

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
“HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE PICHINCHA”**



CARRERA: TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TÍTULO: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
SERVICIO DE LAVADORA EXPRESS PARA VEHÍCULOS EN EL CANTÓN
SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS, AÑO 2019.**

*Trabajo de Titulación presentado como requisito para optar por el Título
de Tecnóloga en Administración de Empresas.*

AUTORA: Vásquez Jaramillo Sandra Elizabeth

TUTOR: Dr. Andrade Villacrés Jorge Alberto

Puerto Quito, Junio, 2019

CONSTANCIA DE APROBACION DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

Estudio de factibilidad para la creación de un servicio de lavadora express para vehículos en el cantón Santo Domingo de los Colorados, año 2019, presentado por la **Srta. Vásquez Jaramillo Sandra Elizabeth** con CC 171288920, para optar por el Título de Tecnóloga en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En el cantón Puerto Quito a los 22 días del mes de junio de 2019.

Dr. Jorge Alberto Andrade Villacrés

C.C.:1705586327

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente proyecto de Investigación titulado ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE LAVADORA EXPRESS PARA VEHÍCULOS EN EL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS, AÑO 2019, se ha regido a los lineamientos específicos de una Investigación, para la obtención de una información valida y verdadera.

Declaro que soy la Autora de este proyecto de investigación; por lo cual, soy responsable del contenido, argumentos, que contiene el presente trabajo. Autorizo al ITSHCPP para la utilización de los mismos con fines educativos.

Vásquez Jaramillo Sandra Elizabeth
C.C.: 1712889201

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento en primer lugar es a Dios, ya que él ha guiado mis pasos para poder alcanzar este objetivo en mi vida, a través de la enseñanza de la palabra para aplicarla en cada acto y acción que he realizado, guiándome a tomar la mejor decisión en el transcurso de mi carrera, dándome la fuerza y el temple de seguir adelante sin declinar en mi vida.

A mi amado esposo Jhonder Ruiz que con amor y dedicación ha sido la base fundamental para alcanzar mis estudios, ya que su esfuerzo y sacrificio durante todo este tiempo me ha demostrado su gran amor y coraje para estar junto a mí en todos los momentos buenos y difíciles, siempre dándome el ánimo, empuje para terminar mi carrera, para que no desmaye.

Agradezco a mi hija, mi nena preciosa Estefanía, quien fue mi guía en mis primeros semestres, mi teacher personal, quien me infundo su aprendizaje.

A mis padres, y hermanas que de una u otra manera han sido un pilar fundamental en el cumplimiento de mis metas, siempre han estado a mi lado apoyándome y brindándome con amor, paciencia, comprensión y esfuerzo propio gracias, jamás serán borrados de mi mente todos aquellos gestos de amor.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi amado esposo, a mi nena, a mis padres y hermanas. Que son el amor hecho carne, ante mis ojos reflejo de vida y esperanza, han logrado que llegue a mi meta.

Con mucho cariño está mi tesis se la dedico a todos ustedes los seres más importantes de mi vida.

Sandra Elizabeth Vásquez Jaramillo

RESUMEN

La presente investigación se desarrolla en con el fin de satisfacer la necesidad del parque automotor del cantón Santo Domingo de los Colorados de contar con un servicio de lavadora express para vehículos en el sector Anillo vial Abraham Calazacón Ucom N.1, ante la problemática de falta de ofertas de este servicio en el sector.

Nuestra investigación propone la creación de la empresa Car Wash services “Go Car”, dedicada a brindar servicios de lavado express para vehículos livianos en el cantón Santo Domingo como alternativa de solución al problema actual.

A través del desarrollo de los estudios de mercado, técnico administrativo y económico financiero fue posible obtener los siguientes resultados concluyentes para la toma de decisiones. El parque automotor de Santo domingo crece de forma acelerada por ende crece también la demanda de servicios relacionados al mantenimiento vehicular como el lavado, se identificó una alta demanda y frecuencia de lavado vehicular promedio de dos veces por semana, nuestra capacidad instalada podrá cubrir hasta 19008 unidades de servicio al año, cubriendo el 15% de la demanda insatisfecha cuantificada en 64.053 servicios para el año 1. La oferta de nuestra microempresa estará compuesta por tres tipos de servicios de lavado vehicular ejecutables de 20 a 40 minutos, a un precio promedio de \$4.00.

El estudio económico financiero arrojó como resultado una inversión total del proyecto de USD 20.042,93, la cuál será financiada por recursos propios y mediante crédito bancario. Determinamos que el proyecto es rentable con los resultados de la evaluación financiera, el Valor Actual Neto es de USD 29889,25 y la tasa interna de retorno (TIR) de 52,27% valor mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) de 13,13%. Por lo tanto, nuestro proyecto se considera factible y rentable y podrá ser ejecutado a corto o mediano plazo según la decisión de los inversores.

ÍNDICE GENERAL

CONSTANCIA DE APROBACION DEL TUTOR -----	ii
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD -----	iii
AGRADECIMIENTO -----	iv
DEDICATORIA -----	v
RESUMEN -----	vi
1 INTRODUCCIÓN -----	1
1.1 Tema-----	1
1.2 Problema de Investigación-----	1
1.3 Formulación del problema de investigación -----	2
1.4 Análisis crítico del problema-----	2
1.5 Justificación-----	3
1.6 Objetivos -----	4
1.6.1.1 Objetivo general -----	4
1.6.1.2 Objetivos específicos -----	4
Fundamento teórico y conceptual -----	5
1.7 Estudio de factibilidad-----	5
1.7.1.1 Estudio de factibilidad para solución del problema -----	5
1.7.1.2 Estructura del estudio de factibilidad-----	6
1.8 ESTUDIO DE MERCADO -----	7
1.8.1.1 Etapas del estudio de mercado-----	7
1.8.1.2 Oferta-----	8
1.8.1.3 Demanda-----	8
1.8.1.4 Mercado-----	8
1.8.1.5 Segmentación de mercado -----	8
1.8.1.6 Tipos de segmentación -----	9
1.8.1.7 Mezcla de marketing-----	9
1.9 ESTUDIO TÉCNICO -----	10

1.9.1.1	Objetivos del estudio técnico -----	10
1.9.1.2	Componentes del estudio técnico -----	11
1.10	Estudio administrativo legal -----	11
1.11	Estudio económico – financiero -----	12
1.11.1.1	Componentes del estudio económico - financiero -----	12
1.12	Conceptos relacionados -----	12
1.13	Entorno legal -----	13
1.13.1.1	Constitución de la República del Ecuador -----	13
1.13.1.2	Ley Comercial -----	14
1.13.1.3	Superintendencia de Compañías -----	15
1.13.1.4	Permisos de funcionamiento -----	15
1.14	Materiales y métodos -----	17
1.14.1	Tipos de investigación -----	17
1.14.1.1	Descriptiva -----	17
1.1.1.1	De campo -----	17
1.1.2	Métodos -----	17
1.1.2.1	Método deductivo -----	17
1.1.2.2	Método estadístico -----	18
1.1.3	Técnicas e instrumentos -----	18
1.1.3.1	Encuesta -----	18
1.1.3.2	Entrevista -----	18
1.1.4	Población, muestra y fórmula -----	19
1.1.4.1	Determinación de la población -----	19
1.1.4.2	Segmentación -----	20
1.1.4.3	Muestra -----	21
1.1.5	Diseño del cuestionario -----	22
1.1.6	Aplicación del cuestionario -----	22
1.15	Resultados -----	22
1.1.7	Análisis e interpretación de resultados -----	22
1.15.1.1	Resultados de la entrevista -----	33
CAPÍTULO I Estudio de mercado -----		39
1.1	Análisis de la oferta -----	39
1.1.1	Oferta actual -----	39

1.1.2	Oferta proyectada	39
1.2	Análisis de la demanda	40
1.2.1	Demanda potencial	40
1.2.2	Demanda real	41
1.2.3	Demanda proyectada	41
1.2.4	Demanda insatisfecha	42
1.3	Plan de mercadotecnia	43
1.3.1	Descripción y estrategia de servicios	43
1.3.2	Precio	43
1.3.3	Plaza	44
1.3.4	Promoción	45
CAPÍTULO II Estudio técnico		48
2.1	Localización del proyecto	48
2.1.1	Macro localización	48
2.1.2	Micro localización	49
2.2	Ingeniería del proyecto	50
2.2.1	Tamaño de la planta	50
2.2.2	Distribución de la planta	50
2.2.3	Capacidad instalada	52
2.3	Requerimientos técnicos	54
2.3.1	Propiedades y plantas	54
2.3.2	Equipo y herramientas	54
2.3.3	Insumos	55
2.3.4	Recurso humano	55
2.4	Procesos operativos	55
2.4.1	Diagrama de flujo del proceso de lavado completo	56
2.4.1.1	Descripción del proceso	56
2.4.2	Diagrama de flujo del proceso de lavado externo	57
2.4.2.1	Descripción del proceso	57
2.4.3	Diagrama de flujo del proceso de autolavado	58
2.4.3.1	Descripción del proceso	58
CAPÍTULO III Estudio Administrativo Legal		59

3.1	Conformación legal de la empresa -----	59
3.1.1	Requisitos de conformación de la empresa -----	59
3.1.2	Nombre o razón social -----	60
3.1.3	Logo -----	60
3.2	Direccionamiento estratégico -----	61
3.2.1	Visión-----	61
3.2.2	Misión -----	61
3.2.3	Valores de la organización -----	61
3.3	Estructura organizacional -----	62
3.3.1	Funciones -----	62
	CAPÍTULO IV Estudio económico financiero -----	67
4.1	Monto de inversión del proyecto -----	67
4.2	Financiamiento de la inversión-----	68
4.2.1	Tabla de amortización-----	68
4.3	Balance inicial-----	69
4.4	Presupuesto de costos y gastos-----	69
4.5	Presupuesto de ingresos-----	70
4.6	Estado de pérdidas y ganancias -----	72
4.7	Flujo neto del efectivo-----	72
4.8	Evaluación financiera -----	75
4.8.1	TMAR-----	75
4.8.2	VAN -----	75
4.8.3	TIR-----	76
4.8.4	Punto de equilibrio -----	76
	Conclusiones y Recomendaciones -----	78
	Conclusiones -----	78
	Recomendaciones -----	79
	Bibliografía-----	80
	ANEXOS -----	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Vehículos de uso particular y comercial _____	19
Tabla 2. Población de vehículos según su clase _____	20
Tabla 3: Prueba piloto _____	21
Tabla 4: Lugar de lavado _____	23
Tabla 5: Frecuencia _____	24
Tabla 6: Tipos de servicio _____	25
Tabla 7: Tiempo _____	26
Tabla 8: Oferta _____	27
Tabla 9: Necesidad del servicio _____	28
Tabla 10: Presupuesto _____	29
Tabla 11: Complementos al servicio _____	30
Tabla 12: Servicios complementarios _____	31
Tabla 13: Medios publicitarios _____	32
Tabla 14. Oferta actual _____	39
Tabla 15. Oferta proyectada _____	40
Tabla 16. Demanda potencial _____	40
Tabla 17. Demanda real _____	41
Tabla 18. Demanda actual _____	41
Tabla 19. Demanda insatisfecha _____	42
Tabla 20. Oferta de servicios _____	43
Tabla 21. Estimación de precios _____	44
Tabla 22. Capacidad instalada del proyecto _____	53
Tabla 23. Uso de la capacidad instalada _____	53
Tabla 24. Ficha de descripción de puesto de gerente general _____	63
Tabla 25. Ficha de descripción de puesto de Asistente administrativo - contable _____	64
Tabla 26. Ficha de descripción de puesto de Operador _____	65
Tabla 27. Ficha de descripción de puesto de Guardia de seguridad _____	66
Tabla 28. Inversión del proyecto _____	67
Tabla 29. Financiamiento del proyecto _____	68
Tabla 30. Tabla de amortización del financiamiento _____	68
Tabla 31. Estado de situación financiera inicial _____	69

Tabla 32. Presupuesto de costos y gastos	70
Tabla 33. Presupuesto de costos y gastos	71
Tabla 34. Estado de pérdidas y ganancias	72
Tabla 35. Flujo neto del efectivo	73
Tabla 36. TMAR	75
Tabla 37. VAN	75
Tabla 38. TIR	76
Tabla 39. Punto de equilibrio	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Diagrama de causas y efectos del problema _____	2
Figura 2. Componentes del estudio de factibilidad. _____	6
Figura 3. Proceso de la investigación de mercado _____	7
Figura 4. Marketing mix _____	9
Figura 5. Vehículos matriculados 2018 _____	19
Figura 6: Lugar de lavado _____	23
Figura 7: Frecuencia _____	24
Figura 8: Tipo de servicio _____	25
Figura 9: Tiempo _____	26
Figura 10: Oferta _____	27
Figura 11: Necesidad del servicio _____	28
Figura 12: Presupuesto _____	29
Figura 13: Complementos al servicio _____	30
Figura 14: Servicios complementarios _____	31
Figura 15: Medios publicitarios _____	32
Figura 16. Proyección de la oferta _____	40
Figura 17. Proyección de la demanda _____	42
Figura 18. Porcentaje de demanda insatisfecha en el mercado _____	42
Figura 19. Modelo de sitio en redes sociales _____	46
Figura 20. Modelo de pauta radial _____	46
Figura 21. Modelo de tarjetas de presentación _____	47
Figura 22. Modelo de Valla publicitaria _____	47
Figura 23. Macro localización del proyecto _____	48
Figura 24. Micro localización del proyecto _____	49
Figura 25. Geo ubicación del proyecto _____	49
Figura 26. Plano de distribución _____	50
Figura 27. Diagrama de flujo Lavado completo _____	56
Figura 28. Diagrama de flujo Lavado externo _____	57
Figura 29. Diagrama de flujo autolavado _____	58
Figura 30. Logo de la empresa _____	60
Figura 31. Estructura organizacional _____	62

INTRODUCCIÓN

El acelerado crecimiento tecnológico ha generado la necesidad de poseer bienes que faciliten la vida del ser humano, como consecuencia de ello, también ha surgido la necesidad de mantener dichos bienes en perfecto estado, para ello se han concebido mecanismos propios para cada actividad y ocasión. Esta investigación busca determinar la factibilidad de mercado, técnica, administrativa legal y económica de la creación de un centro de lavado express para vehículos considerando que este es un servicio sostenible en el tiempo porque siempre habrá demanda o necesidad de lavado vehicular. A través del estudio de factibilidad para la creación de un servicio de lavadora express proponemos una solución a la problemática identificada como la falta de establecimientos que brinden servicios de lavado vehicular en el sector el sector Ucom N.1., del cantón Santo Domingo de los Colorados mediante una oferta de servicios rápida, económica, eficiente y accesible.

TEMA

Estudio de factibilidad para la creación de un servicio de lavadora express para vehículos en el cantón Santo Domingo de los Colorados, año 2019.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El incremento del parque automotor en el cantón Santo Domingo es cada vez más evidente, en la actualidad es una de las ciudades con mayor índice de crecimiento vehicular del país, esta condición genera también el incremento de la demanda de los servicios relacionados al cuidado y mantenimiento de los vehículos.

El negocio de lavado de vehículos ha experimentado importantes cambios con el ingreso del “lavado express” o “autolavado” pasando de un modelo de lavadoras tradicionales a una propuesta de lavado rápido, económico y con un enfoque más amigable con el medio ambiente debido a la optimización del suministro de agua en los procesos de lavado controlados con máquinas dispensadoras y con límites de tiempo, por lo tanto, este

tipo de servicio actualmente presenta mayor demanda en el cantón pero no existe la oferta suficiente para cubrirla.

En el sector Ucom 1, Anillo Vial Abraham Calazacón y sus alrededores no existe un centro de autolavado express, por tal motivo los propietarios de vehículos deben trasladarse hacia otro sector de la ciudad y muchas veces esperar tiempos prolongados por el servicio. En este sector existe un espacio físico disponible que no está siendo aprovechado y que por su ubicación, acceso y tamaño reúne las condiciones óptimas para la creación de un negocio que satisfaga las necesidades de propietarios de vehículos que requieran servicios de lavado.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Basados en la descripción de la situación problemática, el problema de investigación del presente proyecto se formula de la siguiente manera:

¿Existe en el cantón Santo Domingo condiciones favorables de mercado para determinar que un servicio de lavado express para vehículos pueda ser un negocio rentable y sustentable en el tiempo?

ANÁLISIS CRÍTICO DEL PROBLEMA

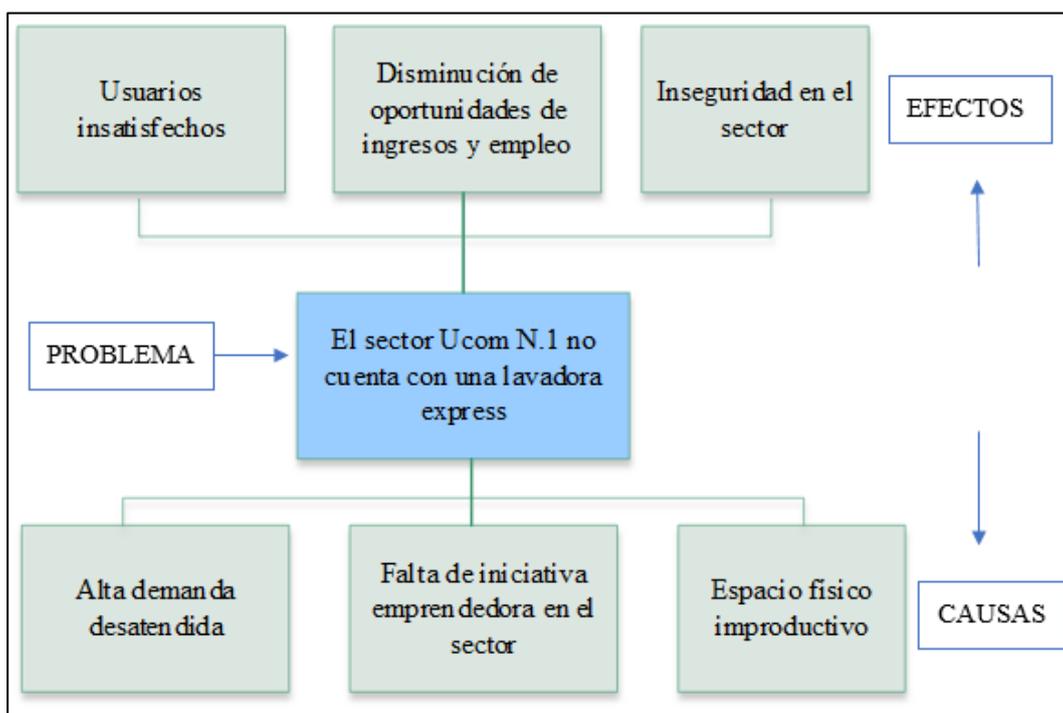


Figura 1. Diagrama de causas y efectos del problema

La causa principal del problema es la alta demanda desatendida en sector Ucom 1, sumado a la falta de iniciativa de los moradores para generar proyectos de emprendimiento, otro factor es el espacio físico que no está siendo aprovechado. De tales causas se derivan efectos como insatisfacción de usuarios por no contar con el servicio de lavado en su sector, la disminución de oportunidades de generar ingresos por el desaprovechamiento de la oportunidad comercial además no se generan fuentes de empleo, otro efecto es el incremento de la inseguridad en el sector debido al espacio de terreno vacío mismo que está siendo usado negativamente

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto pretende satisfacer las necesidades de un mercado insatisfecho debido a la falta de oferta de servicios de esta naturaleza en el sector y a la vez generar plazas de empleo en el área administrativa y operativa.

Como beneficiarios directos se identifica a los propietarios de vehículos livianos del sector Ucom N.1, que actualmente no suplen con facilidad sus necesidades de lavado, mientras que los beneficiarios indirectos serán entre otros, los proveedores de materia prima para el funcionamiento del negocio, así como los habitantes del sector por el incremento del movimiento comercial que el negocio provocará.

El proyecto es considerado económicamente viable debido a que los costos de implementación son razonables y existe acceso al financiamiento; es viable legalmente porque no existen prohibiciones para el funcionamiento de negocios de esta naturaleza; técnicamente es viable por la disponibilidad del terreno con ubicación estratégica para el negocio y la existencia en el mercado del equipo, suministros y materia prima para sus operaciones; el proyecto es factible socialmente debido a la aceptación de los moradores del sector; en los ciudadanos del cantón existe una alta tendencia y costumbre de mantener limpio y con buena apariencia su vehículo, también existe una creciente tendencia ecológica y de protección a los recursos naturales como el agua, esto indica que existe factibilidad cultural para el proyecto; existe factibilidad ecológica debido a que su implementación no representaría un impacto negativo al medio ambiente, por el contrario el daño es bajo considerando que se evitará el desperdicio del agua mediante control electrónico del suministro en los procesos de lavado, a diferencia del lavado tradicional.

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una lavadora express en el cantón Santo Domingo que cubra la demanda actual existente y a la vez genere utilidades a sus inversores.

Objetivos específicos

- Efectuar un estudio de mercado que proporcione información verídica sobre la oferta, demanda y preferencias de los usuarios del servicio de lavado de vehículos con el fin de determinar el nivel de aceptación del negocio.
- Elaborar un estudio técnico para conocer los requerimientos para la operación del negocio y que además determine sus procesos y capacidad.
- Realizar un estudio administrativo legal que establezca la organización del negocio y sus requerimientos para la legalización y funcionamiento.
- Elaborar un estudio financiero que permita conocer el monto de inversión, los costos del servicio y la rentabilidad del proyecto.

FUNDAMENTO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Nuestro trabajo de investigación desarrollará un estudio para determinar la factibilidad de la creación de un servicio de lavadora express para vehículos en el cantón Santo Domingo de los Colorados.

Según, (Flórez Uribe, 2017):

El estudio de factibilidad es el análisis que debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio del mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo adecuado para cada etapa del proyecto, estimación del nivel de las inversiones necesarias y su cronología, así como los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de fuentes de financiación, la regulación de compromisos de participación en el proyecto, aplicación de criterios de evaluación eficaces que permitan obtener argumentos para la decisión de realización del proyecto. (pág. 8)

El estudio de factibilidad es el punto de partida de todo proyecto de inversión ya que permite identificar desde el punto de vista comercial, técnico, administrativo legal y económico las posibilidades de éxito del mismo. En el caso de mi proyecto de emprendimiento, esta investigación me brindará la información pertinente para tomar una decisión a corto o mediano plazo.

Estudio de factibilidad para solución del problema

Teniendo como punto de partida un problema identificado, se propone la realización de un estudio de factibilidad como solución al mismo.

Según Sapag Chain, (2011), “El estudio de factibilidad será considerado como un instrumento que provee información para ayudar a la toma de una decisión de inversión,

donde el resultado positivo haga recomendar la implementación del proyecto, y el negativo, su rechazo” (pág. 41).

Un estudio de factibilidad es una herramienta gerencial indispensable para la toma de decisiones, el estudio de factibilidad propone una solución a nuestro problema detectado como la carencia de oferta de servicios en el sector Ucom N.1 a través de la creación de una lavadora express para vehículos, que satisfaga las necesidades de los usuarios.

Estructura del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad se encuentra compuesto de varios análisis que lograrán identificar las oportunidades de un nuevo negocio.

Según Gabriel Baca Urbina (2010) un estudio de factibilidad se compone con la siguiente estructura: “Análisis o estudio de mercado; Análisis técnico; Análisis organizacional; Análisis económico financiero” (pág. 6).

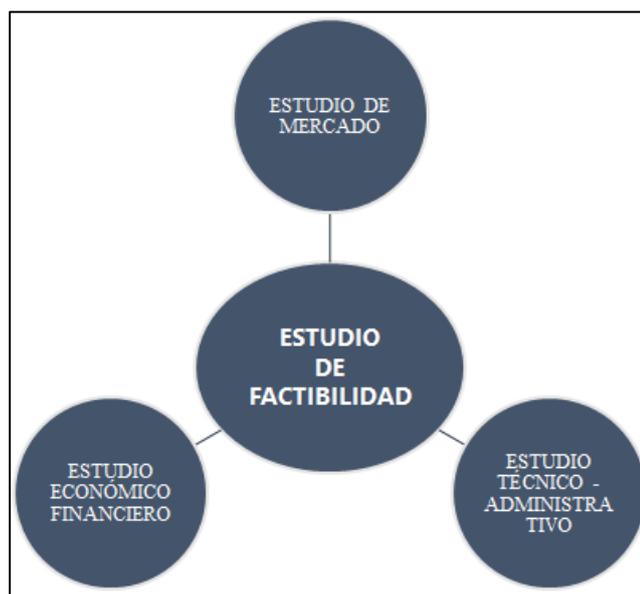


Figura 2. Componentes del estudio de factibilidad.
Elaborado por: La Autora.

Como se observa en la figura N.3, el autor nos propone una estructura completa, integrando los principales estudios pertinentes para determinar la factibilidad de un proyecto; esta estructura será acogida para la elaboración de la propuesta de mi proyecto de emprendimiento para la creación de un servicio de lavadora express para vehículos en el cantón Santo Domingo de los Colorados.

1.2 ESTUDIO DE MERCADO

El análisis de mercado es el primer estudio requerido, y este permitirá determinar la factibilidad comercial de nuestro proyecto.

(Malhotra, 2008), indica que “La investigación de mercados es la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing” (pág. 7)

Para efectos de determinar la factibilidad de mercado, en el caso de mi proyecto se direccionará el estudio a los propietarios o conductores de vehículos del cantón Santo Domingo para conocer su comportamiento de consumo y preferencias en los servicios de lavado vehicular, así como el grado de aceptación a un nuevo establecimiento.

Etapas del estudio de mercado

El estudio de mercado está compuesto por etapas que deben ser desarrolladas de forma sistemática.

(Kotler & Keller, 2012), mencionan que el proceso eficaz de investigación de mercados consta de seis fases, como se muestra en la siguiente figura:

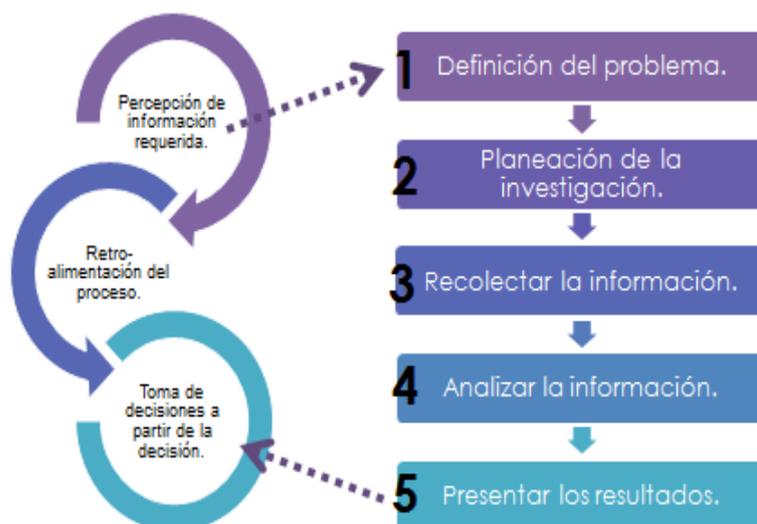


Figura 3. Proceso de la investigación de mercado. Fuente. (Kotler & Keller, 2012, pág. 99)

Oferta

Uno de los más importantes factores a estudiar en el mercado es la oferta, misma que es definida como:

“Las necesidades y los deseos de los consumidores son satisfechos mediante ofertas de mercado, una combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrecen a un mercado para satisfacer una necesidad o un deseo (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 6)

La oferta de nuestro proyecto la componen los centros de lavado vehicular ubicados en el cantón Santo Domingo.

Demanda

De igual forma la oferta es otro elemento de importancia para estudiar el mercado, para entenderla se toma la siguiente definición:

“Los deseos humanos respaldados por el poder de compra” (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 6)

La demanda de nuestro proyecto son los servicios de lavado vehicular que requieren los usuarios para satisfacer sus necesidades.

Mercado

“Personas u organizaciones con necesidades o deseos y la capacidad y disposición para comprar” (Lamb, Hair, & McDaniel, Marketing, 2011, pág. 261)

Nuestro proyecto se encuentra enfocado a satisfacer las necesidades del parque automotor del cantón a través de la oferta de servicios de lavado express para vehículos, de tal forma que el mercado a quien se encuentra direccionado es a los propietarios de vehículos del cantón Santo Domingo, de forma particular a quienes circulen por el sector Ucom N.1.

Segmentación de mercado

La segmentación o división de mercado, se considera la herramienta fundamental

para identificar el mercado meta de una organización, los autores la definen de la siguiente manera:

Según (Kotler & Keller, 2012, pág. 50), la segmentación del mercado consiste en “Dividir un mercado en grupos distintos de consumidores, con base en sus necesidades, características o conductas, y que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes” (pág. 50)

Con el fin de identificar nuestro mercado meta se subdividió la población en segmentos de propietarios de vehículos que utilizan los servicios de lavadoras para el lavado de su vehículo-

1.2.1.1 Tipos de segmentación

Una segmentación efectiva del mercado se efectuará según los principales tipos de segmentación:

“Las empresas de bienes de consumo utilizan, por lo general, una o más de las siguientes características para segmentar los mercados: geografía, demografía, psicografía, beneficios buscados e índice o tasa de uso” (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 264)

Para efectos de nuestra investigación se considerará la investigación geográfica, demográfica, psicográfica y conductual para entender el comportamiento de los propietarios de vehículos en el cantón en lo referente al lavado vehicular.

1.2.1.2 Mezcla de marketing



Figura 4. Marketing mix

Las estrategias con que el establecimiento lanzará sus servicios al mercado se componen de cuatro variables principales que deben mezclarse para obtener una comercialización exitosa. El marketing mix se define como:

“Conjunto de herramientas tácticas de marketing producto, precio, plaza y promoción que la empresa combina para producir la respuesta que desea en el mercado meta” (Kotler & Amstrong, 2013, pág. 52)

Las estrategias de marketing mix serán planteadas en función de los resultados de nuestra investigación y serán ajustadas a las preferencias de los usuarios y clientes potenciales.

1.3 ESTUDIO TÉCNICO

Todo proyecto de inversión requiere determinar la factibilidad en cuanto a localización, tamaño de planta, materiales, insumos, recursos humanos y procesos de producción o generación del servicio, para lo cual es preciso desarrollar un estudio técnico.

Baca Urbina, (2010), indica que el estudio técnico operativo “en resumen, se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto”. (pág. 74)

Con la elaboración del estudio técnico será posible identificar y cuantificar los recursos y determinar las especificaciones técnicas en cuanto a planta, procesos, materia prima e insumos para la operación del negocio, así como la disponibilidad de la maquinaria y equipos necesarios para su funcionamiento óptimo.

Objetivos del estudio técnico

Para Baca, (2010), los principales objetivos del análisis técnico-operativo de un proyecto son: “Verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende. Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción”. (p.74)

Los objetivos de la factibilidad técnica de nuestro proyecto consisten en determinar

su ubicación, tamaño, procesos y recursos óptimos a fin de generar un servicio de calidad que satisfaga al cliente.

Componentes del estudio técnico

El estudio técnico se compone por cuatro análisis fundamentales que permitirán determinar su factibilidad.

Según, (Baca Urbina, 2010), las siguientes partes deben conformar el estudio técnico de un proyecto de inversión:

- Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto
- Análisis y determinación del tamaño del proyecto
- Análisis de la disponibilidad y de los suministros e insumos
- Identificación y descripción del proceso. (pág. 75)

Para efectos de nuestra investigación se considerará los aspectos de tamaño y localización del proyecto para determinar la viabilidad del espacio físico destinado para el establecimiento. Se examinará la disponibilidad y especificaciones de los materiales, maquinarias e implementos requeridos para la generación del servicio y se establecerá los procesos mediante diagramas de flujo.

1.4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

Una parte determinante para la ejecución de un proyecto es la identificación de la factibilidad administrativa y legal. La viabilidad de gestión busca determinar si existen las capacidades gerenciales internas en la empresa para lograr la correcta implementación y la eficiente administración del negocio.

La viabilidad legal, por otra parte, se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y la operación normal del proyecto.

El estudio administrativo legal nos permite determinar la organización de la nueva empresa y sus requerimientos establecidos por los entes reguladores de la actividad para el funcionamiento de la misma.

1.5 ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

El estudio económico financiero conforma la última etapa del estudio de factibilidad y se trata de uno de los componentes clave para la toma de decisiones.

Respecto a la viabilidad económica, Sapag Chain, (2011) indica que “la viabilidad económica busca definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación. El resto de este texto se concentra en el análisis de la viabilidad económica de proyectos”. (pág. 26)

Componentes del estudio económico - financiero

El estudio económico financiero del proyecto debe integrar los siguientes aspectos:

- Determinación de la inversión del proyecto
- Financiamiento de la inversión
- Presupuesto de costos y gastos
- Presupuesto de ventas
- Estado de flujo del efectivo
- Evaluación Financiera
 - TMAR
 - VAN
 - TIR
 - Punto de equilibrio

El estudio financiero nos permitirá determinar el monto de la inversión y el financiamiento para poner en marcha el proyecto, en este estudio además se determinará los costos y gastos además de los ingresos con el fin de calcular su rentabilidad.

1.6 CONCEPTOS RELACIONADOS

- **Lavado de vehículos**

Se trata de efectuar la limpieza a un vehículo utilizando agua e implementos de como el shampoo o jabón.

- **Importancia del lavado vehicular**

El lavado vehicular no solo es importante por la presentación o buena apariencia sino por los beneficios que aporta al mantenimiento del vehículo.

- **¿Cuándo lavar un vehículo?**

Es recomendable el lavado de un vehículo cuando éste presente suciedad visible tanto interna como externamente, cuando se haya expuesto a altas temperaturas, polvo, arena o también como mantenimiento preventivo para evitar el envejecimiento prematuro del vehículo.

- **Lavado automático**

El lavado automático consiste en una máquina que lava el automóvil ya sea por fricción, con cepillos o trapos o bien sin fricción, por chorros de agua a alta presión.

- **Lavadora express**

Se trata de la lavadoras express autobox que permiten que su vehículo esté limpio en no más de 15 minutos a bajo costo

1.7 ENTORNO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección primera. Formas de organización de la producción y su gestión.

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (OasJurídico, pág. 151).

Art. 336. El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (OasJurídico, pág. 157)

Ley Comercial

La Ley comercial del Ecuador establece las condiciones de derecho al comercio justo en el país.

SECCION PRIMERA

DE LOS COMERCIANTES Y DE LOS ACTOS DE COMERCIO

Artículo 2.- Régimen jurídico del acto de comercio

Los actos de comercio, sean o no comerciantes los que los ejecuten, y estén o no especificados en este Código, se regirán por las disposiciones contenidas en él; en su defecto, por los usos del comercio observados generalmente en cada plaza; y a falta de ambas reglas, por las del derecho común. Serán reputados actos de comercio, los comprendidos en este Código y cualesquiera otros de naturaleza análoga. (Oas Jurídico, pág. 2)

REFORMA DE LA LEY,

La Asamblea Nacional aprobó, con amplia mayoría, los 1.348 artículos del nuevo Código de Comercio que actualiza una normativa que estuvo vigente desde 1.906.

El nuevo Código de Comercio potencia la libertad de contratación, reconoce el comercio de masas y uso de medios electrónicos, protege los derechos del consumidor y otorga mayor valor a la costumbre mercantil. (El Universo, 2019)

Mediante la Ley Comercial, el Estado ecuatoriano ampara el comercio justo y legal ejercido por personas naturales o jurídicas en diferentes partes del país, de igual forma esta ley protege los derechos del consumidor con el fin de evitar el ejercicio de actos comerciales fraudulentos o dolosos.

Superintendencia de Compañías

La Superintendencia de Compañías mediante su página web brinda la información y respaldo necesario para registrar una organización comercial de manera fácil y rápida.

El proceso simplificado de constitución electrónica inicia en la Superintendencia de Compañías y Valores, registrando la información en el formulario de constitución de compañías; incluye:

- Otorgamiento de la escritura y emisión de nombramientos de Representantes Legales;
- Inscripción de la escritura en el Registro de Mercantil del domicilio de la Compañía y del nombramiento;
- Generación del Registro Único de Contribuyente por parte del Servicio de Rentas Internas; y;
- Finaliza con el registro de la Compañía en la base de datos de la Superintendencia de Compañías y Valores.

La Superintendencia de Compañías y Valores facilitará en su portal www.supercias.gob.ec una opción mediante la cual los usuarios deberán registrarse y generar una clave de acceso, a fin de poder ingresar al sistema y realizar el proceso simplificado de constitución electrónica. (Superintendencia de compañías, valores y seguros, 2016)

Permisos de funcionamiento

La Ilustre Municipalidad de Santo Domingo como principal ente regulador del comercio en el cantón, establece dos obligaciones comerciales obligatorias para los nuevos negocios y los ya establecidos, estas son: Patente comercial y permiso anual de funcionamiento a través del Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Código Municipal de Santo Domingo

Capítulo III -Impuesto de Patentes Municipales

Artículo 1.-Objeto y hecho generador del impuesto.-Está obligada a obtener la patente y, por ende, al pago del impuesto anual de patentes municipales, toda

persona natural o jurídica, sociedad, nacional o extranjera, domiciliadas o con establecimiento en el cantón de Santo Domingo, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias o profesionales. (GAD Santo Domingo, pág. 798)

Requisitos para obtención de Patente Municipal:

Artículo 8.-Registro de Patentes Municipales.-La Dirección Financiera del GADMSD, a través de la Subdirección de Rentas, llevará el catastro de impuesto de patentes municipales, el mismo que contendrá los siguientes datos básicos para tal efecto están obligados a llenar el formulario que será adquirido en una de las ventanillas de Tesorería:

1. Número de registro; 2.Nombres y apellidos del contribuyente o razón social;
- 3.Nombres y apellidos del representante legal; 4.Número de la cédula de ciudadanía o de identidad y RUC; 5.Dirección completa del establecimiento; 6.Dirección completa del contribuyente;
7. Clase de establecimiento o actividad económica; y, 8.Monto del patrimonio que posee. (GAD Santo Domingo, 2011, pág. 800)

Permiso anual de funcionamiento

Capítulo IV -Tasas Por Servicios que presta el Cuerpo de Bomberos

Artículo 1.-Objeto.- Establecer las tasas para el cobro del *permiso anual de funcionamiento* y demás servicios prestados por el Cuerpo de Bomberos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santo Domingo (CB-GADM-SD).

Artículo 2.-Ámbito de aplicación.-Las disposiciones contenidas en este Capítulo serán de aplicación obligatoria dentro de la jurisdicción del cantón Santo Domingo, a todas las personas naturales o jurídicas que realicen actividades económicas permanentes u ocasionales con o sin fines de lucro. (GAD Santo Domingo, 2011, pág. 233)

El permiso anual de funcionamiento emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos del cantón Santo Domingo es un requisito obligatorio para el funcionamiento de

establecimientos comerciales, éste contempla medidas de seguridad y prevención de riesgos en la ejecución de las actividades de la empresa.

1.8 MATERIALES Y MÉTODOS

Tipos de investigación

1.8.1.1 Descriptiva

“El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades; y así proporcionar su descripción” (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2010, págs. 152-153)

La investigación descriptiva será aplicada para exponer los resultados de la investigación de campo y analizar el comportamiento de los usuarios de servicios de lavado vehicular respecto a factores como la frecuencia de lavado, lugares de preferencia, oferta actual, etc.

1.8.1.2 De campo

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. (Palella & Martins, 2012, pág. 88)

La investigación de campo la aplicaremos para obtener información de primera mano del mercado del cantón Santo Domingo respecto a los servicios de lavado vehicular mediante la aplicación de técnicas de investigación estructuradas en función a la necesidad de nuestra investigación.

Métodos

1.8.1.3 Método deductivo

El método deductivo va de conocimientos generales a particulares, ya que se encarga de comprobar y aplicar diversas situaciones, teniendo como etapas: la observación, experimentación, comparación, abstracción, generalización, comprobación y aplicación. (Alvarado, 1982, pág. 134).

El método deductivo será utilizado para deducir y obtener conclusiones a partir de la información generada de nuestra investigación a través de entrevistas y encuestas.

1.8.1.4 Método estadístico

El método estadístico se lo empleará en el registro de datos en forma estadística, para de esta manera llegar a las conclusiones y tomar decisiones adecuadas destinadas a la solución del problema. (Alvarado, 1982, pág. 145).

En nuestro proyecto, se empleará el método estadístico para registrar y representar los resultados de la investigación de forma ordena y entendible que facilite su interpretación y apoye a la toma de decisiones.

Técnicas e instrumentos

1.8.1.5 Encuesta

“La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador” (Palella & Martins, 2012, pág. 123)

Aplicaremos una encuesta estructurada con diez preguntas de opción múltiple en el que a la muestra calculada de propietarios de vehículos livianos del cantón Santo Domingo, su aplicación se desarrollará en diferentes puntos del cantón en donde existe alta convergencia vehicular, además en cooperativas de taxis y oficinas de taxis ejecutivos de la zona urbana y en la feria vehicular del sector norte del cantón. Ver modelo de cuestionario en Anexo 1.

1.8.1.6 Entrevista

“Por lo general, la información de los expertos se obtiene mediante entrevistas personales no estructuradas, es decir, sin la aplicación de un cuestionario formal. No obstante, resulta útil preparar una lista de los temas que deberían tratarse durante la entrevista” (Malhotra, 2008, págs. 40-41)

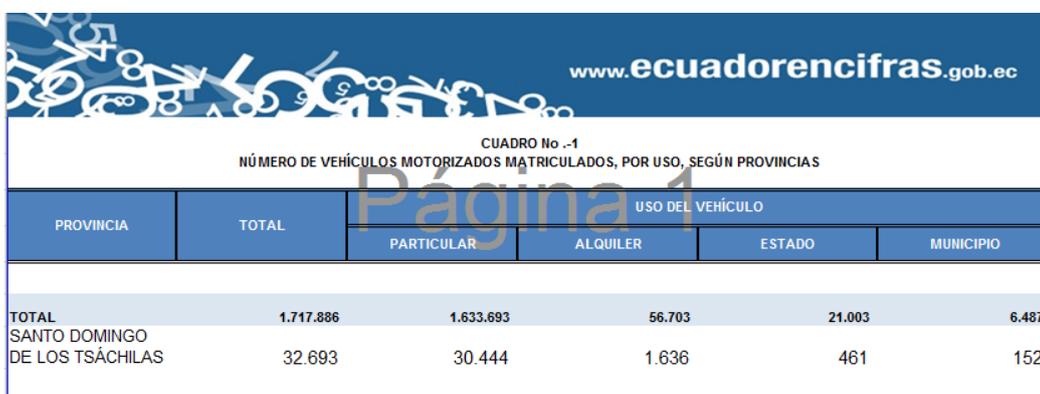
La entrevista a expertos la aplicaremos a los propietarios de centros de lavado vehicular express y tradicionales, con el objetivo de obtener información sobre el desarrollo del negocio de lavado en el cantón, se aplicará un cuestionario o test de cinco

preguntas referentes a la demanda, precios, servicios adicionales y publicidad de los establecimientos que actualmente operan en el mercado. Ver modelo de cuestionario en Anexo 2.

Población, muestra y fórmula

1.8.1.7 Determinación de la población

La población objetivo de la presente investigación son los propietarios y/o conductores de vehículos livianos del cantón Santo Domingo, para su identificación se tomará en cuenta el número de vehículos matriculados en el cantón en el año 2018, según lo indica la siguiente figura:



www.ecuadorencifras.gob.ec

CUADRO No .-1
NÚMERO DE VEHÍCULOS MOTORIZADOS MATRICULADOS, POR USO, SEGÚN PROVINCIAS

PROVINCIA	TOTAL	USO DEL VEHÍCULO			
		PARTICULAR	ALQUILER	ESTADO	MUNICIPIO
TOTAL	1.717.886	1.633.693	56.703	21.003	6.487
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	32.693	30.444	1.636	461	152

Figura 5. Vehículos matriculados 2018. Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/transporte/>

En el cantón Santo Domingo de los Tsáchilas existen 32.693 vehículos matriculados, de los cuales, 32.080 son de uso particular y de uso comercial.

Tabla 1. Vehículos de uso particular y comercial

CLASE	%	TOTAL
AUTOMÓVIL	45%	14.436
BUS	8%	2.566
CAMIÓN	12%	3.850
CAMIONETA	16%	5.133
COLECTIVO	3%	962
FURGONETA C	4%	1.283
FURGONETA P	2%	642
JEEP	8%	2.566
OTRA CLASE	2%	642
Total:	100%	32.080

Según su clase, el tipo de vehículos que se tomará en cuenta para la población de estudio con los automóviles, camionetas y de tipo Jeep, según se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 2. Población de vehículos según su clase

CLASE	%	TOTAL
AUTOMÓVIL	45%	14.436
CAMIONETA	16%	5.133
JEEP	8%	2.566
Total:	69%	22.135

Por lo tanto, la población universo queda establecida en 22.135 unidades de estudio.

Segmentación

Para efectos del presente proyecto, el mercado fue segmentado de forma geográfica, demográfica, psicográfica y conductual, como se muestra en la siguiente tabla:

TIPO DE SEGMENTACIÓN	DATOS
Geográfica	<ul style="list-style-type: none"> – Propietarios de vehículos del cantón Santo Domingo, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador.
Demográfica	<ul style="list-style-type: none"> – Edades entre 20 a 64 años – Hombres y mujeres – PEA – Estado civil indistinto
Psicográfica	<ul style="list-style-type: none"> – Propietarios y conductores particulares – Taxistas cooperados – Taxistas particulares
Conductual	<ul style="list-style-type: none"> – Usuario frecuente de centros de lavado de vehículos – Busca optimizar tiempo y dinero

Muestra

1.8.1.8 Prueba piloto de encuesta

Con el objetivo de considerar las posibilidades de éxito o fracaso en el mercado a nuestro proyecto de creación de un servicio de lavadora express para vehículos en el cantón Santo Domingo, se efectuó una prueba piloto a 50 conductores de vehículos del sector Ucom N.1.

Para conocer la posible demanda del servicio, a través de la siguiente pregunta:

¿En qué lugar realiza actualmente el lavado de su vehículo?

Tabla 3: Prueba piloto

Variable	f	%
Lavadoras	40	90,00
Domicilio	10	10,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta piloto

Elaborado por: Sandra Vásquez

Basados en los resultados, determinamos una probabilidad de éxito (p): de 90%, y la probabilidad de fracaso (q) de: 10%, valores que serán tomados en cuenta para el siguiente cálculo muestral:

El tamaño de la muestra será calculado con la siguiente fórmula de población finita:

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

En donde:

N = Población	(22.135)
Z = Nivel de confianza	(95%) = 1.96
p = probabilidad de éxito	(0.90)
q = Probabilidad de fracaso	(0.10)
e = Error en porción de muestra	(0.05)
n = Muestra	(?)

Aplicación de la fórmula:

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * q}$$

$$n = \frac{(22135 * (0,90) * (0,10) * (1,96)^2}{(0,05)^2 (22135 - 1) + (1,96)^2 * (0,90) * (0,10)}$$

$$n = \frac{(7653.04)}{(55,34) + (0.35)}$$

$$n = \frac{(7653.04)}{(55.68)}$$

$$n = 137.44 = n = 137$$

El tamaño de la muestra es 137 unidades, de las cuales serán tomados en cuenta 50 personas como unidades de estudio correspondiente al sector de aplicación en la ciudad.

Diseño del cuestionario

El cuestionario se encuentra estructurado con diez preguntas con opción de respuesta múltiple. Ver formato en Anexo N.1.

Aplicación del cuestionario

El cuestionario fue aplicado a la muestra determinada en el estudio, en el periodo comprendido del 15 al 18 de mayo de 2019.

Resultados

A continuación presentamos los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta.

1.8.1.9 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

Los resultados se presentan a través de tablas en donde se mide la frecuencia y porcentaje de respuestas y un gráfico circular que facilita la visualización de los resultados. Como se muestra a partir de la siguiente página.

1. ¿En qué lugar realiza actualmente el lavado de su vehículo?

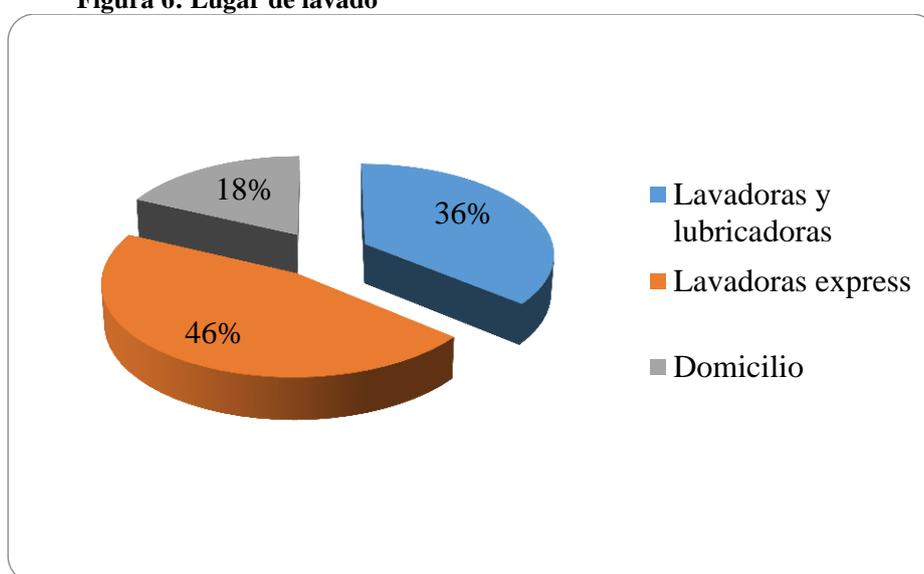
Tabla 4: Lugar de lavado

Variable	f	%
Lavadoras y lubricadoras	18	36,00
Lavadoras express	27	54,00
Domicilio	5	10,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 6: Lugar de lavado



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

Según los resultados de la encuesta la mayoría de los propietarios de vehículos prefieren los servicios de una lavadora express, mientras que una parte importante utiliza el servicio de lavadoras y lubricadoras tradicionales, mientras que pocos ciudadanos realizan el lavado de su vehículo en el domicilio; podemos concluir que existe preferencia por el uso de servicios de lavado express debido a la optimización de tiempo y dinero que esta opción representa.

2. ¿Con que frecuencia lava usted su vehículo?

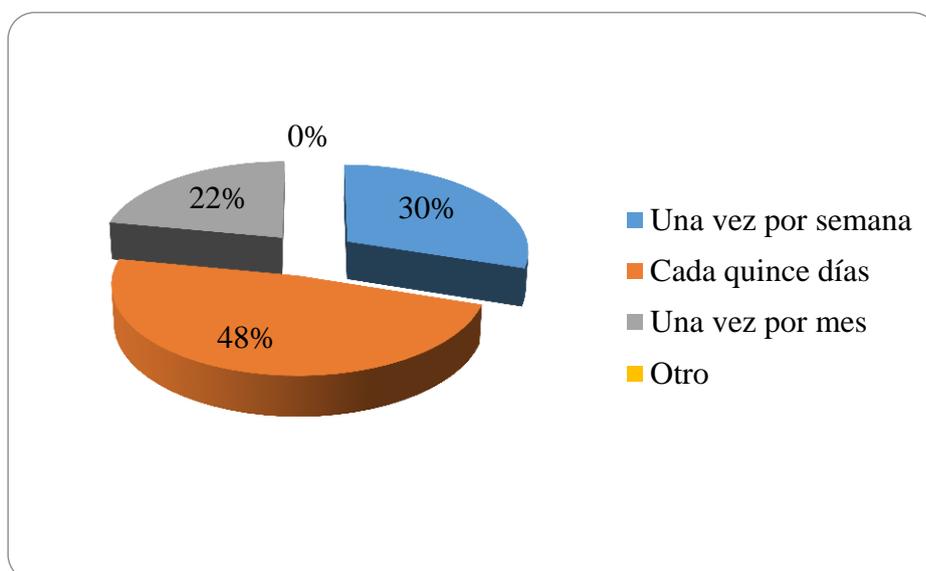
Tabla 5: Frecuencia

Variable	f	%
Una vez por semana	15	30,00
Cada quince días	24	48,00
Una vez por mes	11	22,00
Otro	0	0,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 7: Frecuencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

Los propietarios de vehículos que fueron encuestados indicaron que con mayor frecuencia efectúan el lavado de su vehículo cada quince días o dos veces al mes, seguido de quienes lo hacen una vez al mes, mientras que en menor frecuencia hay quienes lavan su vehículo cada semana; por lo tanto, podemos establecer que existe una frecuencia elevada en la demanda de los servicios de lavado vehicular en el cantón Santo Domingo.

3. ¿Qué tipo de servicio de lavado es la opción que más utiliza?

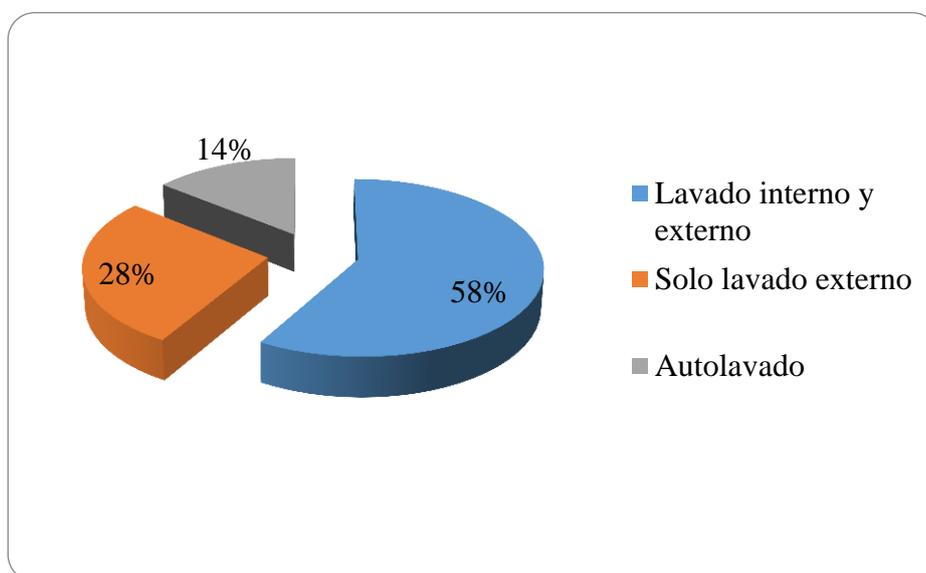
Tabla 6: Tipos de servicio

Variable	f	%
Lavado interno y externo	29	58,00
Solo lavado externo	15	30,00
Autolavado	6	12,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 8: Tipo de servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

Según los resultados de la encuesta, el servicio de lavado más demandado es el de lavado externo e interno, es decir el lavado completo del vehículo por tratarse de un servicio de limpieza interna y externa, seguido con una razonable diferencia por el lavado externo, mientras que el autolavado tiene menor demanda por ser operado por el mismo cliente, este último servicio es autónomo.

4. ¿Qué tiempo emplea en el lavado su vehículo?

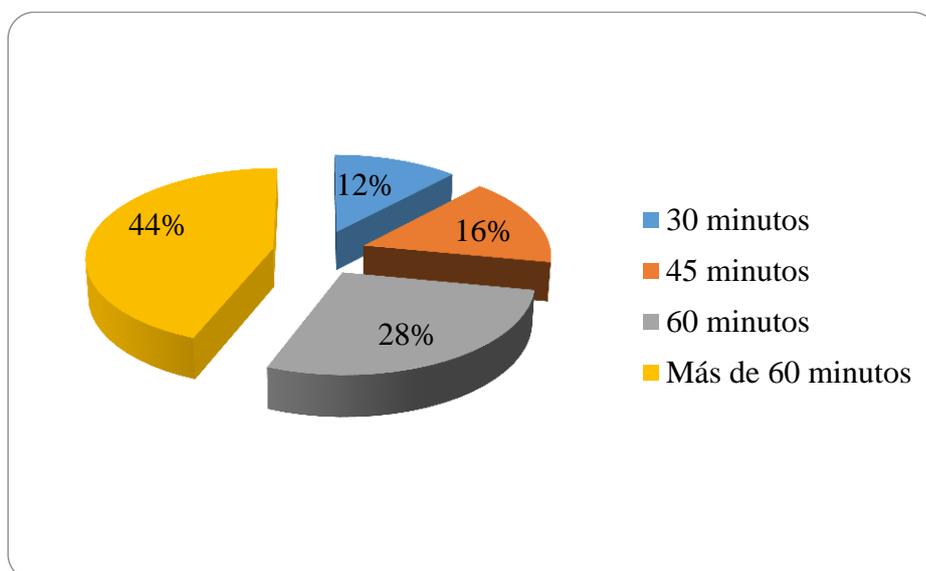
Tabla 7: Tiempo

Variable	f	%
30 minutos	6	12,00
45 minutos	8	16,00
60 minutos	14	28,00
Más de 60 minutos	22	44,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 9: Tiempo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

Podemos observar que respecto al tiempo que los usuarios emplean en el servicio de lavado de su vehículo, la mayor parte de ellos indicaron que tardan una hora o más en el proceso debido a factores como falta de disponibilidad de servicios express en su sector, tiempos de espera prolongados, entre otros; en consecuencia, se detecta la necesidad del cliente de contar con opciones que optimicen su tiempo.

5. ¿Conoce usted si existe una lavadora express en el sector Ucom N.1?

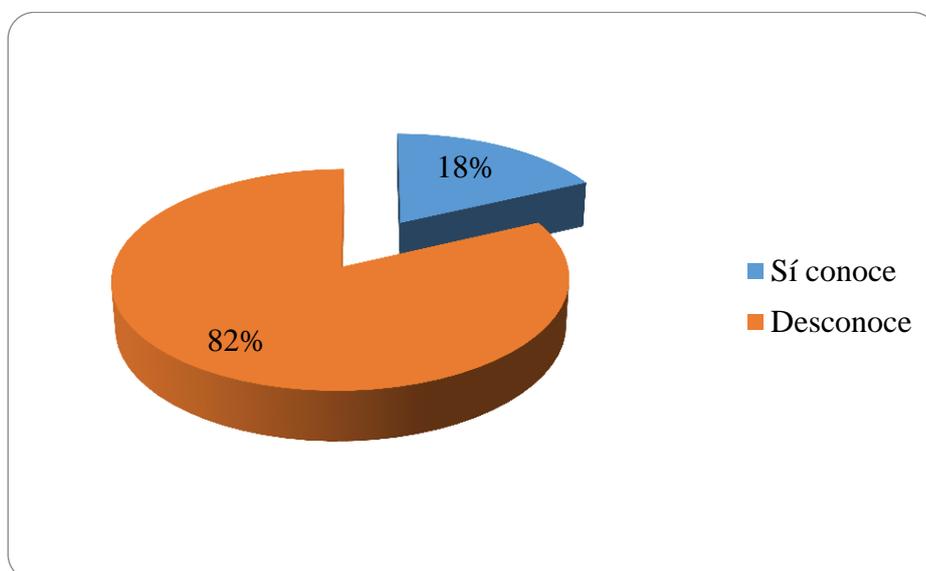
Tabla 8: Oferta

Variable	f	%
Sí conoce	9	18,00
Desconoce	41	82,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 10: Oferta



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

La encuesta nos indica que la mayoría de los ciudadanos encuestados desconoce si en el sector existe oferta de servicios de lavado express para vehículos; este resultado quiere decir que el mercado del sector se encuentra desatendido en lo que respecta a servicios de lavado express y es una oportunidad para la implementación de un negocio de esta naturaleza.

6. ¿Cree usted que en el sector Ucom N.1, es necesario la creación de un servicio de lavado express para vehículos?

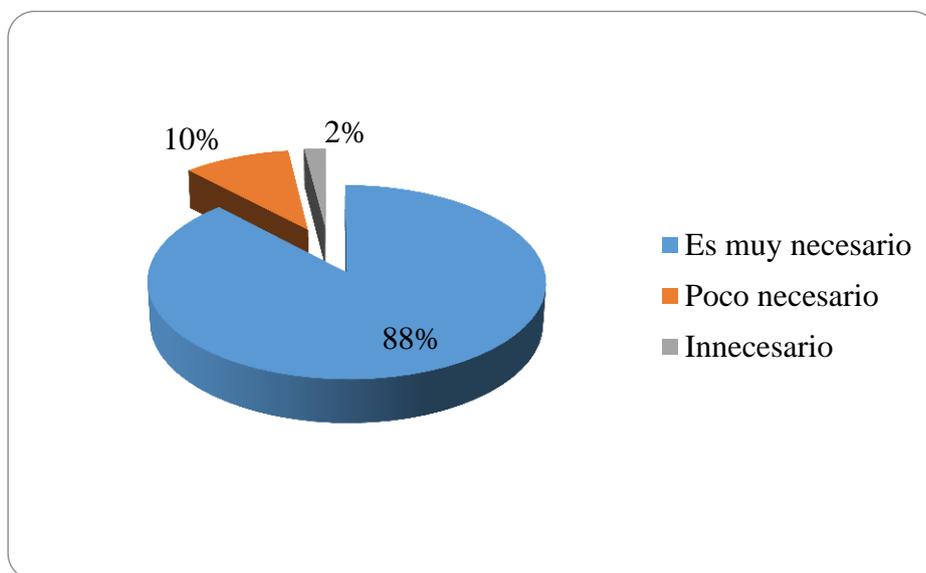
Tabla 9: Necesidad del servicio

Variable	f	%
Es muy necesario	44	88,00
Poco necesario	5	10,00
Innecesario	1	2,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 11: Necesidad del servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

Podemos afirmar que la mayor parte de los propietarios de vehículos que fueron encuestados indican que es muy necesario la implementación de un servicio de lavado express para vehículos en el sector Anillo Vial Abraham Calazacón Ucom N.1 del cantón Santo Domingo; esta afirmación por parte de los usuarios indica que existe un alto nivel de aceptación al proyecto considerando la demanda actual que no está siendo atendida.

7. ¿Cuál es el presupuesto que usted destina para efectuar el lavado de su vehículo?

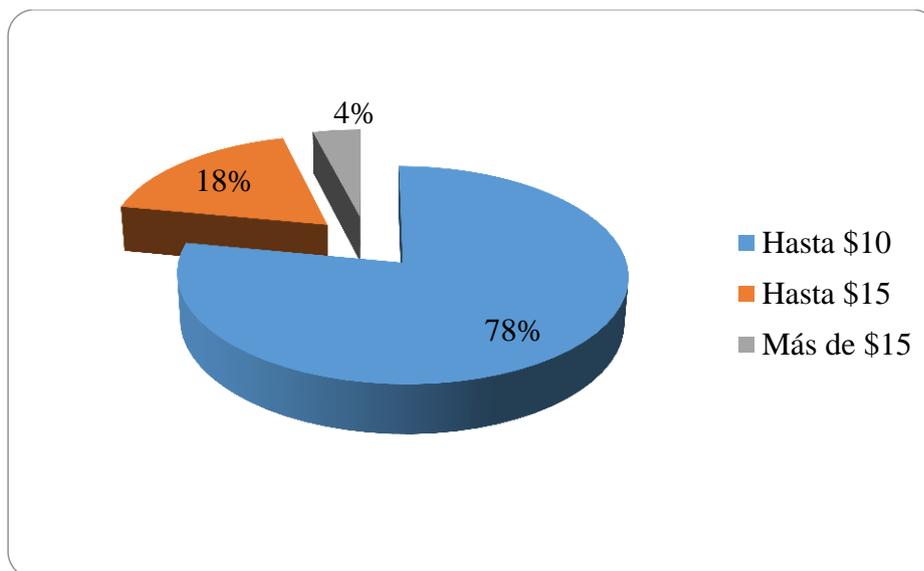
Tabla 10: Presupuesto

Variable	f	%
Hasta \$10	39	78,00
Hasta \$15	9	18,00
Más de \$15	2	4,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 12: Presupuesto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

A partir de estos resultados obtenidos identificamos que la mayoría de los usuarios encuestados no destina un presupuesto mayor a \$10 o no desearía pagar más que ese valor por el servicio, tomando en cuenta que se trata de lavado express, esto quiere decir que los servicios de lavado express deben fijarse dentro de este rango para poder ser aceptado en el mercado y ser competitivos.

8. ¿Cómo le gustaría complementar el servicio de lavado express de su vehículo?

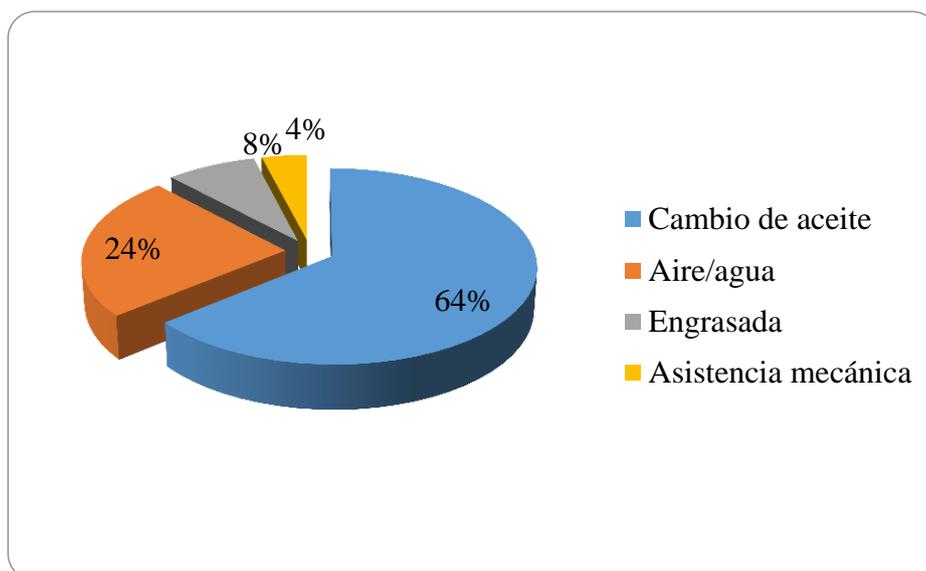
Tabla 11: Complementos al servicio

Variable	f	%
Cambio de aceite	32	64,00
Aire/agua	12	24,00
Engrasada	4	8,00
Asistencia mecánica	2	4,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 13: Complementos al servicio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

Como complemento al servicio de lavado express, la mayor parte de los propietarios de vehículos prefieren la opción de cambio de aceite, seguido por el servicio dispensador de aire y agua; este resultado indica que el cliente busca integrar los servicios de mantenimiento vehicular más necesarios para hacer uso de los mismos en la misma visita, con el fin de optimizar su tiempo.

9. ¿En la infraestructura de la nueva lavadora express, le gustaría a usted disponer de?

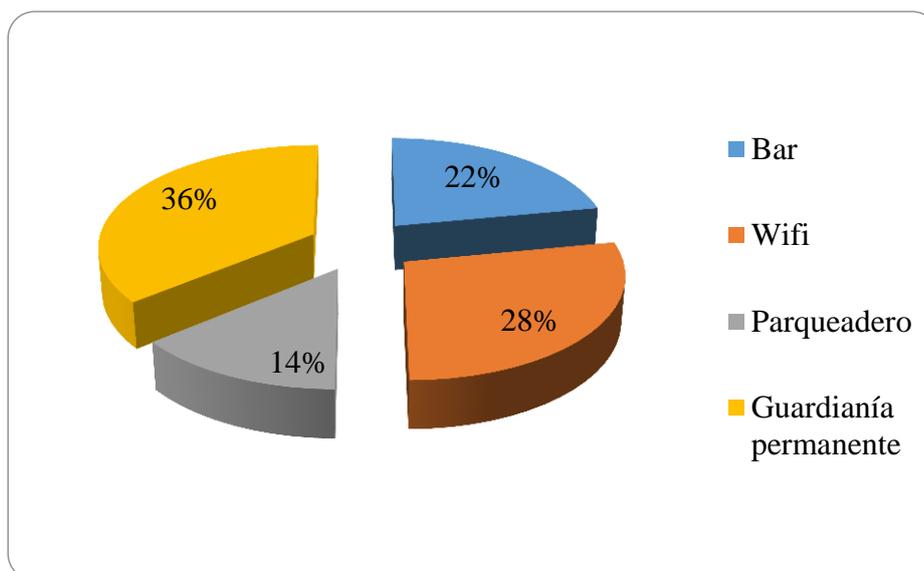
Tabla 12: Servicios complementarios

Variable	f	%
Bar	11	22,00
Wifi	14	28,00
Parqueadero	7	14,00
Guardianía permanente	18	36,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 14: Servicios complementarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis

Podemos observar que existen criterios divididos en cuanto a los servicios complementarios de preferencia en cuanto a las instalaciones del negocio, siendo la guardianía, bar y el servicio de internet mediante wifi las opciones preferidos por el cliente respectivamente; esta información brinda una pauta para la creación de estrategias que se enfoquen en la satisfacción al cliente en las instalaciones del negocio.

10. ¿Cuál de los siguientes medios es su opción preferida para informarse?

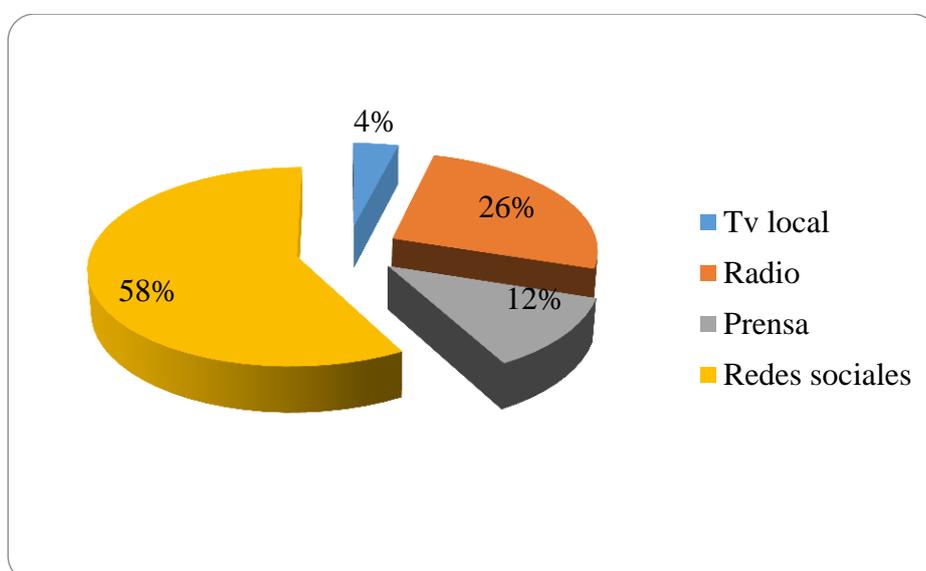
Tabla 13: Medios publicitarios

Variable	f	%
Tv local	2	4,00
Radio	13	26,00
Prensa	6	12,00
Redes sociales	29	58,00
Total	50	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Figura 15: Medios publicitarios



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Interpretación y análisis.-

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos identificar que las redes sociales son el medio de preferencia por los usuarios debido a que hoy en día existe fácil acceso a la tecnología, seguido por la radio; en consecuencia, se determina que los medios electrónicos son los más usados hoy en día y es por donde se deberá canalizar la información y publicidad del nuevo establecimiento.

1.8.1.10 Resultados de la entrevista

Los siguientes son los resultados de la entrevista personal efectuada a tres propietarios de servicios de lavado en el cantón Santo Domingo.

Entrevista N.1

ENTREVISTA PERSONAL

FECHA: 20/05/2019

NOMBRE DE ENTREVISTADO: Manuel Ortega

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: Auto lavadora Car Wash

UBICACIÓN: Anillo Vial Abraham Calazacón, Sector 20 De Octubre

CUESTIONARIO

1. ¿Considera usted que Santo Domingo es una plaza conveniente para los negocios de lavado vehicular? Por qué?

Sí, porque Santo Domingo tiene un alto número de vehículos propios y existen muchos que están de paso por la ubicación de la ciudad.

2. ¿Qué cantidad de vehículos por día atiende en su establecimiento?

De 40 a 50 vehículos diarios

3. ¿Qué tipo de servicios de lavado ofrece actualmente y cuáles son sus precios?

Tenemos el lavado express a \$4.00, el lavado completo a \$6.00 y el lavado exterior a \$4.00.

4. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que para el cliente es más importante al momento de elegir un servicio de lavado para su vehículo, considerando las siguientes variables: precio, calidad, instalaciones, publicidad?

Yo pienso que todos esos factores pero los primordiales es el precio y la buena

calidad del servicio.

5. ¿Cuál es el valor agregado que usted entrega al cliente con el servicio de lavado del vehículo?

Considero que el valor agregado es la calidad ya que el cliente va muy satisfecho

6. ¿Cree usted que la implementación de un adecuado plan de comercialización le permitan incrementar las ventas en su negocio?

Por supuesto, es primordial dar a conocer las bondades del servicio y la principal promoción a mi parecer es un cliente satisfecho.

Entrevista N.2**ENTREVISTA PERSONAL**

FECHA: 20/05/2019

NOMBRE DE ENTREVISTADO: Juan Carlos Sánchez

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: Auto spa 24/7

UBICACIÓN: Anillo Vial Abraham Calazacón, Sector El Arbolito

CUESTIONARIO

- 1. ¿Considera usted que Santo Domingo es una plaza conveniente para los negocios de lavado vehicular? Por qué?**

Sí es conveniente porque Santo Domingo es una ciudad que está creciendo cada día y su parque automotor de igual forma.

- 2. ¿Qué cantidad de vehículos por día atiende en su establecimiento?**

La cantidad es relativa a los días de la semana, por ejemplo los fines de semana hay mayor demanda pero por lo general unos 60 vehículos al día.

- 3. ¿Qué tipo de servicios de lavado ofrece actualmente y cuáles son sus precios?**

Aquí el servicio es de acuerdo al bolsillo del cliente, puede ser completo o externo los precios varían desde \$4.00 en adelante.

- 4. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que para el cliente es más importante al momento de elegir un servicio de lavado para su vehículo, considerando las siguientes variables: precio, calidad, instalaciones, publicidad?**

Las personas se fijan en el precio y el tiempo y obviamente que el servicio sea excelente en cuanto a la calidad, eso es más importante a mi parecer.

- 5. ¿Cuál es el valor agregado que usted entrega al cliente con el servicio**

de lavado del vehículo?

Aquí también ofrecemos cambios de aceite, eso es importante porque muchos clientes hacen el servicio completo.

6. ¿Cree usted que la implementación de un adecuado plan de comercialización le permitan incrementar las ventas en su negocio?

Si es necesario pero considero que se debe aplicar en caso de baja de ventas, en este caso no lo creo necesario aún.

Entrevista N.3**ENTREVISTA PERSONAL**

FECHA: 21/05/2019

NOMBRE DE ENTREVISTADO: Srta. Jessenia Ochoa

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: Lavadora Express Correcaminos

UBICACIÓN: Vía Chone Km 1

CUESTIONARIO

7. ¿Considera usted que Santo Domingo es una plaza conveniente para los negocios de lavado vehicular? Por qué?

Sí la aceptación es buena porque este tipo de lavadoras son nuevas aquí en el cantón.

8. ¿Qué cantidad de vehículos por día atiende en su establecimiento?

Aproximadamente 40 carros y 20 motos al día.

9. ¿Qué tipo de servicios de lavado ofrece actualmente y cuáles son sus precios?

Lavado completo que incluye el secado exterior y la limpieza interna por \$7.00, el lavado solo externo por \$4.00 y también el autolavado desde \$2.00

10. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que para el cliente es más importante al momento de elegir un servicio de lavado para su vehículo, considerando las siguientes variables: precio, calidad, instalaciones, publicidad?

El precio y la calidad es lo más importante para el cliente, la publicidad también es importante cuando se lanza el negocio para hacerse conocer.

11. ¿Cuál es el valor agregado que usted entrega al cliente con el servicio de lavado del vehículo?

En fechas especiales hacemos descuentos o entregamos calendarios, esferos o gorras, pero actualmente no disponemos promociones ni agregados.

12. ¿Cree usted que la implementación de un adecuado plan de comercialización le permitan incrementar las ventas en su negocio?

Sí lo creo muy necesario.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Basados en los resultados de la investigación aplicada, efectuamos el siguiente análisis a los factores determinantes del mercado.

Oferta actual

El análisis de la oferta actual se encuentra generado en base a la entrevista aplicada a los propietarios de los principales servicios de lavado express del cantón Santo Domingo, mediante la cuantificación de los servicios que prestados a diario. La oferta actual se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 14. Oferta actual

Establecimiento	N. De servicios día	N. De servicios semana	N. De servicios mes	N. De servicios año
Auto lavadora Car Wash	40	240	5280	63360
Auto spa 24/7	45	270	5940	71280
Lavadora Express Correcaminos	35	210	4620	55440
Otras lavadoras express s/n	80	480	14400	172800
Total:	200	1200	30240	362880

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Sandra Vásquez

Oferta proyectada

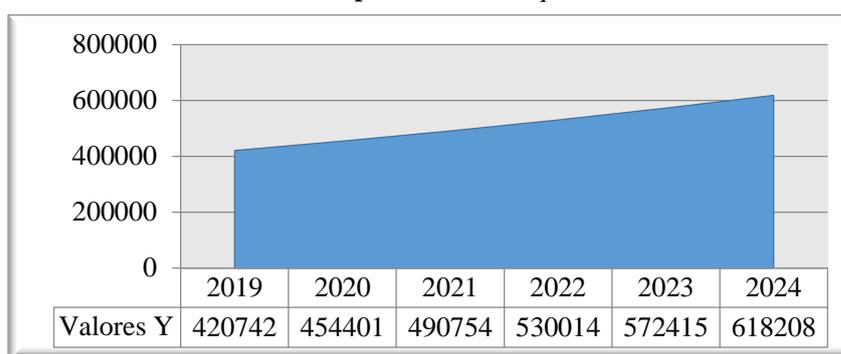
Con el propósito de identificar la oferta esperada, se procede a calcular de acuerdo a la oferta actual, tomando como referencia la tasa de crecimiento del parque automotor en el Ecuador al año 2008 que es del 3.8%, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 15. Oferta proyectada

Año	Oferta proyectada
2019	420742
2020	454401
2021	490754
2022	530014
2023	572415
2024	618208

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Sandra Vásquez

**Figura 16. Proyección de la oferta**

1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda potencial

La cuantificación de la demanda refleja la cantidad de bienes o servicios que los usuarios requieren y que pretenden adquirir en el mercado, en nuestro caso, indica la cantidad aproximada de servicios de lavado vehicular que se requerirá.

Sobre la base de los resultados de la investigación, podemos considerar como demanda general al porcentaje de la población que usa los servicios de lavadoras de vehículos, esto es el 90%, mismo que se cuantifica en la siguiente tabla:

Tabla 16. Demanda potencial

Total población	Porcentaje de demanda	Total demanda general
22135	90%	19922

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

Demanda real

La posible demanda a nuestro proyecto se obtiene del porcentaje de aceptación a la creación de un nuevo servicio de lavadora express ubicada en el cantón Santo Domingo, sector Ucom N.1, este porcentaje según los resultados de la pregunta N. 6 de la encuesta aplicada fue del 88% de las personas encuestadas.

La totalidad de servicios demandados es el resultado de la frecuencia de lavado vehicular identificado en la pregunta N.2 de la encuesta, este resultado constituye la cantidad de la demanda real de nuestros servicios de lavado.

Tabla 17. Demanda real

Demanda general	% de aceptación al proyecto	Demanda específica	Demanda específica mensual	Demanda específica anual
19922	88%	17531	35062	420742

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

De acuerdo a los datos presentados en la tabla N.17, se determina que nuestro proyecto presentará una demanda aproximada de 420742 servicios de lavado durante el primer año de operación.

Demanda proyectada

A través del cálculo de proyección de la demanda es posible estimar el número de servicios de lavado de vehículos que se demandarán en años posteriores, tomando como referencia la tasa de crecimiento anual del 3,8% del sector automotor en el Ecuador, año 2018, la demanda proyectada para los próximos cinco años, se muestra a continuación:

Tabla 18. Demanda actual

Año	Demanda proyectada
2019	420742
2020	436730
2021	453326
2022	470552
2023	488433
2024	506994

Fuente: Encuesta. **Elaborado por:** Sandra Vásquez

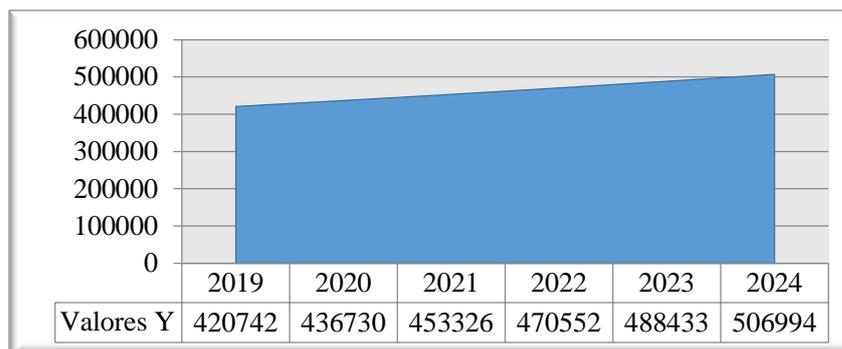


Figura 17. Proyección de la demanda

Demanda insatisfecha

En este caso, la demanda insatisfecha es la porción de los servicios de lavado vehicular que no se encuentran siendo atendidos oportunamente, este valor se obtiene del resultado de la demanda menos la oferta del mercado.

Tabla 19. Demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	DEMANDA INSATISFECHA	Demanda insatisfecha a captar 15%
2019	420742	362880	57.862	8679
2020	436730	372678	64.053	9608
2021	453326	382740	70.586	10588
2022	470552	393074	77.478	11622
2023	488433	403687	84.746	12712
2024	506994	414587	92.407	13861

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sandra Vásquez

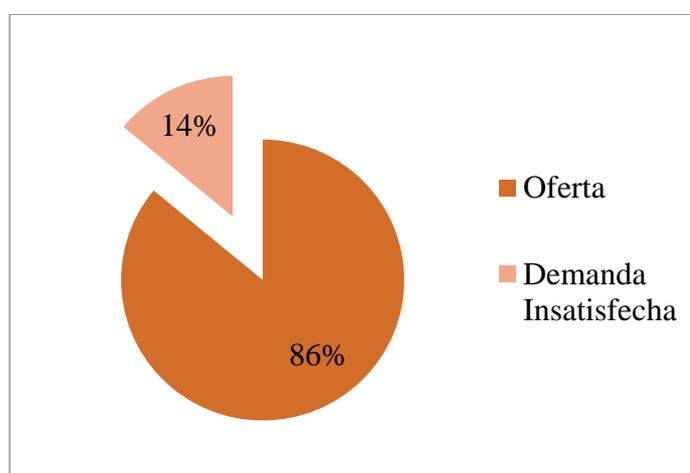


Figura 18. Porcentaje de demanda insatisfecha en el mercado

Como se indica en la figura, el 14% de la totalidad de la demanda en la actualidad se

encuentra insatisfecha, de los cuales, habiéndose identificado la demanda insatisfecha actual y proyectada, se determina que nuestro proyecto está en capacidad de atender el 15% de la misma, es decir, 8679 servicios de lavado para el primer año de operación.

1.3 PLAN DE MERCADOTECNIA

Descripción y estrategia de servicios

Tabla 20. Oferta de servicios

Servicio	Detalle	Responsable	Tiempo
<i>Lavado completo</i>	Lavado vehicular externo Incluye: Lavado, secado, aspirado, aromatización, brillo.	Operador	30 minutos
<i>Lavado externo</i>	Lavado vehicular externo Incluye: Lavado y secado externo.	Operador	20 minutos
<i>Autolavado</i>	Servicio de autolavado vehicular mediante el uso de máquinas temporizadoras que proveen agua y shampoo por tiempos programados (4 minutos)	Cliente	10 minutos

Se propone las siguientes ofertas complementarias al servicio que serán promocionadas para la apertura del establecimiento:

- Con el primer servicio de lavado completo, se adicionará un mini kit de limpieza compuesto por: 1 mini toalla de secado rápido, 1 aromatizante y 1 bolsa de basura ecológica para el vehículo.
- Engrasada de ruedas para todos los servicios.

Precio

Los precios de los servicios que ofertará el servicio de lavadora express, están propuestos de acuerdo a la intención de pago de los consumidores, identificada en la

pregunta N.7 de la encuesta, estos precios se estiman tomando en cuenta el concepto de lavado rápido, los cuales se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 21. Estimación de precios

N.	Servicio	Precio estimado
1	Lavado completo	\$6,00
2	Lavado externo	\$4,00
3	Autolavado	\$2,00

Los precios de los servicios de establecidos son más bajos en comparación a los establecidos para los servicios de lavado tradicional.

Se propone las siguientes estrategias de precios:

- Considerando la frecuencia del uso en vehículos de uso comercial, se establecerá un descuento permanente del 15% a taxis cooperados y ejecutivos con credencial.
- Cartilla de frecuencia: esta estrategia funciona mediante una cartilla asignada a los usuarios frecuentes en donde se promociona que cada 10 servicios, el siguiente será totalmente gratis.

Plaza

Nuestro proyecto estará ubicado en el sector Ucom N.1 Anillo vial Abraham Calazación en las inmediaciones del tramo que comprendido del CC. Paseo Shopping hasta el Terminal Terrestre de Santo Domingo, se considera como punto estratégico por la afluencia vehicular y la cercanía a la feria de vehículos del cantón.

Sus instalaciones contarán con los siguientes servicios para brindar comodidad al cliente:

<ul style="list-style-type: none">• Sala de espera con televisión	
<ul style="list-style-type: none">• Servicio de wifi	
<ul style="list-style-type: none">• Servicio de bar	
<ul style="list-style-type: none">• Guardianía permanente.	

Promoción

De acuerdo con las preferencias expresadas por los usuarios, la promoción de los

servicios de nuestro proyecto se realizará mediante los siguientes medios:

- **Página en redes sociales**



Figura 19. Modelo de sitio en redes sociales

- **Pautas publicitarias en las radios locales de mayor sintonía.**

**Car Wash Service
“GO CAR”**

Ofrecemos los servicios de lavado vehicular más rápidos y económicos del cantón, con alta calidad y excelente servicio.
¡Visítanos tu auto te lo agradecerá!!

Para tu comodidad contamos con servicio de Bar, Wifi, parqueadero y guardianía permanente.

Estamos ubicados en Av. Abraham Calazacón y Río Muisne, a pocos pasos de la feria vehicular.

Figura 20. Modelo de pauta radial

- Tarjetas de presentación



Figura 21. Modelo de tarjetas de presentación

Además se instalará una valla identificando la ubicación del establecimiento, considerando las dimensiones máximas autorizadas para carteles rígidos que son de 8 metros de longitud por 3 metros de altura (8m x 3m). En la siguiente figura se observa el modelo propuesto para la valla de publicidad de nuestro establecimiento.



Figura 22. Modelo de Valla publicitaria

CAPÍTULO II ESTUDIO TÉCNICO

2.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Macro localización

República del Ecuador



Figura 23. Macro localización del proyecto

Ecuador, república situada en el noroeste de Sudamérica, limita al norte con Colombia, al este y sur con el Perú, y al oeste con el océano Pacífico. Debe su nombre a la línea imaginaria del ecuador, que atraviesa el país y divide a la Tierra en dos hemisferios. Las islas Galápagos o archipiélago de Colón, localizadas en el Pacífico a unos 1.000 km de la costa, pertenecen a Ecuador. El país tiene una superficie de 272.045

Santo Domingo de los Colorados, Sector Ucom N.1, anillo vial urbano Av. Abraham Calazacón y Río Muisne.

2.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Tamaño de la planta

El espacio físico destinado para el funcionamiento de nuestro proyecto cuenta con las siguientes características requeridas para catalogarse como óptimo:

- Tamaño 12x40 mts (480 m²)
- Fácil acceso por la vía principal
- Servicios básicos (agua, electricidad, teléfono, internet, alumbrado público)

Distribución de la planta

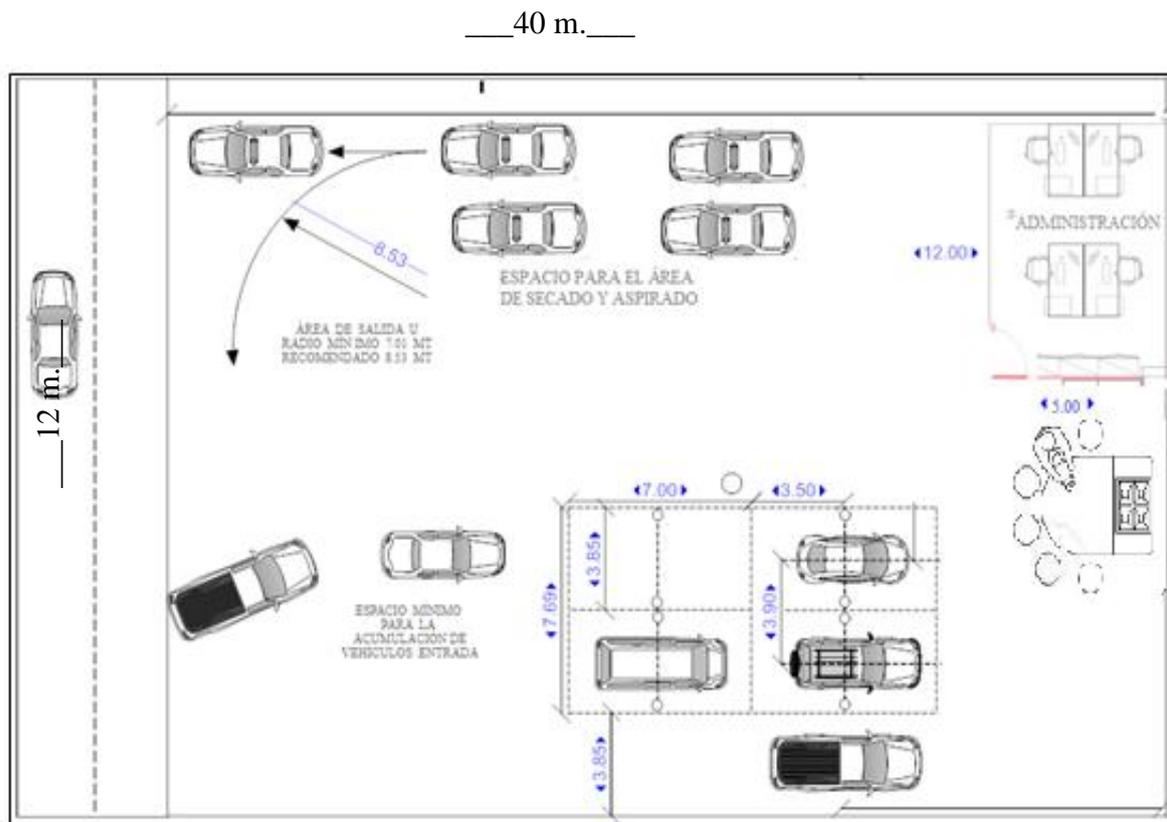


Figura 26. Plano de distribución

Conforme se observa en el plano de distribución, la infraestructura de las instalaciones de nuestro servicio de lavado express Car wash “Go Car”, contará con la siguiente distribución:

3

PISTAS DE LAVADO

3

ÁREA DE SECADO

1

BAR

1	<p>SALA DE ESPERA</p> 
1	<p>Servicios higiénicos</p> 

Capacidad instalada

Para determinar la capacidad instalada de nuestro proyecto, se precisa tomar en cuenta el tamaño, la distribución de la planta, los servicios que ofertará y los recursos humanos y materiales necesarios para las operaciones.

En la siguiente tabla se detalla la capacidad instalada expresada en cantidad de servicios ejecutados en tres pistas de lavado por tres operadores que laborarán en un horario de ocho horas al día.

Tabla 22. Capacidad instalada del proyecto

SERVICIO	# de horas /día	# de pistas de lavado	# de servicios por pista	Total DÍA	Total SEMANA	Total MES	TOTAL SERVICIOS AL AÑO
Lavado completo	8	3	16	48	288	1152	13824
Lavado exterior	8	3	24	72	432	1728	20736
Autolavado	8	3	48	144	864	3456	41472
Subtotal:			88	264	1584	6336	76032
CAPACIDAD INSTALADA PROMEDIO 100%:						1584	19008

Elaborado por: Sandra Vásquez

La capacidad instalada promedio de la planta es de 19008 servicios de lavado anuales, estos valores fueron considerados tomando en cuenta los siguientes factores:

El servicio de lavado completo tendrá una duración de 30 minutos, laboraremos 8 horas diarias (480 minutos), obteniendo un total de 16 servicios de lavado al día por cada pista, multiplicado por 3 pistas, se obtiene una cantidad diaria de 48 lavados al día.

Para el servicio de lavado exterior, emplearemos 20 minutos, multiplicado por el número de horas, se realizarán 24 servicios de lavado externo al día, por 3 pistas, en total se realizarán 24 lavados externos de vehículos.

Por último, en el servicio de autolavado, se considera una duración de 10 minutos, por 8 horas diarias se efectuarán 48 autolavados por pista, dando un total de 144 servicios de autolavado diario, usando las 3 pistas.

Uso de la capacidad instalada

Tabla 23. Uso de la capacidad instalada

Año	DEMANDA INSATISFECHA	Demanda insatisfecha a captar 25%	Capacidad instalada promedio	Uso de la capacidad instalada
2019	57.862	14466	19008	76%
2020	64.053	16013	19008	84%
2021	70.586	17647	19008	93%
2022	77.478	19370	19008	102%
2023	84.746	21187	19008	111%
2024	92.407	23102	19008	122%

Elaborado por: Sandra Vásquez

El uso de la capacidad instalada del proyecto se determinó en función de la demanda de mercado insatisfecha a captar.

Para el primer año de operaciones se considera un uso del 76% de la capacidad instalada para cubrir la demanda insatisfecha del mercado, este factor es debido a la etapa de introducción del negocio al mercado, por lo tanto no se ocupará la totalidad de la capacidad disponible, según la proyección se espera que finalizado el 3er año de operaciones se considere un incremento de la capacidad instalada en al menos una pista de lavado adicional.

2.3 REQUERIMIENTOS TÉCNICOS

El inicio de las operaciones de nuestro proyecto será posible una vez cumplidos los siguientes requerimientos técnicos:

Propiedades y plantas

Concepto	Cantidad
Pista de lavado instalada	3
Oficina	2
Construcciones (adecuación)	1
Total	6

Equipo y herramientas

Equipo y herramientas	
Concepto	Cantidad
Aspiradora industrial	2
Aspiradora de mano	3
Implementos de limpieza	3
Implementos de secado	3
Implementos de operador	3
Subtotal	14
Muebles y enseres	
Archivadores	2
Silla de espera (4 personas)	3
Enseres de oficina	2
Subtotal	7
Equipos de computación	
Computadora	2

Impresora multifunción	1
Subtotal	3
Equipos electrónicos	
Teléfono	1
Calculadora sumadora	1
Subtotal	2

Insumos

Concepto	Medida	Cantidad
Shampoo	U/Semana	4
Agua tanquero	U/Semana	5
Limpiador abrillantador silicón	U/Mes	1
Limpiador de vidrios	U/Semana	3
Limpiador de tapicería	U/Semana	3
Espuma limpiador de llantas	U/Semana	3
Spray aromatizante	U/Semana	3
Franela	U/Semana	3
Waípe	U/Semana	60
Mascarillas	U/Semana	6
TOTAL		91

Recurso humano

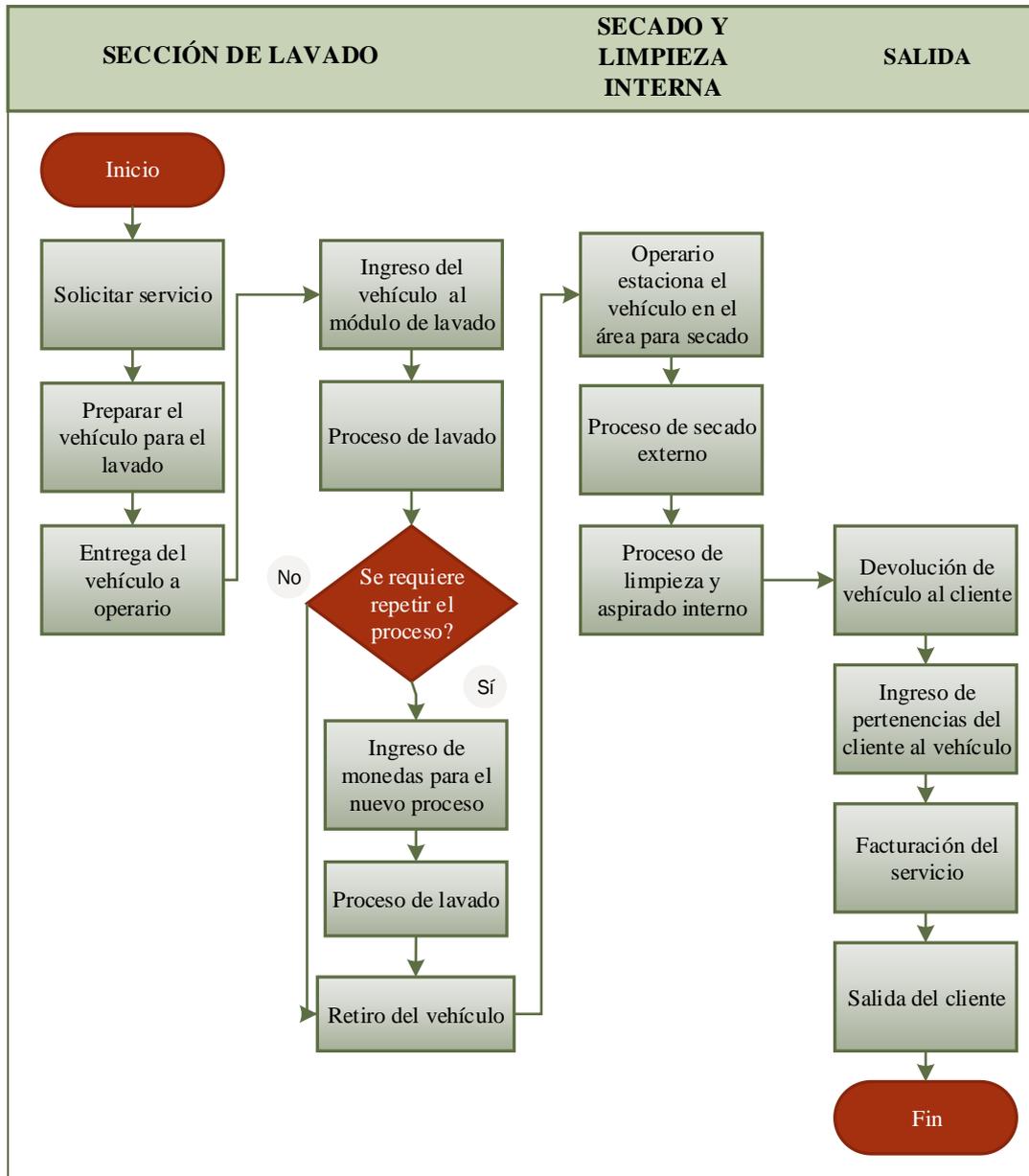
Personal	Cantidad
Gerente	1
Asistente administrativo y contable	1
Operador	3
Guardia de seguridad	1
Total:	6

2.4 PROCESOS OPERATIVOS

Los procesos de generación de los servicios en nuestro establecimiento serán efectuados como se representa gráficamente en los siguientes diagramas de flujo elaborados de forma independiente por cada servicio: lavado completo, lavado exterior y el servicio de autolavado:

Diagrama de flujo del proceso de lavado completo

Figura 27. Diagrama de flujo Lavado completo



2.4.1.1 Descripción del proceso

El proceso inicia con el requerimiento del cliente, luego se procede a preparar el vehículo para el lavado, la preparación consiste en retirar las pertenencias que puedan obstaculizar el proceso de lavado, eso es ejecutado por el cliente u operador con supervisión del cliente; luego se ingresa el vehículo a la pista o módulo de lavado, proceso ejecutado por el cliente u operador; acto seguido se procede a efectuar el lavado del vehículo; se efectúa una revisión al lavado, si aún existen residuos de suciedad se procede

a lavar de nuevo, si por el contrario el vehículo está correctamente lavado se retira de la pista se lavado y se procede al secado, y limpieza interna; finalmente e vehículo se entrega al cliente y se efectúa el cobro y facturación del servicio; finaliza el proceso.

Diagrama de flujo del proceso de lavado externo

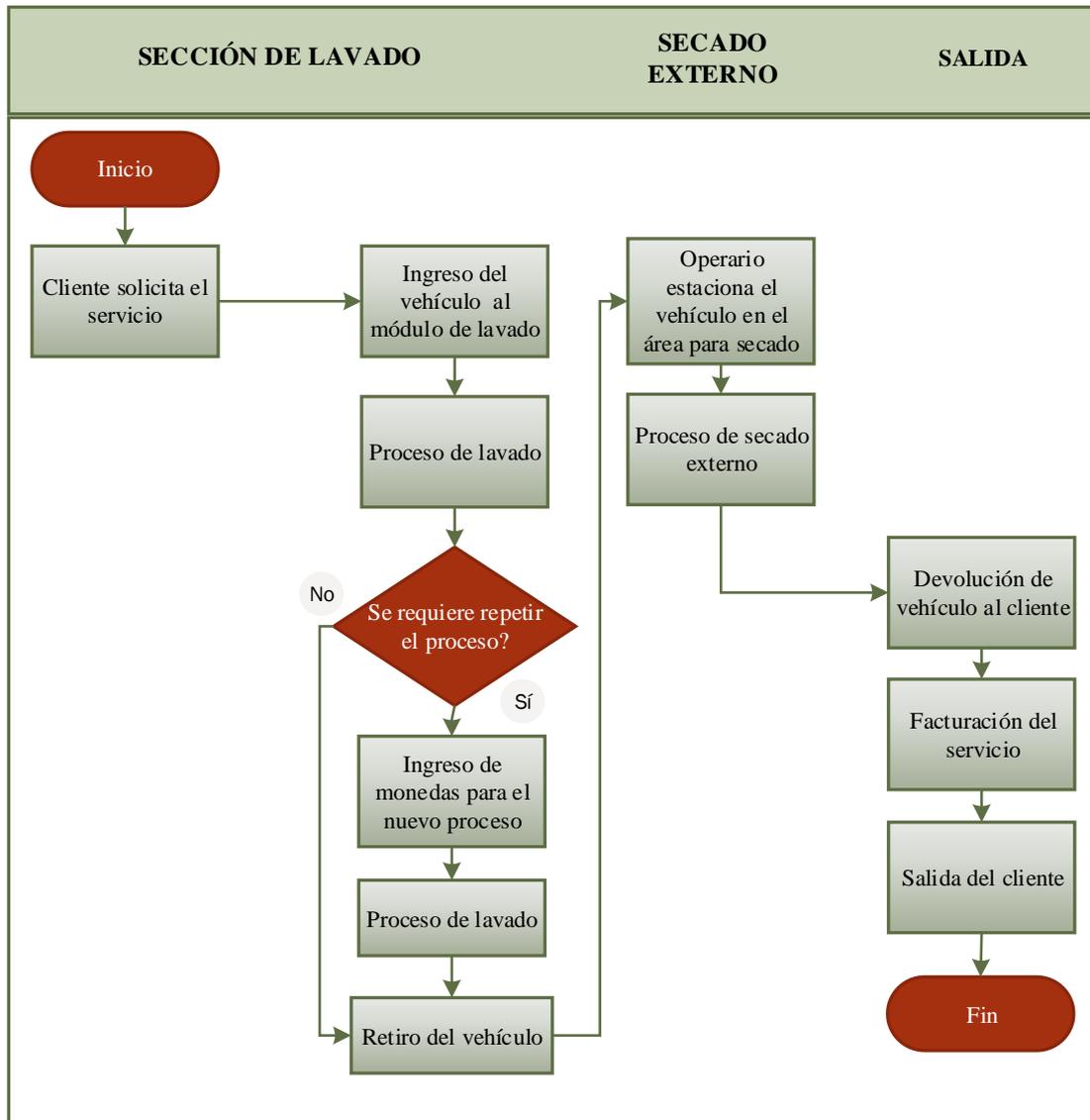


Figura 28. Diagrama de flujo Lavado externo

2.4.1.2 Descripción del proceso

El proceso inicia con el requerimiento del cliente de servicio externo; se procede al ingreso del vehículo en el la pista de lavado; el operador realiza el lavado externo del vehículo; se efectúa la revisión de la calidad del lavado, si el vehículo presenta residuos de

suciedad se repite el proceso, caso contrario se retira el vehículo del módulo de lavado; se efectúa el proceso de secado externo con engrasada de neumáticos; una vez secado el vehículo se procede a la entrega al cliente; cobro y facturación del servicio; finaliza el proceso.

Diagrama de flujo del proceso de autolavado

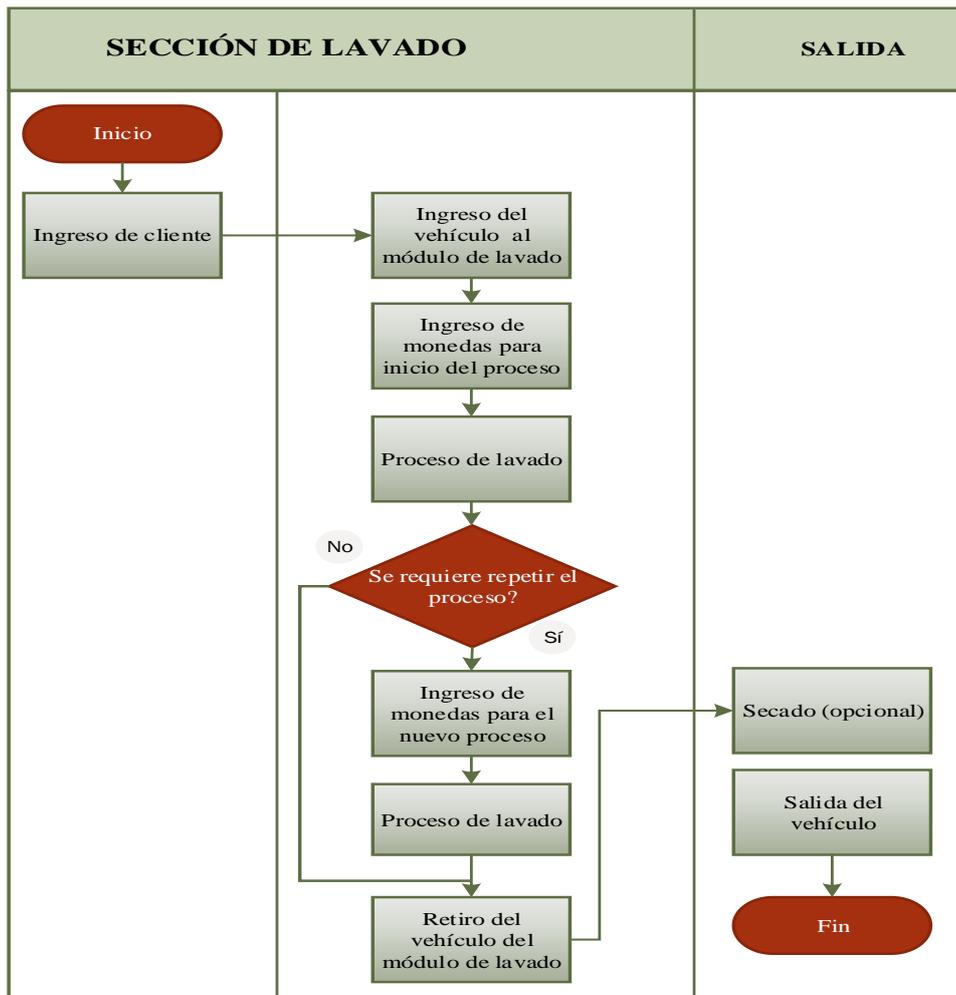


Figura 29. Diagrama de flujo autolavado

2.4.1.3 Descripción del proceso

El proceso inicia con el ingreso del vehículo al módulo de lavado; el cliente introduce las monedas requeridas para el proceso; el cliente efectúa el lavado; en caso de requerirlo deberá repetir el proceso; el cliente retira el vehículo del módulo de lavado; el cliente procede a efectuar el secado del vehículo (opcional); finaliza el proceso.

CAPÍTULO III

ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

3.1 CONFORMACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

Nuestra empresa se constituirá como una Sociedad limitada, conformada por dos socios y un capital de \$400.00 aportado en partes iguales, la organización deberá estar plenamente facultada por las entidades competentes en cuanto a legalización de la compañía como sus permisos de funcionamiento, para lo cual deberemos cumplir los requisitos detallados a continuación.

Requisitos de conformación de la empresa

Requisitos de constitución	
1	Escoger el nombre de su empresa.
2	Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
3	Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda., es 400 dólares)
4	Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía.
5	Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
6	Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
7	Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
8	Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
9	Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
10	Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos solicitados al trámite.

11	Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
12	Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
13	Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliar a sus trabajadores.
14	Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos

Nombre o razón social

La razón social con la que la empresa efectuará sus operaciones comerciales es: Servicio de lavado express de vehículos **Car Wash services “Go Car”**, que traducido al español es Servicio de lavado de autos “Go Car”.

Logo

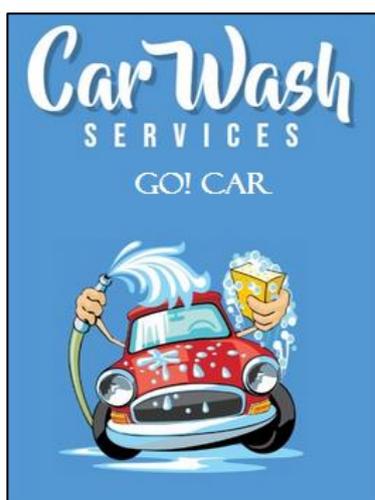


Figura 30. Logo de la empresa

El logo seleccionado hace referencia a la naturaleza del servicio mediante la figura

de un vehículo en el proceso de lavado, indicando además que el negocio cuenta con servicio de autolavado; el color azul representa la limpieza y el agua como una de las principales materias primas para la dotación del servicio, en el logo se observa además elementos de limpieza que complementan el servicio como el shampoo e implementos como esponja y manguera de agua a presión.

3.2 DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Visión

Liderar el mercado Santodomingueño en el segmento de lavado de vehículos, convirtiéndose en un referente de calidad y satisfacción al cliente.

Misión

Ofrecer servicios de lavado vehicular con alta calidad acompañado de un equipo humano altamente capacitado.

Valores de la organización

- Responsabilidad

En la ejecución de nuestros servicios y el cuidado de los vehículos puestos a disposición de la empresa para el lavado.

- Respeto

A los usuarios y a los colaboradores de la microempresa con el fin de generar un ambiente de trabajo satisfactorio y armónico y relaciones positivas con el cliente.

- Eficiencia

Los servicios ofertados contarán con altos niveles de calidad, permitiendo la estabilidad, permanencia y desarrollo de la empresa en el mercado.

- Responsabilidad social y ambiental

Con el cliente, a través del cuidado de su vehículo puesto a disposición de la empresa para su lavado. Con el medio ambiente a través de la optimización de

agua.

- **Puntualidad**

En el cumplimiento de los tiempos de entrega de los servicios y en los horarios de atención establecidos.

3.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La nueva microempresa iniciará sus actividades con una estructura organizativa formal dirigida por su propietario en calidad de gerente general, integrada por dos áreas, administrativa y de operaciones, según lo muestra la siguiente figura:

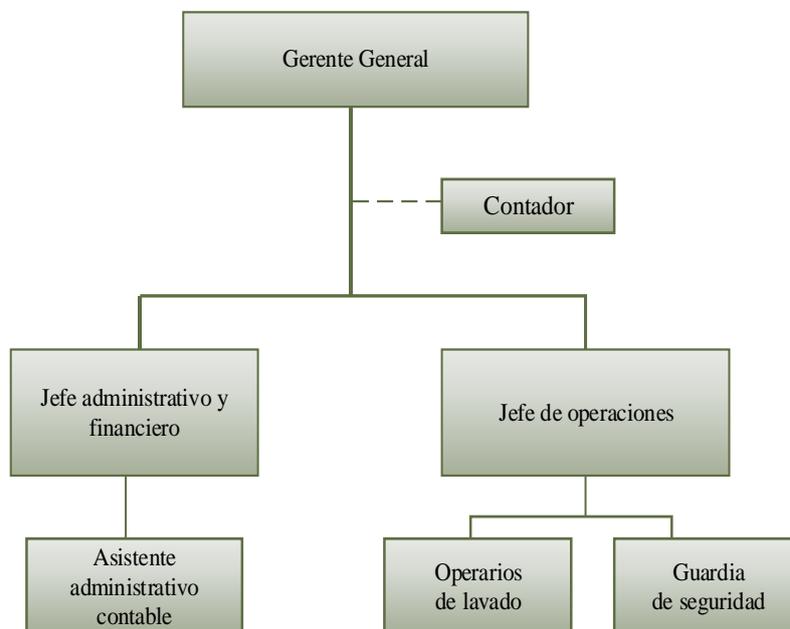


Figura 31. Estructura organizacional

Funciones

A continuación describimos las funciones del personal que conformará la empresa mediante fichas de descripción de los siguientes puestos:

- Gerente general;
- Asistente operativo y contable;
- Operadores, y
- Guardia de seguridad

Tabla 24. Ficha de descripción de puesto de gerente general

	Car wash services “Go Car”	Fecha:	Junio-2019	
		Página	1	
	DESCRIPCIÓN DE PUESTO: GERENTE GENERAL	Sustituye a	-	
		Página	-	
De Fecha				-
IDENTIFICACIÓN Nombre del puesto: Gerente general Número de personas: 1				
RELACIONES DE AUTORIDAD Jefe directo: N/A Subordinados directos: Asistente administrativo financiero, operarios de lavado, guardia de seguridad.				
OBJETIVO DEL CARGO Liderar y encaminar a la empresa a la consecución de los objetivos y metas trazadas a corto, mediano y largo plazo.				
FUNCIONES GENERALES Efectuar la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la compañía				
FUNCIONES ESPECÍFICAS <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y representar legalmente a la compañía ante los entes de regulación y control de funcionamiento • Administrar el talento humano de la organización • Establecer parámetros de control de calidad de los servicios • Diseñar y ejecutar planes de comercialización que impulsen el posicionamiento del negocio en el mercado • Medir o evaluar periódicamente los resultados y la eficiencia en la ejecución de los procesos de la organización 				
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Formación profesional de tercer nivel en administración, contabilidad, finanzas o afines. • Experiencia: 2 años en cargos similares • Disponibilidad: Tiempo completo 				
HABILIDADES HUMANAS <ul style="list-style-type: none"> • Líder, motivador, que posea empatía, capaz de relacionarse con facilidad. 				
HABILIDADES TÉCNICAS <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de organización., manejar complejidades, innovador , estrategia 				
Elaborado por: Sandra Vásquez	Revisado por: La Gerencia	Autorizado por: La Gerencia		

Tabla 25. Ficha de descripción de puesto de Asistente administrativo - contable

	Car wash services “Go Car”	Fecha:	Junio-2019
		Página	2
	DESCRIPCIÓN DE PUESTO: ASISTENTE ADMINISTRATIVO CONTABLE	Sustituye a	-
		Página	-
		De Fecha	-
IDENTIFICACIÓN Nombre del puesto: Asistente administrativo - contable Número de personas: 1			
RELACIONES DE AUTORIDAD Jefe directo: Gerente general Subordinados directos: N/A.			
OBJETIVO DEL CARGO Asistir a la gerencia en la ejecución de los procesos de administración de la compañía			
FUNCIONES GENERALES Brindar soporte administrativo y contable en la compañía, coordinando actividades con la gerencia general.			
FUNCIONES ESPECÍFICAS <ul style="list-style-type: none"> • Efectuar el cobro y facturación de los servicios • Registrar las operaciones de la compañía tales como: adquisiciones, registro de proveedores, registro de clientes. • Llevar un registro y archivo actualizado de ingresos y egresos producto de la actividad del negocio • Gestionar y organizar el pago oportuno a proveedores, personal, servicios básicos e impuestos. • Coordinar el envío y recepción de documentos administrativos, contables y demás correspondencia de la empresa. • Elaborar proformas o propuestas de promoción de los servicios. 			
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción profesional en áreas de administración o contabilidad mínimo tres semestres o cursando. • Experiencia: 2 años en cargos similares • Disponibilidad: Tiempo completo 			
HABILIDADES HUMANAS <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo bajo presión, ser comunicativo, trabajar en equipo, inclusivo. 			
HABILIDADES TÉCNICAS <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de organización., manejar herramientas ofimáticas 			
Elaborado por: Sandra Vásquez	Revisado por: La Gerencia	Autorizado por: La Gerencia	

Tabla 26. Ficha de descripción de puesto de Operador

 <p>Car Wash SERVICES GO! CAR</p>	<p>Car wash services <i>“Go Car”</i></p>	Fecha:	Junio-2019	
		Página	3	
	<p>DESCRIPCIÓN DE PUESTO: OPERADOR DE LAVADO</p>	Sustituye a	-	
		Página	-	
De Fecha				-
<p>IDENTIFICACIÓN</p> <p>Nombre del puesto: Operador de lavado Número de personas: 4</p>				
<p>RELACIONES DE AUTORIDAD</p> <p>Jefe directo: Gerente general Subordinados directos: N/A.</p>				
<p>OBJETIVO DEL CARGO</p> <p>Ejecutar los procesos de lavado de forma manual con el empleo de los respectivos equipos e implementos.</p>				
<p>FUNCIONES GENERALES</p> <p>Efectuar el lavado de los vehículos de acuerdo a los requerimientos de servicio contratados.</p>				
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar los procesos de lavado de los vehículos conforme al requerimiento de servicios del cliente. Mantener en óptimas condiciones de limpieza y orden su espacio de trabajo. Colaborar con la limpieza y mantenimiento general de las instalaciones de acuerdo a programación previa. Resguardar los equipos, materiales e implementos asignados para la ejecución de sus actividades. Brindar asistencia y apoyo al cliente en la preparación del vehículo para el lavado. 				
<p>ESPECIFICACIONES DEL PUESTO</p> <ul style="list-style-type: none"> Instrucción: Bachiller o 3er año de bachillerato. Experiencia: 2 años en cargos similares Disponibilidad: Tiempo completo 				
<p>HABILIDADES HUMANAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Trabajo bajo presión, óptimo estado físico, ser comunicativo, trabajar en equipo 				
<p>HABILIDADES TÉCNICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> Manejo de operaciones, manejo de equipos de operación 				
<p>Elaborado por: Sandra Vásquez</p>	<p>Revisado por: La Gerencia</p>	<p>Autorizado por: La Gerencia</p>		

Tabla 27. Ficha de descripción de puesto de Guardia de seguridad

 <p>Car Wash SERVICES GO! CAR</p>	<p align="center">Car wash services <i>“Go Car”</i></p>	Fecha:	Junio-2019
		Página	4
	<p align="center">DESCRIPCIÓN DE PUESTO: GUARDIA DE SEGURIDAD</p>	Sustituye a	-
		Página	-
		De Fecha	-
<p>IDENTIFICACIÓN</p> <p>Nombre del puesto: Guardia de seguridad Número de personas: 1</p>			
<p>RELACIONES DE AUTORIDAD</p> <p>Jefe directo: Gerente general Subordinados directos: N/A.</p>			
<p>OBJETIVO DEL CARGO</p> <p>Garantizar la seguridad de las instalaciones de la empresa y la integridad de sus clientes.</p>			
<p>FUNCIONES GENERALES</p> <p>Efectuar acciones de protección, prevención de pérdidas y reguardo a los recursos materiales y humanos de la empresa, así como a sus clientes externos.</p>			
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vigilar de forma permanente las instalaciones internas y sus exteriores con el fin de detectar y prevenir situaciones de peligro. • Custodiar los vehículos y pertenencias de clientes que se encuentren en el parqueadero o exteriores a espera del servicio. • Elaboración de bitácoras 			
<p>ESPECIFICACIONES DEL PUESTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instrucción secundaria, entrenamiento en defensa personal, manejo de armas. • Experiencia: 2 años en cargos similares • Disponibilidad: Tiempo completo 			
<p>HABILIDADES HUMANAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de reacción al peligro, óptimo estado físico, ser comunicativo, observador 			
<p>HABILIDADES TÉCNICAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo de equipos de seguridad, conocimiento de procedimientos de seguridad y prevención de eventos riesgosos. 			
<p>Elaborado por: Sandra Vásquez</p>	<p>Revisado por: La Gerencia</p>	<p>Autorizado por: La Gerencia</p>	

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En el presente estudio detallaremos la información de carácter monetario relacionada al proyecto, la inversión, el financiamiento, costos, gastos e ingresos que generará, de igual forma se identificará mediante indicadores financieros si el proyecto es factible desde el punto de vista financiero.

4.1 MONTO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

Tabla 28. Inversión del proyecto

INVERSIONES	VALOR	%
ACTIVOS FIJOS		
Propiedades y plantas	9.560,00	47,70%
Equipo y herramienta	1.915,00	9,55%
Muebles y enseres	520,00	2,59%
Equipos de computación	1.490,00	7,43%
Equipos electrónicos	678,00	3,38%
Subtotal	14.163,00	70,66%
ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos de constitución	500	2,49%
Permisos de funcionamiento	300	1,50%
Gastos de puesta en marcha	200	1,00%
Subtotal	1.000,00	4,99%
CAPITAL DE TRABAJO		
Efectivo	4.879,93	24,35%
Subtotal	4.879,93	24,35%
TOTAL INVERSIONES	20.042,93	100,00%

La inversión inicial que será requerida para la puesta en marcha de mi proyecto asciende a \$20.042,93 (Veinte mil cuarenta y dos 93/100 dólares) compuestos por activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

4.2 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El monto de inversión del proyecto lo financiaremos como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 29. Financiamiento del proyecto

FUENTES	VALOR	%
Recursos terceros	12.025,76	60%
Recursos propios	8.017,17	40%
Total:	20.042,93	100%

El 60% de la inversión será financiada mediante un crédito bancario en BanEcuador, mediante la línea de Crédito Productivo para Pymes, con una tasa efectiva de 10,21% actualizado a junio de 2019.

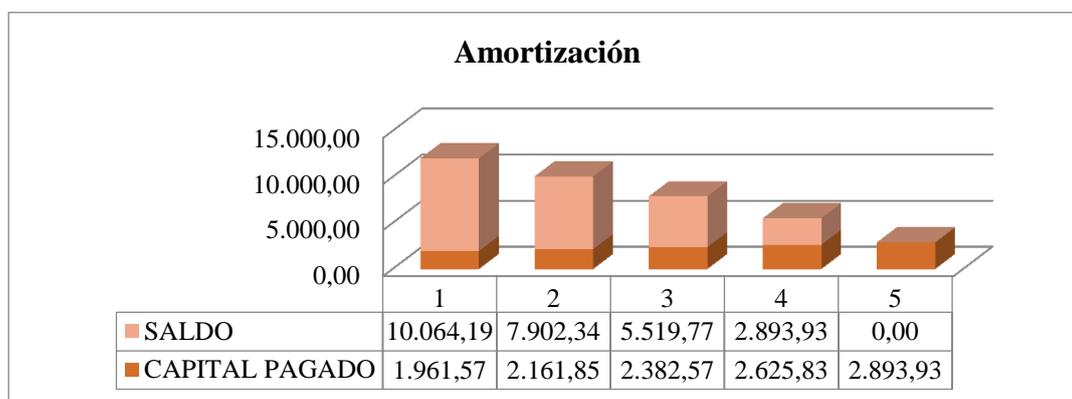
Tabla de amortización

La siguiente tabla de amortización de los recursos financiados por la entidad bancaria se desarrolla con los siguientes datos:

Monto: **12.025,76** Tasa: **10,21%** Tiempo: **5%**

Tabla 30. Tabla de amortización del financiamiento

AÑO	DEUDA	INTERES VENCIDO	CAPITAL PAGADO	CUOTA DE PAGO	SALDO
1	12.025,76	1.227,83	1.961,57	3.189,40	10.064,19
2	10.064,19	1.027,55	2.161,85	3.189,40	7.902,34
3	7.902,34	806,83	2.382,57	3.189,40	5.519,77
4	5.519,77	563,57	2.625,83	3.189,40	2.893,93
5	2.893,93	295,47	2.893,93	3.189,40	0,00



Según la tabla de amortización calculada mediante el sistema alemán, por el monto de 12.025,76 al 10,21% de intereses anuales, se establecen cuotas fijas mensuales de 3.189,40 que debemos pagar durante el periodo de cinco años.

4.3 BALANCE INICIAL

Tabla 31. Estado de situación financiera inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL			
CAR WASH SERVICE "GO CAR"			
AÑO 2019			
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>		<u>PASIVO CORRIENTE</u>	
Caja y Bancos	4.879,93	Participación trabajadores útil.	-
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	4.879,93	Impuesto Renta	-
		PASIVO LARGO PLAZO	12.025,76
		TOTAL DE PASIVOS	12.025,76
<u>ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS</u>			
Propiedades y plantas	9.560,00		
Equipo y herramienta	1.915,00	<u>PATRIMONIO</u>	
Muebles y enseres	520,00	Capital social pagado	8.017,17
Equipos de computación	1.490,00	Reserva Legal	-
Equipos electrónicos	678,00	Utilidad Retenida	-
TOTAL ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS	14.163,00	Utilidad Retenida del Periodo	-
(-) Depreciaciones	-	Utilidad (pérdida) neta	-
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	14.163,00	TOTAL PATRIMONIO	8.017,17
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>			
Gastos de constitución	500,00		
Permisos de funcionamiento	300,00		
Gastos de puesta en marcha	200,00		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	1.000,00		
TOTAL DE ACTIVOS	20.042,93	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	20.042,93

4.4 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

A continuación se detalla el presupuesto de costos y gastos para la prestación del servicio de lavado, en el que se consideran los costos directos del servicio, costos de

administración, costos de ventas y costos financieros. El presupuesto se calcula con una proyección de cinco años.

Tabla 32. Presupuesto de costos y gastos

Costos y Gastos	Años				
	1	2	3	4	5
<u>COSTOS DIRECTOS</u>					
Sueldos y salarios	22.031,69	27.678,02	27.916,98	28.157,99	28.401,09
MP	11.353,44	11.451,46	11.550,32	11.616,01	11.716,30
Energía Eléctrica (0,80%)	998,40	1.007,02	1.015,71	1.024,48	1.033,33
Agua potable (0,80%)	288,00	290,49	292,99	295,52	298,08
SUBTOTAL	34.671,53	40.426,99	40.776,01	41.094,01	41.448,79
<u>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</u>					
Sueldos administrativos	15.808,07	15.944,55	16.082,20	16.221,05	16.361,09
Amortizaciones	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Depreciaciones	1.432,50	1.894,30	1.894,30	1.894,30	1.894,30
Energía Eléctrica (0,20%)	249,60	251,75	253,93	256,12	258,33
Agua potable	72,00	72,62	73,25	73,88	74,52
Internet	336,00	338,90	341,83	344,78	347,75
Teléfono	240,00	242,07	244,16	246,27	248,40
Suministros de oficina	48,00	48,41	48,83	49,25	49,68
Arriendo	3.000,00	3.025,90	3.052,02	3.078,37	3.104,95
SUBTOTAL	21.386,17	22.018,51	22.190,53	22.364,02	22.539,02
<u>GASTOS DE VENTAS</u>					
Publicidad	4.494,00	4.254,42	4.291,15	4.328,19	4.365,56
SUBTOTAL	4.494,00	4.254,42	4.291,15	4.328,19	4.365,56
<u>GASTOS DE FINANCIEROS</u>					
Gasto Intereses	1.227,83	1.027,55	806,83	563,57	295,47
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	61.779,54	67.727,47	68.064,51	68.349,80	68.648,84

Se determina un costo de operación de \$67.727,47 para el año 1 de operaciones.

4.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos por ventas de los servicios se genera basado en la intención del futuro cliente respecto al tipo de servicios que usa con mayor frecuencia, información obtenida de la pregunta N.3 de la encuesta aplicada, quedando las cantidades establecidas de la siguiente manera:

- Servicio 1. Lavado completo:58% de la demanda insatisfecha a cubrir
- Servicio 2. Lavado externo:30% de la demanda insatisfecha a cubrir
- Servicio 3. Autolavado:12% de la demanda insatisfecha a cubrir

Tabla 33. Presupuesto de costos y gastos

Tipo de servicio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIO 1 LAVADO COMPLETO						
Ventas en unidades	8390	8893	9427	9993	10592	11228
Precio por unidad	6,00	6,05	6,10	6,16	6,21	6,26
Subtotal:	50340,01	53821,09	57542,89	61522,06	65776,39	70324,91
SERVICIO 2 LAVADO EXTERIOR						
Ventas en unidades	4340	4600	4876	5169	5479	5807
Precio por unidad	4,00	4,03	4,07	4,10	4,14	4,18
Subtotal:	17358,62	18559,00	19842,38	21214,50	22681,51	24249,97
SERVICIO 3 AUTOLAVADO						
Ventas en unidades	1736	1840	1950	2067	2191	2323
Precio por unidad	2,00	2,02	2,03	2,05	2,07	2,09
Subtotal:	3471,72	3711,80	3968,48	4242,90	4536,30	4849,99
TOTAL VENTAS EN UNIDADES	14466	15333	16253	17229	18262	19358
TOTAL VENTAS ANUALES:	71170,36	76091,88	81353,74	86979,46	92994,20	99424,88

Se determina un presupuesto de ventas de 76091,88 para el año 1.

4.6 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 34. Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS CAR WASH SERVICE "GO CAR" AÑO 2019					
<u>INGRESOS</u>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Totales	76091,88	81353,74	86979,46	92994,20	99424,88
(-) Costos de Producción	34671,53	40426,99	40776,01	41094,01	41448,79
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	41420,35	40926,75	46203,45	51900,19	57976,09
<u>GASTOS DE OPERACIÓN</u>					
(-) Gastos de Administración	21386,17	22018,51	22190,53	22364,02	22539,02
(-) Gastos de Ventas	4494,00	4254,42	4291,15	4328,19	4365,56
UTILIDAD OPERACIONAL	15540,18	14653,82	19721,78	25207,98	31071,51
(-) GASTO FINANCIERO	1227,83	1027,55	806,83	563,57	295,47
UTILIDAD DEL EJERCICIO	14312,35	13626,27	18914,95	24644,41	30776,04
(-) 15 % Participación Laboral	2146,85	2043,94	2837,24	3696,66	4616,41
UTILIDAD DESPUÉS DE PART. LABORAL	12165,50	11582,33	16077,71	20947,75	26159,63
(-) 22% Impuesto a la Renta	2676,41	2548,11	3537,10	4608,50	5755,12
UTILIDAD NETA	9.489,09	9.034,22	12.540,61	16.339,24	20.404,51

Según el Estado de Pérdidas y Ganancias detallado, esperamos una utilidad neta de USD 9034,22 para el año 1 de operaciones.

4.7 FLUJO NETO DEL EFECTIVO

Mediante el flujo neto del efectivo se identificará la capacidad que tendrá la empresa de generar efectivo, el flujo del efectivo se elabora en función del estado de resultados detallado en líneas anteriores.

Tabla 35. Flujo neto del efectivo

	0	1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Recuperación por ventas		76.091,88	81.353,74	86.979,46	92.994,20	99.424,88
Parcial		\$ 76.091,88	\$ 81.353,74	\$ 86.979,46	\$ 92.994,20	\$ 99.424,88
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costos del Servicio		(\$ 34.671,53)	(\$ 40.426,99)	(\$ 40.776,01)	(\$ 41.094,01)	(\$ 41.448,79)
Gastos de Administración		(\$ 21.386,17)	(\$ 22.018,51)	(\$ 22.190,53)	(\$ 22.364,02)	(\$ 22.539,02)
Gastos de Ventas		(\$ 4.494,00)	(\$ 4.254,42)	(\$ 4.291,15)	(\$ 4.328,19)	(\$ 4.365,56)
Depreciaciones		\$ 1.432,50	\$ 1.894,30	\$ 1.894,30	\$ 1.894,30	\$ 1.894,30
Amortizaciones		200,00	200,00			
Parcial		(\$ 58.919,21)	(\$ 64.605,62)	(\$ 65.363,38)	(\$ 65.891,93)	(\$ 66.459,07)
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		\$ 17.172,68	\$ 16.748,12	\$ 21.616,08	\$ 27.102,28	\$ 32.965,81
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito	12.025,76					
Capital Social						
Parcial	\$ 12.025,76	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago intereses		(\$ 1.227,83)	(\$ 1.027,55)	(\$ 806,83)	(\$ 563,57)	(\$ 295,47)
Pago principal (capital) de los pasivos		(\$ 1.961,57)	(\$ 2.161,85)	(\$ 2.382,57)	(\$ 2.625,83)	(\$ 2.893,93)
Pago participación trabajadores		(\$ 2.146,85)	(\$ 2.043,94)	(\$ 2.837,24)	(\$ 3.696,66)	(\$ 4.616,41)
Pago de impuesto a la renta		(\$ 2.676,41)	(\$ 2.548,11)	(\$ 3.537,10)	(\$ 4.608,50)	(\$ 5.755,12)
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Propiedades y plantas	(\$ 9.560,00)					
Equipo y herramienta	(\$ 1.915,00)					
Muebles y enseres	(\$ 520,00)					
Equipos de computación	(\$ 1.490,00)					
Equipos electrónicos	(\$ 678,00)					

Activos diferidos	(\$ 1.000,00)					
Capital de trabajo	(\$ 4.879,93)					
Parcial	(\$ 20.042,93)	(\$ 8.012,66)	(\$ 7.781,46)	(\$ 9.563,74)	(\$ 11.494,57)	(\$ 13.560,93)
Valor residual de la inversión fija						7.162,50
Recuperación del Capital de Trabajo						4.879,93
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	(\$ 8.017,17)	(\$ 8.012,66)	(\$ 7.781,46)	(\$ 9.563,74)	(\$ 11.494,57)	(\$ 13.560,93)
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	(\$ 8.017,17)	\$ 9.160,01	\$ 8.966,67	\$ 12.052,34	\$ 15.607,71	\$ 31.447,32

4.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

TMAR

A través del cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o TMAR, podremos conocer el porcentaje mínimo de ganancia que deberá arrojar nuestro proyecto.

Fórmula: TMAR = Costo del Capital + Premio al Riesgo

Tabla 36. TMAR

DETALLE	VALOR	%	COSTO	CPPC
Recursos terceros	12.025,76	60%	10,21%	6,13%
Recursos propios	8.017,17	40%	5,00%	2,00%
TOTAL	20.042,93	100,00%	15,21%	8,13%
	CPPC	8,13%		
	Premio al riesgo	5,00%		
	TMAR	13,13%		

El cálculo de la TMAR nos indica que el porcentaje mínimo de rendimiento de nuestro proyecto deberá ser 13,13% para ser rentable.

VAN

El Valor Actual Neto es la actualización de los flujos netos de caja, mediante los cuales me permitirán conocer cuánto cuesta mi proyecto restando la inversión inicial, si el VAN es mayor a cero el proyecto se declara factible.

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Tabla 37. VAN

AÑOS	FLUJO NETO ACTUAL	FACTOR ACTUAL 13,13%	FLUJO ACTUALIZADO
0	-20.042,93	1,00000000	-20.042,93
1	9.160,01	0,88397009	8.097,18
2	8.966,67	0,78140311	7.006,58
3	12.052,34	0,69073698	8.325,00
4	15.607,71	0,61059083	9.529,92
5	31.447,32	0,53974403	16.973,50
		VAN:	29.889,25

Se determina un VAN positivo de USD 29889,25, lo que indica que mi proyecto generará beneficios.

TIR

Fórmula:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

Tabla 38. TIR

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN Menor	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		54,00%		53,00%	
0	-20.042,93		-20.042,93		-20.042,93
1	9.160,01	0,6493506	5.948,06	0,6535948	5.986,94
2	8.966,67	0,4216563	3.780,85	0,4271861	3.830,44
3	12.052,34	0,2738028	3.299,96	0,2792066	3.365,09
4	15.607,71	0,1777940	2.774,96	0,1824880	2.848,22
5	31.447,32	0,1154507	3.630,61	0,1192732	3.750,82
			-608,49		-261,43

Año	Flujo
0	-20.042,93
1	9.160,01
2	8.966,67
3	12.052,34
4	15.607,71
5	31.447,32
TIR	52,27%

TIR= 52,27%

La Tasa Interna de Retorno de mi proyecto es de 52,27%, valor mayor a la TMAR de 13,13%, por lo tanto, el proyecto se acepta por tratarse de un proyecto rentable.

Punto de equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio nos permite conocer el monto de las ventas y la cantidad de servicios de lavado que debe efectuar nuestra empresa para no ganar ni perder.

Tabla 39. Punto de equilibrio

PERIODO	PRECIO UNITARIO	VENTAS	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	PEQ \$	PEQ PRODUCTOS
1	4,00	76.091,88	34.671,53	27.108,00	49.799,17	12.450
2	4,00	53.821,09	40.426,99	27.300,48	109.700,65	27.425
3	4,00	57.542,89	40.776,01	27.288,50	93.652,42	23.413
4	4,00	92.994,20	41.094,01	27.255,78	48.836,62	12.209
5	4,00	99.424,88	41.448,79	27.200,05	46.646,15	11.662
TOTAL		75.974,99	39.683,47	27.230,56	69.727,00	17.432

Según el cálculo del punto de equilibrio, nuestra empresa deberá vender 12450 unidades de servicios y USD 49.799,17 durante el primer año de sus operaciones para no perder ni ganar.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Basados en los estudios efectuados, y en función de los objetivos planteados se emite las siguientes conclusiones:

La investigación de mercado permitió identificar que la mayoría de los ciudadanos encuestados utiliza los servicios de lavadoras para el lavado de su vehículo, esto indica la existencia de una alta demanda de los servicios en el mercado, se identificó además una alta aceptación al proyecto de creación de un servicio de lavado express en el sector Ucom N.1 del cantón Santo Domingo, se establecieron estrategias de comercialización bajo el enfoque de marketing mix para efectuar un exitoso ingreso de la empresa al mercado.

Con el estudio técnico administrativo se determinó la que el espacio físico disponible para la ejecución del proyecto reúne las características óptimas en cuanto a tamaño, capacidad instalada, ubicación y procesos productivos pero, según las proyecciones de la demanda de servicios, a finales del tercer año se empleará el 100% de la capacidad instalada y será necesario su incremento para cubrir la demanda proyectada a cinco años.

A través del estudio económico financiero se determinó que el proyecto requiere una inversión inicial de \$20.042,93 compuesta por activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, esta inversión será financiada con fondos propios y mediante financiamiento bancario. En función de la evaluación financiera efectuada, se determina que el proyecto reúne las condiciones para ser declarado factible desde el punto de vista financiero, con un valor actual neto (VAN) positivo de USD 29889,25 y una tasa interna de retorno (TIR) de 52,27% valor mayor a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) de 13,13%, condiciones que lo convierten en un proyecto factible y rentable.

RECOMENDACIONES

En virtud de la alta aceptación de la población al proyecto de creación de un servicio de lavado express en el cantón Santo Domingo, recomendamos su implementación, tomando en cuenta las estrategias de comercialización planteadas en base a las preferencias del usuario con el fin de lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado, es preciso además, estudiar de forma periódica el mercado y sus factores relevantes con el fin de adaptarnos a los cambios del entorno y ser competitivos

Se recomienda a largo plazo, complementar la oferta con servicios adicionales como cambios de aceite, venta de implementos de limpieza y aromatización de vehículos, con el fin de brindar un servicio integral y el cliente encuentre todo lo que necesita en un solo lugar.

Se deberán efectuar a largo plazo los estudios técnicos respectivos para efectuar la ampliación de la planta a una pista de lavado adicional con el fin de incrementar su capacidad instalada

Habiéndose identificado como un proyecto económicamente factible y con una tasa de rentabilidad muy aceptable, recomendamos la implementación del mismo con las especificaciones detalladas en la investigación.

BIBLIOGRAFÍA

- Andía, Valencia, W. (21 de 12 de 2011). *Producción y Gestión*. Recuperado el 12 de 01 de 2019, de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v14_n2/pdf/a09v14n2.pdf
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de proyectos* (6 ed.). México D.F.: McGraw-Hill.
- Cajiga Calderón, J. (01 de 2014). *CEMEFI*. Recuperado el 03 de 2019, de https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf
- Diario, E. (04 de 10 de 2011). *eldiario.ec*. Recuperado el 02 de 2019, de https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=2ahUKEwiPnsrTiI3iAhWFiOAKHUJhAdcQFjADegQIBBAC&url=http%3A%2F%2Fportafolioelectronicobeatrizirene.weebly.com%2Fuploads%2F5%2F8%2F6%2F1%2F58616409%2Finvestigacion_lavadoras.docx&usg=AOvVaw0
- El Universo. (13 de 03 de 2019). *Diario El Universo*. Recuperado el 14 de 05 de 2019, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/03/13/nota/7232072/ecuador-actualizo-su-codigo-comercio-tras-113-anos>
- Flores, J. (2012). *Derechoecuador.com*. Recuperado el 03 de 01 de 2019, de <https://www.derechoecuador.com/microempresa>
- Flórez Uribe, J. A. (2017). *Proyectos de inversión para las PYME* (4 ed.). Quito: Ecoe ediciones.
- GAD Santo Domingo. (2011). *GAD Municipal Santo Domingo*. Recuperado el 03 de 05 de 2019, de https://www.epmapasd.gob.ec/documentos/epmapasd_transparencia/2018/febrero/a2/anexos/CODIGO_MUNICIPAL_DE_SANTO_DOMINGO__Actualizado_a_diciembre_de_2015.pdf
- GAD Santo Domingo. (s.f.). *GAD Santo Domingo*. Obtenido de <http://www.santodomingo.gob.ec/docs/transparencia/2017/octubre/Anexos/Secretaria%20General/3.-CODIGO%20MUNICIPAL%20DE%20SANTO%20DOMINGO.pdf>
- Gallardo Cervantes, J. (1999). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión. Un enfoque de sistemas*. México: McGraw-Hill.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México D.F.: McGraw-Hill.

- INEC. (12 de 2018). *Anuario de Estadística de transporte*. Recuperado el 01 de 2019, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2017/2017_TRANSPORTE_BOLETIN.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2016). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 15 de 10 de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/Estadistica%20de%20Transporte/2016/2016_AnuarioTransportes_%20Principales%20Resultados.pdf
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* (11 ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing. Versión para Latinoamérica* (14 ed.). México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing* (14 ed.). México: Pearson Educación.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. México D.F.: Cengage Learning Editores, S.A.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. México D.F.: Cengage Learning Editores, S.A.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados* (5 ed.). México: Pearson Educación.
- Montes de Oca, L. (12 de 2011). *Tepeji del Río*. Obtenido de https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Fundamentos_de_Mercadotecnia.pdf
- Oas Jurídico. (s.f.). *oas.org*. Obtenido de Ley de Comercio: www.oas.org/juridico/spanish/mesicic3_per_codcomercio.doc
- OasJurídico. (s.f.). *oas.org*. Obtenido de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Pico, L. (25 de 02 de 2017). Análisis de la restricción a las importaciones del sector automotriz en el Ecuador 2010-2015 y su impacto en la economía.
- Ponce, H. (01 de 09 de 2006). *Contribuciones a la economía*. Recuperado el 15 de 01 de 2019, de <https://eco.mdpu.edu.ar/cendocu/repositorio/00290.pdf>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2005). *Administración* (8 ed.). México: Pearson educación.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación* (2 ed.). Chile: Pearson Educación.

- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2000). *Preparación y evaluación de proyectos* (2 ed.). Santiago: McGraw Hill.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación*. Chile: Pearson Educación.
- SRI. (06 de 2017). *Servicio de Rentas Internas*. Recuperado el 03 de 01 de 2019, de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Triptico%20Personas%20Naturales.pdf>
- Superintendencia de compañías, valores y seguros. (25 de 10 de 2016). *Superintendencia de compañías, valores y seguros*. Recuperado el 13 de 05 de 2019, de https://appscvs.supercias.gob.ec/portalInformacion/sector_societario.zul
- Toyocosta. (21 de 05 de 2014). *Totocosta noticias*. Recuperado el 02 de 05 de 2019, de <http://www.toyocosta.com/blog/importancia-de-lavar-el-vehiculo/>
- Vallejo Chavez, L. (2016). *Marketing en productos y servicios*. Riobamba: Caracola Editores.
- Varela V., R. (2008). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas* (3 ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia, Ltda.
- Weinberger, Villagrán, K. (2009). *Plan de Negocios*. Lima: Usaid.

ANEXOS

Anexo N°1.

Entrevista



Entrevista personal dirigida a propietarios y/o administradores de servicios de lavado express del cantón Santo Domingo.

DATOS INFORMATIVOS

FECHA:

NOMBRE DE ENTREVISTADO:

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO

UBICACIÓN:

CUESTIONARIO

13. ¿Considera usted que Santo Domingo es una plaza conveniente para los negocios de lavado vehicular?

14. ¿Qué cantidad de vehículos por día atiende en su establecimiento?

15. ¿Qué tipo de servicios de lavado ofrece actualmente y cuáles son sus precios?

16. ¿Cuál de los siguientes factores cree usted que para el cliente es más importante al momento de elegir un servicio de lavado para su vehículo: precio, calidad, instalaciones, publicidad?

17. ¿Cuál es el valor agregado que usted entrega al cliente con el servicio de lavado del vehículo?

18. ¿Cree usted que la implementación de un adecuado plan de comercialización le permitan las ventas en su negocio?

ANEXO N°2

Encuesta



La presente encuesta se encuentra dirigida a los propietarios de vehículos del sector Ucom N.1. Del cantón Santo Domingo de los Colorados, con la finalidad de obtener información relevante que permita determinar la factibilidad para la creación de un servicio de lavadora express para vehículos en el sector Ucom N.1.

DATOS INFORMATIVOS

NOMBRE:.....

SECTOR DE RESIDENCIA:.....

TELÉFONO:.....

Por favor seleccione el ítem colocando una X

PREGUNTAS**1. ¿En qué lugar realiza actualmente el lavado de su vehículo?**

- | | |
|-------------------------|-------|
| Lavadoras tradicionales | ----- |
| Lavadoras express | ----- |
| Domicilio | ----- |
| Otros | ----- |

2. ¿Con que frecuencia lava usted su vehículo?

- | | |
|-----------|-------|
| Semanal | ----- |
| Quincenal | ----- |
| Mensual | ----- |

3. ¿Qué tiempo emplea en el lavado su vehículo?

- | | |
|--------------------|-------|
| De 30 a 45 minutos | ----- |
| 45 a 60 minutos | ----- |
| Más de 60 minutos | ----- |

4. ¿Conoce usted si existe una lavadora express en el sector Ucom N.1?

- | | |
|-----------|-------|
| Sí conoce | ----- |
| Desconoce | ----- |

5. ¿Considera usted necesario la implementación de un lugar donde se brinde el servicio de lavado express en el sector Ucom N.1?

- | | |
|------------------|-------|
| Es muy necesario | ----- |
| Poco necesario | ----- |

Innecesario -----

6. ¿Cuál de los siguientes servicios demandaría usted con más frecuencia en el centro de lavado express?

Lavado completo -----

Lavado externo -----

Autolavado -----

7. Qué valor estaría dispuesto a cancelar usted por los servicios de lavado express de su vehículo?

De \$3 a \$5 -----

De \$5 a \$10 -----

Más de \$10 -----

8. ¿Qué servicios complementarios le gustaría a usted encontrar en una lavadora express de autos?

Servicio de engrasada -----

Pulverizada -----

Cambios de aceite -----

Todas las anteriores -----

9. En la infraestructura de la nueva lavadora express, le gustaría a usted disponer de:

Servicio de bar restaurante -----

Parqueadero -----

Wifi -----

Todas las anteriores -----

10. ¿A través de qué medios publicitarios usted suele informarse de las novedades y promociones comerciales en su cantón?

Radio -----

Medios escritos -----

Publicidad volante -----

Redes sociales -----

Gracias por su colaboración

ANEXO N°3

Respaldos de Marco Legal

CODIGO DE COMERCIO	
Promulgado	: 15.02.1902
Vigencia	: 01.07.1902
INDICE	
LIBRO PRIMERO : De los Comerciantes y del Comercio en General	
15)	SECCION PRIMERA : De los Comerciantes y de los Actos de Comercio (Artículo 1 al 15)
	SECCION SEGUNDA : Del Registro Mercantil (Artículo 16 al 32)
49)	SECCION TERCERA : De los Libros y de la Contabilidad del Comercio (Artículo 33 al 49)
	SECCION CUARTA : Disposiciones Generales sobre los Contratos de Comercio (Artículo 50 al 63)
	SECCION QUINTA : De los Lugares y Casas de Contratación Mercantil (*) (Derogada)
	SECCION SEXTA : De los Agentes Mediadores del Comercio y de sus Obligaciones respectivas (*) (Derogada)
	SECCION SETIMA : De los Rematadores o Martilleros (Artículo 116 al 123)
LIBRO SEGUNDO : De los Contratos Especiales de Comercio	
	SECCION PRIMERA : De las Compañías Mercantiles (*)
	Títulos del I al VI (Derogados)
182 al 183)	Título VII De las reglas especiales de la compañía de crédito (Artículo 182 al 183)
	Título VIII Bancos de Emisión y Descuento (Artículo 184 al 187)
188 al 196)	Título IX Compañía de Ferrocarriles y demas Obras Públicas (Artículo 188 al 196)
	Título X Compañías generales de Deposito (Artículo 197 al 202)
	Título XI Compañías o Bancos de Crédito Territorial (Artículo 203 al 204)
	Título XII De las reglas especiales para los Bancos y Sociedades de Crédito (Artículo 205 al 210)
	Título XIII Del Terminio de Liquidación de las Compañías Mercantiles (Derogado)
	SECCION TERCERA : De la Comisión Mercantil (Artículo 237 al 296)
	Título I De los Comisionistas (Artículo 237 al 274)
	Título II De otras formas del mandato mercantil factores, dependientes y mancebos (Artículo 275 al 296)
	SECCION CUARTA : Del Depósito Mercantil (*) (Derogado)

DE LOS COMERCIANTES Y DE LOS ACTOS DE COMERCIO

Artículo 1.- Comerciantes

Son comerciantes, para los efectos de este Código:

- 1) Los que, teniendo capacidad legal para ejercer el comercio, se dedican a él habitualmente.
- 2) Las compañías mercantiles o industriales que se constituyeren con arreglo a este Código.

Concordancias:

Const. 1993 art. 2 inc. 14, 15; art. 30;

C.C. art. 42;

C. de C. arts. 3,4;

L.G.S. arts. 25 y ss, 57 y ss, 70 y ss, 261 y ss, 272 y ss.

Artículo 2.- Régimen jurídico del acto de comercio

Los actos de comercio, sean o no comerciantes los que los ejecuten, y estén o no especificados en este Código, se regirán por las disposiciones contenidas en él; en su defecto, por los usos del comercio observados generalmente en cada plaza; y a falta de ambas reglas, por las del derecho común.

CÓDIGO MUNICIPAL DE SANTO DOMINGO

Artículo 8.- Los propietarios de vehículos cuyo domicilio es el Cantón Santo Domingo, previa a la obtención de la matrícula, pagarán el impuesto correspondiente en la Tesorería Municipal o en la Jefatura Cantonal de Tránsito caso de existir el Convenio correspondiente.

Artículo 9.- Plazo.- El pago de este impuesto deberá realizarse desde el 1 de enero al 31 de diciembre de cada año. Vencido este plazo, la obligación tributaria causará a favor del GAD Municipal de Santo Domingo los intereses de mora correspondientes, sin que sea necesaria la expedición de resolución administrativa alguna, los mismos que serán calculados desde la fecha de exigibilidad hasta la de extinción de la obligación.

CAPÍTULO III - IMPUESTO DE PATENTES MUNICIPALES

SECCIÓN I - HECHO GENERADOR, SUJETOS DEL IMPUESTO, REGISTROS Y SUS DEBERES

Artículo 1.- Objeto y hecho generador del impuesto.- Está obligada a obtener la patente y, por ende, al pago del impuesto anual de patentes municipales, toda persona natural o jurídica, sociedad, nacional o extranjera, domiciliadas o con establecimiento en el cantón de Santo Domingo, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias o profesionales.

Artículo 2.- Sujeto activo.- El sujeto activo del impuesto anual de patentes municipales, es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Santo Domingo (GADMSD), dentro de los límites de su jurisdicción territorial del cantón Santo Domingo, donde los sujetos pasivos de este impuesto realizan las actividades señaladas en el artículo 1 de este Capítulo.

Artículo 3.- Sujeto pasivo.- Son sujetos pasivos del impuesto de patentes municipales, todas las personas naturales o jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras domiciliadas o con establecimientos en el Cantón Santo Domingo, que ejerzan permanentemente las actividades económicas, señaladas en el artículo 1 de este Capítulo.

Artículo 6.- Materia imponible.- Los servicios que presta el CB-GADM-SD y que están sujetos a tasa son:

1. **Permiso Anual de Funcionamiento:** es la autorización que el CB-GADM-SD emite a todo local para su funcionamiento y que tiene vigencia de un año calendario (1 de enero al 31 de diciembre), conforme lo establece el artículo 349 del Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección contra Incendios;

ANEXO 4.**Evidencia fotográfica de la investigación de campo**