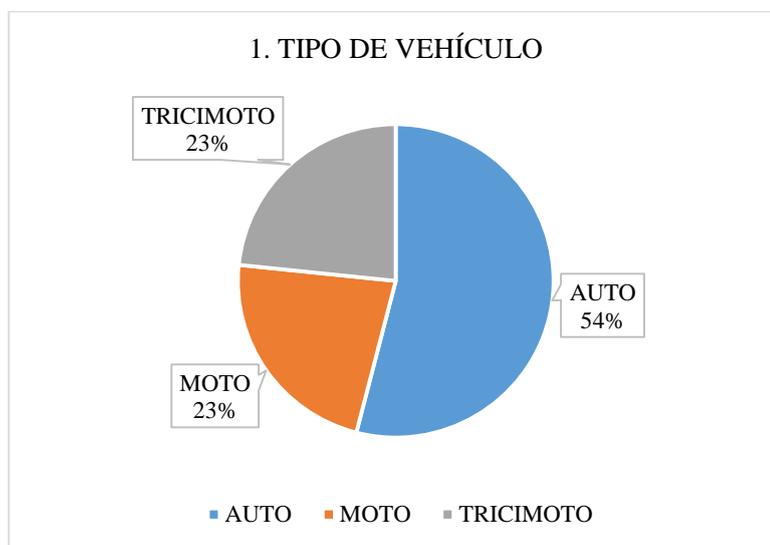


Figura 3 Tipo de vehículo

Mediante el análisis de los datos se determina que en un 54% las personas encuestadas poseen auto, mientras que un 23% poseen moto y un 23% poseen moto, por lo tanto, se determina que la mayor cantidad de encuestados poseen vehículo con una cantidad de 54% que representa a 215 encuestados.

2.- ¿Acude usted algún centro de lavado automotriz?

Tabla 13

Acude a un centro de lavado automotriz

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	324	81%
NO	74	19%
TOTAL	398	100%

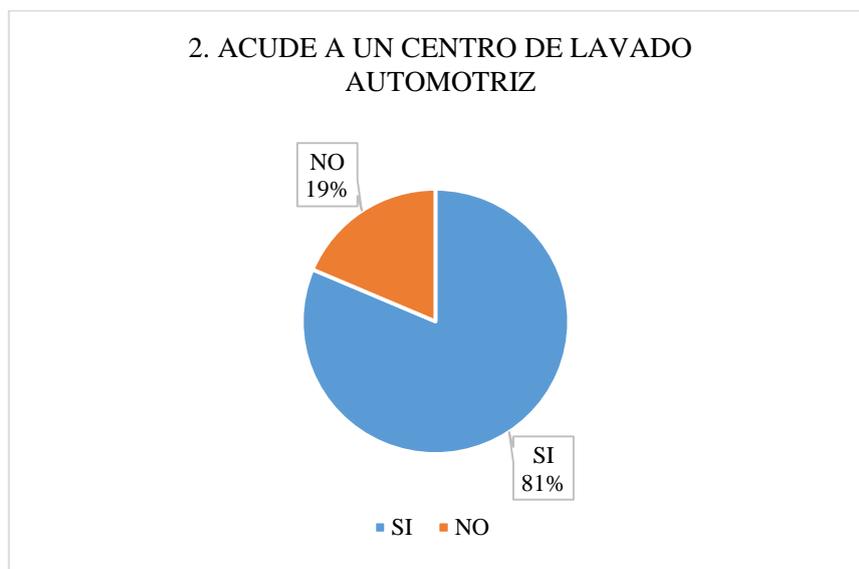


Figura 4 Acude a un centro de lavado automotriz

Mediante el análisis de los datos se determina lo siguiente: en un 81% los encuestados acuden a un centro de lavado automotriz y un 19% no acude, por lo tanto, se concluye que un 81% que equivale a 324 encuestados acude a un centro de lavado automotriz.

3.- ¿Con que frecuencia acude usted a un centro de lavado automotriz?

Tabla 14

Frecuencia del lavado automotriz

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
DIARIO	62	19%
CADA 2 DIAS	100	31%
SEMANAL	154	48%
MENSUAL	8	2%
TOTAL	324	100%

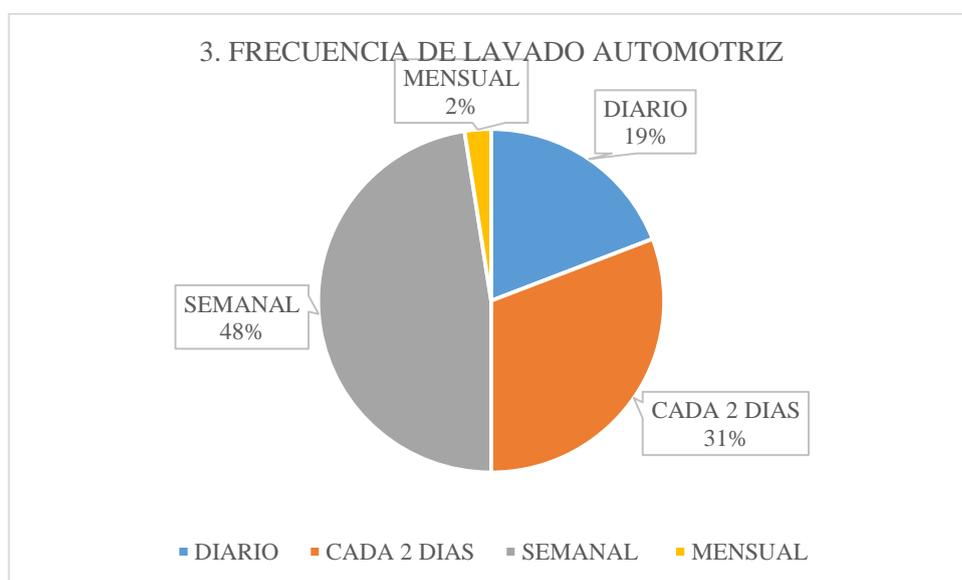


Figura 5 Frecuencia del lavado automotriz

Mediante el análisis de los datos se determina lo siguiente: en un 39% de los encuestados indica que es semanal, mientras que un 32% cada dos días, un 27% diario y un 2% mensual, por lo tanto, un 39% de los encuestados, una cantidad de 154 habitantes indica que realiza lavado automotriz de manera semanal.

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de lavado básico (limpieza interior – exterior)?

Tabla 15
Pago por un servicio básico

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
ONCE DOLARES	198	50%
NUEVE DOLARES	92	23%
OCHO DOLARES	60	15%
DIEZ DOLARES	48	12%
TOTAL	398	100%

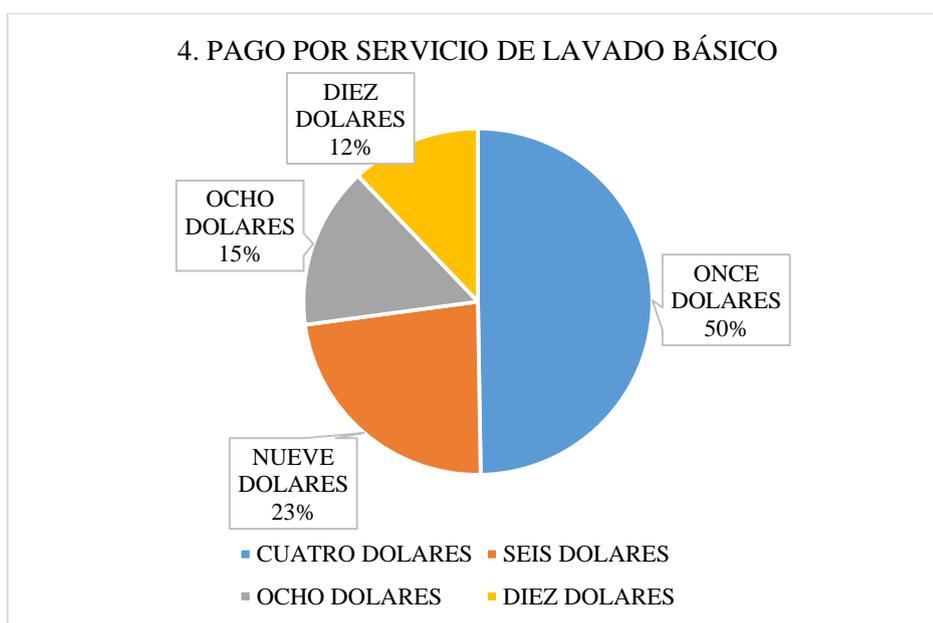


Figura 6 Pago por un servicio básico

Mediante el análisis se determinó que un 50% estaría dispuesto a pagar \$11,00, un 23% pagaría \$9,00, un 15% pagaría \$8,00 y un 12% pagaría \$10,00, por lo tanto, un 50% pagaría \$4,00 equivalente a una cantidad de 198 habitantes.

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un lavado completo (¿limpieza interior – exterior pulverizada inferior y motor?)

Tabla 16
Pago por un servicio de lavado completo

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUEVE DOLARES	88	22%
DOCE DOLARES	146	37%
DIEZ DOLARES	89	22%
QUINCE DOLARES	75	19%
TOTAL	398	100%

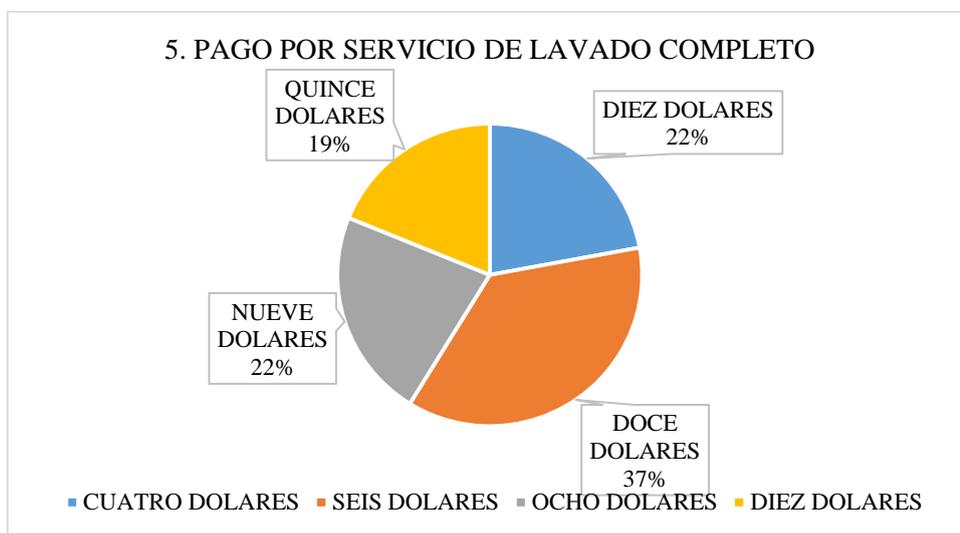


Figura 7 Pago por un servicio de lavado completo

Mediante el análisis se determinó que un 37% estaría dispuesto a pagar \$6,00, un 22% pagaría \$4,00, un 22% pagaría \$4,00 y un 19% pagaría \$10,00, por lo tanto, un 37% pagaría \$6,00 equivalente a una cantidad de 146 habitantes.

6.- ¿Cuánto tiempo debería de durar un lavado básico?

Tabla 17
Tiempo de lavado básico

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
30 min.	145	36%
45 min.	130	33%
60 min.	123	31%
TOTAL	398	100%

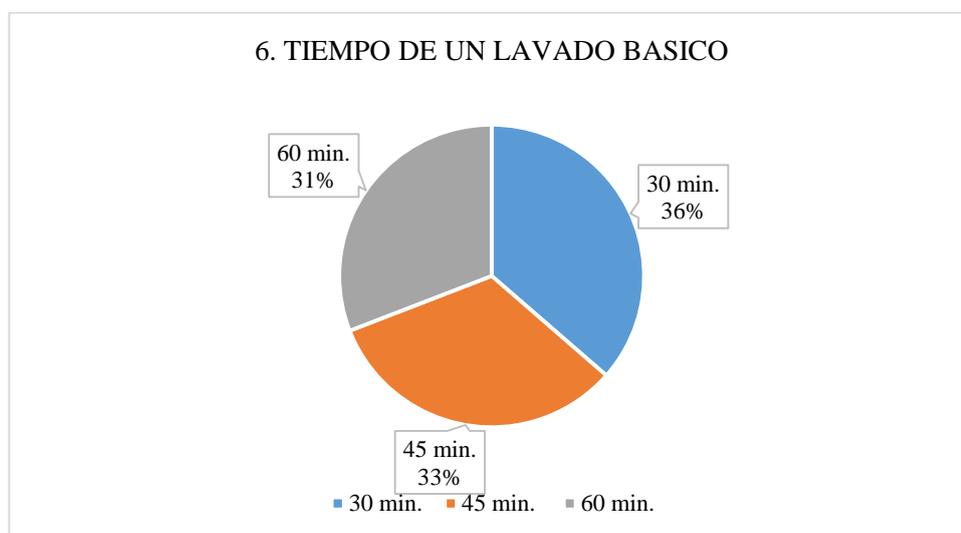


Figura 8 Tiempo de lavado básico

Mediante el análisis se concluye que, un 36% indica que debería de durar 30 minutos, un 33% indica 45 minutos y un 31% indica que debería de durar 60 minutos, por lo tanto, se determina que debería que la población indica con un 36% que debería de durar 30 minutos con una cantidad de 145 habitantes.

7.- ¿Cuánto tiempo debería de durar un lavado completo?

Tabla 18
Tiempo de lavado completo

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
45 min.	162	41%
60 min.	124	31%
80 min.	112	28%
TOTAL	398	100%

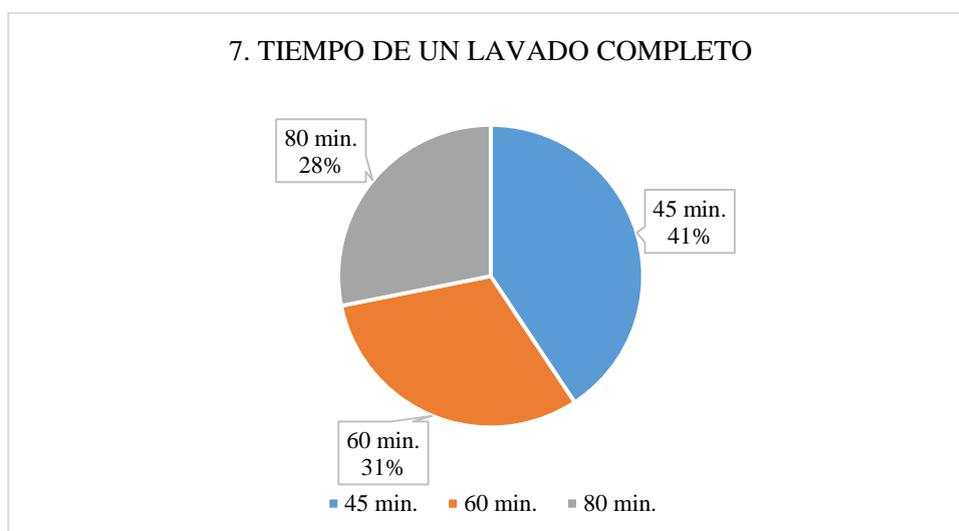


Figura 8 Tiempo de lavado completo

Mediante el análisis se concluye que, un 41% indica que debería de durar 45 minutos, un 31% indica 60 minutos y un 28% indica que debería de durar 80 minutos, por lo tanto, se determina que debería que la población indica con un 41% que debería de durar 45 minutos con una cantidad de 162 habitantes.

8.- ¿Cómo considera el servicio del actual centro lavado automotriz al que acude considere: (servicio, tiempo y calidad)?

Tabla 19

Servicio actual de un centro de lavado automotriz

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Malo	32	8%
Regular	124	31%
Bueno	104	26%
Muy Bueno	68	17%
Excelente	70	18%
TOTAL	398	100%

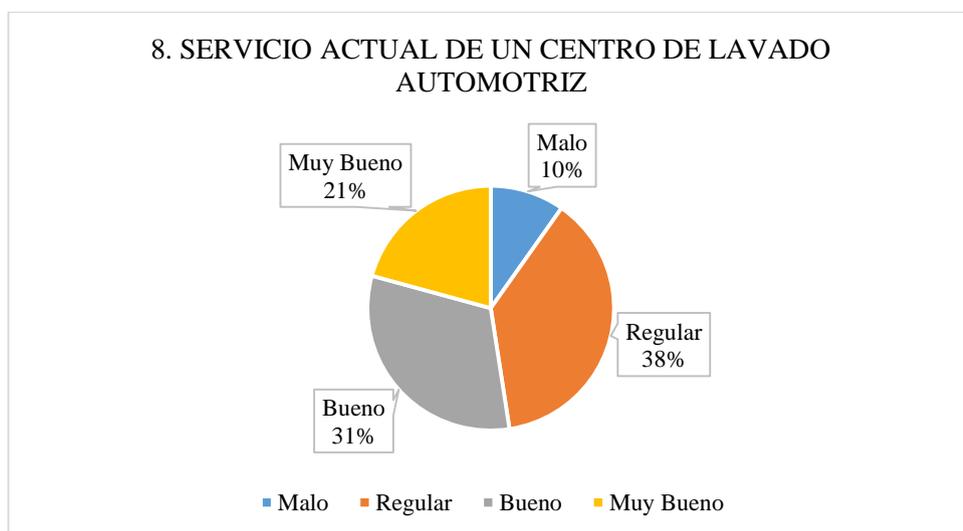


Figura 10 Servicio actual de un centro de lavado automotriz

Por medio del análisis se concluye lo siguiente, que en un 38% la población indica que regular, un 31% indica que bueno, un 21% indica que muy bueno y un 10% indica que malo, por lo tanto, se concluye que un 38% indica que el servicio es regular con un total de 124 habitantes.

9.- ¿Qué le llama la atención al momento de elegir un centro de lavado automotriz?

Tabla 20
Elección de un centro de lavado automotriz

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Servicio	167	42%
Precio	123	31%
Promociones	108	27%
TOTAL	398	100%

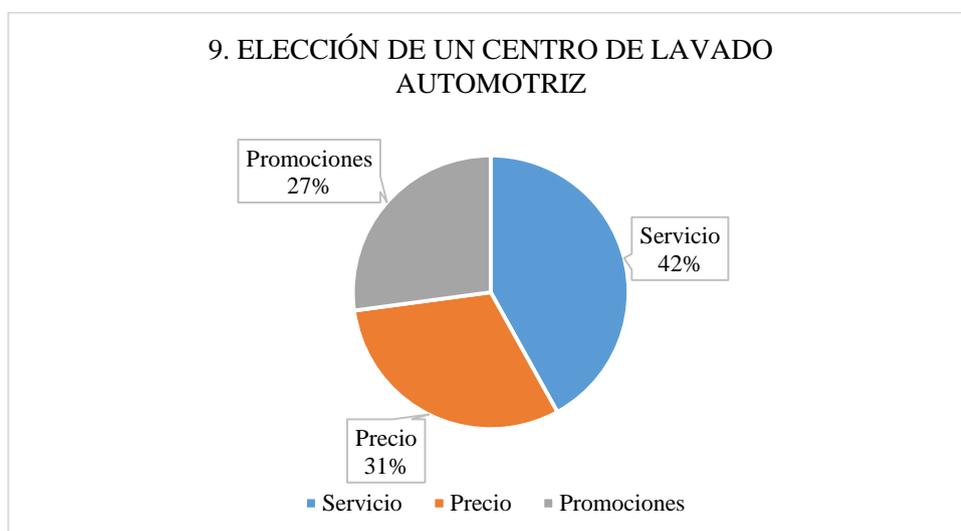


Figura 11 Elección de un centro de lavado automotriz

Mediante el análisis se concluye que un 42% de la población encuestada indica que su elección se debe al servicio, un 31% indica el precio y un 27% indica las promociones, por lo que se determina que un 42% indica que para elegir un centro de lavado automotriz le interesa el servicio con un total de 167 habitantes.

10.- ¿Qué actividad realiza mientras realizan el lavado de su vehículo?

Tabla 21
Actividad en la espera del lavado automotriz

DATOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
Observo TV	119	30%
Reviso mi móvil	124	31%
Leo el diario	55	14%
Observo mi vehículo	100	25%
TOTAL	398	100%

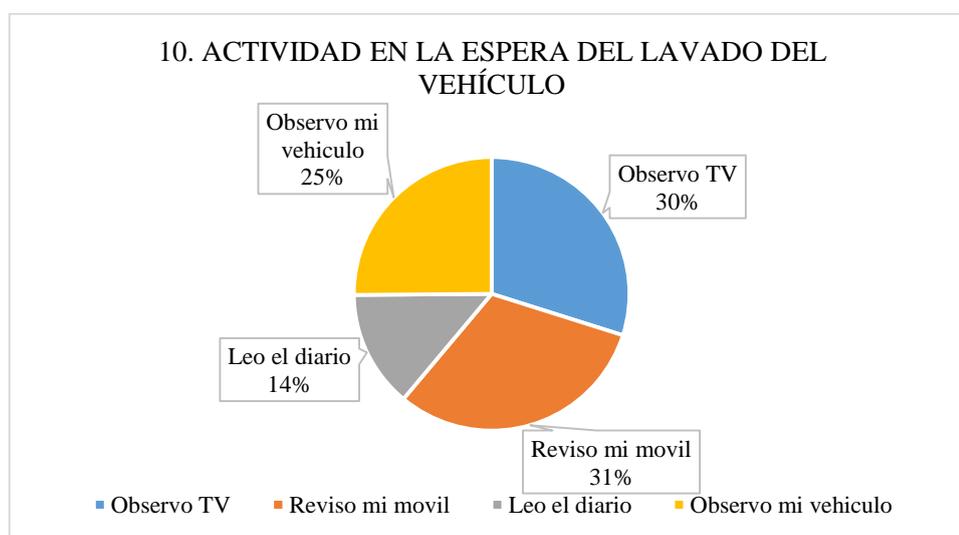


Figura 12 Actividad en la espera del lavado automotriz

Mediante el análisis se concluye lo siguiente, un 31% de los encuestados indica que revisa su móvil, un 30% observa la televisión, un 25% observa el vehículo y un 14% lee el diario, por lo que se determina que un 31% de la población revisa su teléfono celular con un total de 124 habitantes.

4.3. Estudio Técnico

4.3.1. Localización del proyecto

Para la localización del proyecto se determina entre dos factores, la macro localización y la micro localización, de las cuales se encuentran consideradas para el posterior estudio y análisis de la localización en general para determinar los factores que influyen en el proyecto.

Macro Localización

La macro localización del proyecto se define de la siguiente manera: Se encuentra en el país de Ecuador en la provincia del Guayas en la Ciudad de Guayaquil.

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Guayaquil



Figura 13 Macro localización del proyecto

Tomado de: www.google.com

Micro Localización

La micro localización se determinó de la siguiente manera: El proyecto tiene previsto iniciar sus operaciones en la ciudad de Guayaquil, en la parroquia urbana Pascuales, en el sector denominado Paquisha, en la siguiente dirección, en la Avda. Limoncocha y Shushufindi, en la manzana FG solar 17.

Parroquia: Pascuales

Sector: Paquisha

Dirección: Avda. Limoncocha y Shushufindi esquina Mz FG Sl 17

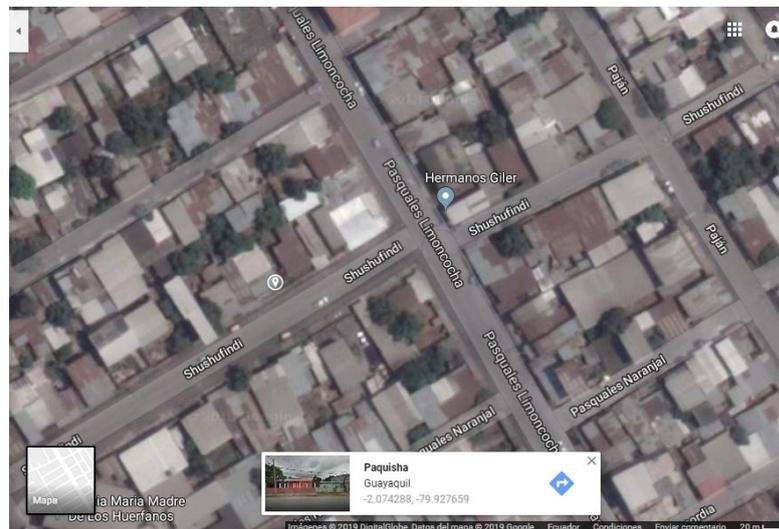


Figura 14 Micro localización del proyecto
Tomado de: www.google.com

4.3.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto define que es la capacidad de la cual la empresa tendrá la opción de producir, de las cuales se establecer que la empresa lavadora automotriz empleará una meta de ejecución del servicio de manera semanal para generar proyección mensual que permita establecer una capacidad de producción fija y contante para el establecimiento de metas.

Mano de obra

Para el inicio de las operaciones del proyecto se llevará a cabo una contratación de aproximadamente tres personas de las cuales están desglosada de la siguiente manera:

Tabla 22
Mano de obra

EMPLEADOS	CARGO	SBU	TOTAL, DE INGRESOS	APORTE PATRONAL (12,15%)	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO
1	Gerente general	\$600	\$500	\$61	\$500	458.33
1	Administrador contable	\$450	\$400	\$49	\$400	436.36
2	Operarios	\$395	\$395	\$48	\$395	430.91
	TOTAL	\$1,445	\$1,295	\$157	\$1,295	1325.61

Mercado de insumos

El mercado de insumos para este proyecto tiene una amplia gama de productos de las cuales en primera instancia la de maquinarias, se encuentran en las cadenas ferreteras de la ciudad de Guayaquil. Para los insumos químicos entre ellas el shampoo, el brillo de tablero y llantas, fragancias y demás se encuentran una gran variedad de proveedores y lugares donde se encuentra los productos de primera mano, de las cuales se deben de tener en consideración los aspectos para poder elegir la mejor opción para el proyecto entre los cuales ciertos aspectos se detallan a continuación para posteriormente elegir la más adecuada y que permita que el servicio se brinde de calidad y este acorde al precio que se oferta a la población, de las cuales se pretende encontrar insumos de primera calidad adecuados a la aplicación de los mismo de tal manera que no permitan el daño o corrosión del material de los vehículos en general.

Selección de los proveedores de maquinarias e insumos

Los insumos que requiere el proyecto estén disponibles en el mercado ya que son de fácil acceso para requerirlos, para las maquinarias que se utilizaran se tiene a proveedores entre ellos KRACHER Ecuador, y cadenas ferreteras que también venden las maquinarias de la marca antes mencionada.

Por otra parte, para los insumos de lo químicos se ha elegido de una serie de proveedores, solos a los que se requiere para el proyecto, para los insumos de mediana calidad tenemos a J&M Químicos que se dedica a la distribución de insumos de limpieza para distintas aplicaciones,

Adicional tenemos a SONAX Ecuador que se dedica a la comercialización de productos de alta calidad para la limpieza de vehículos, se ha determinado como producto de alta calidad ya que es de origen alemán y por su precio y aplicación aplica como insumo para el servicio que se ofertara en el proyecto. La selección de los proveedores antes mencionados se dio cuidando los aspectos que se detalló anteriormente.

Aspectos para tener en cuenta

Entre los aspectos que se deben de considerar para la selección de los proveedores se destacan los siguientes:

- La reputación que el proveedor tiene frente al mercado de la cual se ha investigado para su correcta selección.
- La situación económica, de las cuales se investiga para determinar si el proveedor es el indicado ya que aquello determina el abastecimiento oportuno del producto.

- La localización, se ha determinado de importancia ya que se es indispensable para la oportuna entrega de los insumos en el lugar en donde se encuentra establecido el proyecto.
- Facilidades de pago, se ha determinado que la facilidad de pago es importante ya que permita generar créditos para la empresa.
- La experiencia, se ha analizado la experiencia para determinar la trayectoria del proveedor, y que permite tener una confianza y garantía del mismo.

Insumos Requeridos

Tabla 23
Insumos requeridos

DETALLE	CANTIDAD
Overoles	6
Botas de caucho	5
Baldes	20
Shampoo	48
Abrillantador para llantas	24
Ambiental	12
Paño multiuso	20
TOTAL	-

Maquinarias Requeridas

Tabla 24
Maquinarias requeridas

DETALLE	CANTIDAD
Hidrolavadora Karcher	2
Aspiradora Karcher	2
TOTAL	-

Infraestructura

La distribución del local se encuentra realizada en un terreno de 25 mts de largo y 7.5 mts de ancho, de las cuales se distribuye en un área de 3 oficinas, de las cuales se encuentra la recepción en el cual estarán los clientes a espera del término del servicio, la oficina de administración de la cual se encontrara el administrador del local y el área de caja, y en la siguiente oficina estará la bodega de maquinarias e insumos la misma que estará dotada de materiales que reduzcan la emisión de ruidos y de sectores que permitan la conservación de los insumos en general.

Existirán dos andenes que estarán destinados a la entrega de lo servicio de lavado automotriz los mismos que estarán dotados de conexiones directas a las bombas de agua, de insumos y de energía, para lo cual estarán separados por cortinas de plásticos transparente de amplio grosor. En los andenes antes mencionados estarán operados y cuidados por el personal encargado para la entrega de los servicios de lavado

En el sector de la entrada estará disponible una rampa que permita el fácil acceso de los vehículos a los andenes respectivamente y que serán receptados por el administrador del local.

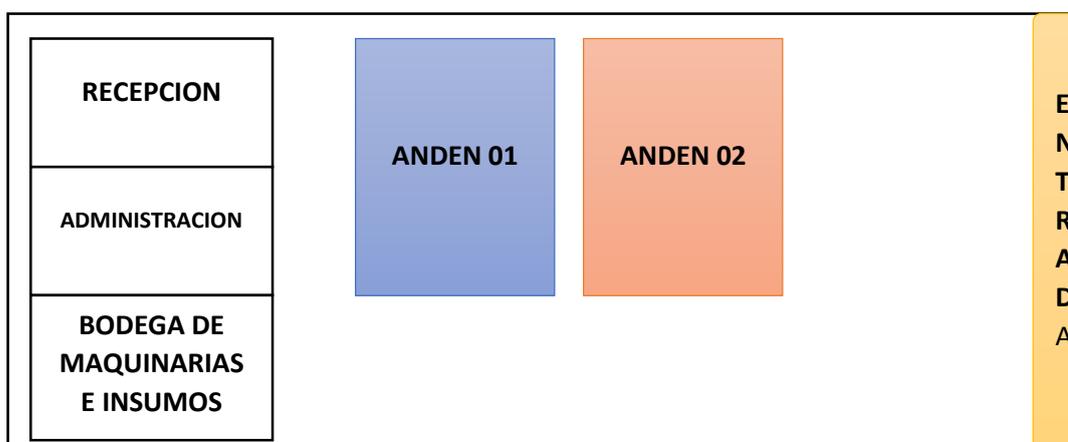


Figura 15 Distribución del local

Tabla 25
Equipamiento de oficina

DETALLE	CANTIDAD
Escritorio	1
Silla gerencial	2
Archivador	1
Computadora de escritorio	1
Impresora CANON MP250	1
Teléfono	1
Perforadora	1
Grapadora	1
Dispensador de agua	1
Resmas de Papel	2
Blocks de Facturas/Retenciones	4

4.3.3. Tecnología a utilizar

La tecnología que se utilizará para la realización del proyecto estará compuesta de: computadoras, radio, teléfonos celulares, televisor y un aire acondicionado. Todos los elementos serán empelados para las oficinas y todo lo relacionado para el confort y comunicación de los empleados de la empresa y los clientes en general.

4.3.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería de este proyecto tendrá como componentes el recurso material y humano de las cuales estará descrito a continuación: Para el recurso humano es la encargada de la realización de realizar la entrega del servicio de lavado automotriz a los clientes que deseen del mismo, de la cual existirán para inicio del proyecto una cantidad de 4 empleados que estarán divididos en 2 operativos y 2 administrativos, que se dividirán en un administrador, una encargada del departamento de caja, y dos operativos que estarán encargados de la entrega del servicio de lavado automotriz.

Dentro de los recursos materiales estará el empleo de maquinarias e insumos químicos entre ellos se tiene 4 maquinarias de las cuales son: 2 hidrolavadora y 2

aspiradoras, a su vez los insumos químicos estarán compuestos de: shampoo, abrillantador para partes plásticas o paneles, fragancias para vehículos, abrillantador de llantas, desengrasante, agua. Los materiales antes mencionados estarán contribuyendo de manera sinérgica para el cumplimiento de la entrega de los servicios de lavado automotriz.

4.3.5. Flujograma de procesos

El flujograma de procesos está destinado para entender de qué manera se procede la entrega de los servicios en el mismo se determina los tipos y de qué manera se da cada uno, con la finalidad de que en el caso de que los operarios sean cambiantes se pueda mantener los mismos procedimientos dados por la empresa.

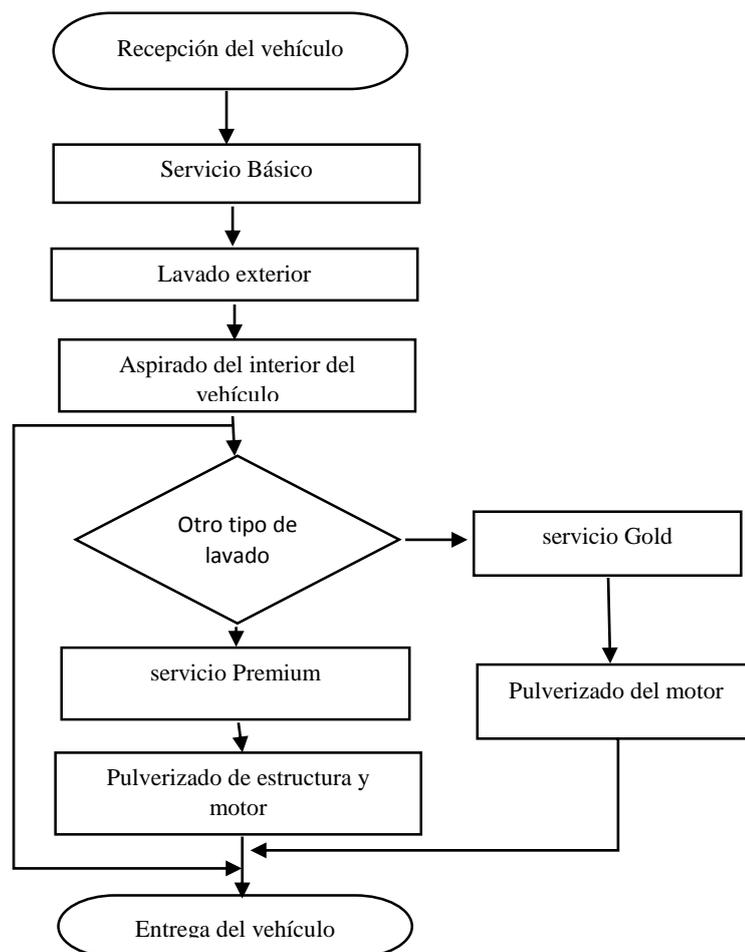


Figura 16 Flujograma de procesos

4.4. Estudio Administrativo

El estudio administrativo permite conocer que competencia tiene cada uno de los puestos a su vez se menciona varios de ellos de los cuales les dará una pauta a los que lo conformen de cómo proceder y hasta donde proceder tal como lo menciona cada uno de los mencionados a continuación:

Gerente general: El gerente general es el encargado de supervisar las cuentas y operaciones dentro de la empresa para generar documentos para posteriormente analizados para la toma de decisiones.

Administrador: El administrador es el encargado de dirigir las operaciones y el mantenimiento de la empresa y mantener contacto con el departamento de contaduría para generar reportes que serán enviados a la gerencia general.

Contador: El contador es aquel que estará encargado de los cobros del servicio y la elaboración de informes financieros que serán entregados al contador, así también como mantener al día las declaraciones tributarias y obligaciones tanto bancarias como de servicios básicos.

Operaciones: El departamento de operaciones está encargado de la aplicación de los servicios dentro de la empresa a su vez genera reportes al departamento de contaduría para constatar la información de cuadro de los valores del día.

Mantenimiento: El área de mantenimiento se encarga de las operaciones de limpieza dentro de las áreas administrativas, así como de la empresa en general, también es encargada de emitir informes de suministros existentes y petición de los mismos al área de administración.

4.4.1. Planificación

En la planificación podemos encontrar todo lo relacionado a la misión y visión de la empresa y los valores que la guían a fin de poder generar la cultura organizacional correspondiente, a su vez se encontrara también el organigrama de la empresa.

Misión

Brindar un servicio de calidad y calidez de manera eficiente, para llegar a ser una empresa de innovación reconocida dentro de la ciudad, en la prestación de servicio de lavado automotriz.

Visión

Garantizar la satisfacción y el servicio hacia el cliente, creando una combinación de honestidad y eficiencia, para la creación de valor agregado y confianza en el cliente.

Valores de la empresa

- Constancia
- Honestidad
- Eficiencia
- Innovación
- Calidad
- Responsabilidad social

Organigrama de la empresa

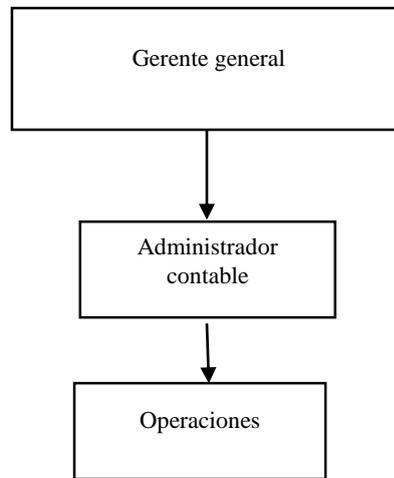


Figura 17 Organigrama de la empresa

4.4.2. Funciones principales

Gerente general: Cursando o graduado en administración o áreas afines, edad entre los 25 y 35 años de edad, proactivo con espíritu de liderazgo capaz de cumplir metas y objetivos planteados por la empresa.

Administrador: Cursando o graduado en administración o áreas afines, edad entre los 25 y 35 años de edad, proactivo con espíritu de liderazgo capacidad de manejo de personal operativo.

Secretaria: Cursando o graduado en Contabilidad y Auditoría o áreas afines, edad entre 23 y 32 años de edad de sexo femenino, proactiva, ordenada, con conocimiento de utilitarios de office y conocimiento en la emisión de informes.

Operaciones y Mantenimiento: Bachiller o cursando carrera universitaria, edad entre los 18 y 25 años de edad con conocimiento en lavado automotriz, proactivo, dinámico.

4.4.3. Gastos

Para la sección de los gastos la empresa considerara la misma como la compra de los insumos, entre ellas las maquinarias que se emplearan para brindar los servicios a su vez los materiales que para ello se requieren para complementar la atención, también se manifiesta que se tiene claro que los sueldos y salarios de los colaboradores y el mantenimiento que se requiere dentro de la empresa también es considerada como gasto.

Se queda claro que todo aquel gasto es aquel que se requiere para la obtención de un bien o servicio de la cual todo lo antes mencionado cumple con el perfil para considerarse un gasto, los empleados y el mantenimiento como un servicio y las maquinarias e insumos como bienes que se requieren para brindar el servicio.

4.5. Estudio Legal

4.5.1. Tipo de empresa

La empresa lavadora automotriz “Car Wash” estará conformada como una sociedad anónima de la cual permite tener socios inversionistas que de las cuales permitirá con sus servicios contribuir a la comunidad en general.

4.5.2. Tramites de legalización

Para la creación de una compañía anónima en el territorio ecuatoriano se requiere lo siguiente:

- Seleccionar un nombre de la cual no debe de ser repetido y a su vez el trámite se lo realiza en superintendencia de compañías.
- Contar con la asesoría de un abogado para la elaboración de los estatutos de la compañía.

- Apertura una cuenta de la cual funcionara como “integración de capital” en cualquier entidad bancaria, los requisitos que suelen ser son los siguientes:
 - A El monto mínimo fluctúa entre los \$400 a \$800 dólares dependiendo de la clase o tipo de compañía.
 - B Carta de los socios o inversionistas en la cual detalle los nombres para su participación con la respectiva copia de identificación y papeleta de votación
 - C Solicitar un certificado de “cuentas de integración de capital”
- Seleccionar a un notario que elevara a escritura pública la compañía de la cual también realizara la reserva del nombre, certificado de la cuenta de integración de capital y la minuta de los estatutos.
- Entregar a la superintendencia de compañías la escritura pública para su respectiva revisión y aprobación de los estatutos.
- Publicar un extracto de la resolución de la compañía, que realizo la superintendencia de compañías y difundirlo en un diario de circulación nacional.
- Cancelar en la municipalidad la patente municipal, y se solicita un certificado de cumplimiento de obligaciones.
- Con toda la documentación antes mencionada, se debe acudir al registro mercantil en donde se registrará la compañía.
- Realizar una junta general de accionistas, donde se nombra los representantes, según lo que mencione los estatutos.
- Posterior al registro mercantil y la superintendencia de compañías, se requieren los códigos para la respectiva solicitud del RUC.

- Realizar nuevamente la inscripción al registro mercantil, nombrar al administrador de la empresa elegido en la junta de accionistas, con su razón de aceptación, se tiene un lapso de 30 días posterior a la designación.
- El registro único del contribuyente se obtiene mediante el servicio de rentas internas con los siguientes documentos:
 - A Formulario de solicitud, B Original y copia de la constitución de la compañía, C Original y copia de los nombramientos de las autoridades, D Copia y cedula de votación de todos los socios
- Con el RUC la superintendencia de compañías se solicita la entrega de una carta de la cual se dirige a los bancos para disponer del valor solicitado, en la cuenta de la integración de capital

4.5.3. Permisos

Los permisos asociados a este tipo de compañías se solicitan a la municipalidad pertinente y a los bomberos.

4.5.4. Requerimientos tributarios

Para la empresa tenga su funcionamiento tributario una vez que se obtenga el registro único contribuyente, en el mismo que debe de constar la actividad que se desempeña la empresa, así como su ubicación y para el correcto funcionamiento de esta sección tributaria la empresa debe:

- Elaborar facturas
- Realizar retenciones a la fuente
- Declarar el impuesto al valor agregado (IVA)
- Declarar retenciones a la fuente
- Declarar el impuesto a la renta

Tabla 26
Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	COSTO
Constitución de la cia.	\$800
Cuenta bancaria	\$500
TOTAL	\$1.300

4.5.5. Conclusión

En el capítulo IV se logró denotar que es el capítulo en el cual consiste en el análisis e interpretación de los datos de los cuales no permite de cierta manera conocer el entorno en el lugar en donde se instalará el proyecto. El levantamiento de información se aplicó todas aquellas técnicas antes mencionadas de las cuales se procedió a la revisión para la emisión de sus comentarios. Los datos se sometieron a una tabulación en el cual se diseñó distintos objetos para la integración para de esta manera proyectarlos en la presentación. Entre los requerimientos se determinó todos aquellos materiales y costos que incurrían para la realización del proyecto, se destacan entre cada tabla mencionada en el capítulo, de esta manera se da paso al desarrollo de la propuesta basado en toda la información levantada.

CAPÍTULO V

Propuesta

5.1. Título de la propuesta

Proyecto de prefactibilidad financiera para la creación de una empresa lavadora automotriz, en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil.

5.2. Autores de la propuesta

Carlos Bryan Beltrán Sánchez, Elvis Mario Fariño Moran

5.3. Empresa auspiciante

Ninguna

5.4. Área que cubre la propuesta

Parroquia Pascuales, Cantón Guayaquil.

5.5. Fecha de presentación

Septiembre 2019

5.6. Fecha de terminación

Agosto 2019

5.7. Duración del proyecto

El presente proyecto está destinado a tener una duración de un año, seis meses de lo que posteriormente se pondrá en ejecución la factibilidad del mismo.

5.8.Participantes del proyecto

- Socios de la empresa
- Autores del desarrollo de la investigación
- Entidades financieras
- Proveedores de maquinarias para el lavado automotriz
- Proveedores de insumos químicos para vehículos
- Población de la parroquia Pascuales
- Población de la parroquia Daule

5.9.Objetivo General

Incrementar la tasa de prefactibilidad financiera para la creación de una empresa lavadora automotriz en la parroquia Pascuales de la ciudad de Guayaquil

5.10. Objetivos Específicos

- Incrementar la competencia frente a otros negocios
- Aumentar la tecnificación de los procesos
- Elevar la capacidad de los financiamientos para emprendimientos
- Potenciar el asesoramiento en temas de inversión
- Proponer fuentes de crédito
- Aumentar el desarrollo económico de los sectores beneficiados

5.11. Beneficiarios Directos

- Los socios de la empresa
- Los autores del desarrollo de la investigación
- La ciudadanía/clientes

5.12. Beneficiarios Indirectos

- Entidades financieras
- Proveedores de maquinarias para el lavado automotriz
- Proveedores de insumos químicos para vehículos
- Población de la parroquia Pascuales
- Población de la parroquia Daule

5.13. Impacto de la propuesta

- Difundir lavadoras automotrices tecnificadas
- Acoger nuevas tendencias de negocios
- Mejorar los servicios de lavadoras automotrices
- Mayor asesoramiento técnico para brindar un mejor servicio
- Adecuar el trato hacia los clientes
- Satisfacer a los clientes más exigentes
- Presentar recursos para la innovación
- Incrementar las alternativas de servicios

5.14. Descripción de la propuesta

El presente proyecto tiene como propuesta conocer la factibilidad para la creación de una empresa lavadora automotriz en la parroquia Pascuales, de la ciudad de Guayaquil de la cual se empleó una serie de herramientas para el levantamiento de información y para el conocimiento de la población en donde se aplicará el proyecto que permitirá la generación de empleos dentro del sector y se potenciará el emprendimiento, que dará como iniciativa la tecnificación de este tipo de negocios.

Tabla 29
Ingresos mensuales por servicio Premium

Años	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Precio	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18	\$18
Cantida	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
TOTAL	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260	\$1,260

Tabla 30
Ingresos anuales por servicios

PERÍODOS	1	2	3	4	5
Ingreso por servicio básico	\$10,080	\$11,290	\$12,644	\$14,162	\$15,861
Ingreso por servicio gold	\$11,760	\$13,171	\$14,752	\$16,522	\$18,505
Ingreso por servicio premium	\$15,120	\$16,934	\$18,967	\$21,243	\$23,792
TOTAL	\$36,960	\$41,395	\$46,363	\$51,926	\$58,157

Para el desarrollo de los ingresos mensuales y anuales, se ha considerado un crecimiento anual del 10% para la proyección de los ingresos durante los primeros 5 años, teniendo así variaciones en cuanto a los ingresos de cada año, de las cuales es considerado mediante los datos que determina el observatorio de la economía latinoamericana, mediante el análisis y perspectiva del emprendimiento empresarial ecuatoriano.

5.14.2. Costos de materiales indirectos

Se encuentran identificados como cada uno de los materiales, insumos y demás utensilios que permiten iniciar el proyecto, dentro de las cuales se encuentran a continuación y se presentan de forma específica y al finalizar la revisión, se realiza una síntesis en un cuadro único, en las cuales se detalla las cantidades, los costos unitarios de los materiales y a su vez el costo total. Dentro de los equipos de oficina y computación se toman en consideración el uso de un escritorio y dos sillas gerenciales, archivador, computadora de escritorio, así como una impresora CANON MP250, así como un teléfono celular base y demás utensilios necesarios para el espacio.

Dentro de los costos se integra todos aquellos insumos que se requieren para la operación final en la entrega de servicios de lavado automotriz de la empresa de las cuales son detallados a continuación mediante tablas que se encuentran reflejadas en proyecciones anuales.

Tabla 31
Costos por equipos de computación

EQUIPOS DE OFICINA Y COMPUTACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	1	\$140	\$140
Silla gerencial	2	\$110	\$220
Archivador	1	\$90	\$90
Computadora de escritorio	1	\$350	\$350
Impresora CANON MP250	1	\$120	\$120
Teléfono	1	\$48.00	\$48.00
Perforadora	1	\$6.50	\$6.50
Grapadora	1	\$6.50	\$6.50
Dispensador de agua	1	\$60	\$60
Resmas de Papel	2	\$3.50	\$7.00
Blocks de Facturas/Retenciones	4	\$14.00	\$56.00
TOTAL			\$1,104

Dentro de los equipos de trabajo y herramientas se toman en consideración overoles, botas de caucho para el equipo que utilizarán los trabajadores durante su jornada laboral, así como dos lavadoras y aspiradoras Karcher y materia prima que sirve para el procedimiento y servicio que brinda la empresa, entre los cuales se encuentran Baldes, Shampoo, Abrillantador para llantas, ambiental y paños multiusos.

Tabla 32
Costos por maquinarias e insumos

MAQUINARIAS E INSUMOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Overoles	6	\$35	\$210
Botas de caucho	5	\$8	\$40
Hidrolavadora Karcher	2	\$439	\$878
Aspiradora Karcher	2	\$228	\$456
Baldes	20	\$2.20	\$44
Shampoo	48	\$15	\$720
Abrillantador para llantas	24	\$9.54	\$229
Ambiental	12	\$10	\$120
Paño multiuso	20	\$5	\$100
TOTAL			\$2,797

Dentro de la tabla anterior, los autores de la presente investigación toman como referencia los servicios básicos de Agua, Luz, Teléfono y Renta dentro del presupuesto anual, cuyos valores contribuirán a desarrollar el flujo y otros elementos que se detallan a continuación.

Tabla 33
Costos por servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Luz	1	\$120	\$120
Agua	1	\$120	\$120
Internet	1	\$24	\$24
Teléfono	1	\$12	\$12
Renta	1	\$200	\$200
TOTAL			\$476

Tabla 34
Gastos publicitarios

GASTOS PUBLICITARIOS			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Volantes	1	\$60	\$60
Tarjetas de presentación	1	\$30	\$30
Campaña publicitaria en redes sociales	1	\$120	\$120
TOTAL			\$210

Tabla 35
Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	COSTO
Constitución de la cia.	\$800
Cuenta bancaria	\$500
TOTAL	\$1,300

Tabla 36
Sueldos y salarios

SUELDOS Y SALARIOS							
Empleados	Cargo	SBU	TOTAL, DE INGRESOS	APORTE PATRONAL (12,15%)	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	VALOR ANUAL
1	Gerente general	\$600	\$500	\$61	\$500	458.33	\$7,019
1	Administrador contable	\$450	\$400	\$49	\$400	436.36	\$5,685
2	Operarios	\$395	\$395	\$48	\$395	430.91	\$5,614
TOTAL		\$1,445	\$1,295	\$157	\$1,295	1325.61	\$18,318

5.14.3. Financiamiento del proyecto

El presente proyecto se necesitará una inversión para el inicio de sus operaciones de \$10,000.00 dólares americanos de las cuales se proveerá de un préstamo bancario para la implementación de una lavadora automotriz en el cantón Guayaquil, en la Parroquia Pascuales.

5.14.4. Estados Financieros

En el estado financiero se podrá apreciar la totalidad de los ingresos y gastos de la empresa, de las cuales es uno de los estados de vital importancia ya que se puede conocer todos los ingresos por las operaciones de la empresa, todos aquellos valores que implica las maquinarias y los insumos.

Por otra parte, también se podrá conocer todos aquellos egresos que de una u otra manera son de importancia para las distintas evaluaciones y a su vez también nos permite conocer como el préstamo influye en cada una de estas cuentas del estado de situación financiera de la empresa.

El estado financiero de la empresa se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 37
Estado de situación financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO						
ACTIVOS	BG Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CORRIENTE						
Caja – Bancos	\$ 6,338.0	\$ 425.6	\$ 2,592.6	\$ 17,745.5	\$ 50,923.4	\$ 108,202.3
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios Materia Prima y Materiales	\$ -	\$ 6,371.5	\$ 11,643.8	\$ 12,543.4	\$ 6,371.5	\$ 6,371.5
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	\$ 6,338.0	\$ 6,797.1	\$ 14,236.4	\$ 30,288.9	\$ 57,294.9	\$ 114,573.8
FIJO						
Hidrolavadora Karcher	\$878.00	\$878.00	\$878.00	\$878.00	\$878.00	\$878.00
Aspiradora Karcher	\$456.00	\$456.00	\$456.00	\$456.00	\$456.00	\$456.00
Escritorio	\$140.00	\$140.00	\$140.00	\$140.00	\$140.00	\$140.00
Silla gerencial	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00	\$220.00
Archivador	\$90.00	\$90.00	\$90.00	\$90.00	\$90.00	\$90.00
Computadora de escritorio	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00	\$350.00
Impresora CANON MP250	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00	\$120.00
Teléfono	\$48.00	\$48.00	\$48.00	\$48.00	\$48.00	\$48.00
Dispensador de agua	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00
Depreciación Acumulada	\$0.00	-\$357.05	-\$714.10	-\$1,071.15	-	-\$1,785.25
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 2,362.0	\$ 2,005.0	\$ 1,647.9	\$ 1,290.9	\$ 933.8	\$ 576.8
DIFERIDO						
Otros Activos	\$ 1,300.0	\$ 1,300.0				
(-) Amortización Acumulada		\$(1,300.0)				
TOTAL, ACTIVO DIFERIDO	\$ 1,300.0	\$ -				
TOTAL, ACTIVOS	\$ 10,000.0	\$ 8,802.1	\$ 15,884.3	\$ 31,579.8	\$ 58,228.7	\$ 115,150.5
PASIVOS						
CORRIENTE						
Cuentas por pagar proveedores		\$ 4,524.4	\$ -	\$ -	\$ 5,993.6	\$ 39,237.4
Participación Trabajadores		\$ 68.6	\$ 2,669.4	\$ 5,632.9	\$ 9,155.4	\$ 13,332.8
Impuesto a la Renta		\$ 85.5	\$ 3,327.8	\$ 7,022.3	\$ 11,413.8	\$ 16,621.6
TOTAL, PASIVO CORRIENTE		\$ 4,678.5	\$ 5,997.2	\$ 12,655.2	\$ 26,562.8	\$ 69,191.9
OTROS PASIVOS						
Deuda a Largo Plazo	\$ 10,000.0	\$ 8,548.1	\$ 6,862.7	\$ 4,906.5	\$ 2,635.8	\$ -
TOTAL, OTROS PASIVOS	\$ 10,000.0	\$ 8,548.1	\$ 6,862.7	\$ 4,906.5	\$ 2,635.8	\$ -
TOTAL, PASIVOS	\$ 10,000.0	\$ 13,226.6	\$ 12,859.9	\$ 17,561.7	\$ 29,198.5	\$ 69,191.9
PATRIMONIO						
Capital Social	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte socios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Reserva legal		\$ 267.2	\$ 820.2	\$ 1,696.8	\$ 2,939.5	\$ 4,595.9
Utilidad Neta del Ejercicio		\$ 2,404.5	\$ 4,977.2	\$ 7,889.8	\$ 11,184.2	\$ 14,907.1
Utilidades Acumuladas			\$ 2,404.5	\$ 7,381.6	\$ 15,271.5	\$ 26,455.7
TOTAL, PATRIMONIO	\$ -	\$ 2,671.6	\$ 8,201.8	\$ 16,968.3	\$ 29,395.2	\$ 45,958.6
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 10,000.0	\$ 15,898.2	\$ 21,061.7	\$ 34,530.0	\$ 58,593.7	\$ 115,150.5

5.14.5. Flujo de caja

Tabla 38
Flujo de caja

	Antes del Inicio EST	AÑO1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Efectivo Disponible (a principio del mes)	- 10,000,00					
RECIBOS DE EFECTIVO						
Ingresos por servicio básico						
Ingreso por servicio Gold	-	10,080,00	11,289,60	12,644,35	14,161,67	15,861,08
Ingreso por servicios Premium	-	11,760,00	13,171,20	14,751,74	16,521,95	18,504,59
TOTAL DE INGRESOS DE EFECTIVO	-	15,120,00	16,934,40	18,966,53	21,242,51	23,791,61
Efectivo Total Disponible (antes de los retiros)	-	36,960,00	41,395,20	46,362,62	51,926,14	58,157,28
EFECTIVO PAGADO	-					
	10,000,00	36,960,00	41,395,20	46,362,62	51,926,14	58,157,28
Shampoo						
Abrillantador para llantas	-	720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
Ambiental	-	2,747,52	2,747,52	2,747,52	2,747,52	2,747,52
Paño multiuso	-	1,440,00	1,440,00	1,440,00	1,440,00	1,440,00
Uniformes	-	1,200,00	1,200,00	1,200,00	1,200,00	1,200,00
Herramientas de Trabajo	-	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Gastos de nómina (impuestos. etc.)	-	264,00	264,00	264,00	264,00	264,00
Artículos de oficina (de oficina y operativos)	-	18,317,95	18,317,95	18,317,95	18,317,95	18,317,95
Publicidad	-	769,00	769,00	769,00	769,00	769,00
Renta		-	210,00	-	210,00	-
Teléfono	-	2,400,00	2,400,00	2,400,00	2,400,00	2,400,00
Agua	-	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
Luz	-	1,440,00	1,440,00	1,440,00	1,440,00	1,440,00
Internet	-	1,440,00	1,440,00	1,440,00	1,440,00	1,440,00
Capital de Préstamo	-	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00
Depreciación	0.00	1,451.93	1,685.33	1,956.25	2,270.73	2,635.76
Interés del Préstamo	0.00	357.05	357.05	357.05	357.05	357.05
SUBTOTAL	-	1,402.87	1,169.46	898.54	584.06	219.03
Flujo de Efectivo Previo	0.00	34,632.31	34,842.31	34,632.31	34,842.31	34,632.31
(+) Depreciación	0.00	2,327.69	6,552.89	11,730.31	17,083.83	23,524.97
(+) Amortización Interés		357.05	357.05	357.05	357.05	357.05
Efectivo Inicial		1,402.87	1,169.46	898.54	584.06	219.03
Posición de Efectivo (final de mes)	- 10,000.00	4,087.61	8,079.40	12,985.90	18,024.94	24,101.05
Flujo de Caja Neto	-10,000.00	(\$5,912.39)	(\$ 2,167.01)	\$ 15,152.91	\$ 33,177.85	\$57,278.90

5.14.6. Evaluación Económica

Estos valores muestran los ingresos, egresos la mano de obra directa, materiales directos, gastos de administración, de venta, costos por servicios, gastos en total y todo lo cual al final da una sumatoria del beneficio total.

Tabla 39
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADO INTEGRAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
VENTAS NETAS	\$ 36,960.00	\$ 41,395.20	\$ 46,362.62	\$ 51,926.14	\$ 58,157.28
Costos	\$ 6,371.52	\$ 6,371.52	\$ 6,371.52	\$ 6,371.52	\$ 6,371.52
UTILIDAD BRUTA	\$ 30,588.48	\$ 35,023.68	\$ 39,991.10	\$ 45,554.62	\$ 51,785.76
GASTOS OPERACIONALES					
Sueldos y salarios	\$ 18,317.95				
Nomina	\$ 18,317.95	\$ 18,317.95	\$ 18,317.95	\$ 18,317.95	\$ 18,317.95
<u>Gastos Administrativos</u>	\$ 3,169.00				
Arriendo	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00	\$ 2,400.00
Artículos de Oficina	\$ 769.00	\$ 769.00	\$ 769.00	\$ 769.00	\$ 769.00
<u>Gastos De Ventas</u>	\$ 3,312.00				
Luz	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
Agua	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00	\$ 1,440.00
Teléfono	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00
Internet	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00	\$ 288.00
<u>Gastos Financieros</u>	\$ 1,402.87	\$ 1,169.46	\$ 898.54	\$ 584.06	\$ 219.03
Interés del préstamo	\$ 1,402.87	\$ 1,169.46	\$ 898.54	\$ 584.06	\$ 219.03
<u>Otros Gastos</u>	\$ 357.05	\$ 714.10	\$ 1,071.15	\$ 1,428.20	\$ 1,785.25
Depreciación	\$ 357.05	\$ 714.10	\$ 1,071.15	\$ 1,428.20	\$ 1,785.25
<u>Total, Gastos</u>	\$ 26,558.86	\$ 26,682.51	\$ 26,768.63	\$ 26,811.21	\$ 26,803.23
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 4,029.62	\$ 8,341.17	\$ 13,222.47	\$ 18,743.41	\$ 24,982.53
Participación Trabajadores 15%	\$ 604.44	\$ 1,251.18	\$ 1,983.37	\$ 2,811.51	\$ 3,747.38
utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 3,425.17	\$ 7,089.99	\$ 11,239.10	\$ 15,931.90	\$ 21,235.15
Impuesto a la Renta 22%	\$ 753.54	\$ 1,559.80	\$ 2,472.60	\$ 3,505.02	\$ 4,671.73
utilidad antes de reserva legal	\$ 2,671.64	\$ 5,530.20	\$ 8,766.50	\$ 12,426.88	\$ 16,563.42
Reserva Legal 10%	\$ 267.16	\$ 553.02	\$ 876.65	\$ 1,242.69	\$ 1,656.34
<u>UTILIDAD NETA</u>	\$ 2,404.47	\$ 4,977.18	\$ 7,889.85	\$ 11,184.19	\$ 14,907.08
UTILIDAD NETA ACUMULADA	\$ 2,404.47	\$ 7,381.65	\$ 15,271.50	\$ 26,455.69	\$ 41,362.76

Punto de equilibrio

Los costos variables, son aquellos que influyen en la empresa evidenciados en la producción. Este demuestra lo que la empresa haya producido en el transcurso de cierto período. Para poder calcular el punto de equilibrio se realizará la siguiente fórmula.

$$Pe = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$Pe = \frac{25,754}{1 - \frac{5,700}{31,080}}$$

$$Pe = 31537.99527$$

5.14.7. Evaluación Financiera

Mediante la evaluación los estados financieros en relación con la inversión y los datos proporcionados en el flujo de caja se determinan el V.A.N y el T.I.R del proyecto de las cuales la tasa de descuento considerada es de 15% para lo cual dentro de las operaciones dio como resultado un 64.16% para el TIR (Tiempo de recuperación de la inversión) y para el VAN (Valor actual neto) un \$43,907.92

Tabla 40
VAN, TIR y PRI

VAN, TIR y PRI	
Tasa de descuento	15.00%
T.I. R	64.16%
V.A. N	\$43,907.92
P.R. I	2 años

Se estima que en el PRI (Periodo de recuperación de la inversión) se dará en un lapso de 2 años, según los datos mencionados y aplicación de la fórmula.

5.14.8. Relación costo beneficio

La fórmula para el conocimiento de la relación costo beneficio se plantea a de la siguiente manera:

$$RBC = \frac{\text{(Sistema de flujos)}}{\text{Costos + Inversion inicial}}$$

Tabla 41
Relación costo – beneficio

RELACIÓN COSTO BENEFICIO				
Nro.	INVERSION	INGRESOS	COSTOS	FNE
0	10,000.00	-	-	10,000.00
1		2,404.47	6,371.52	(3,967.05)
2		7,381.65	6,371.52	1,010.13
3		15,271.50	6,371.52	8,899.98
4		26,455.69	6,371.52	20,084.17
5		41,362.76	6,371.52	34,991.24
		INGRESOS	\$92,876.07	
		COSTOS	\$31,857.60	
		COSTOS+INV	\$41,857.60	
		RBC	2.22	

5.14.9. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite se encuentra dirigido a identificar la habilidad que tiene un proyecto en mantener sus operaciones, servicios y sus consecuentes beneficios durante el tiempo de vida útil del mismo. A través del presente análisis se identificarán dos escenarios, el primero con un incremento del costo y el segundo escenario la reducción de ventas. Los mismos que se determinan a través de las siguientes tablas:

La tabla 42 permite analizar un escenario en donde existe un incremento del 5% de las ventas, con lo cual la empresa en cuestión tendría una dependencia de

\$5.96 con un VAN de aproximadamente \$33,817.03 y un TIR del 66%, lo cual justifica su aceptación., debido a que los ratios son positivos.

Tabla 42
Escenario Optimista

VAN Y TIR	
TIR	66%
VAN	\$33.817.03

La tabla 43 permite analizar un escenario en donde existe un incremento del 12% de los costos. con lo cual la empresa en cuestión tendría una relación costo beneficio de 2 años con un VAN de aproximadamente \$ \$43,907.92 y un TIR del 64.16%. lo cual justifica su aprobación al igual que el escenario anterior, debido a que las ratios son positivos; es decir que la inversión inicial en un corto plazo generará rentabilidad.

Tabla 43
Escenario Moderado

VAN. TIR	
T.I. R	64.16%
V.A. N	\$43,907.92

La tabla 44 permite analizar un escenario en donde existe un decremento del 12% de los costos, con lo cual la empresa en cuestión tendría una relación costo beneficio de \$0.93 con un VAN de aproximadamente - \$6,066.23y un TIR del 11%, lo cual muestra que el proyecto no es factible, debido a que el Tir es menor a la tasa de imposición inicial que es 15%., es decir que el dinero que se pretende invertir en el proyecto no es rentable para recuperarlo en el tiempo establecido.

Tabla 44
Escenario Pesimista

VAN. TIR	
T.I. R	11%
V.A. N	-\$6,066.23

5.14.10. Importancia

Este proyecto tiene como importancia la creación de nuevos servicios hacia la sociedad que permita la diversificación del mercado y la confianza al emprendimiento de pequeñas y medianas empresas, de la cual hace de que la economía del país se potencie con la generación de nuevas plazas de empleo y el beneficio común de la sociedad en general.

5.14.11. Metas del proyecto

Entre las metas del proyecto se encuentra:

- Activación económica en el sector del emprendimiento
- Generación de empleo
- Ganancias

5.14.12. Finalidad del proyecto

La propuesta tiene como finalidad evaluar la prefactibilidad financiera en la creación de una empresa lavadora automotriz, la cual se encuentran ubicada en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil., a través de esta se busca el incremento y desarrollo de la competitividad en el mercado actual, así como la tecnificación de los procesos aplicados durante el servicio y determinar la capital inicial para el diseño y desarrollo de la propuesta, así como el tiempo de retorno de la inversión de este para garantizar el empleo y la activación del sector automotriz en la zona.

Para poder cumplir con los objetivos planteados, primero se realiza un presupuesto de todos los equipos y materiales necesarios para su implementación, además, se toma en consideración todos los costos fijos y variables. Se busca diferenciar los servicios que brindarán la empresa y el costo por los mismos. Por medio de todos los costos establecidos se realiza un flujo de caja, el cual permitirá evidenciar los flujos de ingresos y egresos, cuyos resultados permitirán conocer el VAN, TIR, la relación costo beneficio y el tiempo en que se recuperará la inversión.

5.14.13. Conclusión

La propuesta tiene como finalidad evaluar la prefactibilidad financiera en la creación de una empresa lavadora automotriz, la cual se encuentran ubicada en la parroquia Pascuales del cantón Guayaquil, a través de la misma se busca el incremento y desarrollo de la competitividad en el mercado actual; así como la tecnificación de los procesos aplicados durante el servicio y determinar la capital inicial para el diseño y desarrollo de la propuesta, así como el tiempo de retorno de la inversión del mismo para garantizar el empleo y la activación del sector automotriz en la zona.

Para poder cumplir con los objetivos planteados, primero se realiza un presupuesto de todos los equipos y materiales necesarios para su implementación, además, se toma en consideración todos los costos fijos y variables, se busca diferenciar los servicios que brindarán la empresa y el costo por los mismos. Por medio de todos los costos establecidos se realiza un flujo de caja. el cual permitirá evidenciar los flujos de ingresos y egresos, cuyos resultados permitirán conocer el VAN, TIR, la relación costo beneficio y el tiempo en que se recuperará la inversión.

Referencias

- ABC. D. (29 de Junio de 2018). *Definicion ABC*. Obtenido de Definicion ABC:
<https://www.definicionabc.com/general/agua.php>
- Alvarado. E. C. (1994). *Manual para el desarrollo del personal de salud. Segunda edición*. nn: Independiente.
- Arias. F. G. (1999). *El proyecto de investigación*. nn: Independiente .
- Arias. F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. nn: Independiente .
- Arias. F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. nn: Independiente .
- Ayora Camacho. Y. M. (2015). *Propuesta de un plan estratégico para la empresa "Microprocesos Lojano. Yogurt Takky" del cantón El Pangui en el periodo 2013– 2018 (Bachelor's thesis. Loja)*. . Loja: Independiente .
- Bonta. P. &. (1999). *Preguntas Sobre Marketing y Publicidad*. nn: Norma.
- Carvajal Sanchez . R. (2016). *Centro de lavado de vehiculos en la ciudad de Antofagasta*. Antofagasta. Chile : Universidad de Chile. POstgrado de economia y negocios .
- Cisneros Mendoza . M. (2010). *Proyecto de inversion para la creacion de una empresa de servicio de lavado de autos ecologicos para la ciudad de Guayaquil* . Guayaquil. Ecuador : Universidad Ecotec. Facultad de ciencias economicas y empresariales .

- Cortes Garcia. T.. & Diaz Gomez. D. (2017). *Propuesta de un modelo de negocio de lavado de autos a domicilio en el sector norte de la ciudad de Cali*. Cali : Universidad de San Buenaventura Colombia. Faculta de Ingenieria .
- Deming, E. (1989). *Calidad. productividad y competitividad a la salida de la crisis*. nn: Diaz Santos .
- El Universo . (2015). *El lavado basico de autos se ofrece desde 3 dolares hasta 18 dolares*. Guayaquil : El Universo .
- Finch. J. A. (1996). *Administracion* . Mexico: Pearson Educación.
- Gómez-Tello. V. L.-P.-H.-A.-G. (2006). *Uso de Internet y recursos electrónicos entre médicos intensivistas españoles: Primera encuesta nacional. Medicina intensiva*. 30(6). 249-259. . nn: Independiente .
- Grasso. L. (2006). *Encuestas. Elementos para su diseño y análisis*. nn: Brujas.
- Hernández Sampieri. R. &.-C. (1991). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw-Hill.
- Hernández Sampieri. R. &.-C. (2003). *Metodología de la investigación*. Mexico: McGraw- Hill.
- Hernández Sampieri. R. F. (2010). *Metodología de la investigación*. nn: Independiente.
- INEC. (01 de 01 de 2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censo*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo: www.ecuadorencifras.gob.ec

- Kaplan. H. H. (2000). *A theory of human life history evolution: diet, intelligence, and longevity*. *Evolutionary Anthropology: Issues, News, and Reviews: Issues, News, and Reviews*. 9(4). 156-185. nn: Independiente.
- Manuel. T. S. (1997). *La nueva administración pública*. Madrid : Alianza.
- Mendoza Varela . E. (1986). *Estudio de factibilidad*. Tunja: Academia Boyacense de Historia.
- Muñoz Cedeño . M.. & Muñoz Cedeño Priscila . (2013). *Propuesta de un proyecto de inversion para la implementacion de una lavadora de autos con un sistema de reutilizacion de agua* . Cuenca. Ecuador : Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Economicas y administrativas .
- Naranjo Clemente . E.. & Calero . G. (2012). *Proyecto de inversion para la implementacion de una empresa de lavado de autos a domicilio para la ciudad de Guayaquil* . Guayaquil. Ecuador : Escuela superior politecnica del litoral. Faculta de economia y negocios .
- Oliva. S. D. (2008). *Definicion financiera* . nn: McGraw-Hill.
- Oster. S. (2000). *Análisis moderno de la competitividad*. Mexico: Oxford University Press Mexico .
- Pérez. J. (29 de Junio de 2018). *Definicion.com*. Obtenido de Definicion.com:
<https://definicion.de/financiacion/>
- Pérez. P. (29 de Junio de 2018). *Definicion.com*. Obtenido de Definicion.com:
<https://definicion.de/limpieza/>

- Pico. A. M. (2012). *Educación, mercado de trabajo y satisfacción laboral: el problema de las teorías del capital humano y señalización de mercado*. nn: Revista de la educación superior. 41(163). 51-66.
- Ramírez. T. (1999). *Proyecto de investigación. Como se hace una tesis*. nn: Independiente.
- Roberto. H. S. (2006). *Metodología de la Investigación*. nn: Independiente.
- Sabino. C. A. (1992). *El proceso de investigación*. nn: Independiente .
- Sandhusen. L. (2002). *Mercadotecnia (Primera ed.)*. nn: Continental.
- Schumpeter. J. (2016). *La innovación en el desarrollo tecnológico*. nn: nn.
- Simón Garcia. F. T. (2015). *Estudio de factibilidad para la creación de una lavadora automotriz para vehículos livianos en la parroquia vilcabamba del cantón Loja*. Loja: Bachelor's thesis.
- Tamayo. A. &. (2012). *Estructura motivacional dos valores humanos. Psicología: teoria e pesquisa*. 9(2). 329-348. nn: Independiente .
- Universo. D. E. . (2015). *El lavado basico de autos se ofrece desde 3 dolares hasta 18 dolares*. Guayaquil : El Universo .

Apéndices

Apéndice A Matriz FODA



ANÁLISIS FODA DEL PROYECTO DENOMINADO “PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA LAVADORA AUTOMOTRIZ EN LA PARROQUIA PASCUALES. CANTÓN GUAYAQUIL

Objetivo: Analizar el proyecto mediante una matriz FODA los factores internos y externos que influyen en el proyecto para tener una perspectiva que brinde soporte y contribuya con información para el desarrollo del proyecto.

Tabla 44.

Matriz FODA del proyecto

MATRIZ FODA	
Fortaleza: Conocimiento en el área de emprendimiento.	Oportunidad: Servicio innovador en el mercado competidor
Debilidad: Terreno propio para inicios de la operación	Amenaza: Competencia desleal

Nota. Adaptado por: Beltrán y Fariño. (2019)

Apéndice B Encuesta



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA PASCUALES. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Objetivo: Analizar la perspectiva de los clientes que adquieren el servicio de lavado automotriz. en la Parroquia Pascuales de la Ciudad de Guayaquil.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada pregunta a fin de contestar correctamente
- El bolígrafo a emplearse es de preferencia de color azul
- Marque con una (x) dentro del casillero de la respuesta seleccionada
- El tiempo estimado para la realización es de 10 minutos
- Evite realizar tachones o enmendaduras
- Responda con honestidad cada una de las preguntas a fin de poseer una información fidedigna

Atentamente

Carlos Beltrán Sánchez. Elvis Fariño Moran /Estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo

GÉNERO		EDAD			
Masculino	Femenino	18 hasta 25	26 hasta 33	34 hasta 41	42+

1.- ¿Usted en la actualidad posee?

Auto	Moto	Tricimoto

2.- ¿Acude usted algún centro de lavado automotriz?

Si	No

3.- ¿Con que frecuencia acude usted a un centro de lavado automotriz?

Diario	Cada 2 días	Semanal	Mensual

4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de lavado básico (limpieza interior – exterior)?

\$4.00	\$6.00	\$8.00	\$10.00

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un lavado completo (¿limpieza interior – exterior pulverizada inferior y motor?)

\$4.00	\$6.00	\$8.00	\$10.00

6.- ¿Cuánto tiempo debería de durar un lavado básico?

20 min	30 min	45 min	60 min

7.- ¿Cuánto tiempo debería de durar un lavado completo?

35 min	45 min	60 min	80 min

8.- ¿Cómo considera el servicio del actual centro lavado automotriz al que acude considere: (servicio? tiempo y calidad)?

Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente

9.- ¿Qué le llama la atención al momento de elegir un centro de lavado automotriz?

Velocidad	Servicio	Precio	Promociones

10.- ¿Qué actividad realiza mientras realizan el lavado de su vehículo?

Observo el vehículo	Veo la televisión	Reviso el celular	Otros

Si usted selecciono OTROS. Detalle de que se trata la respuesta:

.....

Agradecemos su colaboración y atención prestada, la presente encuesta colaborara en el soporte informativo para contribuir con proyectos que aporten a la potenciación y mejora de proyectos relacionados a empresas dedicadas al lavado automotriz.

Guayaquil, _____ de _____ del 201_____

Carlos Beltrán Sánchez

Elvis Fariño Moran

Apéndice C Entrevista



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA PASCUALES. DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad: **Fecha:**

Lugar:

Hora de inicio:

Hora de finalización:

Nombre del entrevistador:

.....

Nombre del entrevistado:

.....

Cargo:

.....

Objetivo: Analizar la perspectiva de los propietarios de negocios de lavado automotriz, para entender las operaciones de este campo para el levantamiento de información y aporte para el proyecto de investigación, las mismas que se realizaran en la Parroquia Pascuales del cantón Guayaquil.

- 1.- **¿Cómo se llama se empresa y a que se dedica?**
- 2.- **¿En qué año fue fundada esta idea de negocio?**
- 3.- **¿Esta idea de negocio se le ocurrió a usted solo o tiene algún socio?**
- 4.- **¿Cómo fue el inicio de este negocio?**
- 5.- **¿Qué productos emplea para realizar las operaciones de lavado?**
- 6.- **¿Qué maquinarias o herramientas utiliza para realizar el lavado a los vehículos?**
- 7.- **¿Qué tipos de vehículos recibe para ofrecerles el negocio?**
- 8.- **¿Cómo se determinan los precios del servicio? por tamaño del vehículo o es el mismo para todos?**
- 9.- **¿Piensa en ampliar los servicios que ofrece su lavadora automotriz?**
- 10.- **¿Qué es lo que espera de este negocio en un futuro?**

Agradecemos su colaboración y atención prestada. mucha suerte en su negocio se le augura muchos éxitos.

Atentamente

Carlos Beltrán Sánchez. Elvis Fariño Moran / Estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo

Apéndice D Tabla de amortización

Tabla 45.

Tabla de amortización

PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
0				\$10,000.00
1	\$237.90	\$125.00	\$112.90	\$9,887.10
2	\$237.90	\$123.59	\$114.31	\$9,772.79
3	\$237.90	\$122.16	\$115.74	\$9,657.05
4	\$237.90	\$120.71	\$117.19	\$9,539.86
5	\$237.90	\$119.25	\$118.65	\$9,421.21
6	\$237.90	\$117.77	\$120.13	\$9,301.08
7	\$237.90	\$116.26	\$121.64	\$9,179.44
8	\$237.90	\$114.74	\$123.16	\$9,056.29
9	\$237.90	\$113.20	\$124.70	\$8,931.59
10	\$237.90	\$111.64	\$126.25	\$8,805.34
11	\$237.90	\$110.07	\$127.83	\$8,677.50
12	\$237.90	\$108.47	\$129.43	\$8,548.07
13	\$237.90	\$106.85	\$131.05	\$8,417.03
14	\$237.90	\$105.21	\$132.69	\$8,284.34
15	\$237.90	\$103.55	\$134.35	\$8,149.99
16	\$237.90	\$101.87	\$136.02	\$8,013.97
17	\$237.90	\$100.17	\$137.72	\$7,876.25
18	\$237.90	\$98.45	\$139.45	\$7,736.80
19	\$237.90	\$96.71	\$141.19	\$7,595.61
20	\$237.90	\$94.95	\$142.95	\$7,452.66
21	\$237.90	\$93.16	\$144.74	\$7,307.91
22	\$237.90	\$91.35	\$146.55	\$7,161.36
23	\$237.90	\$89.52	\$148.38	\$7,012.98
24	\$237.90	\$87.66	\$150.24	\$6,862.74
25	\$237.90	\$85.78	\$152.11	\$6,710.63
26	\$237.90	\$83.88	\$154.02	\$6,556.61
27	\$237.90	\$81.96	\$155.94	\$6,400.67
28	\$237.90	\$80.01	\$157.89	\$6,242.78
29	\$237.90	\$78.03	\$159.86	\$6,082.92
30	\$237.90	\$76.04	\$161.86	\$5,921.05
31	\$237.90	\$74.01	\$163.89	\$5,757.17
32	\$237.90	\$71.96	\$165.93	\$5,591.23
33	\$237.90	\$69.89	\$168.01	\$5,423.22
34	\$237.90	\$67.79	\$170.11	\$5,253.11

PERIODO	PAGO	INTERES	CAPITAL	SALDO
35	\$237.90	\$65.66	\$172.24	\$5,080.88
36	\$237.90	\$63.51	\$174.39	\$4,906.49
37	\$237.90	\$61.33	\$176.57	\$4,729.92
38	\$237.90	\$59.12	\$178.78	\$4,551.15
39	\$237.90	\$56.89	\$181.01	\$4,370.14
40	\$237.90	\$54.63	\$183.27	\$4,186.87
41	\$237.90	\$52.34	\$185.56	\$4,001.30
42	\$237.90	\$50.02	\$187.88	\$3,813.42
43	\$237.90	\$47.67	\$190.23	\$3,623.19
44	\$237.90	\$45.29	\$192.61	\$3,430.58
45	\$237.90	\$42.88	\$195.02	\$3,235.56
46	\$237.90	\$40.44	\$197.45	\$3,038.11
47	\$237.90	\$37.98	\$199.92	\$2,838.18
48	\$237.90	\$35.48	\$202.42	\$2,635.76
49	\$237.90	\$32.95	\$204.95	\$2,430.81
50	\$237.90	\$30.39	\$207.51	\$2,223.29
51	\$237.90	\$27.79	\$210.11	\$2,013.19
52	\$237.90	\$25.16	\$212.73	\$1,800.45
53	\$237.90	\$22.51	\$215.39	\$1,585.06
54	\$237.90	\$19.81	\$218.09	\$1,366.97
55	\$237.90	\$17.09	\$220.81	\$1,146.16
56	\$237.90	\$14.33	\$223.57	\$922.59
57	\$237.90	\$11.53	\$226.37	\$696.22
58	\$237.90	\$8.70	\$229.20	\$467.02
59	\$237.90	\$5.84	\$232.06	\$234.96
60	\$237.90	\$2.94	\$234.96	\$0.00

Nota. Adaptado por: Beltrán y Fariño. (2019)

