



CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

Trabajo de Titulación
Previo a la Obtención del Título de
Ingeniera en Finanzas Y Relaciones Comerciales

Tema

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE LAVADO EXPRESS DE
VEHÍCULOS Y SU APOORTE A LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EL
CENTRO DE DIVERSIÓN REPÚBLICA SPORT DE LA CIUDAD DE
PORTOVIEJO”.**

AUTORA:

MARIUXI ELIZABETH CEVALLOS VELÁSQUEZ

TUTOR:

EC. JULIO CESAR SILVA RUIZ

Portoviejo – Manabí - Ecuador

2015

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Econ. Julio Silva Ruiz, Catedrático de la Carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

CERTIFICA

Que la Egresada, CEVALLOS VELASQUEZ MARIUXI ELIZABETH , ha realizado su Trabajo de Titulación que tiene por tema: IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE LAVADO EXPRESS DE VEHÍCULOS Y SU APOORTE A LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EL CENTRO DE DIVERSIÓN REPÚBLICA SPORT DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales, bajo mi dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad.

Econ. Julio Silva Ruíz

TUTOR

CERTIFICACION DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

Los miembros del tribunal examinador aprueban el informe de investigación sobre IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE LAVADO EXPRESS DE VEHÍCULOS Y SU APORTE A LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EL CENTRO DE DIVERSIÓN REPÚBLICA SPORT DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO”, de la estudiante Mariuxi Elizabeth Cevallos Velásquez, de la carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales.

TRIBUNAL

Econ. Franklin García
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Econ. Julio Silva Ruiz
TUTOR

Econ. Francisco Verduga Vélez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Econ. Alex Ramos Mendoza
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTORA

Declaro que la información recopilada, analizada y aplicada en la presente investigación, cuyo tema es IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE LAVADO EXPRESS DE VEHÍCULOS Y SU APOORTE A LA OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS EN EL CENTRO DE DIVERSIÓN REPÚBLICA SPORT DE LA CIUDAD DE PORTOVIEJO, es de mi total y exclusiva responsabilidad.

MARIUXI ELIZABETH CEVALLOS VELASQUEZ

AUTORA

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación a Dios por darme vida para culminar mi carrera universitaria.

A mis padres que siempre quisieron que continuara mis estudios.

Al pilar de mi vida, mi amado esposo por apoyarme para que siguiera estudiando, gracias por ser siempre mi guía.

A mis adoradas hijas Angie y Dayana por ser el motor por el cual sigo luchando.

A mi hermosa nieta Dayeli Guadalupe por ser la nueva luz de mi vida.

A mis familiares, amigos y demás personas que siempre mostraron su apoyo incondicional.

MARIUXI ELIZABETH CEVALLOS VELÁSQUEZ

AGRADECIMIENTO

Agradezco la presente investigación a mis profesores de curso, en especial al Econ. Julio Silva mi tutor y al Econ. Francisco Verduga cariñosamente Paco, que me guiaron para seguir adelante y terminar mi carrera brindándome su ayuda y apoyo, en el momento que más necesitaba, a mi familia, a la Universidad San Gregorio de Portoviejo y compañeros estudiantes por ayudarme en momentos difíciles.

MARIUXI ELIZABETH CEVALLOS VELÁSQUEZ

RESUMEN EJECUTIVO

“Implementación de un negocio de Lavado Express de vehículos y su aporte a la optimización de recursos en el centro de diversión República Sport de la Ciudad de Portoviejo”

AUTORA

Mariuxi Elizabeth Cevallos Velásquez

Es factible suponer que todos los involucrados puedan manejar alguna situación particularmente peligrosa, basado en el deseo de superación tácito en todo ser humano. Este estudio económico promociona el servicio de lavado express y en la reducción del tiempo que se invierte en la prestación del servicio, esto último como mecanismo de atención efectiva y rápida nuestros usuarios. Además, con la implementación de este estudio económico se contribuye con la sociedad y el medio ambiente, esta empresa generará plazas laborales y aportará con el uso racional del recurso hídrico, el cual es un factor de responsabilidad social. En esta propuesta se incluyó un estudio de mercado, análisis técnico, económico y financiero, este logró el conocimiento de la factibilidad al implementar esta actividad y conocer los recursos necesarios y suficientes para ejecutar el inicio de sus actividades. A futuro este proyecto originará una empresa de lavado de autos, la cual brinda este servicio a domicilio para sus clientes, utilizando la tecnología indicada y asesoramiento personalizado. Lo asegura el éxito de este establecimiento que oferta el servicio de lavado a los automotores.

PALABRAS CLAVES

Servicios, estudio, económico, financiero, lavado, medio ambiente, recurso hídrico, análisis, tecnología, express.

ABSTRACT

“Implementación de un negocio de Lavado Express de vehículos y su aporte a la optimización de recursos en el centro de diversión República Sport de la Ciudad de Portoviejo”

AUTORA

Mariuxi Elizabeth Cevallos Velásquez

It is realistic to assume that everyone involved can handle a particularly dangerous situation, based on the desire of tacit overcoming every human being. This economic study promotes the express laundry service and reducing the time spent in the service, the latter as a mechanism for effective and prompt our users attention. Furthermore, with the implementation of this economic study contributes to society and the environment, the company will generate work places and contribute to the rational use of water resources, which is a factor of social responsibility. In this proposal market research, technical, economic and financial analysis, this got the knowledge of the feasibility to implement this activity and meet the necessary and sufficient resources to implement the beginning of its activities is included. A future project will cause a car wash company which provides this service service for your customers, using the specified technology and personalized advice. What ensures the success of this establishment offers laundry service and automotive vehicles.

KEYWORDS

Services, study, economic, financial, wash, environment, water resources, analysis, technology, express.

INDICE GENERAL

CERTIFICADO DEL TUTOR	i
CERTIFICADO DEL TRIBUNAL EXAMINADOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTORA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN EJECUTIVO	vi
ABSTRACT	vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: Aspectos Preliminares	3
1.1. Tema	3
1.2. Problema	3
1.3. Planteamiento del Problema	3
1.3.2 Contextualización Histórica Social	4
1.4. Delimitación del problema	5
1.5. Objetivos	5
1.5.1. Objetivo General	5
1.5.2. Objetivos Específicos	5
1.6. Justificación	6
CAPITULO II: Marco Teórico	7
2.1. Antecedentes Investigativos	7
2.2. Fundamentación Teórica	17
2.3. Marco Conceptual	18
2.4. Marco Legal	20
2.5. Hipótesis	22
2.5.1. Hipótesis Lógica	22
2.5.2. Hipótesis Nula	22
2.5.3. Hipótesis Estadísticas	23
2.6. Identificación de las Variables	23
2.6.1. Variable Independiente	23
2.6.2. Variable Dependiente	23

2.7.	Operacionalización de Variables	24
2.7.1.	Variable Independiente	24
2.7.2.	Variable Dependiente	26
	CAPITULO III: Marco Metodológico	28
3.1.	Tipos de Investigación	28
3.2.	Modalidades de la Investigación	28
3.3.	Métodos y Técnicas	29
3.3.1.	Métodos	29
3.3.2.	Técnicas	31
3.4.	Población y Muestra	31
3.4.	Población	31
3.4.2.	Muestra	31
3.4.2.1	Tipo de Muestra	32
3.4.2.2	Tamaño de Muestra	32
3.5.	Recursos	33
3.5.1.	Humanos	33
3.5.2.	Materiales	33
3.5.3.	Tecnológicos	33
3.5.4.	Económicos	34
3.6.	Fuente y Procesamiento de la Información	34
3.7.	Presupuesto de Gastos	34
3.8.	Cronograma	35
	CAPITULO IV: Implementación de un negocio de Lavado Express	36
4.1.	Área Administrativa	36
4.1.1.	Recurso Humano	37
4.1.2.	Obligación Impositiva	39
4.1.3.	Obligación Tributaria	39
4.2.	Área Financiera	40
4.2.1.	Liquidez	40
4.2.2.	Stock	41
4.2.3.	Índices de Rentabilidad	41

4.3.	Estándares de Calidad	42
4.3.1.	Cartera de Clientes	43
4.3.2.	Servicio al Cliente	44
4.3.3.	Índices de Satisfacción	45
4.4.	Resultados de la Investigación de Campo	45
	CAPITULO V: Optimización de Recursos	47
5.1.	Asesoría Empresarial	47
5.1.1.	Capacitación	47
5.1.2.	Adecuada Gestión	51
5.1.3.	Instalaciones Adecuadas	51
5.2.	Ventas	52
5.2.1.	Oferta	53
5.2.2.	Demanda	54
5.2.3.	Precios	55
5.3.	Supervisión	55
5.3.1.	Control	56
5.3.2.	Asesoría Permanente	59
5.3.3.	Incremento de Usuarios	59
5.4.	Resultados de la Investigación de Campo	59
	CONCLUSIONES	61
	CAPITULO VI: Propuesta	62
6.1.	Identificación	62
6.2.	Justificación	62
6.3.	Objetivos	62
6.3.1.	Objetivo General	62
6.3.2.	Objetivo Específicos	63
6.4.	Beneficiarios	63
6.4.1.	Directos	63
6.4.2.	Indirectos	63
6.5.	Descripción de la Propuesta	63
6.5.1.	Estudio Técnico Organizacional	63

6.5.2.	Tamaño del Proyecto	64
6.5.3.	Localización	64
6.5.4.	Croquis de la Localización	65
6.5.5.	Estudio de Mercado	66
6.5.5.1.	Análisis de Entorno	66
6.5.5.2.	Demanda	66
6.5.5.3.	Oferta	68
6.5.5.4.	Análisis FODA	71
6.5.6.	Ingeniería del Proyecto	72
6.5.7.	Estudio Administrativo	72
6.5.7.1.	Misión	73
6.5.7.2.	Visión	73
6.5.8.	La Organización	73
6.5.8.1.	Organigrama de la Empresa	73
6.6.	Metodología	74
6.7.	Sustentabilidad y sostenibilidad	74
6.8.	Cronograma	75
6.9.	Presupuesto	75
6.9.1.	Inversión	75
6.9.2.	Activos Fijos Tangibles e Intangibles	76
6.9.4.	Capital de Operación	76
6.9.5.	Fuentes de Financiamiento	80
6.9.6.	Ingresos de la Empresa	82
6.9.7.	Estado de Resultados Proyectado	83
6.9.8.	Valor Actual Neto	83
6.9.9.	Tasa Interna de Retorno	84
6.9.10.	Impactos de la Propuesta	85
6.9.10.1	Social	85
6.9.10.2	Económico	85
6.9.10.3	Tecnológicos	85
6.9.10.4	Financiero	86
	BIBLIOGRAFÍA	87
	ANEXOS	89

INDICE DE TABLAS

Tabla N°1	Control	36
Tabla N°2	Recursos Humanos y Monetarios	38
Tabla N°3	Estándares de Calidad	42
Tabla N°4	Daño vehicular por lavado	46
Tabla N°5	Capacitación	48
Tabla N°6	Nivel de conocimiento	49
Tabla N°7	Capacitación a empleado	50
Tabla N°8	Sistemas de ventas	52
Tabla N°9	Procesos Operativos	55
Tabla N°10	Tipo de Vehículo	57
Tabla N°11	Tipo de sistemas	58
Tabla N°12	Precios del servicio automotriz express	68
Tabla N°13	Principales lavadoras vehiculares de la Zona Norte de Portoviejo	70
Tabla N°14	Inversión	75
Tabla N°15	Activos Fijos Tangibles	76
Tabla N°16	Capital de operación	77
Tabla N°17	Mano de obra directa	77
Tabla N°18	Mano de obra indirecta	78
Tabla N°19	Costos Directos	78
Tabla N°20	Costos Indirectos	79
Tabla N°21	Gastos de Administración	79
Tabla N°22	Depreciación	80
Tabla N°23	Gastos Financieros	81
Tabla N°24	Amortización	81
Tabla N°25	Ingresos por ventas	82
Tabla N°26	Ingresos por ventas proyectados	82
Tabla N°27	Estado de Resultado Proyectados	83
Tabla N°28	Calculo del VAN	84
Tabla N°29	Calculo del TIR	84

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1	Control	36
Gráfico N°2	Recursos Humanos y Monetarios	38
Gráfico N°3	Estándares de Calidad	43
Gráfico N°4	Daño vehicular por lavado	46
Gráfico N°5	Capacitación	48
Gráfico N°6	Nivel de conocimiento	49
Gráfico N°7	Capacitación a empleado	50
Gráfico N°8	Sistemas de ventas	53
Gráfico N°9	Procesos Operativos	56
Gráfico N°10	Tipo de Vehículo	57
Gráfico N°11	Tipo de sistemas	58

INTRODUCCIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo, el cual persigue como finalidad la sustentación necesaria para implementar una lavadora de automotores en la zona norte de Portoviejo, brindando como servicio adicional el lavado express de los vehículos, con esta finalidad se lo dividió en seis capítulos.

El capítulo I abarca aspectos preliminares de la actividad propuesta, en el cual se realiza un análisis del problema que existe actualmente en el sector de lavado de vehículos, lo cual permite justificar la iniciativa, y la delimita, proporcionando los objetivos que busca lograr y analiza el problema desde diferentes ópticas, determinando las causas y efectos del mismo.

En el capítulo II se exponen diferentes investigaciones ya realizadas, las cuales sirvieron como sustento y referencia para el desarrollo de la muestra, igualmente se expone la fundamentación teórica emitida por diferentes autores, quienes sintetizan en conceptos los principales lineamientos de la tesis en el área legal; todo lo cual permite emitir las hipótesis respectivas e identificar y conceptualizar las variables, guardando concordancia con los objetivos propuestos y el árbol del problema.

El capítulo III analiza la metodología utilizada durante el desarrollo investigativo y resalta la importancia de la encuesta, misma técnica que permitió la obtención de la información de la fuente, los clientes potencial, basándose en un cuestionario específico, respaldado por la investigación bibliográfica.

En el capítulo IV se analizan diferentes áreas básicas en la implementación de una empresa de este tipo, tales como: manejo del recurso humano; pago de tributos e impuestos; trascendencia del área financiera para mantener una adecuada liquidez, stock y rentabilidad

acuerde a la inversión. Se examina el proceso de atención al cliente y se determinan, los índices de satisfacción, y su incidencia.

En el V capítulo se analiza la optimización de los recursos, importancia del manejo de indicadores como oferta, demanda y precios; finalmente se determina la necesidad de una adecuada supervisión en el negocio.

En el capítulo VI trata de la propuesta, en este caso se realiza un estudio económico de prefactibilidad como requisito previo a implementar la empresa de lavado express de vehículos en la ciudad de Portoviejo y su viabilidad financiera.

CAPITULO I.

1 ASPECTOS PRELIMINARES

1.1 TEMA

Implementación de un negocio de Lavado Express de Vehículos y su aporte a la Optimización de Recursos en el Centro de Diversión República Sport de la ciudad de Portoviejo.

1.2 PROBLEMA

Deficiencias en los negocios que ofertan el Lavado Express de Vehículos.

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El tema de lavado vehicular express a nivel mundial ya no es algo simple. Los usuarios con el pasar del tiempo se vuelven más exigentes por lo que la inversión realizada es mucho más elevada. Empresas como Master Wash (EE.UU.) y Maxximus Auto Spa (Canadá) afirman que son negocios muy nobles y rentables en donde se ofrecen servicios que puedan pagar todas las personas, por la sencilla razón de que los vehículos siempre se ensucian y la gente no tiene tiempo ni ganas de lavarlos, por lo que la ubicación del negocio debe ser estratégica.

Los inversionistas ecuatorianos que poseen este tipo de negocios indican que es muy rentable debido al corto tiempo que implica limpiar un vehículo y el mínimo material que se utiliza. Adicional lo precios colocados hacen de esta idea de negocio accesible para todo tipo de cliente. Naturalmente las lavadoras ecuatorianas para disminuir sus costos y ahorrándose más del

50% en la compra de materiales preparan personalmente sus productos.

El centro de Diversión Republica Sport posee una cancha, bar discoteca y un salón de evento que se les permite a los socios dar un servicio completo y de calidad a sus clientes. De esta forma las personas tendrán un momento de distracción y diversión sana. Debido a que las lavadoras de la localidad no cubren la necesidad insatisfecha de la población se realizara la implementación una lavadora Express para Vehículos en donde se beneficiaran los socios y clientes del Centro de Diversión República Sport optimizando tiempo y dinero.

1.3.2 CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICA SOCIAL

El centro de diversión república sport se encuentra ubicado en el km 1 y medio vía Portoviejo - Crucita y fue una de las primeras canchas sintéticas de Portoviejo. Desde sus inicios se observaba que los clientes debían de ausentarse del lugar para acudir a limpiar sus vehículos en las lavadoras de la localidad.

Con la ampliación estructural y la aplicación de nuevos servicios el centro de diversión republica sport pudo detectar que las necesidades de los clientes no habían sido del todo satisfechas, debido a que aún continuaban utilizando los momentos de recreación para la limpieza de sus vehículos.

En la actualidad y gracias a la sólida acogida de los clientes el Centro de Recreación Republica Sport permanece en la ubicación de origen, considerando así la implementación de una lavadora de vehículo dentro del centro de diversión, la misma que cubrirá la necesidad observada y solicitada por los clientes. Cabe indicar que parte de la problemática actual

son las constantes quejas de los clientes debido a los precios a los que ellos deben pagar por la obtención del servicio además de la distancia y el tiempo de atención.

1.4 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

Campo: Comercial

Área: Implementación de un negocio de Lavado Express

Aspecto: Optimización de Recursos.

Problema: Deficiencias en los negocios que ofertan el Lavado Express de Vehículos.

Tema: Implementación de un negocio de Lavado Express de Vehículos y su aporte a la Optimización de Recursos en el Centro de Diversión República Sport de la ciudad de Portoviejo.

Delimitación Espacial: La presente investigación se desarrollara en el Centro de Diversión Republica Sport.

Delimitación temporal: La investigación será desarrollada en el periodo Septiembre del 2014- Febrero 2015.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar el aporte de la implementación de un negocio de lavado express de vehículos en la Optimización de Recursos en el Centro de Diversión República Sport de la ciudad de Portoviejo.

1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar el nivel de conocimientos en el área administrativa de los negocios locales y la asesoría empresarial brindada.

2. Analizar los recursos humanos y monetarios obtenidos debido al nivel de ventas.
3. Establecer las políticas respecto a los estándares de calidad de los servicios y la supervisión realizada en los procesos.

1.6 JUSTIFICACIÓN

La implementación de lavadora express para vehículos en el Centro de Diversión República Sport es de suma importancia ya que brinda la facilidad a sus clientes de poder asear sus vehículos mientras disfrutan de un momento deportivo y de diversión, a un precio módico y en el lugar adecuado, cubriendo las necesidades insatisfechas que no logran realizar las lavadoras de la localidad.

Se considera factible la aplicación de la lavadora express para vehículos ya que las lavadoras del sector no cuentan con áreas de diversión y entretenimiento, además de estar ubicado en un punto estratégico lo que le da a la idea de negocio el valor agregado necesario para su realización de su éxito.

CAPITULO II.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, en 2011, bajo el tema; “Un negocio familiar de Autolavado en Morelia, Michoacan: Le’ ;Mans”, cuyo autor es el Ing. Erandi Arteaga Villagómez, se presentan las siguientes conclusiones:

“El auto lavado en el análisis se define como un negocio de servicio. Está clasificado como un bien de lujo o no necesario, con demanda satisfecha no saturada, con demanda continua y de bien final.

Con la introducción de nuevas líneas de automóviles, como Faw y Tata, la demanda en el negocio de auto lavados se beneficiará al incrementar el flujo de vehículos en la ciudad de Morelia, el cual en los últimos cinco años ha logrado duplicarse.

El Autolavado Speed es el principal competidor por estar más cercano a la ubicación propuesta, por tener una tecnología similar de lavado (semi automatizado) y por haber sido pionero y estar actualmente aclientado en la zona.

Para contrarrestar los efectos de este competidor, se implementarán estrategias de ventas, precio y publicidad más atractivas que los que este actualmente tiene.

Entre las principales estrategias se encuentran: precio de introducción, por debajo del competidor, garantía del servicio, premio a la lealtad, día de la mujer, y la tarjeta del cliente consentido.

Con el estudio de mercado se pudo observar qué las características que más interesan a los posibles clientes en la elección del servicio de lavado para sus autos, son principalmente las referentes a velocidad, atención y calidad del servicio. Estas características se engloban en esta empresa, por lo que se puede concluir, que se tiene mucha oportunidad de éxito, en un área con mucha demanda, y muchas oportunidades en el futuro.

Con el estudio técnico se demostró que la distribución planteada es la ideal de acuerdo a las condiciones del terreno y el tipo de tecnología y de flujo vehicular esperado, logrando maximizar el espacio hasta lograr una capacidad de atención de 80 vehículos diarios.

En función al tamaño y giro de la empresa, se definió una estructura de organización lineal con tendencia a volverse funcional en el mediano plazo.

El punto de equilibrio en los diferentes escenarios oscila entre el 19 y el 44% de los ingresos desde un planteamiento real, pesimista, poco pesimista y positivo, lo que indica que el margen de utilidad del negocio es alto, y permite cubrir los costos a los que incurrirán.

Todo negocio implica un riesgo por la ubicación, giro y diseño de este, se tienen grandes posibilidades de éxito, apoyados por negocio alternos cuyos ingresos ni siquiera han sido contemplados para efecto del estudio”.: (Arteaga Villagómez, 2011)

En la Universidad del Istmo en Oaxaca, México, en el año 2008, se investigó el tema “Plan de Negocios para la creación de una microempresa de lavado de autos a domicilio”, por la autora; Rocío Zárate Velásquez, quien llegó a las siguientes conclusiones:

“Se concluye que los resultados obtenidos en la investigación estuvieron acorde a los objetivos planteados en el primer capítulo. Dichos objetivos fueron cumplidos, por lo tanto, se concluye que es factible la realización de crear una microempresa de servicio de lavado express de vehículos a domicilio en ciudad Ixtepec, Oaxaca”.

Se eligió ciudad Ixtepec para establecer esta microempresa, debido a que existen condiciones favorables para instalarla, los competidores no ofrecen el servicio a domicilio utilizando la tecnología de las máquinas de lavado portátil y existe demanda del servicio.

Se determinaron tanto la misión y la visión de la empresa. La misión se basa en que los clientes reciban un servicio con calidad, rapidez y comodidad y como visión se espera que Ra’Biari Auto se expanda a más localidades dentro de la región como Ixtaltepec, Espinal y Juchitán.

En cuanto al análisis de mercado se obtuvo que el 64% de la población bajo estudio está dispuesta a utilizar los servicios de Ra’Biari Auto; por lo que se concluye que existe un mercado amplio por cubrir, ya que este tipo de servicio no es ofrecido por ninguno de los competidores y representan algo novedoso para el mercado contemplado”.: (Velásquez, 2008)

En la Escuela Superior Politécnica del Litoral, el año 2012, las Egresadas Mariuxi Vanessa García Lozano y Mirna Susana Pazmiño Rodríguez elaboraron la tesis titulada “Proyecto de Inversión para la implementación de

una lavadora automática para vehículos en la vía a Samborondón”, cuyas conclusiones fueron:

“Posterior a la investigación realizada se concluye que la empresa conseguirá una alta aceptación dentro del mercado objetivo, por lo que estarían dispuestos pagar por la utilización del servicio de lavado automático para optimizar el tiempo de espera y recursos con respecto a otros centros de lavado”.

“Gracias al estudio de mercado realizado se obtuvo información referente a las características más relevantes de los propietarios de vehículos en la selección del servicio de lavado siendo principalmente la calidad, el precio, velocidad, eficiencia y eficacia en el servicio, pudiendo así satisfacer las necesidades de nuestros clientes potenciales con la tecnología de punta requerida”.

“Es de suma importancia que la empresa presente su oferta del servicio al mercado, por lo que debe desarrollar estrategias comerciales para posicionarse en el mismo y mantener la fidelidad de los clientes mediante un servicio rápido y eficiente que cumpla con todos los estándares de calidad. Las principales estrategias comerciales a implementarse son: Garantía del Servicio, Premio a la lealtad y auspicios permanentes”.

“Luego de elaborar el estudio técnico, se demostró que la ubicación planteada es la adecuada para el desarrollo efectivo del servicio de lavado automático, debido a que no solo cuenta con todos los servicios que los clientes exigen sino que también se tiene acceso a lugares fundamentales como: bancos, negocios, comerciales, avenidas, calles principales, entre otros”.

“A través del análisis de factibilidad se manifestó que es posible utilizar los recursos necesarios para que los inversionistas puedan tomar decisiones con un alto grado de posibilidades de tener éxito. De esta forma demostramos que la rentabilidad ofrecida por la investigación es superior a la exigida por los inversores mencionados, lo cual indica que es viable la implementación de este tipo de negocio”.:(García Lozano & Pazmiño Rodríguez, 2012)

En la Universidad Estatal de Milagro en el año 2012, los Egresados; Diego Fernando Arias Guevara y Carlos Orlando Bayas Cuzco, elaboraron la Tesis Titulada; “Estudio de Mercado para la Implementación de una lavadora de vehículos livianos y pesados con servicio de call center en la ciudad de Milagro”, siendo sus Conclusiones finales:

“De acuerdo a los resultados de la investigación de mercado se concluye que la empresa tendrá un alto grado de aceptación en los clientes potenciales, mismo que estarían dispuestos a utilizar el servicio de lavado con el servicio de call-center para optimizar el tiempo de espera en relación a otros centros de lavado vehicular”.

En el análisis de mercado se obtuvo información acerca de los atributos que más importan a los propietarios de vehículos en la elección del servicio de lavado, los cuales son; calidad, precio, rapidez y eficiencia en el servicio.

Es necesario la elaboración de un plan de marketing que contengan las actividades a desarrollar para la ejecución del mismo, además de ofrecer el servicio con la finalidad de captar y fidelizar clientes potenciales mediante un servicio ágil y eficiente que cumpla con todos los requerimientos de calidad. Siendo así las principales estrategias: Garantía del servicio, tarjetas de fidelización, descuentos y promociones.

Posterior a la investigación técnica se concluye que la ubicación propuesta es la óptima para la realización del proyecto de lavado vehicular, cabe indicar que además de contar con todos los recursos necesarios para un servicio de calidad; existe acceso a una vía de gran movimiento vehicular.

El análisis de factibilidad se demostró que es posible aplicar los recursos y elementos requeridos y confiables que permita a los inversionistas locales tomar decisiones con la seguridad de tener rentabilidad de éxito”.: (Guevara & Cuzco, 2012)

En la Universidad Técnica de Cotopaxi en Enero de 2011, la egresada Muso Remache Jenny Margoth, elaboró el estudio denominado; “Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de lavado automático de vehículos livianos en la ciudad de Ibarra; periodo 2010-2014, siendo sus Conclusiones finales:

“El presente proyecto de investigación ha permitido establecer la existencia de un porcentaje considerable de demanda insatisfecha en el sector donde se ha realizado ese estudio, en función de calidad en los insumos utilizados, como en el trato proporcionado tanto el automotor como a su propietario, en dicha razón se revela que el presente plan de negocios resulta factible.

La ciudad de Ibarra es un nicho de mercado atractivo, pues es visitada constantemente por personas de diferentes localidades, se por motivos laborales, estudio, turismo, entre otros; ella evidencia la afluencia de autos livianos, creando un mercado potencial para la instauración del presente proyecto.

La localización estratégica del presente proyecto, ofrece a sus consumidores las comodidades necesarias para que su estadía sea confortable, además cuenta con todos los servicios básicos y se ubicará cerca de los establecimientos de mayor concurrencia por parte de la ciudadanía.

El proceso de producción del servicio proveerá de acuerdo a las necesidades de calidad de los clientes, cuidando a la vez el medio ambiente, pues actividades como el lavado de autos genera agentes nocivos para alcanzar dichos objetivos.

La evaluación financiera denota una rentabilidad mayor que la ofertada por las instituciones financieras existentes en el país, ello indica la factibilidad de invertir en el presente proyecto, de tal manera que el inversionista estará asegurando una orientación positiva de su patrimonio.

Los precios que la nueva unidad de negocios manejará serán accesibles y estarán encaminados a brindar un verdadero servicio que beneficie tanto al consumidor con un servicio de calidad, como al inversionista, brindándole “réditos económicos”.: (Margo, 2010-2014)

En la Escuela Superior Politécnica del Litoral en el año 2012, se elaboró la investigación denominada; Proyecto de Inversión para la Implementación de una empresa de lavado de autos a domicilio para la ciudad de Guayaquil; cuyas autoras fueron Esthela Solange Naranjo Clemente, Gianella Nicole Urgiles Calero, los mismos que llegaron a las siguientes conclusiones:

“Debido a que el VAN muestra una rentabilidad social positiva y la TIR determina una retribución del 15.09% a los posibles inversionistas, se puede confirmar que el proyecto es factible. La inversión inicial debe cubrir con

todos los requerimientos de apertura y ejecución del negocio. Existe un mercado potencial que está dispuesto a utilizar nuestro servicio debido a la rapidez y eficiencia que se brindaría en el mismo optimizando su tiempo.

Es importante considerar que el mercado es cambiante, por lo que la idea de negocio debe ajustarse ante cualquier variación que pueda afectar el buen funcionamiento del mismo.

El periodo de recuperación o PAYBACK, se efectuará en el año 4, según el análisis realizado. Con respecto a los ingresos, la idea de negocio dejará de ser sostenible cuando los factores varíen en dirección negativa al 10%, llegando a un aumento de un 35% de su valor original.”.: (Clemente & Calero, 2012)

Universidad de Guayaquil en el año 2011, se desarrolló la Tesis; “Estudio de factibilidad para el montaje de una lavadora de autos con tecnología a Vapor”; el autor Leonidas Homero Moreira Gómez, el mismo llegó a las siguientes conclusiones:

“El desarrollo de un proyecto de calidad y altos valores agregados basados en la atención al cliente y en los esquemas especializados de servicio brindará la oportunidad de generar retornos suficientes de tal forma que justifique la inversión necesaria para su creación.

En materia financiera se concluye que el plan de negocio planteado es viable y presenta índices destacados en materia de rendimiento, lo cual lo hace llamativo.

Luego de haber realizado el razonamiento acerca del proyecto y tras observar las proyecciones, es recomendable pensar en un plan de

expansión agresivo que consolide la empresa no solo en la ciudad sino en el país como líder en calidad, servicio y tecnología”.: (Gómez, 2011)

En la ULEAM, año 2011, se elaboró una tesis cuya denominación es “Proyecto de Factibilidad para la creación y administración de una lavadora de carros con servicio agregado, a ubicarse en la ciudad de Manta”, elaborada por; Rivera Dender María José y Bowen Ronald Segundo, siendo sus Conclusiones finales:

“Es necesaria la creación de una lavadora de vehículos con servicio agregado para satisfacer la necesidad existente de una asistencia adicional, la cual ayudará a los clientes a ahorrar el recurso tiempo.

Los resultados de las encuestas nos muestran que los clientes tienen la curiosidad por este nuevo servicio a domicilio, lo cual demuestra que es acogido el negocio por su innovación.

De acuerdo al proyecto desarrollado la idea de instalar una lavadora de vehículos con servicio agregado en Portoviejo es viable, los resultados financieros como el TIR con un porcentaje de 22.33% y el VAN con un valor de \$27.162,62 demuestran la factibilidad de la lavadora de vehículos con servicios agregados.

Los indicadores financieros como el PE nos dice que con las ventas realizadas en un 75.60% (\$78.383,75) sobre el total vendido proyectado se pueden cubrir los costos operativos, considerando que la TIRF es superior a la tasa promedio concluimos que el proyecto es viable financieramente”.: (Bowen Valdiviezo & Rivera Dender, 2011)

En la Universidad Técnica de Manabí en el año 2010 se elaboró el trabajo investigativo denominado “Desarrollo e implementación de un sistema para realizar el control administrativo y facturación de productos y servicios de la lubricadora y lavadora Pepito” dicho trabajo fue realizado por los egresados Jofre José Luna Moncayo y Jonny Eduardo Zambrano Zambrano, con las siguientes conclusiones:

“De acuerdo el análisis del estudio del mercado se deduce que el proyecto es factible ya que la empresa de lubricación y lavado, ofrece una gama de servicios orientados al cuidado y mantenimiento estético y técnico de los vehículos dentro de un mismo lugar.

Las Facilidades económicas y considerando que Portoviejo es un Cantón eminentemente comercial, donde existe gran afluencia de vehículos, no solo propios del sector, sino que también aquellos que se encuentran de paso, convirtiéndose en clientes potenciales de la nueva empresa, por lo que se entiende que la acogida del proyecto será positiva.

En el estudio técnico, queda predeterminada y establecida la micro localización del proyecto y es que en la vía a Crucita, al margen izquierdo (sentido sur – norte) a pocos metros de la intersección con el by-pass.

El programa de producción para este proyecto es de 7.488 sobre los servicios de un año, esto es como un ingreso directo; además tenemos los otros ingresos generados por la venta de accesorios para vehículos.

El presente proyecto demanda una inversión de \$151'000.000,00 USD (ciento cincuenta y un mil dólares), cuyo monto se financiará a través de dos accionistas, que aportarán cada uno con 25.000,00 dólares, lo cual representa el 34% de la inversión total del proyecto.

El proyecto genera una utilidad de \$62.393,40 dólares para el primer año, que se espera se incrementa anualmente en un 4.5%, conforme a la inflación.

El proyecto presenta un VAN positivo, lo que indica que es viable, y la TIR es mayor a la tasa de descuento a costo de oportunidad que presenta el proyecto. La inversión se empieza a recuperar a partir del tercer año de la implementación del proyecto.

El punto de equilibrio a nivel de ventas que debe presentar la lubricadora y lavadora para que no arroje ni pérdidas ni ganancias es de \$41.434,78 dólares; La utilidad sobre las ventas del proyecto es del 46% y la rentabilidad sobre los activos representa el 41%.

Para terminar puedo anotar que la demanda de este tipo de servicios aumenta cada día. A pesar de que no es una necesidad básica el trajín de esta época, el cual obliga a las personas a hacer uso de estos servicios para mantener su patrimonio, (vehículos) en buen estado y un nivel óptimo de trabajo”.: (Moncayo & Zambrano, 2010)

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

“El servicio es la actividad intangible resultante del esfuerzo humano o mecánico otorgado a las personas pudiendo así cubrir sus necesidades. Los servicios hacen referencia a la acción o esfuerzo que no se puede adquirir físicamente”:(Promonegocios, 2006)

“Los servicios son acciones intangibles ofrecidos a los posibles clientes potenciales a cambio de un beneficio o rentabilidad, otorgando a quienes lo reciben la propiedad no física del mismo”.: (Promonegocios, 2006)

Se considera que los servicios son actividades intangibles que implican el esfuerzo humano o mecánico que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo permitiendo la participación del cliente, estos pueden ser ofrecidos en renta o a la venta, pudiendo ser objeto principal de una transacción satisfaciendo un deseo o una necesidad.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Los principales términos empleados para el desarrollo de la investigación son:

1. **Análisis Técnico:** El análisis técnico estudia las cotizaciones y volúmenes de las tendencias y herramientas de los gráficos del medio objeto de la investigación.
2. **Análisis:** Examen explicativo de los componentes principales de la investigación.
3. **Análisis de Mercado:** Mide la extensión del mismo y sus características, en cuanto sea un mecanismo de interacción entre la oferta y la demanda.
4. **Banco de Datos:** Recopilación de información de forma exhaustiva sobre un tema específico.

5. **Capacidad de Producción:** Cantidad máxima de unidades de producción en un periodo determinado y tiempo determinado de acuerdo a instalación que posea la empresa.

6. **Crecimiento Económico:** Aumento de los bienes y servicios producidos en una economía o en una empresa, naturalmente afecta directamente al nivel de vida, social, económica y cultural.

7. **Coste/Beneficios Análisis:** Relación entre el beneficio derivado de una inversión y el costo resultante de dicha inversión.

8. **Factores de Producción y/o servicios:** Recursos que se utilizan para la elaboración de un bien o servicio, y son: recurso humano, recurso natural y recurso económico.

9. **Indicador:** Herramienta utilizada para el desarrollo de la investigación, que sirve como eje fundamental o punto de partida en la investigación de campo.

10. **Punto de Equilibrio:** Es el punto óptimo de la empresa, en donde la empresa no presenta ni pérdidas ni ganancias, sobrevive con las ganancias adquiridas sin presencia de rentabilidad alguna.

11. **Tasa Interna de Retorno:** TIR, es la tasa de interés con ingresos iguales al valor presente en los egresos.

2.4 MARCO LEGAL

La investigación tendrá su fundamento legal en:

El marco jurídico en que se basa la presente iniciativa reposa en:

“La constitución de la República del Ecuador; en el título II de los derechos; capítulo segundo; sección octava; trabajo y seguridad social, Art. 33; el trabajo es un derecho y un deber social y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía.

El estado garantizará a las personas trabajadores el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas, y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido ha aceptado”.: (Ecuador, 2008)

“Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017; dentro de este reglamento y como parte de los objetivos nacionales para el Buen Vivir; el objetivo 4 dice; fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

El objetivo que dice; garantizar el trabajo digno en todas sus formas”. : (Planificación, 2013-2017)

“Código de la producción; libro II, desarrollo de la inversión productiva y de sus instrumentos; título I; regularización ambiental por sector y subsector del fomento; promoción y regulación de las inversiones productivas; capítulo III, de los derechos de los inversionistas;

Art. 19.- Derechos de los inversionistas.- se reconocen los siguientes derechos a los inversionistas:

Libertad de producción y comercialización de bienes y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuyas producciones y comercialización estén reguladas por la ley;

Libre acceso al sistema financiero nacional y al mercado de valores para obtener recursos financieros de corto, mediano y largo plazo”.: (Ecuador C. d., 2010)

Ministerio del medio ambiente

Obtención de Licencia Ambiental.

Es la autorización pertinente para la ejecución de una actividad económica ya sea como persona natural o jurídica. Para la adquisición de dicha licencia es necesario el cumplimiento de los siguientes requisitos:

1. Llenar el formulario de solicitud de licencia ambiental.

Depositara la cuenta corriente Banco Nacional del Fomento el valor indicado según la ley vigente.

Para la ejecución del trámite es importante que la firma sea del representante legal:

1. El Ministerio de Ambiente; emite el certificado de intersección necesario para la inclusión de los términos de referencia en el trámite.
2. Aprobación de los términos de referencia (TDR), para la elaboración del estudio en mención (proyectos nuevos). Los TDR deben ser entregados en físico y con al menos tres copias.

Se procede al análisis y aprobación de los TDR.

3. Solicitud de aprobación del Estudios.

4. Aprobación de los estudios con sus respectivas observaciones próximas a corregir.

Elaboración del cronograma de actividades del estudio.(AMBIENTAL, 2014)

Certificado con el costo total del proyecto.

La subsecretaria de calidad ambiental del Ministerio de Ambiente indica el valor a cancelar por la licencia ambiental, haciendo referencia al cálculo indicado por la institución ambiental (total del proyecto y la tasa por el primer año de seguimiento).

El interesado debe tomar en cuenta todo lo considerado todo lo expuesto en los puntos anteriores para la obtención de la licencia ambiental.

2.5 HIPÓTESIS

2.5.1 HIPÓTESIS LÓGICA

El negocio de lavado express impacta significativamente en la optimización de recursos en el Centro de Diversión República Sport de la ciudad de Portoviejo.

2.5.2 HIPÓTESIS NULA

¿Con la implementación del negocio de lavado express de vehículos no impacta significativamente en la optimización de recursos que oferta el Centro de Diversión República Sport de la ciudad de Portoviejo?

2.5.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

VI = A

VD = B

H1 = Hipótesis lógica

H0 = Hipótesis Nula

H1 = $A > B$

H0 = $A \leq B$

2.6. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Implementación de un Negocio de Lavado Express de Vehículo

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Optimización de Recursos

2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Items Básicos	Técnicas o Instrumentos
Negocio: Es un sistema método o forma de obtener dinero, a cambio de productos o servicios.	Area Administrativa	Recurso Humano	¿El personal posee experiencia en el tema?	Entrevistas al personal administrativo –
Lavado Express de vehiculos: "Es la acción de eliminar impurezas de manera rápida de los automóviles".	Area Financiera	Obligación Impositiva Tributaria	¿Sabe cuándo y cuales impuesto debe pagar?	Entrevistas a potenciales clientes y usuarios de otras lavadoras.
		Liquidez	¿El negocio cuenta con seguro social?	
		Stock	¿La empresa posee obligaciones financieras?	Entrevistas a potenciales clientes y usuarios de otras lavadoras.
	Estándares de Calidad	Índices de Rentabilidad	¿Se cuenta en bodega con stock para brindar un servicio al cliente adecuado servicio?	

Indices	de	¿Los gastos e
Satisfacción	ingresos permiten un	adecuado margen de
	utilidad?	¿Ha realizado algún
	tipo de publicidad	para atraer clientes?
	¿Las instalaciones y	el personal son
	adecuados para	brindar un buen
	servicio?	¿Ha realizado un
	estudio de mercado	previo al inicio de
	actividades?	

2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE

		Técnicas o		
Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems Básicos	Instrumentos
Optimización: "Es la mejor utilización de los recursos en una actividad productiva o de investigación".	Asesoría Empresarial	Capacitación Adecuada Gestión	¿Ha recibido el personal algún tipo de capacitación? ¿Las dediciones se toman en base a indicadores de gestión?	Entrevistas al personal de del negocio.
En ámbito empresarial este término hace referencia a la eficiencia de los recursos con mínimos costes posibles; los resultados, cumplir objetivos y crear valores, son puntos importantes en el aprovechamiento de recursos no hay que ser solo eficiente sino también eficaz".	Ventas Supervisión	Instalaciones Adecuadas Oferta Demanda Precios Control Asesoría	¿El área de atención es la adecuada? ¿Conoce cuantos negocios similares existen la ciudad? ¿Ha determinado cuál es su capacidad máxima de atención?	Entrevistas a potenciales clientes y usuarios de otras lavadoras

Permanente	¿Son sus precios competitivos en relación a la oferta existente?
Incremento de Usuarios	¿Se ejerce un adecuado control del personal?
	¿Existe permanentemente una persona al frente del negocio?
	¿Qué estrategias va a utilizar para aumentar su cartera de usuarios?

CAPITULO III.

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente trabajo se utilizarán los siguientes tipos de investigación:

Investigación cuantitativa. Examina los datos científicos, numéricos y utiliza herramientas estadísticas para este fin.

Investigación descriptiva. Permite arribar a las costumbres y actividades predominantes de la actividad mediante la descripción exacta de los procesos, objetos y personas utilizadas. No es solo recolección de datos, si no que predice e identifica las relaciones entre dos o más variables.

3.2 MODALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se aplicó las siguientes modalidades investigativas:

Investigación de campo. Este tipo de investigación es aplicada y logra llegar a la comprensión y resolución de los diferentes tipos situaciones, necesidades o problemas dentro de un contexto determinado, en ella la persona que investiga labora en un ambiente natural donde se desarrollan las actividades y podrán obtener la información más relevantes o ser analizada y las variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales, reales y cotidianas.

Dentro del proceso de estructuración del proyecto de manera obligatoria se efectuó una investigación en el sitio, la cual permitió identificar la realidad de la investigada y viabilizó adoptar las posibles soluciones reales y cotidianas.

Existen dos modalidades de investigación: de campo y bibliográficas.

Entre las de campo; están: encuestas y entrevistas.

Las bibliográficas; revistas y manuales con todo tipo de información referente al tema.

3.3 MÉTODOS Y TÉCNICAS

3.3.1 MÉTODOS

Los métodos que se emplearon en la siguiente investigación fueron:

Analítico – Sintético. Tiene raíces filosóficas a través de él se llega a describir la verdad de las cosas, inicialmente se separan los elementos que intervienen en efectuar algún fenómeno, posteriormente se reúnen los elementos con relación lógica entre ellos, hasta comprobar y demostrar la verdad del conocimiento.

Método Deductivo. El investigador origina una hipótesis como consecuencia de la interferencia del grupo de datos empíricos en base a leyes generales.

Esto se aplicara cuando se realice la encuesta y permitirá la comprobación de la misma.

Método Inductivo. Deductivo. Demuestra la manera en que los hechos particulares (variables), están permanente conectadas a un todo (leyes). La inferencia deductiva da a conocer como principio general (ley) y se asienta sobre los hechos que forman un todo.

En los dos últimos (inferencias) logran igual propósito, aun en el caso que el punto de partida difiera.

Este método, en la presente investigación viabilizará conocer la manera de proceder o de asumir diferentes estrategias para lograr la excelencia en el servicio que ofertamos.

Método Cuantitativo. Se pudo determinar, con su aplicación, valores de ingresos y gastos para el adecuado desarrollo de la actividad a implementarse.

Métodos empíricos

Método de la Observación. Es la técnica que logra la observación del fenómeno, hecho o caso investigador, recabando información y registrando para su posterior análisis.

Este método se ha aplicado durante todo el trayecto del proyecto de investigación, pero ahora ayudara a observar el problema de manera mucho más detallada.

3.3.2 TÉCNICAS

La técnica básica fue la encuesta; constituye un estudio de tipo observativo durante el mismo, los investigadores no alteraron el proceso ni el entorno sujeto a permanente observación. Todos los datos y cifras se originaron en la realización de varias preguntas direccionadas a una muestra representativa del total de la población estadística en estudio, formada por sujetos de muy variada naturaleza esto es empresas lavadoras existentes, instituciones y propietarios de vehículos, a fin de conocer estados de opinión, hechos específicos y características personales, en base a las interrogantes y que estas fueron de acuerdo a la investigación realizada.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 POBLACIÓN

Según datos de la Comisión Nacional de Tránsito (CNT), en el cantón Portoviejo existen 48.000 vehículos matriculados.

3.4.2 MUESTRA

Esta investigación considera potenciales clientes a los propietarios de vehículos que sean clientes recurrentes de lavadoras de automotores, en la jurisdicción cantonal, ya existentes; además con un avalúo superior vehicular a los \$8.000,00 ya que en este rango los costos, por servicio de la lavadora con call-center, puedan ser asumidos.

Consecuentemente se laborará con un 6% del total de la población, es decir 2800 vehículos.

3.4.2.1 TIPO DE MUESTRA

El tipo de muestra que se aplicó fue: Aleatoria

3.4.2.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Se utilizó la siguiente formula, ya que la población es finita

$$n = \frac{(Z)^2 \times P \times Q \times N}{(Z)^2 \times P \times Q + Ne^2}$$

Donde:

N: tamaño de la población= 2800

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confianza; para el 95%. Z=1.96

P: posibilidad que ocurra un evento en caso de no existir investigaciones previas o estudios pilotos, se utiliza; P=0.5

Q: posibilidad de no ocurrencia, de un evento, Q= 1-p; equivale a Q=0,5.

E: Error de la estimación, por lo general se considera el 5%; en este caso E=0,05.

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 2800}{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 + 0.05^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 2800}{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 2800 + (0.0025)} = \frac{2689.12}{0.9604 + 7} = \frac{2689.12}{7.9604} = 337.81$$

$$n = 338$$

La muestra se realizará a 338 propietarios de vehículos dentro del Cantón Portoviejo.

3.5 RECURSOS

3.5.1 HUMANO

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el siguiente recurso humano:

Autora de la Investigación

Tutor

Directivo

Clientes: Propietarios de vehículos

Empleados: Varios de acuerdo a la demanda

3.5.2 MATERIALES

Los materiales utilizados fueron:

Papelería

Tinta para impresora

Portaminas

Plumas

3.5.3 TECNOLÓGICOS

Los recursos tecnológicos que fueron utilizados son:

Impresora

Cámara fotográfica

Laptop

Internet

3.5.4 ECONÓMICOS

El costo aproximado de gastos para llevar a cabo la presente investigación, asciende la cantidad de USD \$ 600,00 dólares el mismo será asumido totalmente por la responsable o autora

3.6 FUENTES Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

En el presente trabajo se realizará el análisis exhaustivo y detallado de la información de tal manera que se ordene, analice e interprete adecuadamente la misma, procurando ser objetivos y directos en el manejo y desarrollo de la investigación, igualmente se utilizarán los principios contables y estadísticos y programas informáticos adecuados para este tipo de propuesta.

3.7 PRESUPUESTO DE GASTOS

Rubro	Cantidad	C. Unitario \$	C. Total \$
Internet	Horas	0.80 c/h	150,00
Papelería	4 resmas	3.50	14,00
Impresiones	10 Impres.	0.10	1,00
Imprevistos	-----	-----	70,00
TOTAL			235,00

CAPITULO IV.

4. IMPLEMENTACIÓN DE UN NEGOCIO DE LAVADO EXPRESS.

4.1 ÁREA ADMINISTRATIVA

En toda institución el área de administración cumple las siguientes funciones; planificación, organización, control y dirección. Etimológicamente es la ciencia social, la Administración, que estudia las organizaciones y sus recursos, buscando siempre la obtención del mayor beneficio posible.

1. ¿Quién controla el lavado de su vehículo?

Tabla N° 1

Control

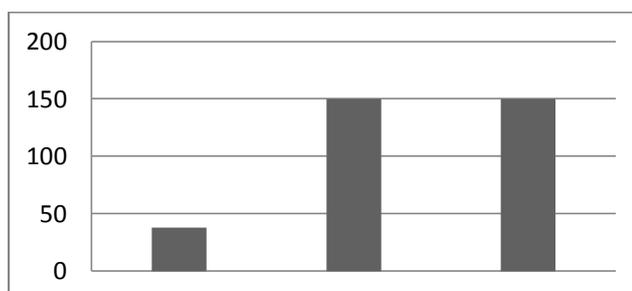
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Usted	38	12
2	Administrador	150	44
3	Ambos	150	44
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación

Gráfico N° 1

Control



Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación

Debido a la cantidad de ocupaciones que los usuarios manabitas poseen lo más adecuado es la asignación de un administrador que se encargue del lavado del vehículo. Sin embargo es importante la supervisión y control del dueño, es por ello que ambas opciones también son consideradas óptimas.

4.1.1 RECURSO HUMANO

A medida que transcurre el tiempo, las empresas tienen un alto grado de presión, por efectos de la globalización y las exigencias del mercado. Esto lleva a contar permanentemente con personal capacitado y con los conocimientos necesarios para poder cumplir su rol dentro de la empresa en la que desempeña sus actividades laborales.

Como bien se sabe, el manejo y selección del personal que colaborará en esta unidad productiva ha sido adecuadamente escogido en consecuencia se debe tomar muy en cuenta que esta tarea redundará en el éxito futuro que tenga esta unidad productiva.

Es de resaltar que los integrantes de esta actividad podrán cumplir con las decisiones que asumirá la gerencia de esta empresa y avanzar sin ningún tipo de inconvenientes a futuro, en el desarrollo de sus actividades.

Como en toda actividad de servicio, el personal, es el activo más valioso, ya que de él depende, el éxito o fracaso de la misma. Es importante contar con aquel que promueva, valores, actitudes e iniciativas basadas en confianza y respeto mutuo, además que colaboren en obtener el norte que se persigue, mayor volumen de beneficios.

2. ¿Tiene usted los recursos humanos y monetarios suficientes para llevar a cabo el servicio?

Tabla N°2

Recurso Humano y Monetarios

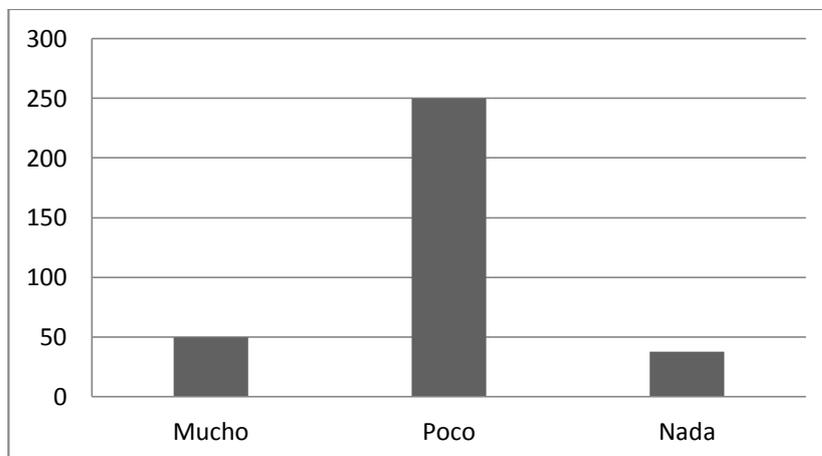
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Mucho	50	15
2	Poco	250	74
3	Nada	38	11
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación

Gráfico N° 2

Recurso Humano y Monetarios



Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación

El servicio de lavados de vehículo conlleva una alta inversión por lo que se limita al recurso humano y monetario en la ejecución del negocio.

4.1.2 OBLIGACIÓN IMPOSITIVA

El término guarda referencia con todo aquello que se denomina impuestos, o pagos al estado, en base al desempeño de diferentes actividades; sean estas productivas o de servicios, como en el presente caso.

La obligación impositiva es un término utilizado en las esferas gubernamentales para definir; ingresos tributarios y administración presupuestaria. Este indicador debe ser manejado por el personal financiero de la empresa, el cual llevará sus archivos en adecuado orden y bajo una absoluta confidencialidad. Dentro de la carga de impuestos de una empresa de este tipo debe afrontar, están los pagos a; GAD Municipal; Ministerio de Ambiente, Ministerio de Salud, entre los principales.

Estos pagos están respaldados en patentes, recibos y especies emitidas por cada una de estas instituciones.

Así mismo existen otros pagos como cuerpo de bomberos, Cámara de Comercio, sector gremial al que pertenece la empresa entre los más destacados.

4.1.3 OBLIGACIÓN TRIBUTARIA

Este término encierra todas las obligaciones de tipo tributario que debe cumplir cualquier empresa o negocio de servicios. Entre ellas tenemos; obtener el RUC; presentar declaraciones de manera oportuna y cumplida, estas son; Declaración del IVA, Impuesto a la renta, Pago de anticipo del Impuesto a la Renta, Declaración de las Retenciones del IR, Declaración del Impuesto a los consumos especiales. Junto a estos documentos debe presentar los anexos respectivos. Todos estos procesos son de incumbencia

del personal financiero, el mismo debe constantemente actualizar sus conocimientos, para así desarrollar de manera eficientes sus actividades laborales.

4.2 ÁREA FINANCIERA

En cualquier empresa el área financiera es aquella que se encarga de todo lo concerniente a la administración y control de los recursos de tipo financiero de la entidad, además debe cumplir con algunas metas;

1. Obtener los resultados de tipo económico que debe utilizar la institución en el desarrollo de la actividad que realiza (al mínimo costo posible).
2. Implementar una estructura financiera acorde a las necesidades de la empresa.
3. Seleccionar las alternativas financieras idóneas a fin de maximizar la rentabilidad buscada, como cualquier otro tipo de actividad productiva o de servicios.

Básicamente la meta que persigue el área financiera de cualquier empresa, es obtener la mayor rentabilidad posible durante el manejo operativo de la institución, esto no afectará las decisiones que adopten los propietarios y representantes legales sobre las actividades potenciales que ofertará la empresa a futuro.

4.2.1 LIQUIDEZ

Se denomina así a la capacidad de la empresa para enfrentar sus compromisos en el corto plazo. La empresa de servicios a implementarse deberá regirse por los principios de orden, cumplimiento y honradez, para obtener una excelente relación con la comunidad y las instituciones financieras de la localidad, en caso de ser necesario la obtención de créditos de contingencia a corto plazo, siempre en base a un excelente historial en el manejo de las cuentas en el sistema bancario.

Posee diferentes niveles de acuerdo a las posibilidades y tamaño de la empresa para convertir sus activos en dinero en cualquier forma: caja, banco y títulos monetarios exigibles a corto plazo.

4.2.2 STOCK

Este término inglés es usado en el español con el sentido de existencias, o sea; el registro documental de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona, empresa o comunidad. Esta unidad de servicios debe contar, desde el primer día, con existencias suficientes de los materiales y productos necesarios para ofrecer una adecuada atención a su cartera de clientes, esto le permitirá proyectar una imagen sólida y eficiente entre sus usuarios y el medio en el cual desarrolla sus actividades cotidianas, además constituye una inversión, la cual asegura la continuidad de las ventas y entrega de servicio, manteniendo el flujo normal de actividades de la empresa.

4.2.3 ÍNDICES DE RENTABILIDAD

Los índices de rentabilidad; son aquellos indicadores financieros que permiten medir el grado de efectividad que cumple la administración de la Empresa en el control de costos y gastos, transformando las ventas en utilidad.

Los principales indicadores son; determinación de la (TMAR), Tasa Mínima de Actividad Relativa, (VAN) Valor Actual Neto, determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR). Esta información es de uso exclusivo del área financiera de la entidad de servicios, y permitirá acceder a créditos a corto o largo plazo, dependiendo de las necesidades del endeudamiento.

Toda empresa persigue conseguir beneficios a partir de la inversión que se dió al inicio u origen, este debe ser maximizado al mayor volumen

posible, cuando esto no ocurre es imposible cubrir las metas planificadas. En este caso todos los involucrados en la actividad no cubrirán sus expectativas y no habrá beneficios.

4.3 ESTÁNDARES DE CALIDAD

Se conoce con este nombre a los niveles mínimos y máximos deseables o aceptados de calidad que dan como resultado una acción, actividad, o programa, y los servicios anexos, que esta conlleva en beneficio de la comunidad. Luego de ser programadas las actividades de gestión, intervienen los círculos de calidad, los cuales definen los resultados esperados, a fin de cuantificar el nivel de aceptación de los servicios que oferta esta lavadora vehicular, sería apropiado diseñar la imagen corporativa de la empresa con su nombre, .logo, eslogan, colores atractivos e información de los servicios que oferta. Además también publicitar adecuadamente en diversos medios de comunicación, imprimir afiches, volantes y stikers para distribuir.

3 ¿Ha establecido estándares de calidad respecto al servicio?

Tabla N° 3

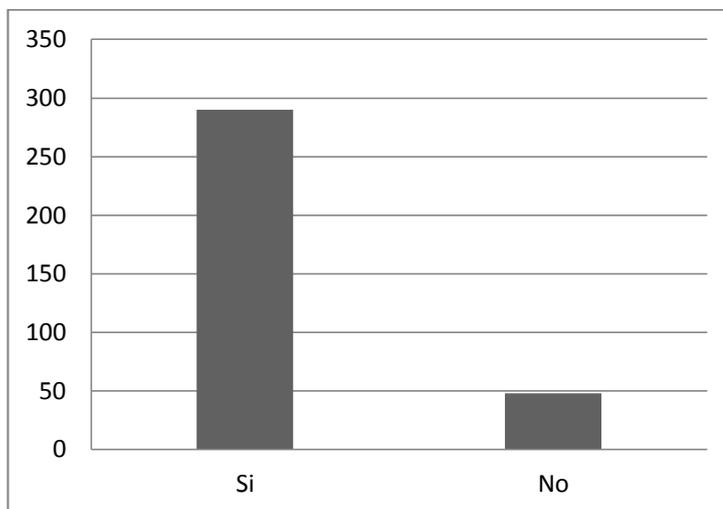
Estándares de Calidad

N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	290	86
2	No	48	14
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación.

Gráfico N° 3

Estándares de Calidad

Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación

Se han establecido los estándares de calidad respecto al servicio tales como: limpieza de las mangueras, limpieza de las infraestructuras, materiales de limpieza óptimos entre otros. Pocas son las personas que establecen estándares.

4.3.1. CARTERA DE CLIENTES

Se dice de los grupos que componen la base de clientes de una empresa. Tenemos por ejemplo la cartera de clientes de la Lavadora Car Wash, en Portoviejo; la integran personas naturales (clientes), instituciones públicas y privadas; entre los principales.

En esta empresa, como en todas, se debe puntualidad y éste activo no es inamovible; algunos entran (nuevos), otros se mantienen, es decir guardan fidelidad a la institución o negocio y lo constituyen personas con fecha de

ingreso variadas, y finalmente, existe un grupo de clientes que es poco numeroso y con el paso del tiempo disminuye por diferentes circunstancias.

Existen diversas estrategias para alcanzar la “fidelidad” de los clientes, pero es conveniente adaptar programas que compartan sus necesidades y hábitos de consumo, ya que el usuario lo que busca es la adecuada limpieza del vehículo, el cual lo utiliza para transporte personal y familiar, atención personalizada, asesoramiento y rapidez en el servicio.

Para lograr atraer clientes y fidelizarlos mediante promociones y afiliaciones, es lo ideal, ejemplo de esto; durante el primer día no se cobrará el servicio del lavado, con este fin se efectuará publicidad mediante letreros y volantes. Efectuar encuesta cada cierto tiempo para conocer el nivel de persecución del público sobre la entrega de los servicios de la empresa.

4.3.2 SERVICIO AL CLIENTE

El servicio al cliente, son actividades de asistencia personalizada que ofrece un prestador de servicios a fin de que el demandante obtenga lo deseado en el momento y lugar indicado, asegurando cubrir su necesidad insatisfecha. Es un elemento básico del marketing, ya que determina los servicios que se ofertarán y la forma en que se entregarán a los posibles clientes, lo que servirá para el posicionamiento adecuado del producto o servicio. (WIKIPEDIA, 2013)

Se podrá clasificar en lavado ejecutivo que comprende lavado y enserado, limpieza de llantas y aros, vidrios exterior e interiormente y limpieza de guardafangos internos. Otra categoría es lavado completo a la cual se le anexa aspirado de alfombra, asientos y cajuelas; limpieza de tableros y puertas.

Finalmente el lavado Premium al cual se adiciona el acondicionamiento de las partes plásticas, abrillantado de carrocería y limpieza total de todas las partes exteriores restantes del vehículo.

4.3.3 ÍNDICES DE SATISFACCIÓN

Es el punto central de preocupación de aquellas empresas cuya “meta” principal es el “servicio” a las personas que lo requieren. Muchos análisis, efectuados han permitido determinar que la falta de fidelidad de los clientes proviene de deficiencias en el servicio o precio y calidad del bien ofertado.

4.4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Se determina en base a los datos e información obtenida de las diferentes categorías; administrativa, financiera y estándares de calidad, constituye la parte fundamental en esta actividad de servicios. El manejo del recurso humano, obligaciones tributarias y pago de impuestos, son elementos básicos a cumplir para manejar acertadamente un negocio.

Toda decisión financiera incide en la totalidad del andamiaje empresarial y son básicas para determinar liquidez, stock, inventarios, existencias y rentabilidad. Los estándares de calidad permiten medir el incremento o disminución de la cartera de clientes y el grado de aceptación en el manejo de los mismos y la imagen que proyecta en su entorno la entidad de servicios.

- 4 ¿En algún momento su vehículo ha sufrido daños debido a no efectuarse el lavado correcto del mismo?

Tabla N°4

Daño vehicular por lavado

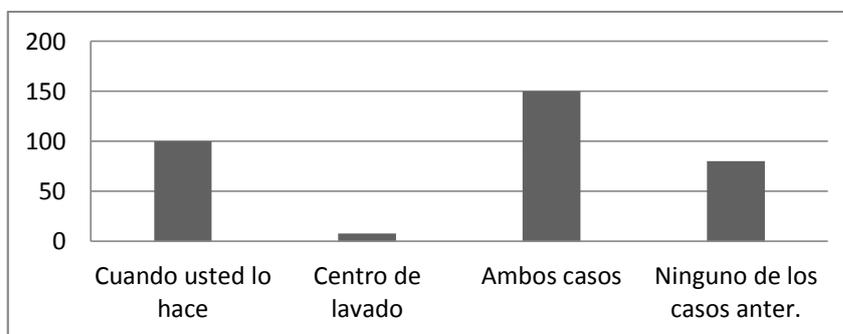
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Cuando usted lo hace	100	30
2	Centro de lavado	8	2
3	Ambos casos	150	44
Ninguno de los casos			
4	anterior.	80	24
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación

Gráfico N°4

Daño vehicular por lavado



Fuente: Usuarios de lavadoras automotrices del cantón Portoviejo

Elaboración: Autor de la Investigación

La respuesta mixta, cuando lo hace el propietario o el centro de lavado, 44%, es decir ambos casos, lidera las alternativas a escoger. En ninguno de los casos anteriores, 24%; al hacerlo el propietario, representa el 30% y finalmente en centro de lavado el 2%.

CAPITULO V.

5. OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

5.1 ASESORÍA EMPRESARIAL

La Asesoría Empresarial es la actividad que se aplica en las empresas, se encarga de elaborar proyectos a ser financiados, selección del personal, política salarial y programas de desarrollo y gestión de las empresas.

5.1.1 CAPACITACIÓN

Toda unidad productiva y de servicios implementada por iniciar atención, debe estructurar un programa de capacitación previo y posterior al inicio de actividades. En el presente caso debe abarcar, por citar ejemplos; atención al cliente, relaciones públicas y mecánica básica, al personal operativo. Al área administrativa los 2 primeros mencionados, técnicas secretariales y contables, y otros necesarios para el cumplimiento de sus metas y objetivos.

Además posterior al cumplimiento de los diferentes eventos o actos de la capacitación planificada, el o los representante (s) de la lavadora de vehículos, deben realizar diferentes pruebas de evaluación para comprobar si estas actividades han sido interiorizadas y serán adecuadamente utilizadas durante el desarrollo de las funciones asignadas a cada uno de los integrantes de la empresa.

5. ¿Usted cree que la capacitación al personal mejoraría el servicio?

Tabla N°5

Capacitación

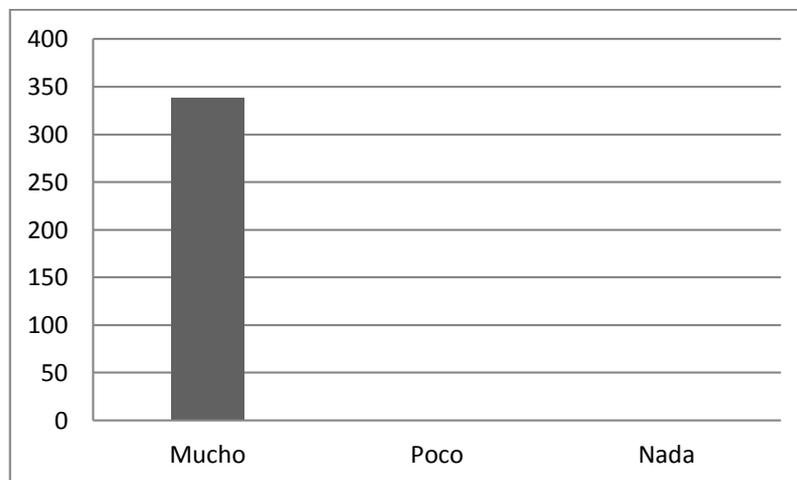
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Mucho	338	100
2	Poco	0	0
3	Nada	0	0
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gráfico N° 5

Capacitación



Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

La capacitación al empleado mejoraría notablemente el servicio a brindarse a los clientes ya que se podría implementar algún protocolo de servicio, adicional y desarrollarían destrezas novedosas en el servicio al cliente.

6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento que necesita el personal?

Tabla N°6

Nivel de Conocimiento

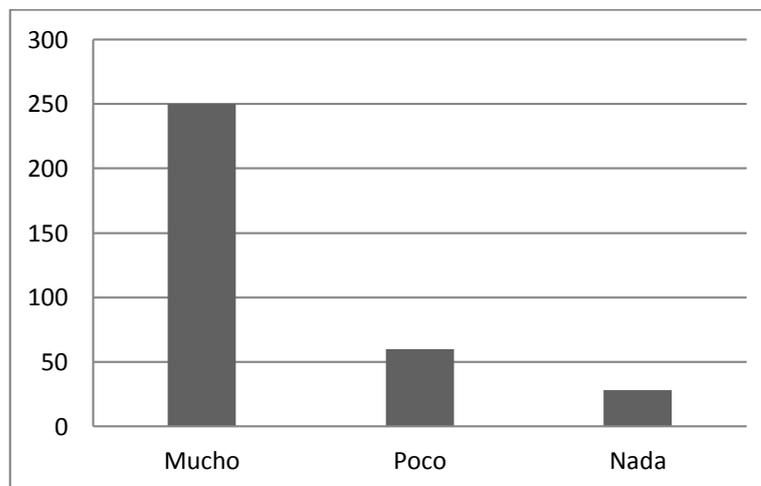
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Mucho	250	74
2	Poco	60	18
3	Nada	28	8
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gráfico N° 6

Nivel de Conocimiento



Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

El personal necesita estar altamente capacitado para el manejo operativo del vehículo, básicamente a su sistema eléctrico y mecánico, los cuales reciben tutorías y capacitaciones constantes.

7. ¿La capacitación al empleado con qué frecuencia cree que es realizada?

Tabla N°7

Capacitación a Empleado

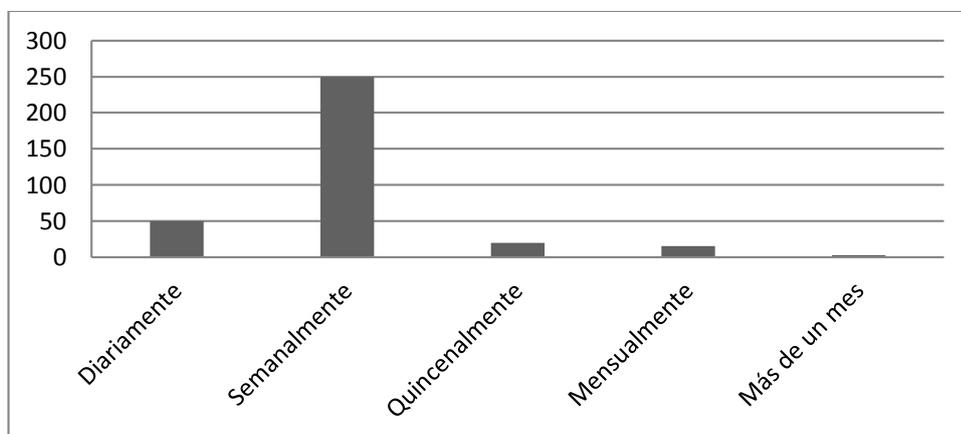
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Diariamente	50	15
2	Semanalmente	250	74
3	Quincenalmente	20	6
4	Mensualmente	15	4
5	Más de un mes	3	1
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gráfico N°7

Capacitación a Empleado



Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Es necesario retroalimentar al personal respecto a la asistencia que deben darle a los clientes y los cambios administrativos financieros que pueda haber.

5.1.2 ADECUADA GESTIÓN

La Gestión Administrativa, es muy antigua, nace con el hombre, siempre ha existido la necesidad de coordinar acciones, tomar decisiones y ejecutar. Antiguamente era muy fácil poder administrar, pero a partir que se establecieron, de manera moderna todos estos principios, ya no fué sencillo avanzar en esta. En consecuencia al momento del inicio de actividades esta entidad debe poseer un programa de gestión que incluya a todo el personal y áreas de la empresa.

Se diseñaran mecanismos de control en todas las áreas y actividades que cumpla la entidad, entre estas; existirá una permanente supervisión para la entrada y salida del personal, mediante la utilización de un reloj marcador, esto para cubrir el tiempo de trabajo y el cumplimiento y responsabilidad en la asistencia.

Dentro del programa de incentivos se procurará estimular y motivar a los empleados, buscando la eficiencia, caso contrario se intentará eliminar errores u omisiones mediante la detección temprana de sus orígenes. Así mismo la empresa diseñará un programa de capacitación y actualización para su personal y poder mejorar el desempeño profesional de cada uno.

5.1.3 INSTALACIONES ADECUADAS

Toda iniciativa empresarial debe contar con infraestructura e instalaciones en buenas condiciones, para conseguir el éxito en su negocio y se constituye en punto crítico cuando esto no se da por algún motivo.

Las instalaciones físicas de esta iniciativa que proporcionará el servicio de lavado exprés para automotores, iniciará sus operaciones en una superficie de 50mts², aproximadamente, en la misma habrá cabida para el

lavado de dos vehículos simultáneamente, área de espera, oficinas administrativas y baños; tanto del personal operativo, administrativo y clientes. Estas instalaciones permitirán la eficaz y eficiente entrega de los recursos disponibles para la prestación del servicio deseado.

Mucho más si se trata de instalaciones necesarias para atender al público, donde es importante la imagen que se proyecte a la comunidad. En la propuesta adjunta se cuantifican los montos a invertir en esta implementación, además irán acompañados de un plano para visualizar las mismas.

5.2 VENTAS

Constituyen una forma de entrar al mercado y es ejecutada por toda empresa de la naturaleza que sea; productiva o de servicios, como se presenta en este caso. Busca de manera permanente brindar satisfacción al cliente cumpliendo sus deseos y necesidades.

8. ¿Conoce usted si el sistema de ventas de las lavadoras existentes permite acceder con facilidad al servicio de lavado de vehículos?

Tabla N°8

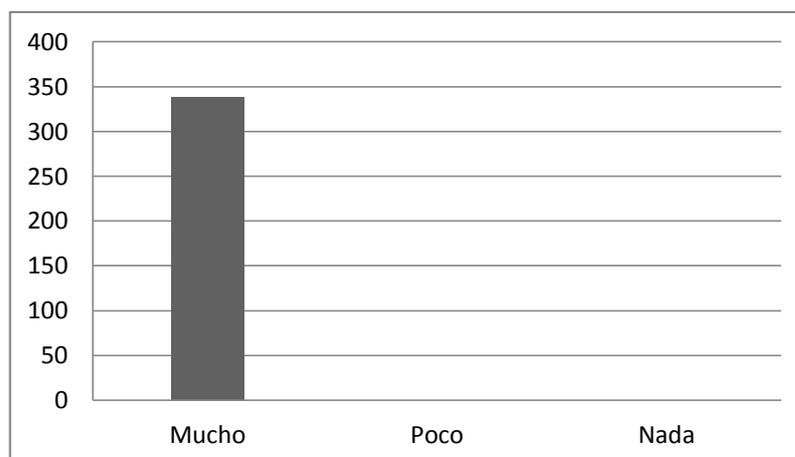
Sistema de Ventas

N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Mucho	338	100
2	Poco	0	0
3	Nada	0	0
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gráfico N°8
Sistema de Ventas



Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

La totalidad de los interrogados respondieron afirmativamente, 100%; lo cual indica que las personas conocen sistemas de ventas adecuados que les permite acceder al servicio de lavado de vehículos sin inconvenientes.

5.2.1 OFERTA

Se la define como la cantidad de bienes y/o servicios que distintas organizaciones, empresas o personas, poseen la capacidad y el deseo de vender algo en el mercado, durante un periodo de tiempo y espacio, con valor establecido y con la finalidad de satisfacer deseos y/o necesidades. Esta empresa deberá laborar desde un inicio con mucha dedicación, ya que el segmento poblacional hacia el que está dirigido sus servicios, está actualmente conformado y con presencia de un sin número de negocios similares, consecuentemente debe proporcionar excelente atención y generar una imagen acorde a las expectativas de los potenciales usuarios.

Es conocido que en Portoviejo existen diversas empresas dedicadas a similar actividad, pero en el presente caso, se da una marcada diferencia

con las otras instituciones, ya que se oferta un servicio con base en la optimización de tiempos en relación a igual factor, agregando confianza, honestidad y profesionalismo. Además permanentemente se implementaran mejoras en diferentes aspectos; infraestructura, servicios, promociones, precios, ventajas; todo lo cual incidirá en el desarrollo y crecimiento de la lavadora objeto de este estudio.

5.2.2 DEMANDA

Su definición indica que es la cantidad y calidad de bienes y servicios que son adquiridos en el mercado a diferentes precios por un consumidor indeterminado o por un grupo de consumidores.

Para esta novel empresa se constituye en la fuente de sus ingresos al igual que en las restantes instituciones similares, pudiendo subsistir solo en base a la excelente atención que dé y brinde a aquellas personas que demanden los servicios que ofertará, entre las ventajas que incidirán en el incremento de este importante factor económico están;

Precios

Población objetivo

Atención

Innovación constante

Esmerada atención

5.2.3 PRECIOS

En el presente trabajo se refleja la incidencia de esta variable, en la vida de una empresa, además fácilmente se puede determinar que bajo ninguna alternativa, la misma podrá alterar el precio de sus servicios en relación a la competencia.

Esta irregularidad puede ocasionar en algún momento la presencia de autoridades que registren su lista de precios y esto origine por parte de ellas algún tipo de sanción basándose en circunstancias previamente establecidas.

5.3 SUPERVISIÓN

Es la acción y efecto de supervisar que supone la inspección de un trabajo efectuado por otra persona. Para esta unidad de servicios es importante que exista de manera constante una adecuada supervisión, para así poder ejercer un control permanente al personal de servicios y atención al público dentro de las instalaciones de su local.

9. ¿Verifica usted el proceso operativo del lavado de su automotor?

Tabla N°9

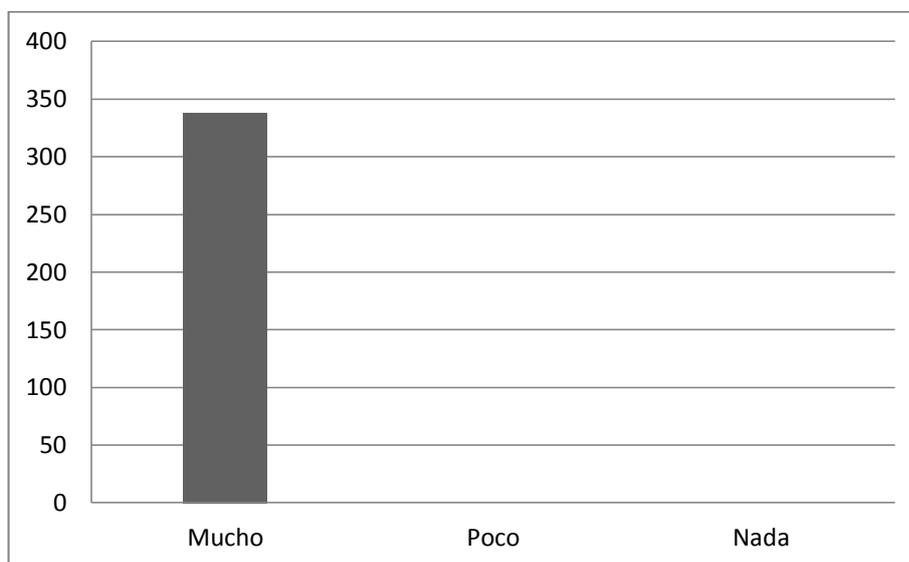
Procesos Operativos

N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Mucho	338	100
2	Poco	0	0
3	Nada	0	0
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gráfico N° 9

Procesos Operativos

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Los usuarios de los locales de lavado express supervisan continuamente los procesos operativos para garantizar que el servicio recibido sea óptimo y eficiente.

5.3.1 CONTROL

Significa comprobación, inspección, fiscalización o intervención. Este término constituye una función administrativa que parte de las exigencias previamente establecidas por la organización y emite un conjunto de normas y especificaciones, velando por su fiel cumplimiento. En esta lavadora vehicular será norma básica la presencia del mismo.

10. ¿Cuál es el tipo de vehículo que posee?

Tabla N°10

Tipo de Vehículo

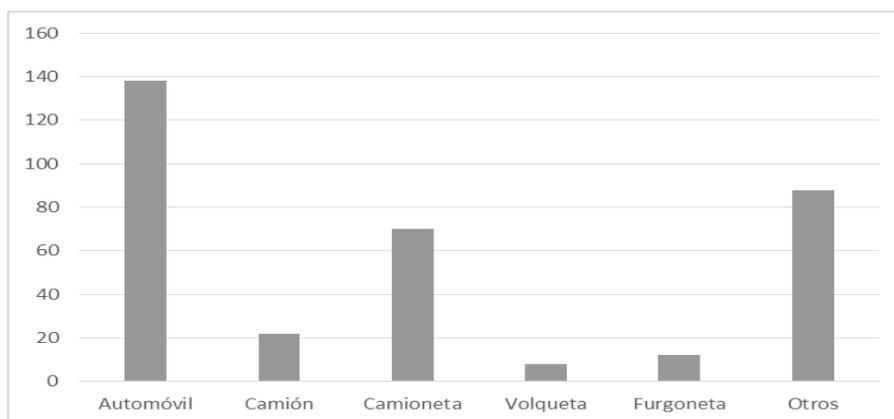
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Automóvil	138	42
2	Camión	22	7
3	Camioneta	70	21
4	Volqueta	8	2
5	Furgoneta	12	4
6	Otros	88	24
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gráfico N°10

Tipo de Vehículo



Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Es norma general que en las principales ciudades de nuestro país, predomine la presencia de autos y camionetas, entre estas dos tipologías de transporte cubren el 63% de la muestra estipulada. Las opciones vehiculares

otros y camiones llegan al 31% en conjunto y volquetas y furgonetas totalizan el restante 6%.

11. ¿Cuál es el sistema que tiene su vehículo?

Tabla N°11

Tipo de Sistema

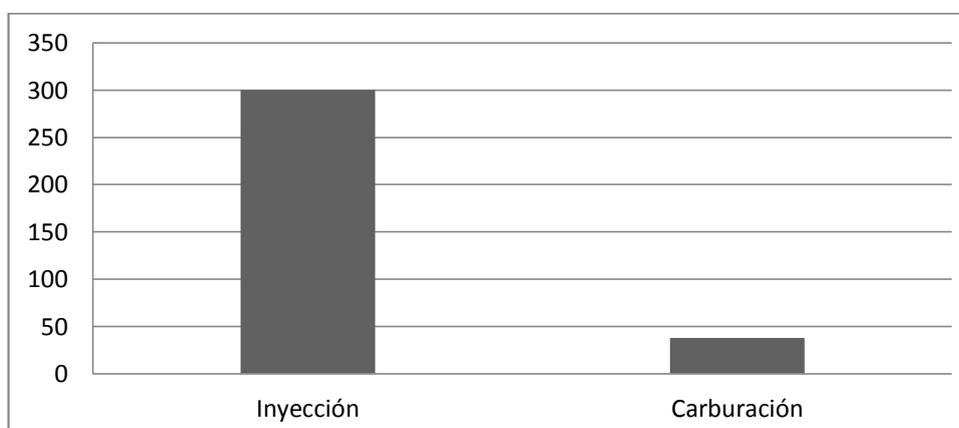
N°	Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	Inyección	300	89
2	Carburación	38	11
TOTALES		338	100

Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gráfico N°11

Tipo de Sistema



Fuente: Usuarios de automotores del cantón Portoviejo

Elaboración: Autora de la Investigación

Es norma conocida la aceptación que poseen los vehículos con sistema de inyección, en el presente caso ascienden a 89% del total de entrevistados.

5.3.2 ASESORÍA PERMANENTE

La Asesoría Permanente es una constante clave para el desarrollo adecuado de las actividades que se realizarán en esta entidad para los consumidores de sus servicios, está claro que esta empresa novel deberá constantemente brindar a sus integrantes cursos y seminarios de capacitación, con la finalidad de ofertar una mejor atención a los demandantes de sus servicios. Además será aconsejable que los integrantes de esta empresa se manifiesten con deseos permanentes de conocimientos y aprendizaje para cumplir de mejor manera la entrega del servicio a los demandantes de los mismos.

5.3.3 INCREMENTO DE USUARIOS

Para llevar adelante esta máxima sobre el incremento de los usuarios; esto se basa en dos normas, buen servicio y atención personalizada. Cumpliendo estos dos parámetros podemos determinar qué tipo de servicio busca el cliente, esto se realiza mediante encuestas permanentes y periódicas, las cuales identifican los servicios que ofrecemos y las estrategias técnicas que utilizamos. Básicamente esto se puede determinar efectuando un adecuado estudio de mercado, mediante el cual se detecte plenitud el camino a seguir durante el desarrollo de los diferentes servicios que ofertamos a nuestros clientes y demandantes. Esta será la premisa básica que cumplirá esta empresa desde el inicio de sus actividades.

5.4 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

El manejo óptimo de los recursos de la empresa se podrán mejorar en base al cumplimiento y diseño de algunas estrategias en los ámbitos; Asesoría Empresarial con sus variables de capacitación, apropiada gestión de los colaboradores y demandantes de sus servicios en un adecuado ambiente para desarrollar sus actividades. La parte fundamental que

asegura la permanencia operativa de la empresa, está conformada por la oferta, demanda y los precios de sus servicios.

Finalmente tenemos el aspecto del control y supervisión, capacitación permanente y apropiada, esto dará como resultado el incremento de usuarios y demandantes de los servicios que oferta esta unidad productiva. A continuación se incluyen las preguntas con su correspondiente respuesta, tablas, gráficos y el respectivo análisis.

CONCLUSIONES

Posterior al desarrollo del proceso investigativo y a la ejecución de la encuesta, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

1. Se debe escoger adecuadamente al personal del área administrativa y comprobar su nivel de conocimientos; en caso se detecte debilidad en estas áreas, existen centros que brindan capacitaciones administrativas, financieras y en áreas que requiera la empresa, con la finalidad de poder optimizar recursos y evitar errores operativos y de servicio.
2. Constantemente es conveniente ejecutar actividades de control tanto a los recursos humanos, financieros y operativos para evitar faltantes o errores de tipo laboral. Además es importante mencionar que la supervisión al servicio al cliente también es de suma importancia. Las actividades de control con llevan la implementación de un óptimo sistema de ventas con el que se puede optimizar, supervisar y tomar decisiones.
3. Se deben revisar las políticas relacionadas a los estándares de calidad de cada proceso operativo de la empresa en donde se deben incluir las políticas creadas para el óptimo funcionamiento del servicio y así elevar el nivel de satisfacción en nuestros clientes e incrementar el nivel de ventas.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1 IDENTIFICACIÓN

Elaboración de un estudio económico de pre-factibilidad para instalar una lavadora de vehículos con servicio express en la ciudad de Portoviejo, concretamente en su zona norte.

6.2 JUSTIFICACIÓN

La empresa ofrecerá el servicio de lavado automotriz express, esto es, para las personas que llegan a realizar deporte en Republica Sport y los de su localidad y también podrá ser retirado el vehículo por su personal en el domicilio o sitio de trabajo del propietario.

Este servicio estará enfocado a proporcionarse en una zona de elevado incremento poblacional, como lo es la zona norte, vía a Crucita, de la ciudad de Portoviejo.

Básicamente encamina su actividad a dar solución a la poca o ninguna satisfacción del cliente de otras lavadoras que funcionan en esta jurisdicción.

6.3 OBJETIVOS

6.3.1 OBJETIVO GENERAL

Proporcionar a los dueños de vehículos de la ciudad de Portoviejo, un sitio con servicio de lavado express vehicular.

6.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un análisis de la oferta y demanda existente por este servicio.
2. Conocer las condiciones de la organización técnica para instalar esta empresa.
3. Efectuar un estudio financiero para conocer la factibilidad de poner en marcha esta iniciativa propuesta.

6.4 BENEFICIARIOS

6.4.1 DIRECTOS

Los beneficiarios directos son la población del sector norte de la ciudad de Portoviejo, quienes podrán contar con una lavadora de automotores que facilite la limpieza de sus vehículos mientras sus propietarios realizan otras labores.

6.4.2 INDIRECTOS

Los empleados y su familias ya que la propuesta constituye una nueva oportunidad laboral que les permitirá generar ingresos que coadyuven a mejorar su calidad de vida.

6.5 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

6.5.1 ESTUDIO TÉCNICO ORGANIZACIONAL

Este examen logrará dar a conocer las condiciones óptimas de la entidad, entre estas; localización, instalaciones, tamaño del proyecto, ingeniería del estudio, breve descripción de los equipos y máquinas operativas y equipo administrativo.

6.5.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del perfil económico logrará establecer una atención y funcionalidad óptima, aprovechando al máximo los recursos existentes para brindar un servicio adecuado. Esta variable influye directamente sobre la cuantía de las inversiones, costos e ingresos del estudio económico.

6.5.3 LOCALIZACIÓN

A fin de conseguir una adecuada localización es aconsejable elegir un sitio que permita obtener el mayor margen de utilidad a un costo menor.

La ubicación que tendrá esta empresa ofertante del servicio de lavado vehicular será la siguiente:

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Manabí

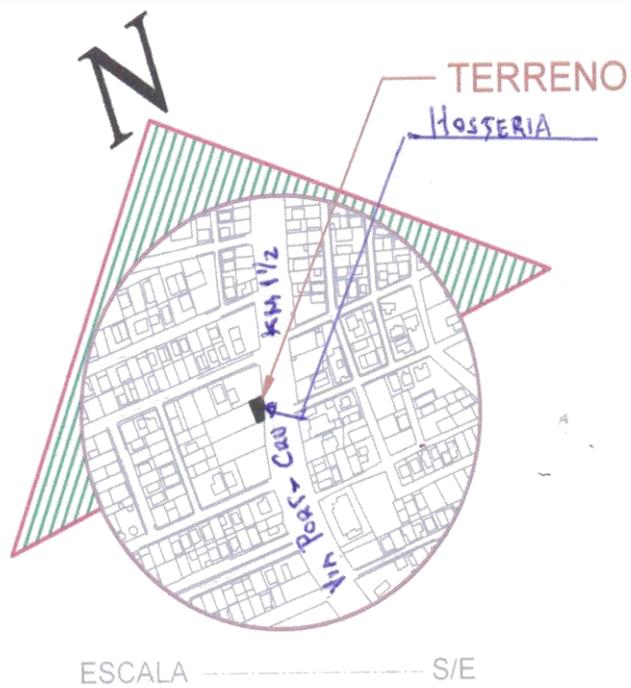
Ciudad: Portoviejo

Parroquia: 12 de Marzo

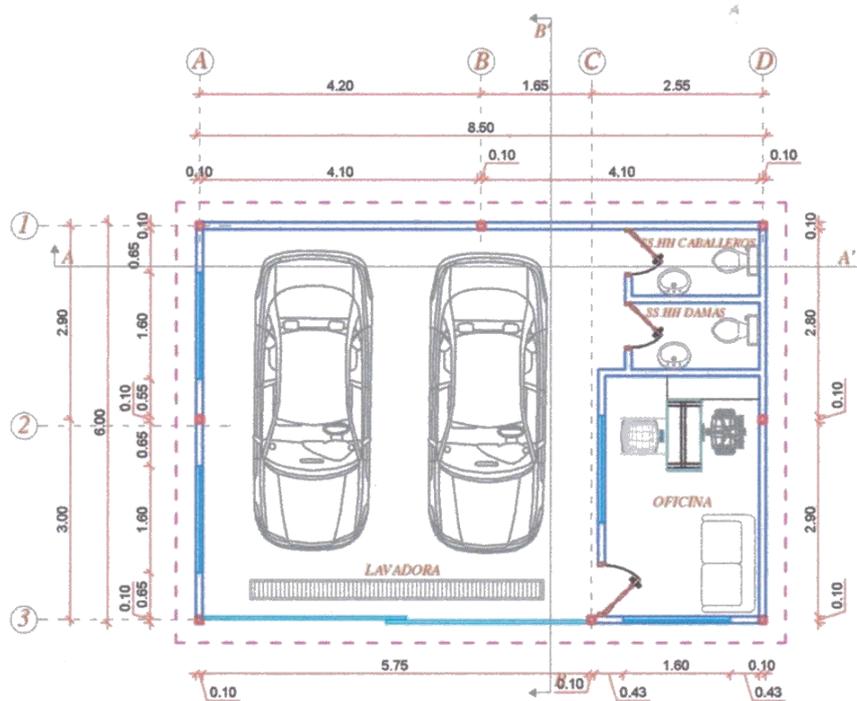
Calles: Km 1 ½ vía Portoviejo – Crucita, frente a la ex – hostería Casa Blanca.

En el lugar donde se ubicará esta empresa, es sitio o paso obligado de un gran número de automotores, originado en el turismo o por los residentes. Las calles están en excelentes condiciones, lo cual facilita el acceso a la lavadora vehicular.

6.5.4 CROQUIS DE LA LOCALIZACIÓN



UBICACIÓN



PLANTA ARQUITECTONICA



6.5.5 ESTUDIO DE MERCADO

6.5.5.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Con la finalidad de lograr ser preferida por los potenciales usuarios, individuos situados en una escala socioeconómica media y alta que sean propietarios de un automotor, con residencia en:

1. Urbanizaciones en Portoviejo
2. Manifiesto deseo de mostrar un carro aseado y con adecuado mantenimiento.
3. Poco tiempo libre y disponibilidad económica para asumir un costo extra por el servicio y el consecuente ahorro de tiempo.
4. En especial, con residencia en la zona Norte de Portoviejo.

6.5.5.2 DEMANDA

La demanda actual está conformada por los dueños de vehículos de residentes en esta área de la ciudad de Portoviejo zona Norte, los cuales mayoritariamente opinaron que se refería a la frecuencia del lavado de su automotor. Los mismos escogieron la alternativa semanal como el factor tiempo ideal para efectuar el lavado exterior y limpieza interna de su vehículo.

Esta cantidad semanal, se convierte en 42 unidades de transporte particular al día, el domingo no es laborable, en consecuencia no se contabiliza este servicio.

El promedio de tiempo que se invierte en un carro pequeño, auto o camioneta, es de 90 minutos, en esta lavadora se lavan dos unidades al mismo tiempo, resulta que se brindaría este servicio diariamente a 12 unidades.

Además en el estudio de campo se determinó que un alto porcentaje de los habitantes de Portoviejo realizan una tarea mixta, en ocasiones ellos lavan sus automotores y en otras ocasiones los envían a las lavadoras ya ubicadas y en funcionamiento en la ciudad de Portoviejo. Esto a pesar de que existe una ordenanza que prohíbe el lavado vehicular dentro de los hogares.

A todas estas novedades debemos agregar que muchos de los dueños de vehículos tienen malas experiencias con varios de estos centros, por citar algunos casos; sus vehículos han sufrido daño en la pintura o en el interior de los mismos, el grado de confianza existente en alto porcentaje es bajo, finalmente los malos ratos pasados por pérdidas de artículos o daño en sus automotores.

Dentro del ámbito de la demanda deben tratarse las necesidades que busca el consumidor del servicio, para así profesionalizarse cada día un poco más y lograr fidelidad y mantener un alto número de clientes.

Entre los factores que persiguen los usuarios están; calidad en el lavado, y agilidad en la entrega del servicio junto con una esmerada atención al cliente. Todas estas potencialidades deben unirse con un adecuado cuidado al medio ambiente.

Precios

Los precios con los que se entrará al mercado serán:

Tabla N°12

Precios del servicio de lavado automotriz express

Tipo de Vehículo	Precio US\$
Automóvil	10.00
Camionetas	15.00
Furgonetas	18.00
Camión / Volquete	20.00

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora de la Investigación

En base a los datos de la tabla N° 12 sobre el tipo de vehículo, se ha realizado un cálculo de los precios de esta empresa. Cabe indicar que en el precio se incluye como valor agregado el costo de custodia del vehículo mientras el dueño hace otra actividad.

6.5.5.3 OFERTA

Para iniciar el análisis de la oferta, primeramente se debe conocer los tipos de lavado automotriz que se dan en Portoviejo, de manera manual.

1. El de mayor utilización es la tradicional recolección de agua en algún recipiente, luego se refriega la superficie con una franela que tenga jabón, al mismo tiempo se le arroja, poco a poco el agua del recipiente, así se efectúa esta clase de lavado.
2. Utilizando una manguera, para lavar el vehículo, también es una de las formas más utilizadas por las personas, así mismo lo efectúan en varias lavadoras de la localidad.

Una variante de este método es imprimir presión a la manguera, esto incrementa el volumen del agua y como resultado un mejor lavado del automotor.

En las lavadoras son diversos los tipos de lavado:

Lavado Express: Es un lavado rápido del vehículo, en la cual se incluyen la limpieza de vidrios, carrocería, limpieza interior, llantas y aros.

Lavado Convencional: Es el lavado total del automotor en este se agrega; partes Inferiores, motor y es más profunda la limpieza de las partes.

De acuerdo al estudio de campo efectuado, se constató que de las ventas totales de las lavadoras, en Portoviejo, las lavadas convencionales, son mayoritarias, demostrando cuál es su especialidad y donde invierten la mayor cantidad de tiempo. El lavado express ha ganado terreno ya que en el actual estilo de vida no se puede invertir mal el tiempo y la necesidad de uso vehicular es imperiosa.

Ubicación de la Competencia

En este sector, desde la Av. América hacia la zona Norte de Portoviejo, limitando con la Av. del ejército y la Av. Urbina o Universitaria, existen varias lavadoras de vehículos. Las cinco más importantes se las menciona en la Tabla N°13, indicando razón social y nombre del dueño o representante legal, además se resalta la principal fortaleza que posee cada una de ellas:

Tabla N°13

Principales Lavadoras vehiculares de la Zona Norte de Portoviejo

Nombre/Razón Social	Propietario/Rep.Legal	Fortaleza
Car Wash I	Ab. Bolívar Centeno	Alto tránsito en la zona
Car Wash II	Ing. Rocío Cedeño	Tránsito, zona de negocios
Lavadora Silva	Sr. Hugo Silva	Espacio Físico
Lavadora Burgos	Ing. Carlos Burgos	Poder adquisitivo de los habitantes
Cent. Autom. "Limpieza Total"	Sr. Ernesto Prias	Espacio Físico

Fuente: Investigación de Campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Deficiencias de la Competencia

Durante la investigación de campo que se realizó los demandantes de este tipo de servicio, en su mayoría, son de la opinión que estos locales, los existentes, deben mejorar ampliamente en la prestación del servicio y sobre todo, en el tiempo que invierten en proporcionarlo.

Además el cuidado al medio ambiente, en muchas de ellas, no es el adecuado, el personal que labora en estos centros no brinda una asesoría adecuada ni la atención debida a los clientes.

Otro detalle importante en la cantidad de tiempo que invierten, sea en el lavado convencional o en el express, en el primero el promedio es de dos horas y en el segundo tres horas.

Estos factores con una acertada visión y correcta aplicación, pueden ser explotados por el propietario de esta empresa que está por iniciar actividades y transformarlos en fortalezas de su negocio.

6.5.5.4 ANÁLISIS FODA

Se desarrolla el análisis FODA para conocer todo lo relacionado a la implementación y puesta en marcha de este tipo de emprendimiento.

Fortalezas:

La ubicación es estratégica por estar ubicada en una zona de elevada movilidad de vehículos.

Disminución del tiempo en proporcionar el servicio (máximo 1 hora).

Personal con conocimiento y alta experiencia

Debilidades:

Carece de conocimiento, el propietario, en la actividad.

Oportunidades:

Incremento constante de vehículos.

Posibilidades de entablar alianzas con gremios de choferes.

Alternativa nueva, genera curiosidad y expectativas.

Fácil acceso al local

Amenazas:

Oferta el mismo servicio en su zona de influencia

Cambios imprevistos en las políticas gubernamentales

El factor climatológico

6.5.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta variable se debe reflejar, inicialmente, el proceso que se cumple al proporcionar este servicio.

INVERSION EN INFRAESTRUCTURA				
N°	Máquinas		Valor Unitario	Valor Total
2	Aspiradora Industrial	de Vehículos	400.00	800.00
2	Hidrolavadoras		450.00	900.00
1	Bomba de agua		300.00	300.00
1	Tanque de agua de 1m ³		300.00	300.00
1	Aire acondicionado		900.00	900.00
	Mobiliario de Ofic.		1,200.00	1,200.00
	Edificio		19,755.00	19,755.00
	INVERSION TOTAL			24,155.00

6.5.7 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Para iniciar esta parte integrante del perfil económico que acompaña a la propuesta, se determina el nombre o razón social con la que se denominará la empresa;

Lavadora Automotriz "República Sport"

6.5.7.1 MISIÓN

Brindar el servicio de lavado express de automotores mediante procesos de atención al cliente personalizada, generando empleo y bienestar a nuestros colaboradores, maximizando la rentabilidad de la inversión, cumpliendo las leyes y reglamentos, fomentando además el respeto del medio ambiente.

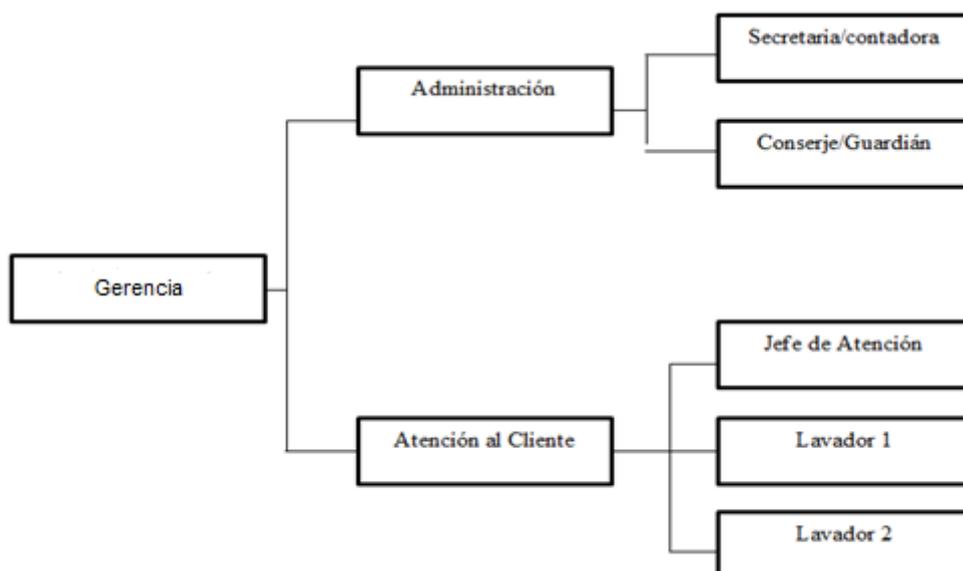
6.5.7.2 VISIÓN

Ser líderes en el servicio de lavado express de automotores, con personal capacitado y comprometido con la expectativa y satisfacción de nuestros clientes.

6.5.8 LA ORGANIZACIÓN

Esta empresa tendrá una estructura orgánica que incluye las secciones; gerencia, administración y atención al público u operativa.

6.5.8.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



6.6 METODOLOGÍA

Luego de haber concluido el proceso investigativo se puede afirmar que el método fundamental para llevar a buen término el presente trabajo fue la investigación de campo, gracias a ella se compilaron situaciones, datos relevantes, cifras, estadísticas y más indicadores que tan solo pueden obtenerse con la presencia en el sitio y con la elaboración de la encuesta aplicada.

La investigación bibliográfica aportó a la investigación, en un menor porcentaje, básicamente para la elaboración del segundo capítulo.

Básicamente la metodología aplicada guardó, de manera permanente, relación con los datos obtenidos en la encuesta, los cuales aplicados correctamente permitieron desarrollar la tesis.

6.7 SUSTENTABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD

El término sustentabilidad está en relación directa con el medio ambiente que rodea la propuesta desarrollada, es decir se mantendrá una armonía, procurando mejorar continuamente la calidad de vida de sus miembros.

Sostenibilidad se relaciona con el desarrollo social y económico, es decir se busca la estabilidad de la población actual, sin arriesgar el futuro generacional de suplir sus necesidades.

6.8 CRONOGRAMA

	Enero			
	1	2	3	4
Identificación de la Propuesta				
Justificación				
Objetivos				
Beneficiarios				
Descripción de la Propuesta				
Metodología				
Sustentabilidad y Sostenibilidad				
Cronograma				
Presupuesto				

6.9 PRESUPUESTO

Para la puesta en marcha y ejecución del proyecto se examinan los costos, gastos, ingresos y utilidades que genera la actividad.

6.9.1 INVERSIÓN

Recibe esta denominación la totalidad de egresos de los recursos financieros de la empresa, estos actos se realizan a fin de comprar activos fijos a utilizarse a largo plazo en la actividad que desarrolle la empresa, esto se refleja en la tabla n°14.

Tabla N°14

Inversión

Detalle	Valor Total \$
Activos Fijos Tangibles	24,155.00
Activos Fijos Intangibles	7,500.00
Capital de Operación	35,745.00
Total	67,400.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

6.9.2 ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

Están conformados por bienes de amplia durabilidad y su uso se da durante la fase operativa de la entidad y su finalidad no es la comercialización.

Tabla N°15

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
Detalle	Valor Total \$
Construcción	19,755.00
Maquinaria y Equipo	2,300.00
Mobiliario de Equipo de Oficina	2,100.00
Total	24,155.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

6.9.3 ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES

Terreno

Este activo posee 50m², en la zona de implantación el costo de cada metro cuadrado se cotiza a \$150,00.

Esta da un costo total de \$7.500,00.

6.9.4 CAPITAL DE OPERACIÓN

Básicamente son los activos corrientes, de los cuales dispone el inversionista y permiten el desarrollo normal de las actividades en la empresa, durante el tiempo que los ingresos generados, compensen todos los gastos operativos que se efectuarán durante este lapso de tiempo.

En la siguiente tabla, N°16, se describen y totalizan todos los rubros que originan estos egresos.

Tabla N°16

Capital de Operación

Detalle	Valor Total \$
Mano de Obra Directa	12,744.00
Mano de Obra Indirecta	4,248.00
Costos Directos	3,350.00
Costos Indirectos	4,200.00
Gastos de Administración	10,800.00
Imprevistos 1.67% de los activos Tangibles	403.00
Total	35,745.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Mano de Obra Directa

Son los colaboradores que realizarán el lavado directo a los vehículos de los clientes.

Tabla N°17

Mano de Obra Directa

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Meses	Valor Total
Operarios	3	354,00	12	12,744.00
Total				\$12,744.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Mano de Obra Indirecta

Se denomina así a aquella mano de obra que supervisa los procesos pero no se incluye en su transformación.

Tabla N°18
Mano de Obra Indirecta

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Meses	Valor Total
Conserje/Guardián	1	354,00	12	4.248
Total				4.248,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Costos Directos

Reciben este nombre aquellos egresos realizados de una manera directa a cambio de un servicio.

Tabla N°19
Costos Directos

Detalle	Valor Anual
Agua Potable	1.200,00
Shampoo y cera líquida	1.600,00
Abrillantador de llantas	300,00
Otros	250,00
Total	3,350.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Costos Indirectos

Son aquellos que se originan en materiales e insumos necesarios en la prestación del servicio.

Tabla N°20
Costos Indirectos

Detalle	Valor Anual
Mantenimiento y reparación	1.000,00
Gastos Varios	1.200,00
Implementos de trabajo	2.000,00
Total	4.200,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Gastos de Administración

Son todos los rubros de gastos que se originan en la parte administrativa de la empresa.

Tabla N°21
Gastos de Administración

Detalle	Cantidad	V. Unitario	Meses	Valor Total
Gerente	1	500	12	6.000
Secretaria/contadora	1	400	12	4.800
Total				10.800,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Depreciaciones

Es el desgaste de los Activos Fijos, durante el periodo de tiempo que ellos contribuyen a la generación de ingresos a la empresa.

Tabla N°22
Depreciación

Detalle	Inversión	%	Valor Depreciación
Edificio	19.755	5%	988
Maquinaria y Equipo	3.200	10%	320
Equipo de Oficina	900	20%	180
Muebles y Enseres	1.200	10%	120
Total			\$1.608,00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Imprevistos

Son aquellos gastos no previstos en la implementación de la propuesta, se estiman en un 1.67% del valor de los activos tangibles.

6.9.5 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El Gasto Total que origine la empresa estará compuesto por el aporte del propietario, el terreno \$7.500,00 y \$10.000,00 para capital de operación; es decir \$17.500,00. La diferencia será obtenida de un capital financiado por un monto de \$14.500,00; mediante un crédito que facilitará el Banco del Pichincha Sucursal Portoviejo.

Gastos Financieros

Es la carga económica que se origina en el uso del dinero del crédito recibido por parte de la institución financiera participante (IFP).

Tabla N°23
Gastos Financieros

AÑO	VALOR
1	3,277.00
2	2,621.60
3	1,966.20
4	1,310.80
5	655.40
Total	9,831.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Tabla N°24
Amortización

Monto: \$14,500.00

Interés: 22.50% anual

AÑOS	ABONO CAPITAL	INTERESES	SEGURO	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
0					14,500.00
1	2,900.00	3,262.50	14.50	6,177.00	11,600.00
2	2,900.00	2,610.00	11.60	5,521.60	8,700.00
3	2,900.00	1,957.50	8.70	4,866.20	5,800.00
4	2,900.00	1,305.00	5.80	4,210.80	2,900.00
5	2,900.00	652.50	2.90	3,555.40	0.00
Total	14,500.00	9,787.50	43.50	24,331.00	

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Para el cálculo del financiamiento se considera la tasa del 22.50% vigente para el segmento micro empresarial establecida por el Banco Central del Ecuador, así mismo el seguro de desgravamen corresponde al 1 por mil sobre el saldo adeudado que cobraría la entidad financiera como mitigante del riesgo de crédito.

6.9.6 INGRESOS DE LA EMPRESA

Los rubros de ingresos se originan en base a los tipos de vehículos a atender y al costo respectivo acorde a la clase de automotor, De acuerdo al tiempo que se invierte en proporcionar el servicio a los clientes, nuestro promedio está en 90 minutos, hora y media si se lo hace durante 8 horas, se podrá brindar el servicio a 12 vehículos diariamente. Además se proyecta un incremento promedio anual del 5% en la cantidad de vehículos que demanden los servicios de este centro de lavado vehicular.

Tabla N° 25
Ingresos por Ventas

Tipo de Vehículo	Costo del Servicio US\$	Unidades diarias	Unidades semanales	Unidades mes	Unidades año	Ingresos			
						\$ Día	\$ Semana	\$ Mes	\$ Año
Automóvil	10.00	7	42	168	2016	70.00	420.00	1,680.00	20,160.00
Camionetas	15.00	3	18	72	864	45.00	270.00	1,080.00	12,960.00
Furgonetas	18.00	1	6	24	288	18.00	108.00	432.00	5,184.00
Camión / Volquete	20.00	1	6	24	288	20.00	120.00	480.00	5,760.00
Totales		12	72	288	3456	153.00	918.00	3,672.00	44,064.00

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

Tabla N°26
Ingresos por Ventas Proyectados
Periodo 2015- 2019

AÑOS	N° Vehículos	Ingresos
2015	3,456	44,064
2016	3,656	46,639
2017	3,856	49,214
2018	4,056	51,289
2019	4,256	53,864

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

El número de vehículos, considerados inicialmente para el año 2015 es de 3456, al año 2019 se incrementarán a 4.256 vehículos aproximadamente, es decir un incremento de 200 unidades, promedio en cada año, durante el periodo analizado.

6.9.7 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Tabla N°27
Estado de Resultados Proyectado
Periodo 2015-2019

Detalle	Años				
	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos					
Ventas	44,064	46,639	49,214	51,289	53,864
Total Ingresos	44,064	46,639	49,214	51,289	53,864
- Costo de ventas	27,845	28,659	29,505	30,385	31,300
Utilidad Bruta en ventas	16,219	17,980	19,709	20,904	22,564
Gastos de Administración	10,800	11,232	11,681	12,149	12,634
Gastos de depreciación	1,608	1,608	1,608	1,608	1,608
Gastos Financieros	3,277	2,622	1,966	1,311	655
Utilidad Operacional	534	2,519	4,454	5,837	7,666
15% participación empleados	80	378	668	876	1,150
Utilidad antes de IR	454	2,141	3,786	4,961	6,516
22% Impuesto a la Renta	100	471	833	1,091	1,434
Utilidad Neta	354	1,670	2,953	3,870	5,082

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

6.9.8. VALOR ACTUAL NETO

Para los gastos del sueldo se consideró un incremento del 4% de la inflación anual en cada año. Los resultados obtenidos del VAN (Valor Actual Neto) indican que la propuesta es factible ya que el valor es positivo, como se detalla en la tabla N° 28.

TABLA N° 28
CALCULO DEL VAN

Años	Ingresos totales	Ingresos por ventas	Egresos totales	Gastos sueldos	Costos Directos	Gastos Adm.	Flujo de caja neto
0	-24,500		67,400				-42,900
1	44,064	36,000	30,822	16,992	3,350	10,480	13,242
2	46,639	38,125	32,068	18,238	3,350	10,480	14,571
3	49,214	40,250	33,363	19,533	3,350	10,480	15,851
4	51,289	41,975	34,711	20,881	3,350	10,480	16,578
5	53,864	44,100	36,112	22,282	3,350	10,480	17,752

INGRESOS

TASA	12.96%
VAN	145,991.67
B/C	1.49

FLUJO DE CAJA NETO

TASA	12.96%
VAN	\$ 11,073.41

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

6.9.9 TASA INTERNA DE RETORNO

TABLA N° 29
CALCULO DEL TIR

Años	Ingresos totales	Ingresos por ventas	Egresos totales	Gastos sueldos	Costos Directos	Gastos Adm.	Flujo de caja neto
0	-24,500		67,400				-42,900
1	44,064	36,000	30,822	16,992	3,350	10,480	13,242
2	46,639	38,125	32,068	18,238	3,350	10,480	14,571
3	49,214	40,250	33,363	19,533	3,350	10,480	15,851
4	51,289	41,975	34,711	20,881	3,350	10,480	16,578
5	53,864	44,100	36,112	22,282	3,350	10,480	17,752

INGRESOS

TASA	12.96%
TIR	184%
B/C	1.49

FLUJO DE CAJA NETO

TASA	12.96%
TIR	22.54%

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autora de la Investigación

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor que cero por lo tanto la propuesta es factible, esto significa que dentro de los primeros cinco años aplicando la tasa del 22.54% a los flujos obtenidos el Van será igual a cero.

6.9.10 IMPACTOS DE LA PROPUESTA

6.9.10.1 SOCIAL

Analizando la incidencia social de la propuesta establecida, se desprende la generación de plazas laborales, tan necesarias en los actuales momentos, igualmente para el sector poblacional que está dirigida la alternativa de servicios, contar con una empresa que alivie el estrés laboral y la preocupación de no contar con el tiempo suficiente para llevar a lavar el automotor, sino que con una llamada lo retiran de la dirección indicada y lo devuelven en un tiempo prudencial gracias al servicio de lavado express.

6.9.10.2 ECONÓMICO

El ingreso económico que perciban los empleados de esta empresa, representantes de firmas proveedoras de elementos de limpieza, al ahorro de los propietarios de vehículos originado en gastos por daños al automotor y los valores por utilidad que recibirán los dueños de este negocio; son algunos de los indicadores económicos que originará la entidad.

6.9.10.3 TECNOLÓGICAS

La utilización de equipo y maquinaria especializada para la actividad, y el manejo de elementos innovadores para a limpieza y conservación de la pintura y acabados automotrices son los elementos a resaltar en el ámbito tecnológico en esta institución de naturaleza privada.

6.9.10.4 FINANCIERO

La generación de circulante entre los diferentes sectores relacionados con esta actividad de servicios, entre ellos; bancario, comercial, transporte y laboral. Además del aporte al erario nacional y local vía pago de tasas e impuestos de ley que rigen las actividades productivas y de servicios en Ecuador.

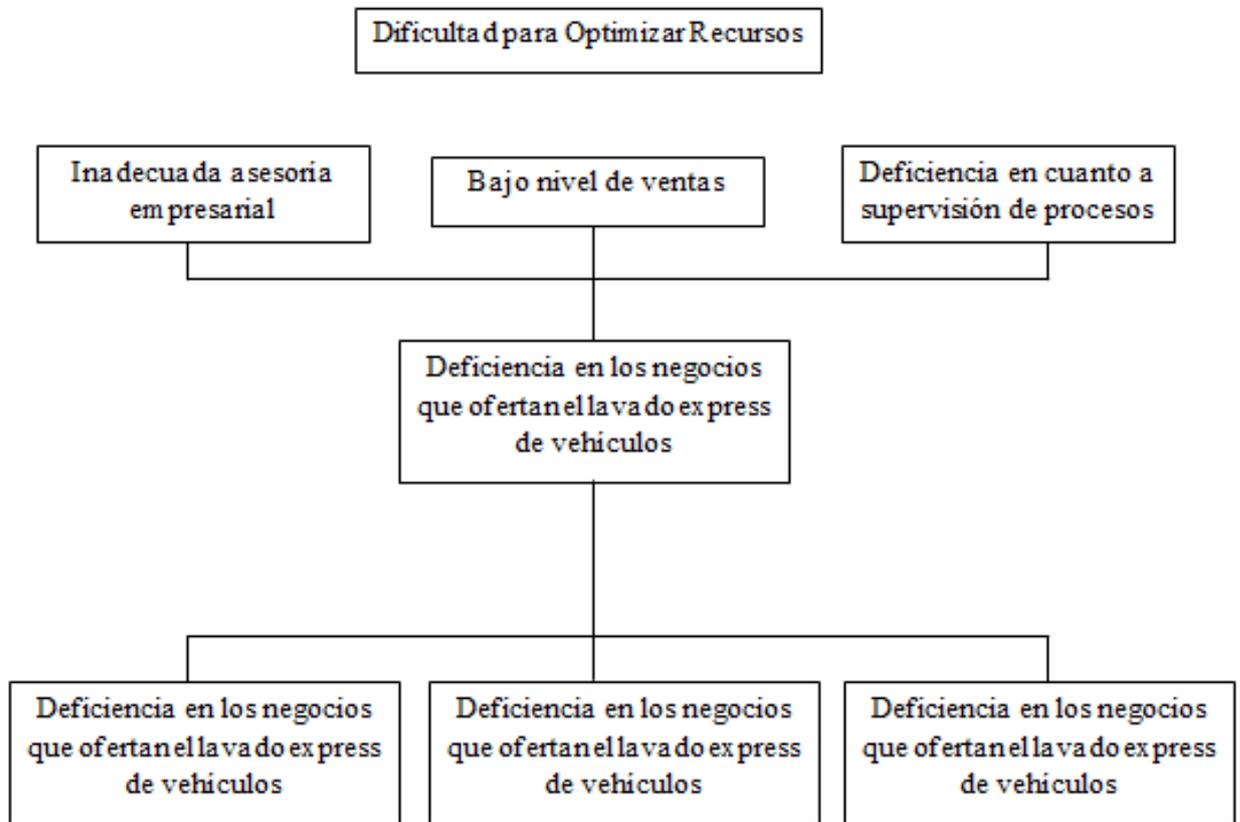
BIBLIOGRAFÍA

1. **ALFREDOASCANIO.BLOGSPO.** (2006). Alfredoascanio.blogspot . Recuperado el 2014, de <http://alfredoascanio.blogspot.com/2006/07/analisis-del-punto-de-equilibrio.html>
2. **AMBIENTAL**, s. D. (2014). Procedimiento para la emision de licencias ambientales. Quito: subsecretaria de calidad ambiental.
3. **ARTEAGA VILLAGÓMEZ**, e. (2011). Un negocio familiar de autolavado en morelia, michoacán: le´mans. Mexico: universidad michoacana de san nicolás de hidalgo (umich) .
4. **BOWEN VALDIVIEZO**, r. S., & rivera dender, m. J. (2011). Proyecto de factibilidad para la creación y administración de una lavadora de carros con servicio agregado a ubicarse en la ciudad de manta. Manta: ulearn.
5. **BULLIONVAULT.** (2014). Bullionvault. Recuperado el 2014, de https://oro.bullionvault.es/guia/oro/glosario-financiero#section-glosario-financiero-an_c3_a1lisiert_c3_a9cnico
6. **CLEMENTE, E. S., & CALERO, G. N.** (2012). Proyecto de inversión para la implementación de una empresa de lavado de autos a domicilio para la ciudad de guayaquil. Guayaquil: escuela superior politecnica del litoral.
7. **ECUADOR**, c. D. (2010). Código orgánico de la producción, comercio e inversiones. Quito: constitución de la república del ecuador.
8. **ECUADOR**, t. C. (2008). Constitucion de la republica del ecuador. Quito: registro oficial.
9. **GARCÍA LOZANO**, m. V., & pazmiño rodríguez, m. S. (2012). Proyecto de inversión para la implementación de una lavadora automática para vehículos en la vía samborondon. Samborondon: escuela superior politecnica del litoral.
10. **GÓMEZ, L. H.** (2011). Estudio de factibilidad para el montaje de una lavadora de autos con tecnología a vapor. Guayaquil: sidad de guayaquil.
11. **GUEVARA, D. F., & cuzco, c. O.** (2012). Estudio de mercado para la implementacion de una lavadora de vehículos livianos y pesados con servicio de call-center. Milagro: universidad estatal de milagro.

12. **MARGOTH, M. R.** (2010-2014). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de lavado automático de vehículos livianos. Ibarra: universidad técnica de cotopaxi.
13. **MONCAYO, J. J., & ZAMBRANO, j. E.** (2010). Desarrollo e implementación de un sistema para realizarel control administrativo y facturación de productos y servicios de la lubricadora y lavadora pepito. Portoviejo: universidad tecnica de manabi.
14. **ORTIZ, H. C.** (2005). Modelo de reingeniería de procesos para el centro de autolavado santa lucía, oaxaca, oax. Huajuapan de leon: universidad tecnologica de la mixteca.
15. **PLANIFICACIÓN, c. N.** (2013-2017). Plan nacional para el buen vivir . Quito: secretaria nacional de planificación y desarrollo.
16. **PROMONEGOCIOS.** (2006). Promonegocios. Recuperado el diciembre de 2014, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>
17. **VELÁSQUEZ, r. Z.** (2008). Plan de negocios para la creación de una microempresa de lavado de autos a domicilio. Cd, ixtepec oaxaca: universidad del istmo.

ANEXOS

ANEXO # 01



ANEXO # 02



La presente muestra se la ha realizado para viabilizar la instalación en Portoviejo de una lavadora express de vehículos.

Objetivo: La presente encuesta tiene como objetivo recopilar información para conocer las necesidades de los potenciales clientes de la lavadora a implementarse.

Instrucciones: su información es muy valiosa en nuestra investigación, favor marque con una X la respuesta que Usted, considere que es de su preferencia.

Agradecemos la información brindada.

1. ¿Quién controla su lavado de su vehículo?

Usted Administrador Ambos

2. ¿Tiene usted los recursos humanos y monetarios suficientes para llevar acabo el servicio?

Mucho Poco Nada

3. ¿Ha establecido estándares de calidad respecto al servicio?

Si

No

4. ¿En algún momento los vehículos han sufrido daños debido a no efectuarse el lavado correcto del mismo?

Cuando usted lo hace

Centro de Lavado

Ambos casos

Ninguno de los casos anteriores

5. ¿Usted cree que la capacitación al personal mejoraría el servicio?

Mucho Poco Nada

6. ¿Cuál es el nivel de conocimiento que necesita el personal?

Mucho Poco Nada

7. ¿La capacitación al empleado con qué frecuencia cree que es realizada?

Diariamente Semanalmente Quincenalmente
Mensualmente Más de un mes

8. ¿Conoce usted si el sistema de ventas de las lavadoras existentes permite acceder con facilidad al servicio de lavado de vehículos?

Mucho Poco Nada

9. ¿Verifica usted el proceso operativo del lavado de su automotor?

Mucho Poco Nada

10. ¿Cuál es el tipo de vehículo que posee?

Automóvil Camioneta Furgoneta
Camión Volqueta Otros

11. ¿Cuál es el sistema que tiene su vehículo?

Inyección Carburación

ANEXO # 03
PUBLICIDAD



lavadora automotriz

Republica Sports

ANEXO # 04

LOCAL



ANEXO # 05

COMPETENCIAS





ANEXO # 06

REALIZACION D0E LAS ENCUESTAS

