



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LÍNEA DE NEGOCIO DE  
SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA DE USO DIARIO PARA  
CLIENTES INDIVIDUALES, EN EL SECTOR DE LA TOLA ALTA  
EN LA CIUDAD DE QUITO**

---

EDGAR DAVID PÉREZ JIMÉNEZ

Director  
MSc. Christian Carvajal

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en  
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 21 agosto de 2023

## **DEDICATORIA**

Existen muchas personas quienes se vienen a mi mente en este momento, quienes han confiado en mí durante mi formación y trayectoria profesional y a quienes abiertamente quisiera dedicar este trabajo; sin embargo, estoy convencido de que este es el inicio de una extensa trayectoria académica y a su debido momento, dedicaré los subsecuentes trabajos académicos que realice, a quienes me han brindado su apoyo y han creído en mí a lo largo de mi vida.

En este momento de mi vida, dedico el esfuerzo plasmado en este trabajo a mis hijos; Julián y Joaquín, quienes sin duda fueron mi motivación para no claudicar durante este proceso académico y cuyo bienestar me impulsa a constantemente mejorar tanto en el ámbito académico como profesional.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco al Instituto Superior Tecnológico ITI en su integralidad; a las personas que trabajan en tan prestigiosa institución de Educación Superior, cuyo trabajo ha hecho que los procesos académicos y administrativos sean llevados a cabo de manera prolija.

Agradezco a mi tutor de tesis, el Magíster Christian Carvajal, quien realizó un acompañamiento y seguimiento al desarrollo de este trabajo, más allá de su obligación como docente y quien me brindó su apoyo cuando detectaba que se ralentizaba el avance del mismo.

Finalmente, y de manera especial, agradezco a la Rectora del Instituto, la Magíster Rosa Paredes, quien me introdujo en la Formación Técnica Tecnológica al punto de abrirme las puertas de la Institución y brindarme la oportunidad de desarrollar mi proceso académico de Tercer Nivel Tecnológico Superior.

## **AUTORÍA**

Yo, Edgar David Pérez Jiménez; autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Edgar Pérez**

D.M. Quito, 21 de agosto de 2023

**MSc Christian Carvajal.**  
**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MSc Christian Carvajal.

D.M. Quito, 21 de agosto de 2023

## **ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA**

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. **Edgar David Pérez Jiménez**, por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - El Sr. **Edgar David Pérez Jiménez**, realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LÍNEA DE NEGOCIO DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA DE USO DIARIO PARA CLIENTES INDIVIDUALES, EN EL SECTOR DE LA TOLA ALTA EN LA CIUDAD DE QUITO”**, para optar por el título de, Tecnólogo en Administración en el Instituto Superior Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc Christian Carvajal**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Sr. **Edgar David Pérez Jiménez**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA LÍNEA DE NEGOCIO DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA DE USO DIARIO PARA**

**CLIENTES INDIVIDUALES, EN EL SECTOR DE LA TOLA ALTA EN LA CIUDAD DE QUITO”,** y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**MSc Christian Carvajal**

**Edgar David Pérez Jiménez**

D.M. Quito, 21 de agosto de 2023

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
AUTORÍA .....	4
CERTIFICACIÓN.....	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
RESUMEN .....	15
ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	17
Creación de la empresa.....	17
Descripción de la empresa .....	17
Importancia .....	17
Características.....	18
Actividad.....	19
Tamaño y distribución de la empresa.....	19
Estudio arquitectónico .....	20
Estructura interna del establecimiento.....	20
Figura 1. Esquema y distribución de la planta de lavado de “LavaTeck”.....	21
Necesidades que satisfacer.....	21
Figura 2. Pirámide de Maslow .....	21
Necesidades fisiológicas.....	22
Necesidades de Estima .....	22
Localización de la empresa.....	23
Figura 3. Geo-localización de los clientes de LavaTeck.....	23
Tabla 1. Cálculo de la ubicación de las instalaciones de LavaTeck.....	24
Figura 4. Cuadrante ideal para ubicación de instalaciones de LavaTeck.....	24
FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	25
Misión.....	25
Visión .....	25
Metas 2030.....	26
Estrategias.....	26



Políticas .....	28
Política general.....	28
Políticas específicas.....	28
Políticas administrativas.....	29
Políticas de transporte.....	29
Políticas de planta.....	30
FODA.....	32
Tabla 2. Matriz FODA de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck” .....	31
Desarrollo organizacional.....	33
Tipo de estructura.....	33
Figura 5. Organigrama funcional de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck” .....	34
Formalización .....	35
Centralización – Descentralización .....	35
Integración.....	35
Figura 6. Flujo de procesos del servicio de lavandería de la empresa “LavaTeck” .....	36
Funciones del personal.....	37
PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING.....	40
Objetivo de mercadotecnia.....	40
Investigación de mercado .....	40
Herramienta utilizada.....	41
Modalidad.....	42
Plan de muestreo.....	42
Análisis de las encuestas.....	43
Pregunta 1: ¿Estaría dispuesto a enviar la ropa de uso diario a un proveedor de lavandería? (Si su respuesta es no, le encuesta finaliza aquí).....	43
Tabla 7. Resultados de la pregunta 1 .....	43
Pregunta 2: ¿Cuántas veces a la semana estaría dispuesto a enviar a lavar su ropa a un proveedor de lavandería?.....	44
Tabla 8. Resultados de la pregunta 2 .....	44
Pregunta 3: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por unidad procesada si enviaría a lavar una libra de ropa, la cual equivale aproximadamente a un juego de ropa conformado por un pantalón, camisa/blusa y un sweater?.....	45

Tabla 9. Resultados de la pregunta 3 .....	45
Pregunta 4: ¿Cómo le gustaría entregar y retirar su ropa al proveedor? .....	46
Tabla 10. Resultados de la pregunta 4 .....	46
Pregunta 5: ¿Considera importante que la empresa tenga procesos amigables con el medio ambiente aunque estos procesos tiendan a hacer más costoso el servicio? .....	47
Tabla 11. Resultados de la pregunta 5 .....	47
Pregunta 6: ¿Mediante qué medio usted se entera de nuevos servicios? .....	48
Tabla 12. Resultados de la pregunta 6 .....	48
Análisis General.....	49
<b>ENTORNO EMPRESARIAL.....</b>	<b>51</b>
Microentorno.....	51
Figura 7. Microentorno de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck” .....	52
.....	52
Competencia directa .....	52
Figura 8. Localización de la planta de LavaTeck.....	53
Competencia indirecta.....	54
Sustitutos.....	54
Figura 9. Kit de ropa quirúrgica de un solo uso (desechable).....	55
Proveedores .....	55
Tabla 13. Cuadro de proveedores.....	56
Clientes.....	57
Macroentorno.....	57
Figura 10. Macroentorno de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck” .....	58
Entorno Político-Legal.....	58
Entorno económico.....	60
Entorno socio-cultural.....	60
Factor tecnológico.....	62
<b>PRODUCTO Y SERVICIO.....</b>	<b>63</b>
Producto Esencial.....	63
Producto real .....	64
Características .....	64
Estilo.....	65

Calidad.....	65
Marca .....	67
Empaque.....	67
Figura 11. Empaque para el servicio industrial.....	68
Figura 12. Empaque para el servicio individual de lavado de ropa.....	69
Figura 13. Empaque especializado con lavado en seco. ....	69
Producto aumentado.....	70
<b>PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.....</b>	<b>71</b>
Distintivos y Uniformes.....	71
Personal de planta.....	71
Figura 14. Diseño uniforme personal de planta .....	71
Personal de la función logística.....	72
Figura 15. Diseño uniforme personal de logística.....	72
Personal de caja y administración .....	73
Figura 16. Diseño uniforme personal de caja y administración.....	73
Materiales de identificación .....	74
Imagotipo .....	74
Figura 17. Imagotipo LavaTeck lavandería.....	74
Elementos a destacar del Imagotipo: .....	74
Tarjetas de presentación .....	74
Figura 18. Anverso de la tarjeta de presentación .....	75
Hoja membretada.....	75
Canal de distribución y puntos de ventas.....	77
Promoción.....	77
Contacto .....	77
Correspondencia.....	78
Negociación.....	78
Financiamiento publicidad .....	78
Tabla 14. Financiamiento de la publicidad.....	78
Riesgo y oportunidades del negocio.....	78
<b>FIJACIÓN DE PRECIOS.....</b>	<b>79</b>
Fijación de costos por unidad producida (libra) .....	79

Costo del servicio de lavandería de ropa (lavado, secado, planchado, doblado y empackado)	80
.....	80
Determinación de las cantidades de insumos por unidades producidas.....	80
Tabla 15. Promedio de insumos adquiridos.....	81
Tabla 16. Promedio de unidades producidas.....	81
Tabla 17. Cantidad consumida de insumos por unidad producida.....	81
Tabla 18. Estándar mano de obra por unidad producida.....	82
Tabla 19. Costeo del servicio.....	82
IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO .....	83
Arriendo del local .....	83
Tabla 20. Arriendo del local.....	83
Equipos industriales .....	83
Tabla 21. Equipos industriales.....	83
Equipos de computación.....	83
Tabla 22. Equipos de computación.....	83
Muebles y enseres .....	84
Tabla 23. Muebles y enseres.....	84
Equipos industriales de seguridad.....	84
Tabla 24. Equipos industriales de seguridad .....	84
Suministros de oficina .....	84
Tabla 25. Suministros de oficina.....	84
Servicios básicos.....	85
Tabla 26. Servicios básicos .....	85
Materiales de limpieza.....	85
Tabla 27. Materiales de Limpieza .....	85
ESTUDIO ARQUITECTÓNICO.....	86
Estructura interna del establecimiento.....	86
Figura 19. Esquema y distribución de la planta de lavado de “LavaTeck”.....	86
PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	87
Servicio de Rentas Internas (SRI).....	87
.....	87
Ministerio de Salud (MSP) .....	88

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).....	89
Municipio de Quito .....	90
.....	90
<b>PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....</b>	<b>91</b>
<b>PROCESO FINANCIERO.....</b>	<b>93</b>
Activos Fijos .....	93
Tabla 28. Activos fijos.....	93
Activos diferidos.....	94
Tabla 29. Activos diferidos .....	94
Capital de trabajo.....	94
Tabla 30. Capital de trabajo.....	95
Inversión total.....	95
Tabla 31. Inversión.....	96
Sueldos.....	97
Tabla 32. Sueldos.....	97
Depreciación activos fijos.....	98
Tabla 33. Depreciación activos fijos.....	99
Tabla de amortización .....	99
Tabla 34. Tabla de amortización .....	99
Estructura del capital.....	100
Tabla 35. Estructura del capital.....	101
Punto de equilibrio .....	101
Tabla 36. Costos fijos .....	101
Tabla 37. Margen de contribución.....	102
Tabla 38. Punto de equilibrio.....	102
Tabla 39. Ventas mensuales proyectadas .....	104
Tabla 40. Ventas anuales proyectadas .....	104
Costo de ventas.....	104
Tabla 41. Costo de ventas.....	105
Flujo de caja.....	106
Tabla 42. Flujo de caja.....	107
Cálculo del VAN y el TIR .....	108

Valor Actual Neto (VAN).....	108
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	108
Tabla 43. VAN/TIR.....	108
CONCLUSIONES.....	109
RECOMENDACIONES .....	112
REFERENCIAS .....	113

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA  
LÍNEA DE NEGOCIO DE SERVICIO DE LAVANDERÍA DE ROPA DE USO  
DIARIO PARA CLIENTES INDIVIDUALES, EN EL SECTOR DE LA TOLA  
ALTA EN LA CIUDAD DE QUITO”**

**Edgar David Pérez Jiménez**

Ing. Christian Carvajal

D.M. Quito 22 de agosto de 2023

## **RESUMEN**

El presente estudio aborda la factibilidad de implementar una nueva línea de negocios para la empresa de servicios LavaTeck lavandería, que es un negocio ya en marcha y que actualmente mantiene una única línea de servicios denominada “servicio de lavandería industrial” y cuya misión es de ofrecer facilidades de limpieza de ropa, especialmente hospitalaria a varias entidades de salud del centro norte de la ciudad de Quito.

Como parte del plan estratégico de LavaTeck Lavandería, se tiene contemplado como objetivo el “reducir en menos del 40% la participación del principal cliente en los flujos de ingresos de la empresa”; es así que la empresa ha venido incorporando nuevos clientes a la actual línea de negocio, sin embargo y observando la dinámica comercial que se realiza en el entorno de donde actualmente funciona la planta de la empresa, nace la idea de abrir las puertas del negocio a usuarios individuales; es decir, aquellas personas que a diario circulan por el sector y

que por sus actividades laborales y personales, se les dificulta el poder realizar el lavado de su ropa de uso diario por cuenta propia.

Es así que en primera instancia, se realizó un estudio de mercado de factibilidad de la puesta en marcha de esta nueva línea de negocio, obteniendo resultados favorables por lo que se desarrolló un plan de negocio para implementar el servicio en el sector de influencia de la empresa y finalmente, se obtuvo una viabilidad financiera para referida actividad, en donde se evidencia que la puesta en marcha de esta nueva línea de negocio no solo mejorará los índices financieros de LavaTeck sino que, tendrá una importante participación en la cartera de ingresos de la empresa con sus consiguientes beneficios a sus colaboradores, quienes tendrán estabilidad laboral al mediano plazo, a la comunidad, quienes tendrán a su alcance un servicio de calidad y a precios accesibles para procesar su ropa de uso diario y finalmente, a sus inversionistas, quienes tendrán retornos financieros a la inversión y riesgo que asumieron al poner en marcha esta idea de negocio.



## **ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **Creación de la empresa**

LavaTeck es una empresa de servicios, dedicada a brindar el servicio de lavandería en seco y húmedo de ropa, especializada en el manejo de prendas contaminadas con sustancias peligrosas, especialmente ropa hospitalaria; servicio que no es brindado por la mayoría de prestadores del servicio de lavandería, debido a lo complejo del proceso de limpieza y desinfección.

Nace en el año 2010 como un emprendimiento de su propietaria, la señora Marcela Guadalupe Jiménez Guerrero; al fallecer ésta, toma el control del negocio su hijo, quién hasta la fecha dirige a la empresa. Sus clientes son en su mayoría clínicas, centros de terapia física y consultorios médicos de la ciudad de Quito.

### **Descripción de la empresa**

#### **Importancia**

Desde inicios del siglo XXI, la ciudad de Quito, que ha tenido un crecimiento exponencial tanto de población, como de extensión geográfica. La ciudad se ha ido construyendo con un patrón de urbanización que dispersa los asentamientos populares hacia la periferia (Carrión, 2012). En consecuencia, concentrando los servicios tanto públicos como privados en la parte céntrica de la ciudad, lo que hace que la plusvalía en estos sectores céntricos aumente, como concluye un estudio realizado por el portal inmobiliario Properati y replicado por la BBC, en 2021, Iñaquito se constituye en la parroquia más deseada para vivir por la clase media y alta en Quito (Properati, 2021).

Todo esto conlleva a que los servicios, específicamente los servicios de salud, se asienten en lugares con alta plusvalía en Quito, por lo que los establecimientos prestadores de estos servicios estén obligados a optimizar el espacio de sus instalaciones para poder abarcar a un mayor número de pacientes.

Lo que en consecuencia hace importantes todos los servicios que estas entidades puedan externalizar o subcontratar, ya que se libera espacio en las instalaciones para brindar los servicios esenciales, agregadores de valor o relacionados con el giro del negocio de mencionadas entidades.

Tomando en cuenta que la empresa ya posee clientes corporativos como se describió anteriormente, LavaTeck está en búsqueda de implementar una nueva línea de negocio, es así que el presente estudio pretende analizar la factibilidad o no de ampliar los servicios de la empresa hacia clientes individuales que habitan en el sector de la Tola alta, en el centro de la Ciudad de Quito y así, aprovechar los procesos productivos que ya se tienen implementados para optimizar las ganancias y aportar al entorno de la empresa con un servicio de precio razonable y que disminuye la carga del trabajo doméstico de las familias del sector.

### **Características**

La lavandería LavaTeck es una empresa de servicios, dedicada a brindar el servicio de lavandería en seco y húmedo de ropa, especializada en el manejo de prendas hospitalarias; servicio que se constituye en el principal rubro de la empresa, esto debido a su participación, sobre el 75%, en los flujos de ingresos de la empresa.

LavaTeck actualmente cuenta con una planta en el centro de la ciudad, desde donde llega a la ubicación de sus clientes mediante una unidad móvil, la cual diariamente realiza un recorrido matutino, previamente planificado, con el fin de recorrer la ropa de sus clientes; esta unidad móvil, luego de terminar el recorrido, llega a la planta y las prendas pasan por el proceso de descontaminado, lavado, secado, doblado, planchado y empaçado, para finalmente ser embarcada nuevamente a la unidad de transporte y finalmente proceder a ser entregada en la ubicación de los clientes, terminando así el ciclo de servicio y la jornada diaria de la empresa.

### **Actividad**

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), la actividad económica es la siguiente:

*S96010101 LAVADO Y LIMPIEZA EN SECO, PLANCHADO, ETCÉTERA, DE TODO TIPO DE PRENDAS DE VESTIR (INCLUSO DE PIEL) Y DE PRODUCTOS TEXTILES QUE SE REALIZAN CON EQUIPO MECÁNICO, A MANO O EN MÁQUINAS ACCIONADAS CON MONEDAS PARA EL PÚBLICO EN GENERAL O PARA CLIENTES INDUSTRIALES O COMERCIALES.*

### **Tamaño y distribución de la empresa**

Por el tamaño de las ventas y según la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la Pandemia COVID-19, la empresa se encuentra dentro del Régimen Impositivo Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares, esto en virtud a que los ingresos brutos de la empresa al 2021 son inferiores a los \$300.000,00.

Por el número de trabajadores (cinco) y volumen de ventas (menos de \$100.000,00), la empresa está catalogada como microempresa, esto en virtud a lo establecido en el Artículo 106 del Reglamento de Inversiones del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones: “Microempresa: Aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US S 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América”

### **Estudio arquitectónico**

Para establecer la estrategia de organización de las instalaciones de la empresa, se debe conocer que la empresa no tiene una gran variedad de servicios, la planta de producción únicamente se dedica a realizar procesos de lavandería de ropa hospitalaria y la utilidad obtenida de la empresa depende netamente del volumen producido; en consecuencia, para el diseño de la planta, se aplicará un enfoque de organización enfocada al producto<sup>1</sup>.

### **Estructura interna del establecimiento**

En función al enfoque al producto, se ha concluido que la mejor manera de distribuir el espacio físico, en función de las actividades que se realizan dentro de la planta, es la que se detalla a continuación:

---

<sup>1</sup> “*Los procesos enfocados a producto son procesos diseñados para producir gran cantidad de una poca variedad de productos. Las instalaciones se organizan en torno al producto.*” (Render & Heizer, 2007)

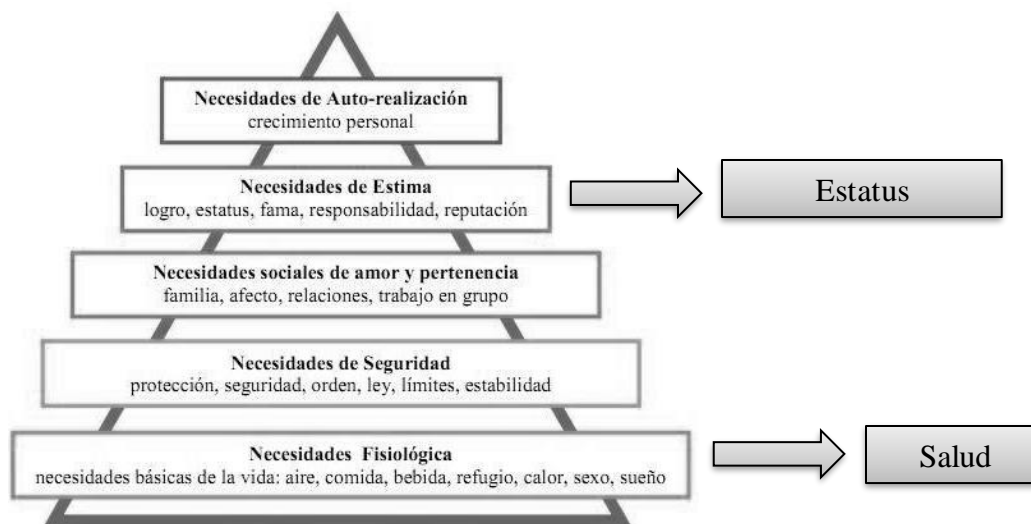
**Figura 1.** Esquema y distribución de la planta de lavado de “LavaTeck”



**Elaborado por:** El autor

## Necesidades que satisfacer

**Figura 2.** Pirámide de Maslow<sup>2</sup>



<sup>2</sup> «Abraham Maslow propuso en 1943 en su obra “A Theory of Human Motivation” una teoría en la que expresó una jerarquía de necesidades humanas que ilustró a través de su conocida “Pirámide de Necesidades”.» (Navarro, 2019)

### **Necesidades fisiológicas**

La empresa brinda a sus clientes salud, esto en virtud a que la limpieza de las prendas de vestir y lencería de cama, está estrechamente relacionada con la salud e higiene de las personas; al usar ropa limpia y mudarla con frecuencia, existe menos probabilidad de contagio o infección con agentes externos que se adhieren a las prendas de vestir, esta probabilidad disminuye aún más cuando el lavado sigue un proceso profesional.<sup>3</sup>

### **Necesidades de Estima**

La nueva línea de negocio que la empresa propone implementar, está enfocada al consumidor individual, es decir, individuos o familias que por cuestiones laborales, estudios u ocupaciones en general, no tienen tiempo para lavar su ropa por cuenta propia.

Vestir prendas en buen estado y limpias influye en el estado de ánimo de las personas y en consecuencia en su desempeño, por lo que adquirir servicios de lavandería para sus prendas de uso diario y específicamente para la ropa de uso en la jornada laboral, proporciona un grado de estatus a quien viste con ropa lavada de manera profesional.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> En un estudio realizado en el Reino Unido se afirma que el personal de salud participantes en referido estudio y que lavaban sus uniformes en sus hogares, aumentaban el riesgo de contaminación cruzada en los hospitales y en los hogares, esto debido a que las lavadoras de uso doméstico no alcanzan una temperatura adecuada para eliminar bacterias. (Higgson, 2011)

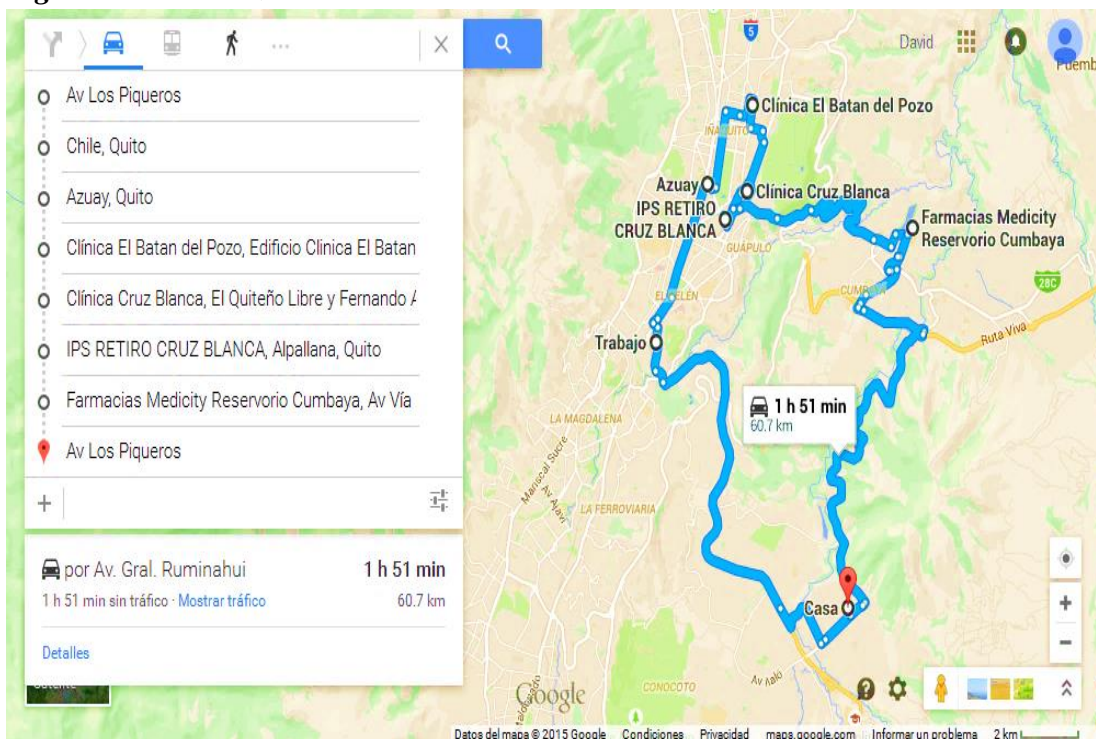
<sup>4</sup> “La vestimenta ayuda a crear una conveniente imagen profesional; se debe considerar la profesión, el estilo, el contexto, la época, la edad, el tipo de cuerpo.” (The Shed Co, 2022)

## Localización de la empresa

Para determinar la localización de la empresa, se utilizará una estrategia de localización de “Proximidad a los mercados”<sup>5</sup>, puesto que, para LavaTeck, es primordial estar cerca de sus clientes actuales, para poder atenderlos con eficiencia y con un tiempo mínimo de respuesta ante sus requerimientos.

Es así que, se utilizará el método de centro de gravedad<sup>6</sup> para saber, en función a los clientes actuales, cuál será el mejor punto para emplazar a las instalaciones de la empresa, tomando en cuenta a los clientes actuales de la misma.

**Figura 3.** Geo-localización de los clientes de LavaTeck



<sup>5</sup> “Para muchas empresas es de la máxima importancia buscar una localización próxima a sus clientes, sobre todo para las organizaciones de servicios.” (Render & Heizer, 2007)

<sup>6</sup> “Técnica matemática utilizada para hallar la mejor localización de un único punto de distribución que da servicio a varias tiendas, almacenes o áreas.” (Render & Heizer, 2007)

**Tabla 1.** Cálculo de la ubicación de las instalaciones de LavaTeck

Cliente	Puntos X	Puntos Y	Cantidad	Punto X	Punto Y
IPS	2,1	3,3	0,5	1,05	1,65
CB	2,9	4	0,05	0,145	0,2
EL BATÁN	3	6,2	0,2	0,6	1,24
RECUPERARTE	1,7	4,1	0,25	0,425	1,025
			<b>Punto Medio</b>	2,22	4,115

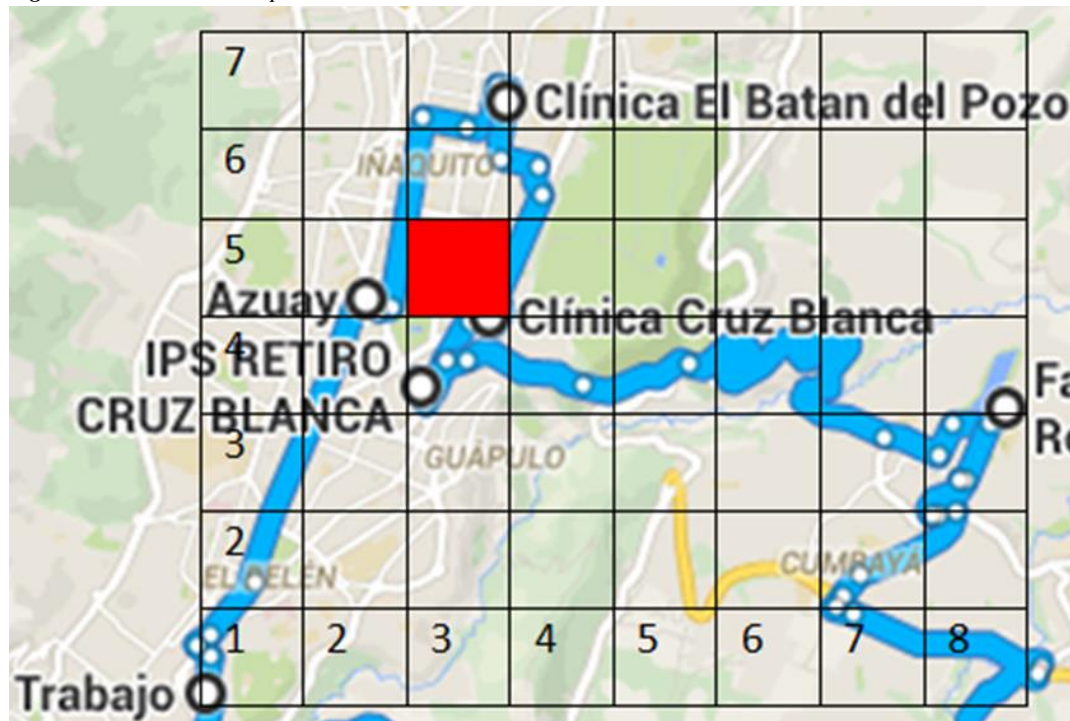
Por lo que se concluye que, el cuadrante ideal, en función a los clientes, para localizar las instalaciones, es el comprendido entre:

Al norte: Avenida Portugal.

Al sur: Avenida de La República.

Al Este: Avenida Eloy Alfaro.

Al Oeste: Avenida Amazonas.

**Figura 4.** Cuadrante ideal para ubicación de instalaciones de LavaTeck



Sin embargo, esta información se tomará únicamente como referencia, puesto que, el precio por metro cuadrado en dicho sector es muy elevado, puesto que es un sector de alta plusvalía, como se explicó con anterioridad; ubicar en referido cuadrante las instalaciones de la planta de producción incrementaría sustancialmente los costos de la empresa.

Por tanto, se mantendrá la actual ubicación en el sector centro de Quito, sector de Itchimbía; punto cercano a grandes arterias de la ciudad y, en consecuencia, el tiempo de reacción es relativamente rápido a cualquier punto de la ciudad, dependiendo del horario en que se efectúe el recorrido.

## **FILOSOFÍA EMPRESARIAL**

### **Misión**

LavaTeck ofrece el servicio de lavandería industrial, garantizando una solución efectiva, rápida y oportuna a los requerimientos de los clientes, mediante el uso de maquinaria moderna, eficiente y que prioriza el uso de energías renovables, devolviendo las prendas los clientes impecables y agradables para su uso.

### **Visión**

Al 2030, ser una de las cinco principales empresas que brinden el servicio de lavandería industrial en la ciudad de Quito, generando satisfacción y estar posicionados en el mercado, mediante una atención oportuna, respuesta inmediata y con el uso de equipos modernos que prioricen el uso de energía renovable.

## **Metas 2030**

Retener al 100% a los clientes actuales de la empresa.

Reducir en menos del 40% la participación del principal cliente en los flujos de ingresos de la empresa.

Reducir la dependencia de energía no renovable en un 100%.

Posicionar el nombre de la empresa en un 50% en el mercado de Quito.

Disminuir los costos totales de la empresa en un 10% con respecto a los ingresos.

## **Estrategias**

### **Alineadas con el objetivo de retener al 100% a los clientes actuales de la empresa**

- Determinar cuáles son los clientes actuales de la empresa y su participación en la balanza de pagos.
- Escuchar cuáles son las exigencias que los clientes actuales de la empresa tienen.
- Establecer reuniones periódicas con los involucrados en el servicio de lavandería para llegar a acuerdos y revisión de acuerdos anteriores.
- Informar oportunamente si no se va a cumplir una petición del cliente.

### **Alineadas con el objetivo de reducir en menos del 40% la participación del principal cliente en los flujos de ingresos de la empresa**

- Establecer el mercado meta para los servicios de LavaTeck.
- Establecer un radio de acción para que LavaTeck ofrezca servicios
- Diseñar un plan de promoción de los servicios de la empresa.
- Incentivar los beneficios de los servicios de lavandería a los clientes actuales.

**Alineadas con reducir la dependencia de energía no renovable en un 100%**

- Instalar infraestructura adecuada que permita el uso de maquinaria 100% eléctrica.
- Buscar en el mercado alternativas de maquinaria que no requiera el uso de energía fósil.
- Reemplazar programadamente la maquinaria obsoleta que consuma gas para su sistema de calefacción.

**Alineadas con posicionar el nombre de la empresa en un 50% en el mercado de****Quito**

- Diseñar un plan de mercadotecnia para la empresa.
- Ejecutar dicho plan de mercadotecnia.
- Evaluar el plan de mercadotecnia, verificando el cumplimiento del presente objetivo.

**Alineadas con disminuir los costos totales de la empresa en un 10% con respecto a los ingresos.**

- Establecer los costos por unidad procesada (Por libra).
- Establecer los procesos por cada tipo de ropa.
- Establecer cantidades de insumos estandarizadas para cada proceso.
- Proporcionar instrumentos que permitan el uso exacto de los insumos para cada proceso.
- Estandarizar los costos de la mano de obra.

- Diseñar calendarios que permitan, en lo posible, que la empresa no labore en días feriados.
- Elaborar acuerdos con clientes para que, en lo posible, no se requiera el servicio de la empresa en horarios extraordinarios.
- De ser el caso y si la demanda de clientes actuales y nuevos así lo requieran, firmar contratos de jornada especial con trabajadores actuales y nuevos.

## **Políticas**

### ***Política general***

LavaTeck promocionará constantemente sus servicios mediante el uso de recursos electrónicos, enfocándolos a su segmento meta.

### ***Políticas específicas***

- Cumplir con todas las demandas y requerimientos y brindar una atención oportuna a las sugerencias y quejas de los clientes en cuanto al servicio.
- LavaTeck promoverá el aumento de la demanda de los clientes actuales, haciéndoles conocer los beneficios de contar con lencería siempre limpia.
- LavaTeck reemplazará paulatinamente la maquinaria que use energía fósil, con maquinaria eléctrica, conforme cumplan su tiempo de vida.
- LavaTeck hará conocer los servicios de la empresa a los clientes potenciales, usando la promoción por medios electrónicos, asignando un 2.5% de los ingresos brutos mensuales para este fin.
- LavaTeck busca la eficiencia en el uso de todos sus recursos en todos sus procesos.

### *Políticas administrativas*

- Actualizar y alimentar los sistemas de información diariamente.
- LavaTeck capacitará a personal nuevo en caso de que la demanda de nuevos clientes requiera ampliar la jornada laboral.
- Se capacitará al personal en el uso de los insumos y se proporcionará información y equipos que ayuden al personal a evitar el desperdicio de los insumos del proceso productivo.
- Se elaborará estadísticas y planes de adquisición de lencería para los clientes, con el fin de que cuenten con un stock de ropa suficiente para sus actividades diarias.
- Se evaluará el cumplimiento del plan estratégico mediante el uso de herramientas de seguimiento y evaluación continua.

### *Políticas de transporte*

- El personal de transporte se presentará donde sus clientes portando el uniforme y equipo de bioseguridad que la empresa proporcione.
- LavaTeck llegará a donde sus clientes en horas que no sean pico, evitando la pérdida de tiempo en el tráfico de Quito.
- Se tendrá una hoja de mantenimiento actualizada a bordo de la unidad móvil y se cumplirá con los mantenimientos periódicos con una tolerancia de más menos 250 kilómetros.

- La unidad móvil realizará un recorrido matutino diario para la entrega y recepción de ropa, a menos que los clientes soliciten expresamente el servicio durante el mismo día.
- La gerencia estará atenta a la llegada y disposición de vehículos eléctricos para su análisis y adquisición luego de que la unidad móvil cumpla con su vida útil.

### *Políticas de planta*

- El personal de planta ingresará a su área de lavado portando su uniforme y equipo de bioseguridad.
- Durante la jornada laboral el equipo de planta deberá portar una malla para el cabello o gorro quirúrgico y botas antideslizantes.
- Al salir de la planta el personal deberá dejar su uniforme utilizado en los cestos ubicados en el área de cambiadores, para que estos entren en el proceso de lavado y desinfección.

**Tabla 2.** Matriz FODA de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck”

POSITIVO	FACTORES INTERNOS		FACTORES EXTERNOS	
	FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
	F1	La empresa está cambiando su maquinaria de secado a gas, por maquinaria de secado eléctricas	O1	Equipos productivos
	F2	La empresa posee medios suficientes para asistir a sus clientes cuando lo necesiten.	O2	Insumos
	F3	La empresa guarda reservas para posibles necesidades o reinversiones	O3	Cambio de matriz productiva.
	F4	La empresa cuenta con un plan de inversión.	O4	Regulaciones ambientales.
	F5	La empresa posee varias máquinas semi-industriales.		
	F6	Las instalaciones eléctricas son adecuadas para el trabajo industrial		
	F7	La empresa posee líneas de crédito		
	F8	La empresa posee bombas, que aumentan el flujo de agua hacia las máquinas.		
F9	Los proveedores conceden crédito y facilidades de pago a la empresa.			
F10	Existe un presupuesto mensual diseñado por el administrador.			

<b>NEGATIVO</b>		<b>FACTORES INTERNOS</b>		<b>FACTORES EXTERNOS</b>	
		<b>DEBILIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>	
<b>D1</b>	La balanza de pagos de la empresa depende de un solo cliente.	<b>A1</b>		<b>A1</b>	Crisis económica actual.
<b>D2</b>	Procesos directivos de respuesta lenta.				
<b>D3</b>	La empresa no posee la capacidad instalada suficiente para servir a clientes grandes.	<b>A2</b>		<b>A2</b>	Decrecimiento del producto interno bruto.
<b>D4</b>	La empresa no posee una cuota de mercado representativa.				
<b>D5</b>	No se designan responsables por las actividades a realizar.	<b>A3</b>		<b>A3</b>	Tráfico.
<b>D6</b>	La empresa no posee maquinaria industrial				
<b>D7</b>	La empresa no lleva contabilidad.	<b>A4</b>		<b>A4</b>	Inestabilidad política.
<b>D8</b>	No se controla técnicamente a las actividades dentro de la organización.				
<b>D9</b>	La empresa no posee página web ni dirección email.	<b>A5</b>		<b>A5</b>	Volcán Cotopaxi.
<b>D10</b>	Los procesos no están documentados.				
<b>D11</b>	No se hace seguimiento a los acuerdos alcanzados en las reuniones con los inversionistas.				

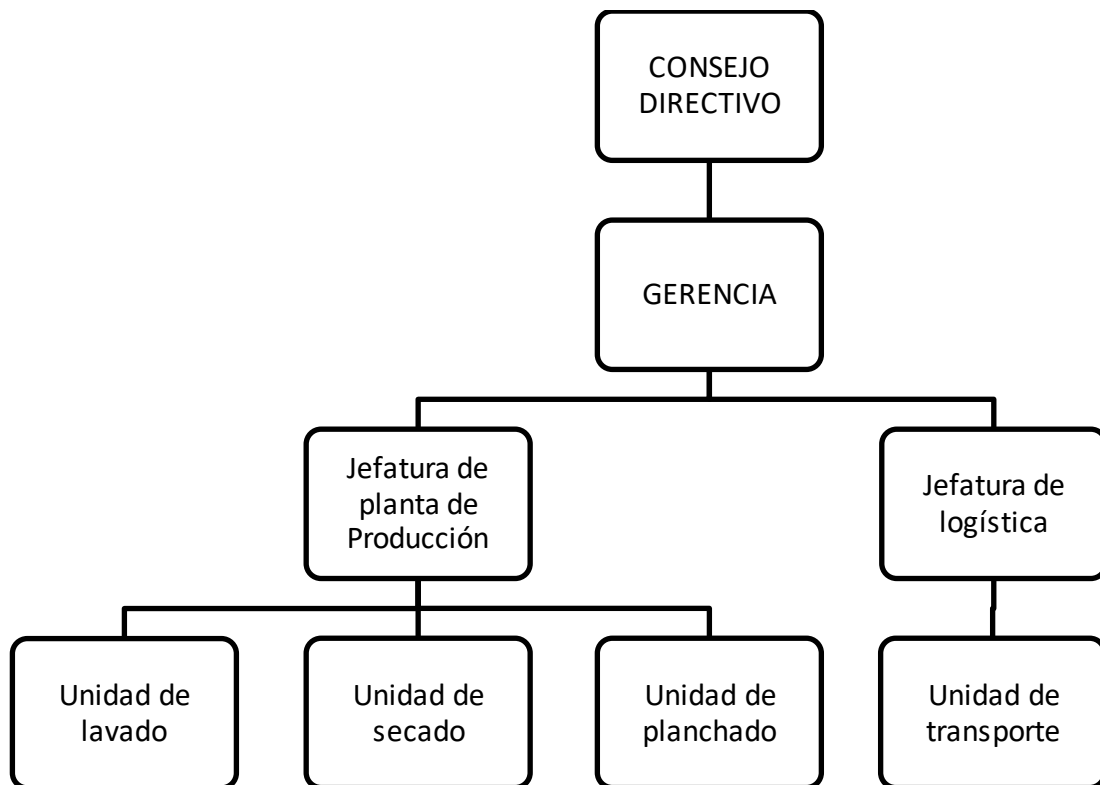


## **Desarrollo organizacional**

### ***Tipo de estructura***

En la empresa laboran cinco personas, de las cuales tres laboran el área operativa de la planta, un chofer que se encarga de realizar los recorridos diarios hacia y desde los clientes y finalmente el administrador, quien se encarga de planificar y tomar decisiones en la empresa, en función a las directrices emitidas por el consejo directivo de la entidad; al ser una microempresa, el flujo de la información y órdenes sigue un curso vertical, desde los accionistas de la misma hasta el personal operativo; es así que la empresa tendrá una estructura vertical y la departamentalización o áreas de la empresa estarán organizadas por función empresarial; (Koontz & Heinz, 2003) definen a la departamentalización por función empresarial como la agrupación de actividades de acuerdo con las funciones o actividades que una empresa comúnmente hace.

**Figura 5.** Organigrama funcional de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck”



**Elaborado por:** El autor

### ***Formalización***

LavaTeck estará orientada a la estructura organizacional y orden jerárquico, además se regirá a los procesos, políticas, reglamentos; los cuales a su vez serán elaborados tomando en cuenta la misión y visión organizacional y el ordenamiento jurídico que se rige en el país.

La empresa, como se mencionó anteriormente, ya funciona y sirve a clientes corporativos, ha sido legalmente constituida para su funcionamiento y cumple con las exigencias de los entes de control local (Municipio), nacional (SRI, Ministerio de Trabajo, IESS) y cuenta con toda la documentación habilitante para su funcionamiento.

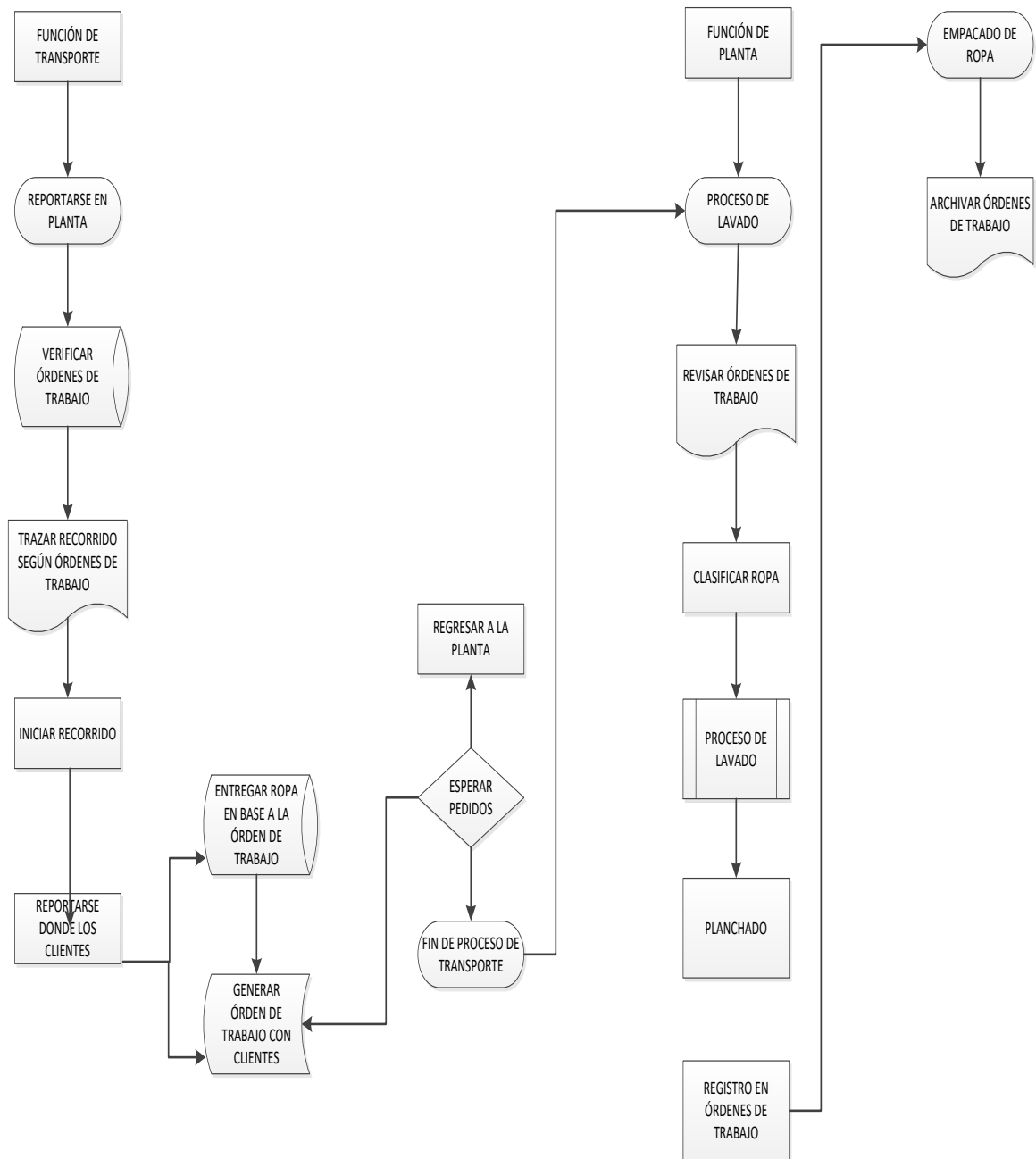
### ***Centralización – Descentralización***

LavaTeck lavandería centrará sus actividades en las actividades administrativas y de gestión, ocupando estas actividades exclusivamente el gerente general, quien se encargará de la gestión de compras, negociación con proveedores, y con clientes actuales.

### ***Integración***

La integración de la empresa se basará en el proceso del servicio de lavado y planchado de lencería y en las actividades que cada miembro de la organización desempeñará; la diagramación del proceso permitirá llevar el control del desempeño de las áreas de la empresa, ya que se visualiza la interrelación entre estas y a su vez, se determina los puntos críticos donde se deben llevar registros para medir y evaluar el desempeño de estas actividades.

**Figura 6.** Flujo de procesos del servicio de lavandería de la empresa “LavaTeck”



### *Funciones del personal*

#### **Detalles generales del puesto de Gerente General**

<b>Empresa</b>	LavaTeck
<b>Unidad administrativa</b>	Área administrativa
<b>Misión del puesto</b>	Supervisar y controlar la ejecución de las actividades asignadas a las funciones agregadoras de valor, responsable de los resultados financieros y administrativos de la empresa ante el Consejo Directivo, encargado de la gestión de compras, negociación con proveedores y clientes.
<b>Denominación del puesto</b>	Gerente General
<b>Rol del puesto</b>	Gestión Administrativa y Financiera
<b>Remuneración</b>	\$ 875,00
<b>Méritos aspectos a considerar</b>	

**Tabla 3.** Méritos aspectos a considerar, Gerente General

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<b>Ingeniero/licenciado en Administración</b>  <b>Tecnólogo en Administración.</b>	2 años de experiencia en gerenciar empresas	Conocimiento y dominio de paquetes contables y de facturación.  Conocimiento de herramientas de gestión financiera y administrativa	Adaptabilidad al cambio, Responsabilidad, Atención al cliente, Habilidades de negociación, Creatividad, Delegación, Liderazgo, Planificación y organización, Trabajo en equipo.

**Elaborado por:** El autor

### Detalles generales del puesto de Jefe de Planta de Producción

<b>Empresa</b>	LavaTeck
<b>Unidad administrativa</b>	Área de Planta de Producción
<b>Misión del puesto</b>	Supervisar y controlar la ejecución de las actividades asignadas a la función de producción, responsable de la ejecución de las órdenes de trabajo, responsable de los resultados de la planta de producción ante la gerencia de la empresa, encargado de la requisición y gestión de suministros, participa activamente en las actividades operativas asignadas a la unidad.
<b>Denominación del puesto</b>	Jefe de Planta
<b>Rol del puesto</b>	Gestión de Operaciones
<b>Remuneración</b>	\$ 550,00
<b>Méritos aspectos a considerar</b>	

**Tabla 4.** Méritos aspectos a considerar, Jefe de Planta de Producción

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<b>Técnico/Tecnólogo en Administración</b>  <b>Bachiller en Ciencias Contables</b>	2 años de experiencia en actividades operativas afines a la producción	Conocimiento y dominio de herramientas de control de inventarios	Respeto, Responsabilidad, Adaptabilidad al Cambio, Delegación, Trabajo bajo presión, Liderazgo, Planificación y organización, Trabajo en equipo.

Elaborado por: El autor

## Detalles generales del puesto de Jefe de Logística

<b>Empresa</b>	LavaTeck
<b>Unidad administrativa</b>	Área de logística
<b>Misión del puesto</b>	Supervisar y controlar la ejecución de las actividades asignadas a la función de logística, responsable del diseño y ejecución de las rutas de entrega y recepción de la ropa de los clientes, encargado de la requisición y gestión de combustibles y lubricantes, encargado del control de mantenimientos de la unidad móvil, encargado de la recepción de las órdenes de trabajo y entrega de las mismas a la planta de producción.
<b>Denominación del puesto</b>	Jefe de Logística
<b>Rol del puesto</b>	Gestión de Logística
<b>Remuneración</b>	\$ 550,00
<b>Méritos aspectos a considerar</b>	

**Tabla 5.** Méritos aspectos a considerar, Jefe de Planta de Producción

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
<b>Bachillerato</b>	1 año de experiencia en actividades similares en plantas de producción de bienes o servicios	Buenas prácticas manufactureras.  Higiene del trabajo y salud ocupacional.	Respeto, Responsabilidad, Adaptabilidad al Cambio, Trabajo bajo presión, Trabajo en equipo y organización.

**Elaborado por:** El autor

## **PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

### **Objetivo de mercadotecnia**

Dar a conocer a la población del sector de la Tola Alta de la ciudad de Quito, los servicios ofrecidos por la empresa LavaTeck y su marca, enfocándose en las personas que cumplen el rol de cabeza de las familias del sector, a través de la difusión de la imagen y la cartera de servicios de la empresa, mediante medios físicos y digitales y en consecuencia, atrayendo a potenciales clientes de la empresa.

### **Investigación de mercado**

Para efectuar la investigación de mercado, LavaTeck utilizó una investigación descriptiva<sup>7</sup> y de campo mediante una encuesta digital, aplicada a una muestra representativa del barrio La Tola de la ciudad de Quito, en donde se propone poner en marcha la nueva línea de negocio de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck”.

---

<sup>7</sup> *“Investigación descriptiva: Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.”* (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006)



## Herramienta utilizada

*Para la presente investigación se utilizará el siguiente cuestionario*

1. *¿Estaría dispuesto a enviar la ropa de uso diario a un proveedor de lavandería? (Si su respuesta es no, le encuesta finaliza aquí).*
  - *Frecuencia, lugar de consumo y precio del servicio*
  - *Si la respuesta a la pregunta 1 fue SI, por favor proceder a responder las preguntas de la 2 a la 5.*
  
2. *¿Cuántas veces a la semana estaría dispuesto a enviar a lavar su ropa a un proveedor de lavandería?*
  - *Más de 5 días a la semana*
  - *Entre 2 a 4 veces a la semana*
  - *1 vez a la semana*
  
3. *¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por unidad procesada si enviaría a lavar una libra de ropa, la cual equivale aproximadamente a un juego de ropa conformado por un pantalón, camisa/blusa y un sweater?*
  - *Menos de \$0.75*
  - *Entre \$0.75 a \$1*
  - *Más de \$1*
  
4. *¿Cómo le gustaría entregar y retirar su ropa al proveedor?*
  - *Retiro y entrega en las instalaciones de su empresa*
  - *Entrega en un local del proveedor cercano a su institución*
  
5. *¿Considera importante que la empresa tenga procesos amigables con el medio ambiente aunque estos procesos tiendan a hacer más costoso el servicio?*
  - *Si*
  - *No*
  - *Me es indiferente*
  
6. *¿Mediante qué medio usted se entera de nuevos servicios?*
  - *Radio*
  - *TV*
  - *Redes Sociales*
  - *Prensa escrita*
  - *Hojas volantes*

## Modalidad

La recolección de datos se la realizó a través de un cuestionario<sup>8</sup> web, el cual contiene preguntas cerradas<sup>9</sup> y que fue aplicado entre los días 06 al 12 de marzo de 2023, a un grupo de personas residentes del barrio de la Tola Alta, los cuales fueron seleccionados de manera aleatoria, enviando el enlace de la encuesta a chats comunitarios de referido sector de la ciudad de Quito.

## Plan de muestreo

La delimitación del presente estudio es el barrio de la Tola de la ciudad de Quito, perteneciente a la parroquia Itchimbía, la cual, según el último censo, tiene una población de 31.616 personas; tomando en cuenta que la población ecuatoriana crece en promedio a razón de 1.5% anual; por lo que, desde el censo del año 2010 a la actualidad, se estima que esta población ha crecido un 19.5%, es decir; 37.782 personas, por lo que ese será el universo de análisis.

- N=Tamaño de la muestra: 37.782 personas
- Nivel de confianza: 95 %
- e=Error aceptable: 10.25 %

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

$$n = \frac{37.782 \times 1.96^2 \times (0.5) \times (0.5)}{(0.1025)^2 \times (37.782 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 91.1940275 = 91$$

---

<sup>8</sup> “Cuestionario: Tal vez sea el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”. (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006)

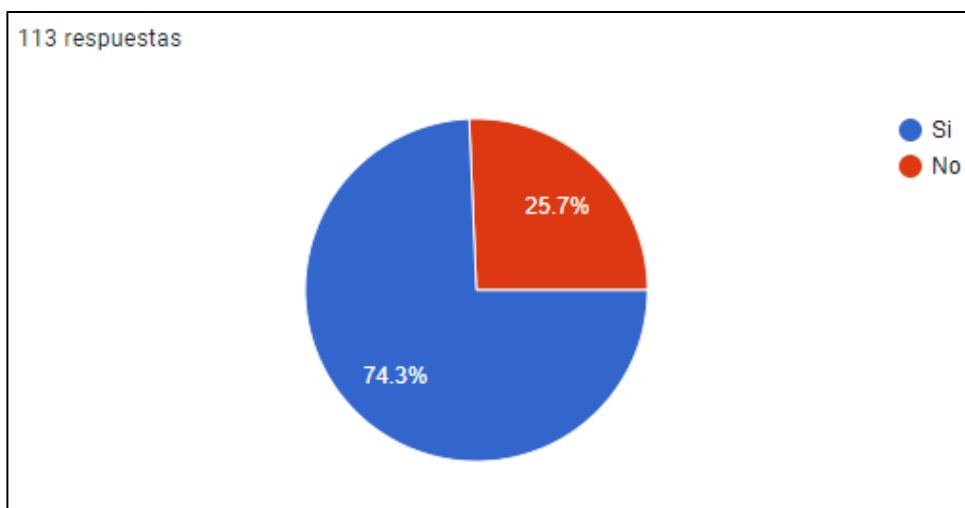
<sup>9</sup> “Preguntas cerradas: Son aquellas que contienen opciones de respuesta previamente delimitadas”. (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006)

## Análisis de las encuestas

**Pregunta 1:** ¿Estaría dispuesto a enviar la ropa de uso diario a un proveedor de lavandería? (Si su respuesta es no, le encuesta finaliza aquí).

**Tabla 7.** Resultados de la pregunta 1

Pregunta 1	Respuestas	Porcentaje
<b>Sí</b>	84	74.3%
<b>No</b>	6	25.7%
Total	<b>91</b>	<b>100%</b>

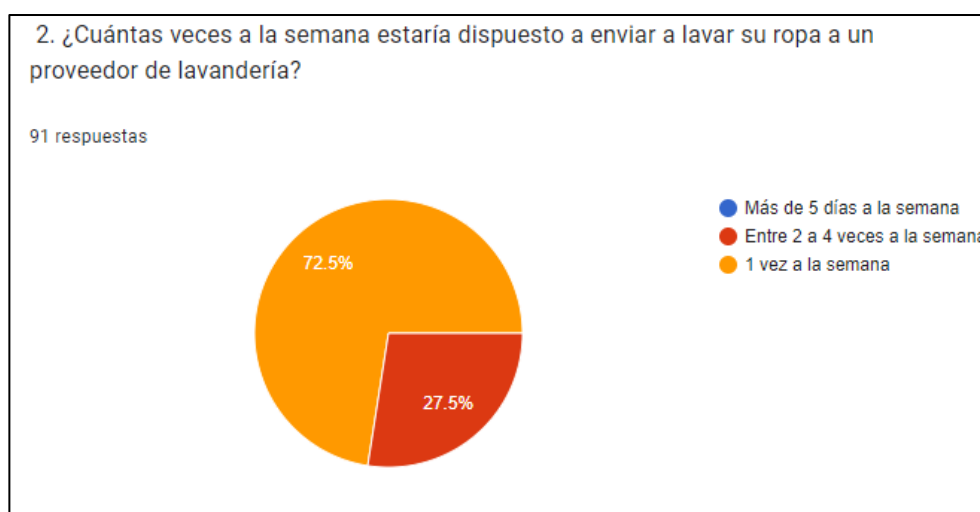


La pregunta 1 se constituye en la pregunta de intención de compra o filtro y a partir de los resultados de esta pregunta se determina la proporción de personas que estarían interesadas en los servicios de LavaTeck, obteniendo una intención de compra de alrededor del 75% de los encuestados, por lo que se considera viable la puesta en marcha del negocio.

**Pregunta 2:** ¿Cuántas veces a la semana estaría dispuesto a enviar a lavar su ropa a un proveedor de lavandería?

**Tabla 8.** Resultados de la pregunta 2

Pregunta 2	Respuestas	Porcentaje
<b>Más de 5 días a la semana</b>	0	0 %
<b>Entre 2 a 4 veces a la semana</b>	66	72.5 %
<b>1 vez a la semana</b>	25	27.5 %
Total	<b>91</b>	<b>100 %</b>



De las personas que mostraron interés en los servicios prestados por la empresas, se verifica que la mayoría serían clientes que requieren de los servicios de la empresa al menos una vez a la semana (72.5%), sin descartar que existe un considerable número de encuestados que demandarían los servicios de la lavandería más de una vez a la semana (27.5%).

**Pregunta 3:** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por unidad procesada si enviaría a lavar una libra de ropa, la cual equivale aproximadamente a un juego de ropa conformado por un pantalón, camisa/blusa y un sweater?

**Tabla 9.** Resultados de la pregunta 3

Pregunta 3	Respuestas		Porcentaje
Menos de \$ 0.75	23	25.3 %	
Entre \$ 0.75 a \$ 1	55	60.4 %	
Más de \$ 1	13	14.3 %	
Total	<b>91</b>	<b>100%</b>	

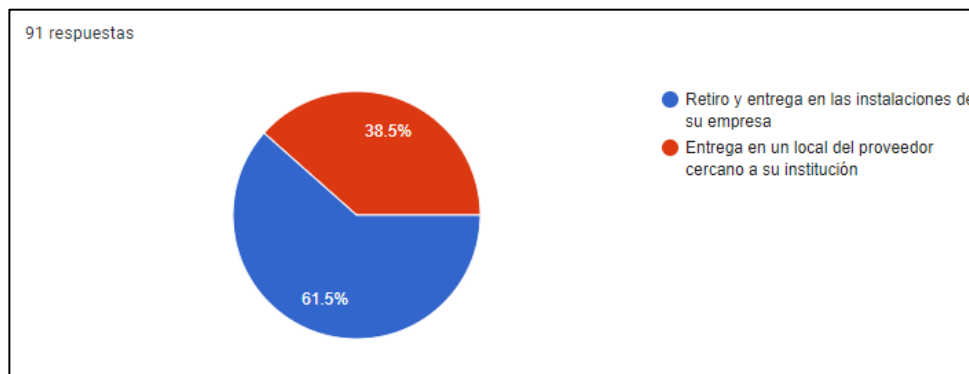


Del total de encuestas, la tendencia mayoritaria es que el mercado meta aceptaría que el precio de unidad procesada (1 libra de ropa) esté entre el rango de \$0.75 a \$1.

**Pregunta 4:** *¿Cómo le gustaría entregar y retirar su ropa al proveedor?*

**Tabla 10.** Resultados de la pregunta 4

Pregunta 4	Respuestas	Porcentaje
<b>Retiro y entrega en las instalaciones de su empresa</b>	56	61.5 %
<b>Entrega en un local del proveedor cercano a su institución</b>	35	38.5 %
Total	<b>91</b>	<b>100%</b>



La mayoría de los encuestados prefiere que la empresa se acerque a retirar la ropa en sus domicilios, por lo que el servicio necesariamente debe estar complementado con la función logística de la empresa, pues se requerirán de movilizaciones para brindar el servicio; sin descartar que un interesante porcentaje prefiere acercarse a las instalaciones de la empresa a dejar sus prendas para recibir el proceso de lavado y planchado.

**Pregunta 5:** *¿Considera importante que la empresa tenga procesos amigables con el medio ambiente aunque estos procesos tiendan a hacer más costoso el servicio?*

**Tabla 11.** Resultados de la pregunta 5

Pregunta 5	Respuestas	Porcentaje
Si	76	83.5 %
No	5	5.5 %
Me es indiferente	10	11 %
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>100%</b>



La pregunta Nro. 5 determina el interés de los consumidores por el valor agregado que va a entregar la empresa con el servicio (procesos de lavandería e insumos amigables con el medio ambiente).

Al obtener un resultado a favor del agregador de valor, cercano al 80%, se considera viable la publicidad del servicio explotando el uso de los procesos e insumos amigables con el medio ambiente.

**Pregunta 6:** *¿Mediante qué medio usted se entera de nuevos servicios?*

**Tabla 12.** Resultados de la pregunta 6

Pregunta 6	Respuestas	Porcentaje
<b>Redes sociales</b>	88	93.6 %
<b>TV</b>	3	3.2 %
<b>Radio</b>	3	3.2 %
Total	<b>91</b>	<b>100%</b>



Finalmente se finaliza el estudio con una pregunta en donde se pregunta al mercado meta el canal más adecuado para que se conozca de los servicios brindados por la empresa, determinando que, en su mayoría, con más del 90% de los encuestados, elige como canal preferente a las redes sociales.



## **Análisis General**

Luego del análisis de los resultados obtenidos en el cuestionario, se puede concluir que la población objetivo muestra interés por los servicios brindados por LavaTeck Lavandería.

La mayoría de las personas mencionan que estarían dispuestos a usar los servicios de lavandería una vez a la semana, por experiencia se conoce que las órdenes de trabajo se incrementan durante los fines de semana, por lo que es imperativo concentrar los recursos humanos en referidos días y planificar los días de descanso del personal en días entre semana o a su vez rotar al personal, garantizando la continuidad de los servicios de la empresa durante los fines de semana.

La población del sector en donde se aplicó el estudio estaría dispuesta a pagar hasta \$1 (un dólar de los Estados Unidos) por el servicio de lavandería de una libra de ropa.

Los participantes del estudio de mercado consideran como más factible el que la empresa se acerque a sus domicilios, es decir; se debe mantener y potenciar la función logística de la empresa, esto debido a que se priorizará la entrega y recepción de la ropa a domicilio, por lo que los vehículos de la empresa deberán circular frecuentemente por el sector.

Los participantes de la encuesta consideran como importante el que la empresa tenga procesos y utilice insumos amigables con el medio ambiente, en tal virtud, en la publicidad se mostrará y se recalcará que la empresa es amigable con el medioambiente en el proceso de lavado y planchado de ropa de uso diario.

En la encuesta se preguntó a la población cual sería el medio con el que preferiblemente quisieran conocer los productos, servicios y novedades de la empresa, a lo que la población en casi su totalidad estableció que el canal adecuado serían las redes sociales, consecuentemente, todas las estrategias de publicidad y promoción de la marca y servicios serán canalizadas por este medio.

Finalmente y en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se concluye que la implementación de la línea de negocio de servicio de lavandería de ropa de uso diario para clientes individuales, en el sector de la tola alta en la ciudad de Quito es viable para su ejecución.

## ENTORNO EMPRESARIAL

### Microentorno

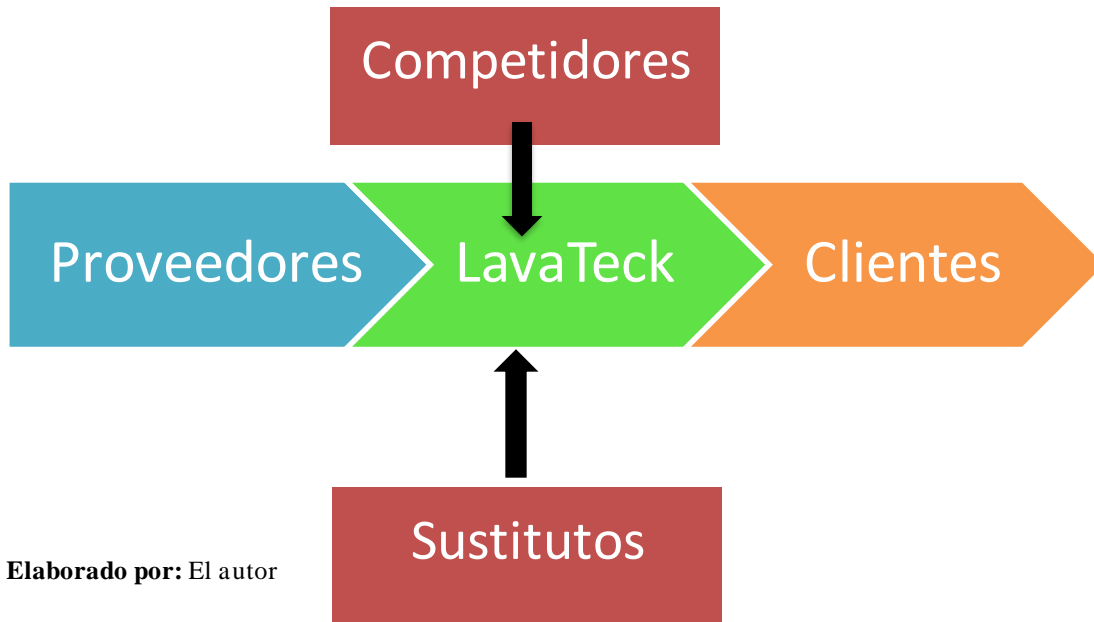
El microentorno se forma de las fuerzas más cercanas a la empresa, que participan en la capacidad de satisfacer a los clientes, siendo estas: la empresa, los canales de marketing, los mercados de consumidores, los competidores y sus públicos. (Kotler & Armstrong, 2003)

Según (Porter, Estrategia competitiva, 1984), el microentorno está determinado por un conjunto de variables que están íntimamente relacionadas con el sector de negocios al cual pertenece la empresa. Estas fuerzas afectan a todas las empresas incluidas en el sector, y la acción conjunta de ellas determina la rentabilidad potencial del mismo.

El mismo autor, (Porter, Ventaja Competitiva, 1987); define a las cinco fuerzas de la competencia: 1) la amenaza de nuevos competidores, 2) la amenaza de productos o servicios sustitutos, 3) el poder negociador de los compradores, 4) el poder negociador de los proveedores, 5) la rivalidad entre los competidores actuales.

Para LavaTeck lavandería, tomando en cuenta la definición del microentorno según autores antes expuesta, considera dentro de su microentorno como las fuerzas del mercado más cercanas a la empresa y sobre las cuales puede ejercer modificaciones o influencia y está conformada por los siguientes actores: la misma empresa, clientes, proveedores, competidores actuales y potenciales

**Figura 7.** Microentorno de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck”

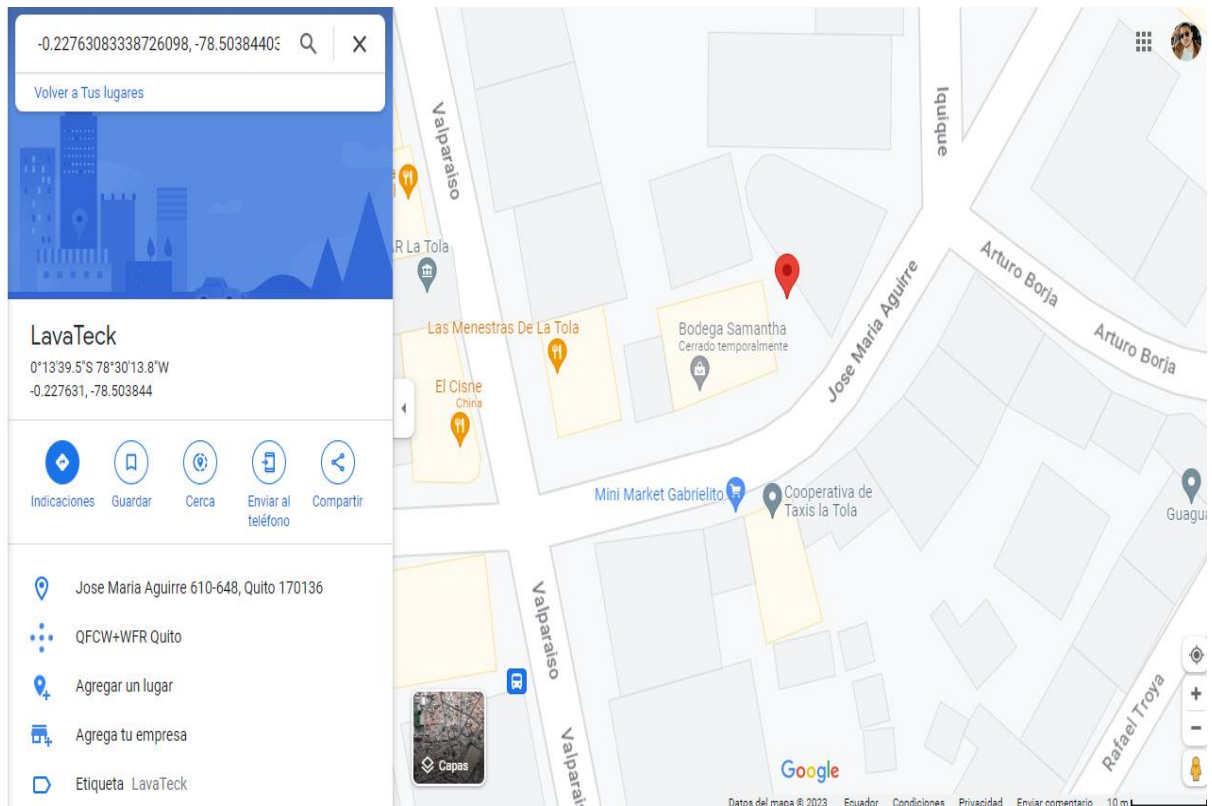


***Competencia directa***

Como se detalló en la sección correspondiente a la ubicación de la empresa, LavaTeck lavandería mantiene su en ubicación en el centro de Quito, sector de Itchimbía, específicamente y según lo registrado en el Servicio de Rentas Internas, en la siguiente ubicación:

- Parroquia: Itchimbía
- Barrio: LA TOLA
- Calle: N2G JOSÉ MARÍA AGUIRRE, Numero: E6-34, Intersección:  
VALPARAÍSO
- Referencia: A 200 METROS DEL ACCESO SUR PEATONAL DEL  
PARQUE ITCHIMBÍA

**Figura 8.** Localización de la planta de LavaTeck



**Fuente:**

<https://www.google.com.ec/maps/place/0%C2%B013'39.5%22S+78%C2%B030'13.8%22W/@-0.2277328,-78.5040863,20.25z/data=!4m7!1m2!10m1!1e3!3m3!8m2!3d-0.2276308!4d-78.503844?entry=ttu>

Luego de recorrer el sector donde se encuentra la planta de LavaTeck Lavandería, se encontró un establecimiento como competencia directa a una cuadra y media de distancia (150 m. aprox.).

Para evaluar la competencia directa, se tomó en cuenta: Los servicios que ofrecían, observándose que la cartera de servicios era limitada.

### ***Competencia indirecta***

LavaTeck lavandería propone implementar en el sector analizado, una línea de negocio de servicio de lavandería de ropa de uso diario, para ello el servicio específico de lanzamiento será el servicio de lavado en húmedo, es decir, con procesos en donde interviene el agua como solvente, por lo que se considera como competencia indirecta a empresas que brindan el servicio de lavado en seco.

- Lavandería la Colón, que no tiene una planta en el sector, sin embargo, dispone una unidad móvil que recorre el sector con una frecuencia diaria en horas la mañana.

### ***Sustitutos***

En la línea de servicios empresariales, los productos sustitutos comprenden la ropa quirúrgica de uso desechable, puesto que en su mayoría los clientes empresariales de LavaTeck lavandería son clínicas y referidos establecimientos, por cuestiones inherentes a su actividad, optan por usar ropa desechable.

**Figura 9.** Kit de ropa quirúrgica de un solo uso (desechable)



Con respecto a la nueva línea de servicios planteados en el presente trabajo, lavandería de ropa de uso diario, no se evidencian productos sustitutos para los consumidores objetivo de la empresa, en el sector de análisis, puesto que la ropa de uso diario para consumidores finales, son prendas textiles que van a requerir varios procesos de lavado durante su vida útil.

### ***Proveedores***

Tomando en cuenta que la empresa opera en el mercado industrial por más de 10 años, la misma ha venido actualizando y reforzando la cartera de proveedores conforme las necesidades del negocio; para esta nueva línea de negocio, LavaTeck va a conservar los proveedores actuales de la empresa pues, con los proveedores actuales se han afianzado relaciones, se ha comprobado la calidad de los productos y entre otros beneficios, se cuenta con líneas de crédito para adquirir los productos mientras la empresa recupera las cuentas por cobrar por servicios prestados.

**Tabla 13.** Cuadro de proveedores

TABLA DE PROVEEDORES		
MATERIA PRIMA		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Materia prima
AROMAFLOR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos adaptados a la necesidad de LavaTeck</li> <li>• Precios más bajos y preferenciales para LavaTeck Lavandería</li> <li>• Línea de crédito de 30 días desde la fecha de entrega del producto</li> <li>• Producción nacional</li> </ul>	Detergente líquido, agente desengrasante, agente quitamanchas.
PROVEANDINA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provee a LavaTeck productos de limpieza innovadores (importados), que no se encuentra en el mercado en la actualidad</li> <li>• Provee a LavaTeck productos de limpieza personal, bioseguridad y limpieza.</li> <li>• Línea de crédito de 30 días desde la fecha de entrega del producto</li> </ul>	Suavizante, Agente quitamanchas, aromatizantes de ropa, cloro de alta concentración, jabón líquido para manos, alcohol en gel, desinfectante para piso.
PROQUIMSA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provee a LavaTeck agentes de control biológico, usados para la lavandería de lencería hospitalaria.</li> </ul>	Suavizante con agente bacteriostático, neutralizante de ropa que pasa por un proceso de lavado agresivo.
INSUMOS		
IMPRESA PROFESIONAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provee a LavaTeck de hojas de trabajo pre-impresas, para el registro y seguimiento del proceso de lavado</li> </ul>	Hojas de trabajo pre-impresas.
Comercial Kywi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Provee a LavaTeck de insumos plásticos y adhesivos, necesarios para el empaque de la ropa procesada.</li> </ul>	Fundas industriales, cintas de embalaje.



### ***Clientes***

LavaTeck lavandería es una empresa de servicios con más de 10 años de experiencia en lavado industrial de ropa, con especialización en lencería hospitalaria y que en su planificación estratégica tiene contemplado abrir una nueva línea de negocios enfocada en clientes consumidores finales, que por cuestiones laborales, estudios u ocupaciones en general, no tienen tiempo para lavar su ropa por cuenta propia.

En conclusión, esta nueva línea de negocios está dirigida a clientes individuales (consumidores finales) que pertenecen a la Población Económicamente Activa y que por sus actividades laborales o de estudios, no disponen de tiempo para encargarse de lavar su ropa de uso diario.

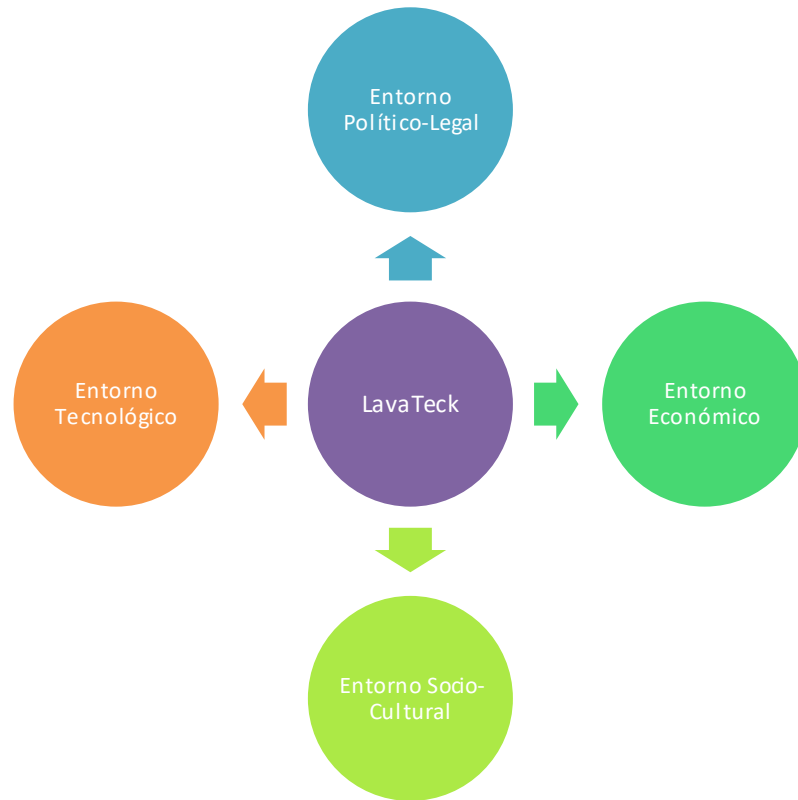
### ***Macroentorno***

Según (Kotler & Armstrong, 2003), el macroentorno consiste en las fuerzas mayores de la sociedad que afectan al microentorno como; fuerzas demográficas, económicas, naturales, tecnológicas, políticas y culturales.

Se entiende que el Macroentorno es todo aquello externo, que influye y que tiene un efecto decisivo en la empresa, pero que sin embargo, no se puede controlar.

Para LavaTeck lavandería, los factores que conforman su macroentorno, se expresan en el siguiente gráfico.

**Figura 10.** Macroentorno de la empresa de servicios de lavandería “LavaTeck”



### ***Entorno Político-Legal***

Para (Kotler & Armstrong, 2003), el entorno político legal consiste en leyes, dependencias del gobierno y grupos de presión que influyen en diversas organizaciones e individuos de una sociedad dada y los limitan.

Este período político (2021-2025) se ha caracterizado por la inestabilidad política, por ejemplo, en junio del 2022 hubo un paro de aproximadamente tres semanas, el cual afectó notablemente a la producción y resultados finales de la empresa, pues existieron cierres viales y manifestaciones públicas, por lo que muchos clientes prefirieron no laborar o reducir sus horas laborables durante esos días.

En el presente año, con el adelanto de elecciones, el panorama se vuelve incierto pues no se tiene certezas sobre los cambios normativos que se aprobarán en el presente gobierno mediante decretos ley ni las reformas que habrá en el próximo gobierno, esta incertidumbre ocasiona que exista poca confianza para la inversión en el país, impactando indirectamente a las empresas y emprendimientos.

En el contexto actual, LavaTeck lavandería se rige a la constitución, leyes de la República, acuerdos ministeriales, ordenanzas municipales; es así que LavaTeck está debidamente registrada, para la actividad que realiza en el Servicio de Rentas Internas (SRI), mantiene a sus colaboradores afiliados al Instituto de Seguridad Social (IESS), reporta novedades laborales como décimos sueldos y utilidades al Ministerio del Trabajo (MDT), obtuvo sus permisos de funcionamiento ante el Ministerio de Salud Pública (MSP), tributa al Municipio mediante una Patente Municipal del Cantón Quito y mantiene activos los permisos de funcionamiento mediante una para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).

Es así como, para la nueva línea de negocio, LavaTeck no precisa de realizar un trámite adicional para poder funcionar, debido a que por el giro de la actual línea de negocio, la empresa se encuentra con todos los permisos legales para su funcionamiento, siendo responsabilidad de su administrador el renovar y pagar referidas obligaciones.

### ***Entorno económico***

Según (Kotler & Armstrong, 2003), entorno económico son mercados que requiere el poder de compra además de gente. Consiste en factores que afectan el poder de compra y los patrones de gastos de los consumidores.

Los clientes actuales de la empresa son instituciones de salud y este, conjuntamente con la educación, son rubros que no han sido afectados por los recortes presupuestarios, por lo tanto no se han reducido las ventas en la empresa, sin embargo, los clientes son proveedores del estado y estos han tenido retrasos en el cobro de sus servicios, lo que ha afectado indirectamente a la empresa, al aumentar el tiempo de rotación de cartera, de 30 a 60 días posteriores a prestar el servicio y en consecuencia, han desencadenado problemas en la cadena de pagos a colaboradores y proveedores de LavaTeck lavandería.

Desde la pandemia ocasionada por el COVID-19, la mano de obra y materias primas han aumentado sus costos, sin embargo, el volumen de ventas se ha mantenido y en algunos casos se han reducido, por lo tanto ha habido un impacto en la utilidad neta de la empresa en los últimos tres años, por lo que la apertura de esta nueva línea de negocios es importante para los objetivos de la empresa pues diversifica y aporta ingresos al flujo de ingresos actuales.

### ***Entorno socio-cultural***

Se compone de instituciones y otras fuerzas que afectan los valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos de la sociedad. La gente crece en una determinada sociedad que moldea sus creencias y valores básicos, y absorbe

una visión del mundo que define sus relaciones con otros. (Kotler & Armstrong, 2003)

El Ecuador actualmente está atravesando una crisis social sin precedentes, consecuencia de ello, se han disparado los índices de desempleo e inseguridad.

El desempleo es un problema social que afecta al desempeño de la empresa puesto que, se reduce el universo de potenciales consumidores; se tome en cuenta que según el análisis de necesidades realizado en el presente trabajo, la nueva línea de negocios propuesta, pretende cubrir necesidades de estima, pues vestir prendas en buen estado y limpias influye en el estado de ánimo de las personas y en consecuencia en su desempeño, por lo que adquirir servicios de lavandería para sus prendas de uso diario y específicamente para la ropa de uso en la jornada laboral, proporciona un grado de estatus; además, la nueva línea de negocio que la empresa propone implementar, está enfocada al consumidor individual, es decir, individuos o familias que por cuestiones laborales, estudios u ocupaciones en general, no tienen tiempo para lavar su ropa por cuenta propia; al existir una alta proporción de la sociedad desempleada, se reduce el segmento meta de la nueva línea de negocio de LavaTeck lavandería.

Por otra parte, la ola de crimen que afronta actualmente el país, afecta directamente el sector productivo y en específico la planificación de LavaTeck lavandería para abrir la nueva línea de negocio pues, para precautelar la integridad de los trabajadores y el patrimonio de la empresa, se deben reducir los horarios de atención al cliente; además los mismos clientes por su seguridad, se ponen a buen

recaudo en sus domicilios, por lo que reducen su presencia y circulación en el sector en donde se plantea ofrecer los servicios de la nueva línea de negocio y en consecuencia, dejan de ser un público para las campañas de promoción y oferta que la empresa haga de manera directa.

### ***Factor tecnológico***

Según (Porter, Ventaja Competitiva, 1987), la tecnología es uno de los factores más prominentes que determinan las reglas de la competencia; desempeña un papel de primer orden en el cambio estructural, la creación de nuevas industrias y es un gran igualador, puesto que puede deteriorar la ventaja competitiva de firmas bien consolidadas y empujar otras a la vanguardia.

En cuanto a sistemas de información ha habido grandes avances que benefician a la empresa, puesto que ahora se dispone de herramientas y canales que permiten establecer comunicación directa con los clientes y colaboradores, además existen herramientas de información geográfica que permiten optimizar el tiempo de llegada hacia los clientes.

En cuanto a equipos, la empresa ha invertido en maquinaria que permite reducir el consumo de recursos, lo cual beneficia el margen de utilidad de LavaTeck y reduce la contaminación, ayudando al medio ambiente.

Finalmente, en cuanto a insumos, los proveedores constantemente han innovado y creando productos que facilitan el trabajo en planta.

## **PRODUCTO Y SERVICIO**

*“Los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen a la venta, que son esencialmente intangibles y que no dan como resultado la propiedad de algo”.* (Kotler & Armstrong, 2003)

LavaTeck es una empresa de servicios, dedicada a brindar servicios de lavandería en seco y húmedo de ropa, especializada en el manejo de prendas contaminadas con sustancias peligrosas, especialmente ropa hospitalaria; servicio que no es brindado por la mayoría de prestadores del servicio de lavandería, debido a lo complejo del proceso de limpieza y desinfección.

Sus clientes son en su mayoría clínicas, centros de terapia física y consultorios médicos de la ciudad de Quito.

El presente trabajo propone crear una nueva línea de negocio para consumidores finales, clientes individuales (consumidores finales) que pertenecen a la Población Económicamente Activa y que por sus actividades laborales o de estudios, no disponen de tiempo para encargarse de lavar su ropa de uso diario.

### **Producto Esencial**

Para (Kotler & Armstrong, 2003); El nivel más bajo del producto o servicio es el valor esencial para el cliente y responde a la pregunta: ¿Qué está adquiriendo en realidad el comprador? Al diseñar los productos, los mercadólogos deben definir primero los beneficios o servicios esenciales que resuelven un problema y que los consumidores buscan.

Con este concepto, con certeza se puede afirmar que el cliente de la nueva línea de negocio de LavaTeck lavandería, está adquiriendo ropa limpia (sin manchas, con su color original, desodorizada) y planchada para su uso inmediato.

### **Producto real**

En el segundo nivel, los planificadores de producto deben transformar el beneficio esencial en un producto real. Necesitan desarrollar características para los productos y servicios, además de diseño, nivel de calidad, marca y empaque. (Kotler & Armstrong, 2003)

La cartera de servicios de LavaTeck lavandería se subdivide en dos grupos:

- Servicios de lavandería industrial, la cual incluye la rama hospitalaria y hotelera.
- Servicios de lavandería de uso diario para clientes individuales (nueva línea de negocio)

### ***Características***

Las características son una herramienta competitiva para diferenciar el producto de la compañía de los productos de los competidores". (Kotler & Armstrong, 2003)

Los procesos productivos de LavaTeck lavandería, emplean maquinaria especializada en el lavado industrial de ropa, adicionalmente; se utilizan insumos específicos para este tipo de lavado y que adicional a extraer las manchas, ayudan a



realzar el color de las prendas y a descontaminar de virus y bacterias impregnadas en ellas. Por otro lado, la empresa cuenta con una experiencia de más de 10 años en el mercado, lo que ha permitido generar técnicas del manejo y tratamiento de la ropa, lo que permite enfrentar cualquier requerimiento con respecto al servicio de lavandería (limpieza, desinfección, desmanchado, planchado, doblado, empaquetado).

### ***Estilo***

El estilo describe la apariencia de un producto. (Kotler & Armstrong, 2003)

Con la línea actual del servicio (industrial) de LavaTeck lavandería, ha mantenido un estilo industrial y alusivo al tipo de servicio; es decir, utiliza bultos plásticos con colores alusivos a la empresa, conteniendo estos la ropa debidamente planchada y doblada.

Para la nueva línea de negocio y en virtud al entorno popular de donde se pondrá en marcha el servicio, se utilizará un estilo “al peso”; en donde los clientes entregan su ropa a la empresa, esta pasa por un registro de peso, en una orden de trabajo y luego del proceso de lavado y planchado, la misma es entregada doblada en una bolsa única.

### ***Calidad***

La calidad son las características de un producto o servicio que dependen de su habilidad de satisfacer las necesidades expresadas o implícitas de los consumidores. (Kotler & Armstrong, 2003)

LavaTeck lavandería tiene establecido y documentado su proceso y procedimiento del servicio de lavado y planchado de ropa, el mismo que cumple con los siguientes criterios que garantizan la calidad del servicio:

- Transporte de la ropa en vehículos cerrados, desinfectados todos los días, lo que evita la contaminación y manchas durante la distribución.
- Todo el personal que ingresa a la planta, utiliza gorro y botas que solamente pueden ser usadas en el interior de la planta, con el fin de evitar el ingreso de factores contaminantes que indirectamente contamine el proceso de lavandería.
- Al llegar la ropa a las instalaciones de la empresa, las mismas pasan por un proceso de clasificación, de acuerdo a donde provienen, para evitar enviar equivocadamente la ropa procesada.
- Desinfectar la ropa por medio de sustancias permitidas, como el amonio cuaternario, con el fin de eliminar a los agentes contaminantes.
- Realizar el proceso de lavado y secado en donde se despoja a la ropa de manchas.
- Realizar el proceso de secado y esterilización, en donde se eliminan los agentes contaminantes persistentes en la ropa, además de cuidar que esta ropa se contamine nuevamente dentro de la planta.
- Realizar el proceso de planchado en donde se eliminan las arrugas producidas por el proceso de lavado y secado.

- Empaque la ropa procesada en bolsas adecuadas para dicha actividad, etiquetándolas y evitando que sean entregadas en un lugar equivocado.
- Al finalizar la jornada diaria, realizar la desinfección del espacio de trabajo, con el fin de mantener un ambiente estéril.

### ***Marca***

Nombre, término, señal, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, que identifica los productos o servicios de un vendedor o grupo de vendedores y los diferencia de aquellos de la competencia. (Kotler & Armstrong, 2003)

LavaTeck es un nombre compuesto de la palabra “Lava” que hace alusión a lavandería, giro principal del negocio y “Tec”, que hace referencia a la tecnología con la que la empresa, de manera visionaria, ha llevado sus procesos, proponiendo un servicio eficiente y amigable con el medio ambiente; se usó la letra k al final, para darle fuerza al nombre de la empresa, esto para hacer referencia a que la empresa tiene procesos, técnicas e insumos efectivos, que permiten eliminar cualquier mancha en las prendas de los clientes.

### ***Empaque***

Actividades de diseño y producción del recipiente o envoltura de un producto. (Kotler & Armstrong, 2003)

Con la línea actual del servicio (industrial) de LavaTeck lavandería, ha mantenido un estilo alusivo al tipo de servicio; es decir, utiliza bultos plásticos con colores alusivos a la empresa (azul y verde) y de dimensiones industriales (89x120 cm) y con una capacidad de hasta 40 kg.



*Figura 11. Empaque para el servicio industrial*

Para la nueva línea de negocio y en virtud al entorno popular de donde se pondrá en marcha el servicio, se utilizará un estilo “al peso”; en donde los clientes entregan su ropa a la empresa, esta pasa por un registro de peso y luego del proceso de lavado y planchado, la misma es entregada planchada y doblada en una bolsa única o en bolsas plásticas individuales con imágenes alusivas a LavaTeck lavandería, para el caso de prendas delicadas y susceptibles a arrugas, como las camisas, blusas o ternos, se utilizará un empaque con armador y cobertor plástico.



*Figura 12. Empaque para el servicio individual de lavado de ropa*

En el plan estratégico de la empresa se contempla una tercera línea de negocio, usando la técnica de lavado en seco para ropa delicada, como vestidos de mujer, blusas o ternos; para esta línea de negocio se utilizará un empaque con armador y cobertor plástico.



*Figura 13. Empaque especializado con lavado en seco.*

**Producto aumentado**

Los planificadores de producto deben crear un producto aumentado alrededor de los beneficios esenciales y del producto real, ofreciendo beneficios y servicios adicionales al consumidor. (Kotler & Armstrong, 2003)

LavaTeck ofrece garantía en el servicio de lavandería, esto implica que si existen errores en el proceso, como manchas que no fueron debidamente tratadas o ropa que manifiesta arrugas luego del proceso de planchado; el cliente puede reclamar al momento de recibir sus prendas para que estas regresen al proceso de lavado sin costo adicional.

## PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO

### Distintivos y Uniformes

#### *Personal de planta*

El personal de planta (operarias de máquina de lavado, secado y planchado) usarán los uniformes proporcionados por LavaTeck, mismos que tienen los distintivos de la empresa, dichos uniformes constan de:

- Gorro de tela para evitar contaminación de la ropa con cabellos
- Blusa con tela anti-fluido, con los colores distintivos de la empresa
- Pantalón con tela anti-fluido, con los mismos colores de la blusa
- Mandil con material impermeable para evitar salpicaduras de agua, productos industriales de limpieza (que afectan a la piel)
- Botas con suela antideslizante y material impermeable, para evitar resbalones y caídas en el piso húmedo de la planta y evitar Enfermedades (micosis) en los pies
- Guantes industriales de caucho y mascarilla



**Figura 14.** *Diseño uniforme personal de planta*

### ***Personal de la función logística***

El personal de la función logística (conductores y ayudantes) usarán los uniformes proporcionados por LavaTeck, mismos que tienen los distintivos de la empresa, dichos uniformes constan de:

- Gorra de sol con la imagen institucional, misma que ayudará a proteger de quemaduras e incomodidad del sol, debido a que los conductores recorren la ciudad en los vehículos y la mayor parte de su trabajo lo hacen al aire libre
- Camiseta polo, con los distintivos de la empresa
- Mandil industrial de trabajo, para evitar contaminación por manipulación directa de la ropa sucia
- Jean de trabajo, para proteger de raspaduras al manipular bultos y estar en constante movimiento
- Botines industriales, que evitarán posibles golpes y lesiones por caídas de peso sobre los pies
- Elementos de protección personal como cinturón para proteger a la espalda por levantar cargas pesadas, mascarilla y guantes de nitrilo para manipular ropa sucia con posibles agentes contaminantes.



***Figura 15. Diseño uniforme personal de logística***



### ***Personal de caja y administración***

El personal de caja y administración, usarán los uniformes proporcionados por

LavaTeck, dichos uniformes constan de:

- Camiseta polo, con los colores distintivos de la empresa
- Jean de trabajo, que ayuda a proteger de raspaduras al manipular bultos y estar en constante movimiento
- Botines industriales, que evitarán posibles golpes y lesiones por caídas de peso sobre los pies y resbalones al ingresar constantemente en la planta



***Figura 16.*** *Diseño uniforme personal de caja y administración*

## Materiales de identificación

### Imagotipo



*Figura 17. Imagotipo LavaTeck lavandería*

#### *Elementos a destacar del Imagotipo:*

- En cuanto a los colores, se utiliza el celeste que es alusivo al agua y el verde que se relaciona al jabón y productos de limpieza en general, es decir, los colores tratan de evocar al proceso de lavado.
- Contiene la imagen de una mariposa, evocando al aroma, puesto que las mariposas se sienten atraídas y suelen posarse en flores.
- Se escribe el texto “Lavandería” con la finalidad de que se exprese de manera explícita el servicio que brinda la empresa.

### Tarjetas de presentación

En el anverso se presentan los colores representativos de LavaTeck, hay datos de contacto, en este caso, del gerente propietario de la empresa, se observa también la dirección del establecimiento, teléfonos de contacto, email del administrador y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.



*Figura 18. Anverso de la tarjeta de presentación*

En el reverso de la tarjeta se mantendrá llana en color blanco, debido a que todos los elementos informativos, incluso el imago tipo se presenta en el anverso de la tarjeta.

### **Hoja membretada**

Otro elemento de la identidad corporativa de LavaTeck es la papelería, esto servirá para usar en asuntos formales de la empresa como: memorandos, oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

**CONTACTO**

- José Aguirre-09-01 y Whatsapp.  
- Avenida 5400 y Vía Pinaros, Miraflores 09A.  
Teléfono 09-000-00-000-0000  
Correo: [info@lavateck.com](mailto:info@lavateck.com)  
Web: [lavateck.com](http://lavateck.com)

### **Canal de distribución y puntos de ventas**

Para (Kotler & Armstrong, 2003); el canal de distribución es un conjunto de organizaciones interdependientes que ayudan a que un producto o servicio se encuentre disponible para su uso o consumo por el consumidor o el usuario empresarial.

Para el caso de LavaTeck lavandería y para sus líneas de negocio, no utilizará canales externos para distribuir sus servicios, es así que, para sus clientes empresariales, ofrece sus servicios mediante el uso de la función logística (visita a las instalaciones de los clientes), para la nueva línea de negocios propuesta en el presente trabajo, se utilizará como canal de distribución y punto de venta físico, su establecimiento ubicado en la ciudad de Quito, Barrio La Tola, en la calle José María Aguirre y Valparaíso.

### ***Promoción***

En la investigación de mercado del presente documento, se consultó a los encuestados que mediante qué medio preferiría enterarse de nuevos servicios de la empresa; a lo que se obtuvo que el canal más adecuado para que se conozca los servicios brindados por la empresa, con más del 90% de los encuestados, son las redes sociales; en consecuencia, el principal canal de promoción de la empresa serán las redes sociales, Facebook, Instagram y WhatsApp.

### ***Contacto***

Se usarán tarjetas de presentación, correo electrónico, WhatsApp, Telegram, Redes sociales, Teléfono fijo

### *Correspondencia*

- Correo electrónico de la empresa
- Buzón físico ubicado en la planta de la empresa

### *Negociación*

- Directa, en las instalaciones de la empresa previa cita.
- Videoconferencia previa cita
- Vía telefónica (celular o teléfono fijo)

### *Financiamiento publicidad*

**Tabla 14.** *Financiamiento de la publicidad*

Medio	Cantidad/Frecuencia	Valor
Tarjetas de presentación	1.000 tarjetas al año	\$ 25
Publicidad en redes sociales	Alcance a 7.500 personas/5 veces mes	\$ 75
Diseño de publicidad	2 veces al año	\$ 150
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$ 1.225</b>

### **Riesgo y oportunidades del negocio**

Los principales riesgos del negocio son:

**Desempleo;** ya que a medida que crece el desempleo, se reduce el número de potenciales clientes que podrían adquirir los servicios.

**Inseguridad;** debido a que mientras los niveles de delincuencia se mantengan altos en el país, los potenciales consumidores se limitarán sus traslados, disminuyendo la probabilidad de que haya consumidores que se acercan a las instalaciones de la empresa y conozcan la oferta de servicios; asimismo; la empresa, para precautelar la integridad de sus colaboradores y patrimonio, debe reducir su horario de atención, disminuyendo la probabilidad de ofertar a más clientes los servicios.

Asimismo, a raíz de los análisis del entorno, se puede establecer que las principales oportunidades del negocio son:

- A raíz de la pandemia del COVID-19, las personas han adquirido más hábitos de limpieza, lo que ha aumentado el volumen de requerimientos del servicio por cliente.
- Finalmente, la tecnología actual permite procesos eficientes con respecto al consumo de energía, lo que permite realizar procesos de lavado con un menor consumo de recursos y en consecuencia, con una reducción en los costos de producción, lo que se constituye en una oportunidad que brinda el entorno a la empresa.

## **FIJACIÓN DE PRECIOS**

### **Fijación de costos por unidad producida (libra)**

El costo por unidad producida ha sido calculado para una libra de ropa que ha pasado por el proceso de lavandería (desmanchado, lavado, secado, planchado, doblado y empacado).

A este valor se sumarán costos indirectos que intervienen en el momento de la producción como:

- Mano de obra indirecta
- Costos indirectos de producción (Servicios básicos)
- Gastos administrativos y de comercialización
- Margen de utilidad
- Impuestos y tasas

En la determinación del costo del servicio, se puede verificar cual es el costo unitario de cada rubro que interviene en la producción y luego de la sumatoria de

estos, se define el costo del producto al que, añadiéndole un margen de utilidad, se obtiene el precio final unitario del servicio prestado.

A continuación se presenta el costeo por unidad producida.

### **Costo del servicio de lavandería de ropa (lavado, secado, planchado, doblado y empacado)**

Como se mencionó anteriormente, para la determinación del costo por unidad producida (libra de ropa), se determinará el costo de cada rubro invertido para producir referida unidad. Para esto, se utilizará el sistema de costos estándar<sup>10</sup>.

Según el portal (EUROINNOVA), la determinación de los costos estándar, consiste en realizar un estimado de los gastos que se generan en la fabricación de un producto o la prestación de un servicio, el cual hace énfasis en el costo unitario. Se entiende que los costos estándar son un ajuste preestablecido que se estima en base a las estadísticas y a la experiencia de la administración.

Es así que para determinar los costos por unidad producida; se utilizará el histórico de compras en insumos que intervienen directamente en la prestación del servicio del último trimestre y el promedio de ropa procesada en el mismo período de tiempo, con el objetivo de determinar cuál es el costo estimado de cada unidad producida y en base a esta información, plantear la estrategia de precios del servicio.

### ***Determinación de las cantidades de insumos por unidades producidas***

---

<sup>10</sup> *Los costos estándar son costos que se determinan científicamente usando medios como los estudios de tiempos y movimientos y las estimaciones de ingeniería.* (Rayburn, 1999)



**Tabla 15.** Promedio de insumos adquiridos

INSUMOS	MEDIDA	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL	PROMEDIO
Detergente líquido	Kg	20	20	40	80	<b>26.67</b>
Detergente en polvo	Kg	20	20	20	60	<b>20.00</b>
Quita manchas	Kg	20	40	20	80	<b>26.67</b>
Desengrasante	Kg	20	0	20	40	<b>13.33</b>
Suavizante	Kg	20	20	0	40	<b>13.33</b>
Insumos plásticos	Unidad	600	600	600	1.800	<b>600.00</b>

**Tabla 16.** Promedio de unidades producidas

ÍTEM	MEDIDA	ABRIL	MAYO	JUNIO	TOTAL	PROMEDIO
Servicio la vandería	Libras (Lb)	5637	5155.5	6541	17333.5	<b>5777.83</b>

**Tabla 17.** Cantidad consumida de insumos por unidad producida



INSUMOS	PROMEDIO CONSUMO INSUMOS	UNIDADES PRODUCIDAS	CANTIDAD CONSUMIDA DE INSUMOS
Detergente líquido	26.67 kg	5777.83	0.0046159
Detergente en polvo	20 kg		0.0034615
Quita manchas	26.67 kg		0.0046159
Desengrasante	13.33 kg		0.0023071
Suavizante	13.33 kg		0.0023071
Insumos plásticos	600 unidades		0.103845

Para el caso de la mano de obra, se determinará su costo estándar, bajo la misma metodología usada para el gasto en insumos; se sumará el valor invertido en mano de obra para la puesta en marcha del nuevo servicio; dividido para el promedio de unidades producidas.

**Tabla 18.** Estándar mano de obra por unidad producida

COSTO MEDIO MANO DE OBRA POR PERSONA	NÚMERO DE TRABAJADORES	UNIDADES PRODUCIDAS	MANO DE OBRA POR UNIDAD PRODUCIDA
\$500 <sup>11</sup>	3	5777.83	\$0.26

**Tabla 19.** Costeo del servicio

		FICHA TÉCNICA		
		FICHA DE COSTOS		
<b>NOMBRE DEL SERVICIO:</b>	Libra de ropa lavada, secada, planchada, doblada y empacada	<b>Código:</b> 002		
<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	29/06/2023	<b>Administrador:</b> Edgar Pérez		
<b>INSUMOS</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>COSTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
Detergente líquido	Kg	\$ 1.25	0.0046159	\$0.0057699
Detergente en polvo	Kg	\$ 1.30	0.0034615	\$0.0045000
Quita manchas	Kg	\$ 1.60	0.0046159	\$0.0073854
Desengrasante	Kg	\$ 2.01	0.0023071	\$0.0046373
Suavizante	Kg	\$ 1.88	0.0023071	\$0.0043373
Insumos plásticos	Unidad	\$ 0.05	0.103845	\$0.0051923
Costo medio mano obra	Trabajador	\$ 0.09	3	\$0.27
<b>FOTOGRAFÍA</b>			<b>Total bruto</b>	\$0.30
			<b>10% imprevistos</b>	\$0.03
			<b>Total neto</b>	\$0.33
			<b>Gasto de fab. 15%</b>	\$0.05
			<b>Factor costo 33,33%</b>	\$0.11
			<b>G. Admin 12%</b>	\$0.04
			<b>42% utilidad</b>	\$0.08
			<b>Subtotal</b>	\$0.62
			<b>12% IVA</b>	\$0.07
			<b>Total</b>	\$0.69

<sup>11</sup> Para el año 2023, se estima que el costo medio del empleador general, tomando en cuenta sus beneficios de ley, es de \$500.

## IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO

### Arriendo del local

**Tabla 20.** Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$ 250.00	\$ 1500.00	\$ 3000.00

### Equipos industriales

**Tabla 21.** Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Lavadora de ropa semi-industrial (50 libras)	2	\$5,000.00	\$10,000.00
Secadora de ropa semi-industrial (50 libras)	2	\$5,000.00	\$10,000.00
Plancha industrial tipo prensa	1	\$2,000.00	\$2,000.00
Plancha industrial manual	1	\$175.00	\$175.00
Generador de vapor para planchado	1	\$650.00	\$650.00
TOTAL			\$22,825.00

### Equipos de computación

**Tabla 22.** Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
LAPTOP/NOTEBOOK HP AMD R5 5500U 2.1GHZ-8GB-256GB SSD-ÍNDIGO BLUE-15.6"HD-W11	1	\$ 599.99	\$ 599.99
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL EPSON TINTA CONTINUA L4260 WIFI DÚPLEX	1	\$ 299.99	\$ 299.99
Balanza gramera anti humedad DS-673 SR 6K DIGI	1	\$ 249.57	\$ 249.57
TOTAL			\$ 1149.55

## Muebles y enseres

**Tabla 23.** Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Mostrador-Exhibidor	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Silla de Oficina	2	\$ 108.00	\$ 216.00
Silla plástica	3	\$ 6.19	\$ 18.57
Mesas de trabajo con soporte	3	\$75.00	\$ 225.00
TOTAL			\$ 759.57

## Equipos industriales de seguridad

**Tabla 24.** Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	3	\$21.25	\$63.75
Detector de gas GLP	1	\$17.70	\$17.7
Detector fuego	3	\$10.99	\$32.97
Rótulos de señalética (baño, salidas de emergencia, normas de seguridad, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	6	\$2.50	\$15
TOTAL			\$129.42

## Suministros de oficina

**Tabla 25.** Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	2	\$5.00	\$10.00
Grapadora	1	\$2.45	\$2.45
Grapas (caja)	1	\$0.80	\$0.80
Caja de esferos (azul)	3	\$1.65	\$4.95
Perforadora	1	\$2.45	\$2.45
Archivador	5	\$2.83	\$14.15
Tijera	1	\$1.99	\$1.99
TOTAL			\$17.56

## Servicios básicos

**Tabla 26.** *Servicios básicos*

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$75.00
Luz	\$75.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$25.00
TOTAL MENSUAL	\$185.00
TOTAL ANUAL	\$2,220.00

## Materiales de limpieza

**Tabla 27.** *Materiales de Limpieza*

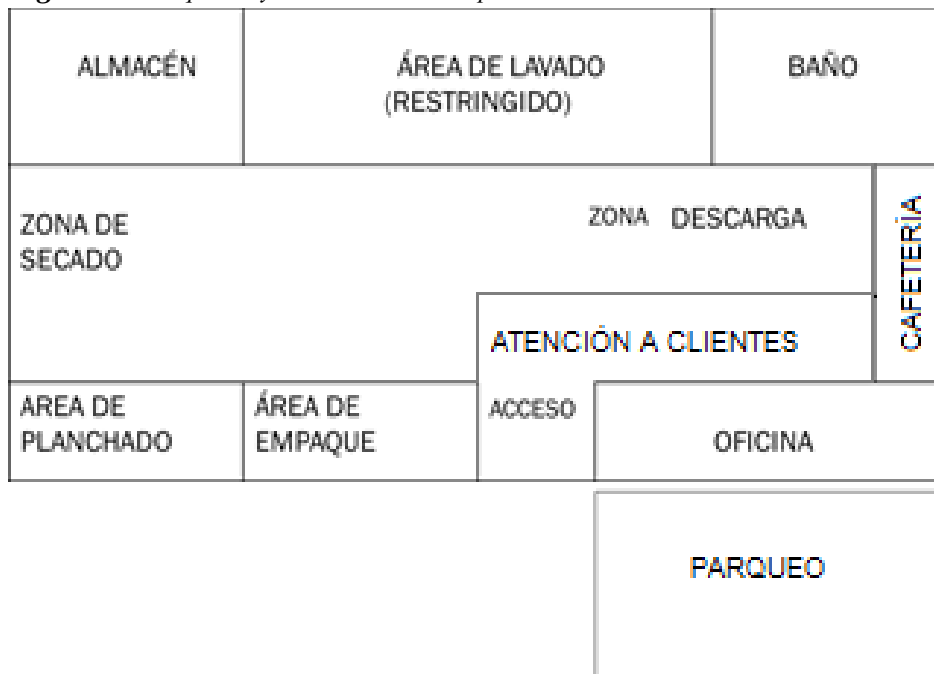
MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda grande	2	\$5.59	\$11.18
Trapeador microfibra	2	\$3.99	\$7.98
Cloro 1 Gal	1	\$3.79	\$3.79
Desinfectante 1 Gal	1	\$6.25	\$6.25
Esponja lavaplatos	5	\$0.37	\$1.85
Fundas basura industriales (10 unidades)	3	\$1.99	\$5.97
Lavavajillas 425g	3	\$1.29	\$3.87
Pala	1	\$1.99	\$1.99
Jabón líquido manos 525 ml	1	\$2.27	\$2.27
Papel higiénico 250 metros	1	\$3.58	\$3.58
Toalla de papel	2	\$2.97	\$5.94
Alcohol antibacterial 1 Gal	1	\$9.49	\$9.49
TOTAL MENSUAL			\$64.16
TOTAL ANUAL			\$769.92

## ESTUDIO ARQUITECTÓNICO

Para el diseño de LavaTeck lavandería, se toma en cuenta que, para optimizar recursos, se utilizará las mismas instalaciones de la planta para lanzar la línea de negocio, al número de trabajadores que tiene la empresa (3 personas) y el aforo que se manejará (3 personas), tomando en cuenta que el cliente no permanecerá por un tiempo prolongado en las instalaciones, se ha destinado un espacio con un mostrador y sillas, suficiente para recibir y entregar las órdenes de trabajo a los clientes. Se ha considerado el espacio que necesitara cada área y se ha agregado el espacio específico para la planta de producción, parqueaderos y bodega.

### Estructura interna del establecimiento

**Figura 19.** Esquema y distribución de la planta de lavado de “LavaTeck”



**Elaborado por:** El autor

## PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

LavaTeck Lavandería es un negocio que se encuentra activo y funcionando, para lo cual ha obtenido documentos habilitantes que dan formalidad a sus operaciones, detallados a continuación:

### Servicio de Rentas Internas (SRI)

Ante el Servicio de Rentas Internas, LavaTeck lavandería gestionó el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

<b>SRI</b>		<b>Certificado</b> Registro Único de Contribuyentes
<b>Apellidos y nombres</b> PEREZ JIMENEZ EDGAR DAVID		<b>Número RUC</b> 1719126417001
<b>Estado</b> ACTIVO	<b>Régimen</b> RIMPE - EMPRENDEDOR	<b>Artesano</b> No registra
<b>Fecha de registro</b> 06/06/2011	<b>Fecha de actualización</b> 04/10/2022	
<b>Inicio de actividades</b> 06/06/2011	<b>Reinicio de actividades</b> No registra	<b>Cese de actividades</b> No registra
<b>Jurisdicción</b> ZONA 9 / PICHINCHA / QUITO		<b>Obligado a llevar contabilidad</b> NO
<b>Tipo</b> PERSONAS NATURALES	<b>Agente de retención</b> NO	<b>Contribuyente especial</b> NO
<b>Domicilio tributario</b>		
<b>Ubicación geográfica</b>		
<b>Provincia:</b> PICHINCHA <b>Cantón:</b> QUITO <b>Parroquia:</b> CENTRO HISTÓRICO		
<b>Dirección</b>		
<b>Barrio:</b> LA TOLA <b>Calle:</b> N2G JOSE MARIA AGUIRRE <b>Número:</b> E6-34 <b>Intersección:</b> VALPARAISO <b>Número de oficina:</b> PB <b>Número de piso:</b> 0 <b>Referencia:</b> A 200 METROS DEL ACCESO SUR PEATONAL DEL PARQUE ITCHIMBÍA		
<b>Medios de contacto</b>		
<b>Teléfono domicilio:</b> 026008219 <b>Email:</b> david_pj2209@hotmail.com <b>Teléfono trabajo:</b> 022284566		
<b>Actividades económicas</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- N79900101 - PRESTACIÓN DE OTROS SERVICIOS DE RESERVAS RELACIONADOS CON LOS VIAJES; RESERVAS DE TRANSPORTE, HOTELES, RESTAURANTES, ALQUILER DE AUTOMÓVILES, ENTRETENIMIENTO Y DEPORTE, ETCÉTERA.</li> <li>- S96010101 - LAVADO Y LIMPIEZA EN SECO, PLANCHADO, ETCÉTERA, DE TODO TIPO DE PRENDAS DE VESTIR (INCLUSO DE PIEL) Y DE PRODUCTOS TEXTILES QUE SE REALIZAN CON EQUIPO MECÁNICO, A MANO O EN MÁQUINAS ACCIONADAS CON MONEDAS PARA EL PÚBLICO EN GENERAL O PARA CLIENTES INDUSTRIALES O COMERCIALES.</li> </ul>		
<b>Establecimientos</b>		
<b>Abiertos</b> 1	<b>Cerrados</b> 0	
<b>Obligaciones tributarias</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 1011 - DECLARACIÓN DE IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES</li> <li>- 2021 - DECLARACIÓN SEMESTRAL IVA</li> </ul>		
<p><b>i</b> Las obligaciones tributarias reflejadas en este documento están sujetas a cambios. Revise periódicamente sus obligaciones tributarias en <a href="http://www.ari.gob.ec">www.ari.gob.ec</a>.</p>		

## Ministerio de Salud (MSP)

Ante la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) del Ministerio de Salud, se gestionó el permiso de funcionamiento, obteniendo una respuesta informando que la actividad económica registrada en el SRI (actividades de lavado de ropa en seco.), no requiere permiso de funcionamiento.



**Oficio Nro. ARCSA-ARCSA-CGTC-DTBPVP-2017-2899-O**

**Guayaquil, 30 de mayo de 2017**

Ruby Carmen Gavilanes Mayorga

Presente.-

De mi consideración:

En respuesta al oficio N° ARCSA-ARCSA-DSG-2017-11883-E, mediante el cual el Sr. Pérez Jiménez Edgar David, representante legal del establecimiento N° 001 "LAVATECK", con Ruc N° 1719126417001; solicita conocer si el establecimiento requiere permiso de funcionamiento.

Al respecto, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, informa que la actividad económica registrada en el SRI (actividades de lavado de ropa en seco.), no requiere permiso de funcionamiento de conformidad con la Reforma 4907 del Acuerdo Ministerial 4712 con registro oficial N° 202 del 13 de marzo del 2014 del Art. 5, que enlista los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Ing. Dayana Priscila Domoso Paz

**DIRECTORA TÉCNICA DE BUENAS PRÁCTICAS Y PERMISOS**

Referencias:

- ARCSA-ARCSA-DSG-2017-11883-E

Anexos:

- 11883804421900149466742.pdf

Copia:

Señor Doctor  
Luis Alberto Monteverde Rodríguez  
Coordinador General Técnico de Certificaciones

Señor Ingeniero  
Fernando Enrique Torres Viciu  
Analista de Otros Establecimientos

2



## Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

LavaTeck lavandería es una empresa que a través de su Gerente Propietario, es un empleador registrado en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social; registro que a más de cumplir con la obligatoriedad legal de afiliar a los empleados, busca otorgar a los empleados cobertura de salud en caso de accidentes laborales, subsidios monetarios en caso de reposo médico, acceso a créditos y generar aportaciones que les permitirá acceder a una pensión en su vejez.



**INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL**

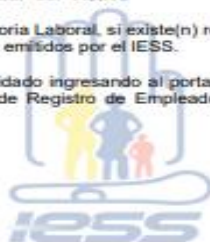
DIRECCIÓN NACIONAL DE AFILIACIÓN Y COBERTURA

### CERTIFICADO DE REGISTRO DE EMPLEADOR

El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) certifica que: PEREZ JIMENEZ EDGAR DAVID con cédula de ciudadanía/código: 1719126417, **Si** se encuentra registrado como empleador. Su estado actual es: **Activo**

Esta certificación verifica en el Sistema de Historia Laboral, si existe(n) registro(s) como empleador, y no reemplaza a otros certificados emitidos por el IESS.

El contenido de este certificado puede ser validado ingresando al portal web del IESS en las opciones de Empleador - Certificado de Registro de Empleador, digitando el número de cédula.



Para validar la información contenida en este código, su equipo debe disponer del software QR.

Dra. Alexandra Valdospinos Castro  
DIRECTORA NACIONAL DE AFILIACIÓN Y COBERTURA

Fecha de emisión: Viernes 14 de Julio de 2023.  
Validez de certificado: 15 días

## Municipio de Quito

Existen varios trámites ante el Municipio de Quito como, por ejemplo, la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE), permiso para lucir letreros fijos en las fachadas de los edificios; etc. Sin embargo, el documento habilitante para los trámites municipales es la Patente Municipal, documento que LavaTeck ha gestionado para realizar sus actividades en el marco de la formalidad.



### DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

Quito: 11 de May de 2023

Año Tributación: 2023

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre del 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero del 2012, que regula el sentido de aplicación de cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

<b>Apellidos y Nombres completos del Contribuyente:</b>	<b>Cédula de Identidad</b>
PEREZ JIMENEZ EDGAR DAVID	1719126417
<b>No. RAET:</b>	<b>Fecha Constitución</b>
488637	06/06/2011

#### ESTABLECIMIENTOS

ACTIVIDAD ECONÓMICA	FECHA CIERRA
<b>ESTABLECIMIENTO 1 MATRIZ</b>	
LAVADO Y LIMPIEZA EN SECO, PLANCHADO, ETCÉTERA, DE TODO TIPO DE PRENDAS DE VESTIR (INCLUSO DE PIEL) Y DE PRODUCTOS TEXTILES QUE SE REALIZAN CON EQUIPO MECÁNICO, A MANO O EN MÁQUINAS ACCIONADAS CON MONEDAS PARA EL PÚBLICO EN GENERAL O PARA CLIENTES INDUSTRIALES O COMERCIALES, INCLUYE ACTIVIDADES DE REPARACIÓN Y ARREGLOS MENORES DE PRENDAS DE VESTIR Y OTROS ARTÍCULOS TEXTILES, SI SE REALIZAN EN COMBINACIÓN CON LAS DE LIMPIEZA, RECOGIDA Y ENTREGA DE ROPA POR LAS LAVANDERÍAS.	

#### IMPUESTOS GENERADOS

TASA POR PRESTACION DE SERVICIOS ARTESANOS	\$0.00
DERECHO DE PATENTE ANUAL	\$35.00
MULTA POR PRESENTACIÓN TARDÍA	\$0.00
TASA AUTORIZACION DE FUNCIONAMIENTO	\$3.50
<b>VALOR A PAGAR</b>	<b>\$ 38,50</b>

## **PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL**

Para determinar el proceso de impacto ambiental y social, LavaTeck lavandería se alinearán a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)<sup>12</sup> en lo que sea pertinente en función a su giro de negocio, para lo cual se ha desarrollado la siguiente matriz en donde se muestra el proceso de impacto (ambiental o social), la ODS alineada al proceso y la justificación de porque la empresa se alinea a determinado ODS.

---

<sup>12</sup> El 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. (Naciones Unidas, 2015)

## PROCESO

## ODS

## JUSTIFICACIÓN

AMBIENTAL



La empresa brinda a sus clientes salud, esto en virtud a que la limpieza de las prendas de vestir y lencería de cama, está estrechamente relacionada con la salud e higiene de las personas; al usar ropa limpia y mudarla con frecuencia, existe menos probabilidad de contagio o infección con agentes externos que se adhieren a las prendas de vestir, esta probabilidad disminuye aún más cuando el lavado sigue un proceso profesional.



La empresa utiliza maquinaria que optimiza el consumo de agua por cada ciclo de lavado, hay que tomar en cuenta que anteriormente, con procesos manuales de lavado, se utilizaba ingentes cantidades de líquido vital para lavar una única prenda.

Al lavar un peso considerable de ropa en pocos ciclos, el desperdicio de agua se reduce notablemente.



En su plan estratégico, la empresa contempla renovar la maquinaria por equipos eficientes y amigables con el medio ambiente, para lo cual se contempla adquirir maquinaria 100% eléctrica, aprovechando que en el país las fuentes de energía eléctrica provienen de fuentes no contaminantes (energía hidroeléctrica).

La empresa, mediante su gestión del talento humano, procura remunerar a sus colaboradores de una manera justa, además constantemente gestiona nuevos clientes y nuevas líneas de negocio con la finalidad de garantizar el trabajo de los colaboradores a mediano y largo plazo, aportando así a su desarrollo personal y económico.

SOCIAL



La empresa mediante la implementación de procesos de lavandería con el medio ambiente, busca consumir la menor cantidad de recursos posibles y utiliza insumos que no contaminan, además masifica su producción para optimizar los recursos utilizados, esto con la finalidad de que existan más recursos disponibles para los demás habitantes del sector en donde trabaja la empresa y de la ciudad de Quito en general.



## PROCESO FINANCIERO

En el presente capítulo se desarrolla el proceso financiero de LavaTeck lavandería, para lo cual, se aplicarán herramientas de análisis financiero, con la finalidad de determinar la viabilidad financiera y económica de implementar la nueva línea de negocios para clientes individuales de LavaTeck lavandería.

### Activos Fijos

Los activos fijos son todos aquellos bienes o derechos que realmente estén siendo utilizados en el proceso productivo, o en el proceso generador de venta o servicios según se trate la empresa, que adquieren un cierto grado de pertenencia en el negocio, y que no se destinan para la venta. (Caribas, 1997)

*Tabla 28. Activos fijos*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Muebles y enseres	\$759.57
Equipos y Maquinarias	\$22,825.00
Equipos de Computación	\$1,149.55
Equipos Ind./ seguridad	\$129
Vehículo	\$5,000
<b>Total</b>	<b>\$29,863.54</b>

## Activos diferidos

Un activo diferido es como se conoce a aquel bien o servicio por el que ya se ha realizado un pago, pero del que no se ha disfrutado su uso. Se trata de una importante manera de no alterar la realidad contable de una empresa en cada periodo. (Sánchez Galán, 2019)

LavaTeck Lavandería es una empresa ya constituida, en consecuencia no incurrirá en gastos para su constitución, sin embargo la nueva línea de negocio propuesta en el presente estudio, requiere de otros tipos de trámites para su correcto funcionamiento, los cuales se detallan en la siguiente tabla.

**Tabla 29.** *Activos diferidos*

ACTIVOS DIFERIDOS	
Patentes Municipales	\$38.50
Permiso Municipal letreros	\$45.00
Seguros vehiculares	\$500.00
Total	<b>\$583.50</b>

## Capital de trabajo

El capital de trabajo representa el ciclo financiero a corto plazo de la empresa, que se puede definir como el tiempo promedio que transcurre entre la adquisición de materiales y servicios, su transformación, su venta y finalmente su recuperación convertida en efectivo. (Moreno Fernández & Rivas Merino, 2002)

Para estructurar el capital de trabajo de LavaTeck lavandería, se toma en cuenta los egresos a corto plazo, es decir, los que tienen un vencimiento de 30 días, a esta sumatoria se la multiplica por 3 meses y se obtiene el monto total necesario para que LavaTeck Lavandería realice sus operaciones.

**Tabla 30.** Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Arriendo local	\$ 150.00
Costo de materia prima	\$ 156.87
Servicios básicos	\$ 185.00
Sueldos y salarios	\$ 3,735.15
Gastos publicidad mensual	\$ 102.08
Materiales de limpieza	\$ 64.16
Suministros de oficina	\$ 1.46
Total gasto mensual	\$ 4,394.72
Nro, meses	3
<b>Total</b>	<b>\$ 13,184.17</b>

### **Inversión total**

Se denomina inversiones a los recursos utilizados con el ánimo de obtener beneficios futuros. Las inversiones realizadas con anterioridad a la puesta en marcha del proyecto pueden agruparse en tres tipos: Activos fijos, Activos intangibles y capital de trabajo. (Universidad Nacional de Córdoba)

Para determinar la inversión inicial para poner en marcha la nueva línea de negocio de LavaTeck Lavandería, se suma los costos que se incurrirán en activos fijos, activos diferidos o intangibles y capital de trabajo, conforme se detalla a continuación:

**Tabla 31. Inversión**

TOTAL DE INVERSIÓN	
Total Activos Fijos	\$29,863.54
Total Activos Diferidos	\$583.50
Total Capital de Trabajo	\$13,184.17
Total	<b>\$43,631.21</b>



## Sueldos

A continuación se detalla la información con respecto a los sueldos de los colaboradores de LavaTeck lavandería, incluyendo todos los beneficios establecidos en el marco legal ecuatoriano, se consideró también egresos por concepto de fondos de reserva, en virtud a que al ser un negocio ya establecido, referido personal cuenta con antigüedad y es beneficiario de referido derecho.

**Tabla 32.** *Sueldos*

CARGOS	Nro.	Sueldo Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos Reserva	Aporte IESS Patronal (11,15%)	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
Gerente General	1	\$ 875.00	\$ 72.92	37.5	37.5	\$ 97.56	\$ 1,120.48	\$ 13,445.75
Jefe de Planta	1	\$ 550.00	\$ 45.83	37.5	37.5	\$ 61.33	\$ 732.16	\$ 8,785.90
Jefe de logística	1	\$ 550.00	\$ 45.83	37.5	37.5	\$ 61.33	\$ 732.16	\$ 8,785.90
Operario de Maquinaria de lavado, secado y planchado	2	\$ 900.00	\$ 75.00	37.5	37.5	\$ 100.35	\$ 1,150.35	\$ 13,804.20
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>\$ 2,875.00</b>	<b>\$ 239.58</b>	<b>\$ 150.00</b>	<b>\$ 150.00</b>	<b>\$ 320.56</b>	<b>\$ 3,735.15</b>	<b>\$ 44,821.75</b>

## **Depreciación activos fijos**

Según las Normas Internacionales de Contabilidad, la depreciación de activos fijos es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil.

Según el Artículo 28 del Reglamento para Aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, LRTI, los porcentajes de depreciación de los activos fijos se clasificarán de acuerdo a su naturaleza y son los siguientes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual.

En la siguiente tabla se verifica la depreciación de los activos fijos que la empresa adquirirá para la implementación de la nueva línea de negocio, es importante mencionar que en la depreciación no se incluye el vehículo de la empresa puesto que y como se ha mencionado en varios pasajes del presente estudio, LavaTeck Lavandería es un negocio en marcha, en virtud de lo cual, ya posee un vehículo, el mismo que supera los 5 años, es decir, contablemente ya se ha depreciado y su valor actual es residual.

**Tabla 33.** Depreciación activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
ACTIVOS FIJOS	VALOR ACTUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
Muebles y Enseres	\$ 759.57	10%	\$ 75.96
Equipos y Maquinaria	\$ 22,825.00	10%	\$ 2,282.50
Equipos de computación	\$ 1,149.55	33.33%	\$ 383.15
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS			<b>\$ 2.616,62</b>

**Tabla de amortización**

Para la ejecución del proyecto de la nueva línea de negocio del servicio de lavandería, LavaTeck se apalancará financieramente con el 40% de la inversión total, la cual equivale a \$ 39,325.77 conforme lo determinado en la tabla 31

En consecuencia, la deuda que contraerá LavaTeck para el presente proyecto, será de \$15,730.31; deuda que se liquidará conforme la siguiente tabla de amortización, la cual contempla una tasa interés del 11,26% que según el Banco Central del Ecuador, corresponde al segmento Productivo PYMES para el mes de agosto de 2023.

**Tabla 34.** Tabla de amortización

PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	\$ 15,730.31
1	\$ 4,284.03	\$ 1,771.23	\$ 2,512.79	\$ 13,217.51
2	\$ 4,284.03	\$ 1,488.29	\$ 2,795.73	\$ 10,421.78
3	\$ 4,284.03	\$ 1,173.49	\$ 3,110.53	\$ 7,311.24
4	\$ 4,284.03	\$ 823.25	\$ 3,460.78	\$ 3,850.46
5	\$ 4,284.03	\$ 433.56	\$ 3,850.46	\$ -

## **Estructura del capital**

La estructura de capital se define como la combinación específica de deuda y patrimonio propio que una empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Abor, 2008). Como se mencionó anteriormente, para la ejecución del presente proyecto, LavaTeck se apalancará financieramente con el 40% de la inversión total, la cual equivale a \$33.389,48.

Para (Mascareñas, 2015), el costo del capital se define como la tasa de rendimiento interno que una empresa deberá pagar a los inversores para incitarles a arriesgar su dinero en la compra de los títulos emitidos por ella (acciones ordinarias, acciones preferentes, obligaciones, préstamos, etc.). Es así que para la determinación de la estructura del capital para financiar el presente proyecto, como tasa de descuento del capital propio, se tomará en cuenta la tasa pasiva referencial a depósitos a plazo de un año, 8,96%; y como tasa de descuento del capital financiero, se tomará en cuenta la tasa activa referencial para el segmento Productivo PYMES para el mes de agosto de 2023, la cual contempla una tasa interés del 11,26%; publicada por el Banco Central del Ecuador para el mes de agosto de 2023.

En cuanto a la tasa de descuento, para (Mete, 2014), es una medida de rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficios. Se tomará en cuenta como tasa de descuento, para los dos casos, el equivalente a invertir en bonos de estado de los Estados Unidos, que para el mes de agosto de 2023 equivale a 4.09%.

**Tabla 35.** Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
	<b>Monto</b>	<b>Participación</b>	<b>Costo</b>	<b>TD</b>	
Capital Propio	\$ 23,595.46	60 %	9 %	4.09 %	
Capital Financiero	\$ 15,730.31	40 %	11.26%	4.09 %	
<b>Total</b>	<b>\$ 39,325.77</b>	<b>100 %</b>		<b>8.18 %</b>	<b>TMAR</b>

### Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de producción en donde existe la igualdad o la equiparación entre la suma de los costos fijos y variables y los ingresos por ventas durante un periodo económico. (Franco Malvaíz, Bobadilla-Soto, & Rebollar Rebollar, 2014)

Para (Molina Cedeño, Molina Cedeño, & Laje Montoya, 2019), los costos fijos comprenden todos los costes en los que el costo fijo se mantiene constante ante el volumen de la fabricación.

Es decir, los costos fijos son aquellos costos que la empresa incurre independientemente del volumen de ventas.

En la siguiente tabla, se identifican los costos fijos de la empresa, es decir, los costos que se deben cubrir independientemente de la producción de la empresa.

**Tabla 36.** Costos fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>	
<b>Arriendo</b>	\$ 250.00
<b>Sueldos</b>	\$ 3,735.15
<b>Servicios Básicos</b>	\$ 185.00
<b>Total</b>	\$ 4,170.15

El margen de contribución, según (Pindado García, 2012), es el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia.

Con respecto al margen de contribución de LavaTeck Lavandería, este será determinado en función a la deferencia entre el costo de una unidad producida (libra de ropa procesada) con respecto al precio por el que pagan los clientes por referida unidad producida; valores que fueron determinados en la sección de costeo del servicio, detallado en la *tabla 19*. A este valor (costo del servicio) se le resta el valor por estándar mano de obra, debido a que por normativa ecuatoriana, el costo de la mano de obra es fija, en virtud de lo cual; se lo considera como un costo fijo.

Con lo anteriormente descrito, el margen de contribución por unidad producida, se determina a continuación:

**Tabla 37.** Margen de contribución

Costo unidad producida	\$0.03	
Precio unitario	\$0.69	
	\$0.66	<b>MARGEN DE CONTRIBUCIÓN</b>

El punto de equilibrio (PDE) es aquella cantidad de producción vendida a la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, la cantidad de producción vendida que da como resultado \$0 de utilidad. (Moreno, 2021)

A continuación se detalla el punto de equilibrio para LavaTeck lavandería con su servicio de lavado y planchado de lencería.

**Tabla 38.** Punto de equilibrio

	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
PRECIO DE VENTA	6318	\$0.69	\$4,359.70
COSTOS DE PRODUCCIÓN	6318	\$0.03	\$189.54
COSTOS FIJOS			\$4,170.15
PUNTO DE EQUILIBRIO			<b>\$0.0</b>

Por lo que se puede interpretar que para que la empresa logre cubrir sus costos fijos, es decir, que tenga una utilidad de \$0,00; la misma debe procesar al menos 6.318 libras de ropa.

Finalmente y teniendo en cuenta el valor del punto de equilibrio, se proyectan las ventas del servicio con la implementación de la nueva línea de negocio; como dato adicional se menciona el valor medio de unidades producidas por la empresa actualmente, que según se determinó en la *tabla 16*, es de 5778 unidades.

Como se estableció en el capítulo correspondiente al proceso de investigación de mercados y marketing del presente estudio, la población objetivo de esta línea de negocio son personas que se encuentran activas económicamente, con los datos obtenidos del INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2023), se conoce que la Población en edad de trabajar en el Ecuador es del 71.2% y de este porcentaje, el 66.1% ha sido económicamente activa; según el estudio de investigación de mercados del presente proyecto, se estableció que el 75% de los encuestados tienen una intención favorable para adquirir el servicio y de este 75%, el 72.5% enviaría su ropa al servicio de lavandería al menos una vez a la semana, tomando en cuenta además que el universo de personas que habitan en el espacio de influencia del negocio es de 37.782 personas; se infiere que existen al menos 9.669 personas dispuestas a utilizar servicios de lavandería para la ropa de su uso diario.

Considerando que un juego de ropa conformado por un pantalón, camisa/blusa y un sweater, tiene un peso aproximado de 5 libras; se estima que existe un mercado semanal estimado de 48.345 libras (193.345 mensuales).

Se plantea como objetivo que con la implementación de la nueva línea de negocio para usuarios individuales, la empresa logre captar el 1.5% del mercado, por lo que se estima que la demanda del servicio se incremente en 2.900 libras mensuales en promedio, que sumada a las ventas actuales; se proyecta que las ventas serán de 8.678 libras, conforme lo detallado en la siguiente tabla.

**Tabla 39.** Ventas mensuales proyectadas

VENTAS MENSUALES PROYECTADAS			
CANTIDAD PROCESADA	VALOR	TOTAL	
8678	0.69	\$5,987.82	<b>VENTAS</b>
8678	0.03	\$260.34	<b>COSTO</b>

Considerando que la demanda es constante durante todos los meses del año, se utiliza el valor mensual para estimar las ventas anuales:

**Tabla 40.** Ventas anuales proyectadas

VENTAS ANUALES PROYECTADAS			
CANTIDAD PROCESADA	VALOR	TOTAL	
104136	0.69	\$71,853.84	<b>VENTAS</b>
104136	0.03	\$3,124.08	<b>COSTO</b>

### Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años, dentro del cual se proyectarán las ventas anuales, previamente estimadas en la *Tabla 40*, con un crecimiento constante durante los 5 años, del 2.9% que según el FMI (Fondo Monetario Internacional, 2023) tendrá el Ecuador durante el año 2023.

En cuanto al costo de ventas, se proyectará el costo anual, previamente estimado en la *Tabla 40*, con un crecimiento constante durante los 5 años, equivalente a la inflación interanual calculada en 3.74% para el cierre del 2022 según el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023).



**Tabla 41.** Costo de ventas

COSTO DE VENTAS					
	1	2	3	4	5
VENTAS	\$71,853.84	\$73,937.60	\$76,081.79	\$78,288.16	\$80,558.52
COSTO DE VENTAS	\$3,124.08	\$3,240.92	\$3,362.13	\$3,487.87	\$3,618.32
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	<b>\$68,729.76</b>	<b>\$70,696.68</b>	<b>\$72,719.66</b>	<b>\$74,800.29</b>	<b>\$76,940.20</b>
SUELDOS	\$ 44,821.75	\$46,390.51	\$48,014.18	\$49,694.68	\$51,433.99
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 2,220.00	\$2,297.70	\$2,378.12	\$2,461.35	\$2,547.50
MATERIAL OFICINA Y LIMPIEZA	\$ 787.48	\$815.04	\$843.57	\$873.09	\$903.65
EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD	\$ 129.42	\$133.95	\$138.64	\$143.49	\$148.51
ALQUILER	\$ 1,800.00	\$1,863.00	\$1,928.21	\$1,995.69	\$2,065.54
PUBLICIDAD	\$ 1,225.00	\$1,267.88	\$1,312.25	\$1,358.18	\$1,405.72
DEPRECIACIONES	\$ 2,616.62	\$ 2,616.62	\$ 2,616.62	\$ 2,616.62	\$ 2,616.62
AMORTIZACIONES	\$116.70	\$116.70	\$116.70	\$116.70	\$116.70
UTILIDAD OPERATIVA	<b>\$15,012.79</b>	<b>\$15,195.28</b>	<b>\$15,371.38</b>	<b>\$15,540.48</b>	<b>\$15,701.97</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1,965.15	\$ 1,651.23	\$ 1,301.97	\$ 913.38	\$ 481.03
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$13,047.64	\$13,544.05	\$14,069.41	\$14,627.11	\$15,220.94
BASE IMPOSITIVA	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
UTILIDAD NETA	<b>\$12,987.64</b>	<b>\$13,484.05</b>	<b>\$14,009.41</b>	<b>\$14,567.11</b>	<b>\$15,160.94</b>

## **Flujo de caja**

Para (Park, 1997), el flujo de efectivo (caja) representa las ganancias futuras generadas por el uso productivo del activo fijo, los gastos de capital y los gastos periódicos, tales como: Salarios, materia prima, costos operativos, costos de mantenimiento, impuestos, etc.

Con los datos anteriormente obtenidos, se obtiene el flujo de caja para los 5 primeros años de funcionamiento de la nueva línea de negocio de LavaTeck lavandería.

**Tabla 42.** Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		\$15,012.79	\$15,195.28	\$15,371.38	\$15,540.48	\$15,701.97
DEPRECIACIÓN		\$ 2,616.62	\$ 2,616.62	\$ 2,616.62	\$ 2,616.62	\$ 2,616.62
AMORTIZACIÓN		\$116.70	\$116.70	\$116.70	\$116.70	\$116.70
- BASE IMPOSITIVA		\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
- GASTOS FINANCIEROS		\$ 1,965.15	\$ 1,651.23	\$ 1,301.97	\$ 913.38	\$ 481.03
- PAGO CAPITAL		\$ 2,787.90	\$ 3,101.82	\$ 3,451.08	\$ 3,839.67	\$ 4,272.02
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						\$ 13,184.17
- REPOSICIÓN DE ACTIVOS						
= FLUJO NETO DE CAJA	<b>-\$43,631.21</b>	\$12,933.06	\$13,115.56	\$13,291.65	\$13,460.76	\$26,806.41

## Cálculo del VAN y el TIR

### Valor Actual Neto (VAN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. Siendo los criterios para fines de evaluación, si el valor presente (actual) neto (VAN) es mayor o igual que cero, se acepta la inversión y por el contrario si es menor que cero se rechaza. (Baca Urbina, 2001)

### Tasa Interna de Retorno (TIR)

El criterio de la TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual, representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomarán prestados. (Brealey & Myers, 1992)

**Tabla 43.** VAN/TIR

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	\$10,249.02
TIR	21%
TMAR	12.90%

## CONCLUSIONES

- LavaTeck Lavandería es una empresa de servicios que actualmente se encuentra ya en operaciones con una línea de negocios industrial, enfocada a centros de salud de la capital ecuatoriana; por el volumen de sus ventas, se encuentra dentro del Régimen Impositivo Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares y por su cantidad de trabajadores, está catalogada como microempresa. El presente trabajo abordó la intención de los directivos y accionistas de la empresa en abrir una nueva línea de negocios para consumidores finales del entorno de donde se encuentra ubicada la empresa, aprovechando su infraestructura y capacidad instalada.
- Para analizar la factibilidad de la implementación de esta nueva línea de negocio, se realizó un estudio de mercado mediante una encuesta a una muestra representativa de la Parroquia Itchimbía, en donde funciona actualmente la planta de Producción de LavaTeck; referido estudio concluyó que la mayoría de las personas mencionan que estarían dispuestos a usar los servicios de lavandería una vez a la semana, estarían dispuestos a pagar hasta \$1 (un Dólar de los Estados Unidos) por el servicio de lavandería de una libra de ropa; consideraron como más factible el que la empresa se acerque a sus domicilios, es decir; se debe mantener y potenciar la función logística de la empresa, esto debido a que se priorizará la entrega y recepción de la ropa a domicilio, por lo que los vehículos de la empresa deberán circular frecuentemente por el sector; los participantes de la encuesta consideran como

importante el que la empresa tenga procesos y utilice insumos amigables con el medio ambiente, en tal virtud, en la publicidad se mostrará y se recalcará que la empresa es amigable con el medioambiente en el proceso de lavado y planchado de ropa de uso diario; la población en casi su totalidad estableció que el canal adecuado serían las redes sociales, consecuentemente, todas las estrategias de publicidad y promoción de la marca y servicios serán canalizadas por este medio y finalmente y en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se concluye que la implementación de la línea de negocio de servicio de lavandería de ropa de uso diario para clientes individuales, en el sector de la tola alta en la ciudad de Quito es viable para su ejecución.

- LavaTeck lavandería mantiene su ubicación en el centro de Quito, sector de Itchimbia; en el entorno próximo de la empresa, se encontró un establecimiento como competencia directa a una cuadra y media de distancia (150 m. aprox.), por lo que se considera a este establecimiento como competencia directa. Lavandería la Colón, que no tiene una planta en el sector, sin embargo, dispone una unidad móvil que recorre el sector con una frecuencia diaria en horas la mañana es considerada la competencia indirecta de LavaTeck; puede considerarse a la ropa desechable como producto sustituto al servicio de lavandería y conforme lo desprendido del estudio de mercado, para la nueva línea de negocio se considera a los clientes a consumidores finales, que pertenecen a la Población Económicamente Activa

y que por sus actividades laborales o de estudios, no disponen de tiempo para encargarse de lavar su ropa de uso diario.

- Para la implementación de la nueva línea de negocios, se estableció un plan de introducción al mercado de la marca e imago tipo de LavaTeck Lavandería, diseñando desde uniformes al personal administrativo y operativo, hasta papelería para comunicaciones oficiales con los actores del entorno empresarial (clientes, proveedores, instituciones de control); según datos obtenidos en el estudio de mercado, la mayoría de esfuerzos en publicidad serán concentrados a medio digitales, sin dejar de lado canales tradicionales como hojas volantes o publicidad en radios locales.

Asimismo, conforme los resultados del estudio de mercado y en función a los costos de la empresa, se determinó el costo del servicio, el cual es de \$0.69 IVA incluido, mismo que está en un rango competitivo pues el promedio del mercado para el servicio de lavandería es de entre \$0.75 a \$1.

- Finalmente, en el presente estudio se considera que para la implementación de la nueva línea de negocio se requerirá incrementar la capacidad instalada de la empresa, realizando inversiones en activos fijos, aumentando el capital de trabajo y aumento en los costos fijos y variables del producto, los mismos que serán financiados en un 60% con ingresos propios y un 40% con adquisición de un préstamo; por lo que con estos supuestos, se analizó la factibilidad financiera de la implementación financiera de la nueva línea de negocio; obteniendo un VAN de \$ 10,249.02 y un TIR de la inversión equivalente al 21%.

## RECOMENDACIONES

- En base a los costos del servicio, un margen razonable de utilidad para los accionistas de la empresa y al precio por el cual los consumidores estarían dispuestos a pagar, se recomienda que el precio por unidad procesada (libra de ropa de uso diario) esté en el rango de \$0.69 a \$0.75; mismo que está dentro del promedio ofrecido por empresas del sector para servicios similares, el cual está entre los \$0.75 a \$1.00.
- LavaTeck lavandería podrá sostener sus operaciones, siempre y cuando su producción no sea inferior a 6.318 unidades procesadas (libra de ropa), o ventas totales equivalentes a \$ 4.360,00 y manteniendo un precio de \$ 0.69centavos; si estos parámetros se alteran deberían tomarse decisiones en el campo administrativo, de mercado o en las operaciones de la empresa.
- Crear una nueva línea de negocios para consumidores finales del entorno de donde se encuentra ubicada LavaTeck lavandería, aprovechando su infraestructura y fortaleciendo su capacidad instalada, con la renovación de equipos de lavado, planchado y secado, aplicando un plan de introducción a los consumidores de la marca y el servicio; es viable puesto que el mercado ha mostrado su interés en adquirir los servicios de la empresa según el estudio de mercado realizado para la elaboración del presente estudio, por lo tanto se recomienda poner en marcha la nueva línea de negocio para LavaTeck Lavandería.



## REFERENCIAS

- Abor, J. (2008). Determinants of the Capital Structure of Ghanaian Firms. *African Economic Research Consortium, Research Department.* , 176.
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de proyectos*. México: McGraw-Hill.
- Brealey, R., & Myers, S. (1992). *Fundamentos de financiación empresarial*. Madrid: McGraw-Hill.
- Caribas, A. (1997). *Estudio Analítico del Balance General y su incidencia en la Interpretación de los Estados Financieros*. Caracas.
- Carrión, F. (2012). La forma urbana de Quito: una historia de centros y periferias. *Bulletin de l'Institut Français d'Études Andines*, 503.
- EUROINNOVA. (s.f.). *www.euroinnova.ec*. Recuperado el 30 de 06 de 2023, de <https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-costos-estandar>
- Fondo Monetario Internacional. (2023). *Perspectivas de la Economía Mundial*. Washington D.C.
- Franco Malvaíz, A. L., Bobadilla-Soto, E. E., & Rebollar Rebollar, S. (2014). VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE UNA MICROEMPRESA DE MIEL DE AGUAMIEL EN MICHOACÁN, MÉXICO. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 957-968.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Mexico: McGraw-Hill.
- Higson, R. (2011). Taking uniforms home: why it just doesn't wash. *British Journal of Nursing*, 781.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Reporte de índices de precios al consumidor*. Quito.

- Koontz, H., & Heinz, W. (2003). *Administración, una perspectiva global*. México: McGraw-Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Mascareñas, J. (2015). El Coste del Capital. 43.
- Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. *Fides et Ratio*, 67–85.
- Molina Cedeño, K., Molina Cedeño, P., & Laje Montoya, J. S. (2019). La contabilidad de costos y su relación en el ámbito de aplicación de las entidades manufactureras o industriales. *JOURNAL OF SCIENCE AND RESEARCH: REVISTA CIENCIA E INVESTIGACIÓN*, 15-20.
- Moreno Fernández, J., & Rivas Merino, S. (2002). *La administración financiera del capital de trabajo*. México: Grupo Patria Cultural.
- Moreno, M. (2021). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Naciones Unidas. (2015). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Nueva Work.
- Navarro, J. (21 de Octubre de 2019). *mheducation*. Recuperado el 20 de Febrero de 2023, de <https://www.mheducation.es/blog/la-piramide-de-maslow>
- Park, C. (1997). *Ingeniería económica contemporánea*. Addison-Wesley.
- Pindado García, J. (2012). *Finanzas Empresariales*. Madrid: Paraninfo.
- Porter, M. (1984). *Estrategia competitiva*. México D.F.: CECSA.
- Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva*. México D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Properati. (2021). *¿Cuáles son los sectores más populares para vivir en Sudamérica?* Properati Blog.

- Rayburn, L. G. (1999). *Contabilidad y administración de costos*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Render, B., & Heizer, J. (2007). *Dirección de la producción y de operaciones, Decisiones estratégicas*. Madrid: Pearson Education.
- Sánchez Galán, J. (02 de Agosto de 2019). *economipedia*. Recuperado el 05 de Agosto de 2023, de <https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>
- The Shed Co. (Agosto de 2022). *Entrepreneur*. Recuperado el 20 de Febrero de 2023, de <https://www.theshedcoworking.com/imagen-profesional/>
- Universidad Nacional de Córdoba. (s.f.). *Formulación y evaluación de proyectos técnicos*. Recuperado el 05 de Agosto de 2023, de <https://feptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/unidad-3/inversion-inicial/>



Identificación de reporte de similitud. oid:11830:259125503

NOMBRE DEL TRABAJO

**Trabajo final Edgar-Pérez-F.docx**

AUTOR

**EDGAR PEREZ**

RECUENTO DE PALABRAS

**17851 Words**

RECUENTO DE CARACTERES

**95538 Characters**

RECUENTO DE PÁGINAS

**129 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**5.7MB**

FECHA DE ENTREGA

**Aug 31, 2023 7:46 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Aug 31, 2023 7:48 PM GMT-5**

● **12% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 12% Base de datos de Internet
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente