



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

OCTUBRE 2019 – MARZO 2020

EMPRENDIMIENTO

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN DE LAVANDERÍA EN EL SECTOR CIUDADELA EL
CHORRILLO**

EGRESADO:

DERIAN EDUARDO PROAÑO LEÓN

TUTORA:

CPA. DIANA LORENA CAICEDO MONSERRATE, MAI

AÑO 2020

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	8
1. CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO	10
1.1. Descripción de la idea de negocio.....	10
1.2. Fundamentación teórica de la idea de negocio	10
1.3. Estudio de mercado	15
1.3.1 Mercado.....	15
1.3.2. Muestra	16
1.3.3. Instrumento de levantamiento de información	17
1.3.4. Tabulación y análisis de resultado.....	18
1.3.5. Informe ejecutivo.....	28
1.3.6. Análisis de la competencia	29
2. CAPÍTULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO	29
2.1. Descripción del emprendimiento	29
2.1.1. Giro del negocio	29
2.1.2. Razón social	30
2.1.3. Isologo	31
2.1.4. Slogan.....	33
2.1.5. Productos	34
2.2. Fundamentación gerencial del emprendimiento	35
2.2.1. Misión.....	35
2.2.2. Visión.....	36
2.2.3. Valores	37
2.2.4. Política de calidad	38
2.2.5. Objetivos empresariales	38
2.2.6. FODA	38
2.3. Estructura organizacional y funcional	40
2.3.1. Organigrama estructural	40
2.3.2. Análisis y diseño de puestos	41
2.3.3. Proceso de reclutamiento	42
2.3.4. Proceso de selección.....	42
3. CAPÍTULO III. MODELO DE NEGOCIO	44

3.1.	Segmento de mercado	45
3.2.	Productos y servicios como propuesta de valor	45
3.3.	Canales de comercialización.....	46
3.4.	Relaciones con los clientes	47
3.5.	Fuentes de ingreso	48
3.6.	Activo para el funcionamiento del negocio	48
3.7.	Actividades del negocio	49
3.8.	Red de socios	49
3.9.	Estructura de costos	51
4.	CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO	51
4.1.	Factibilidad Técnica	51
4.1.1.	Localización del emprendimiento.....	52
4.1.2.	Diseño estructural del local.....	53
4.1.3.	Aspectos legales	54
4.2.	Factibilidad Financiera	55
4.3.	Factibilidad Operativa	67
4.4.	Factibilidad Ambiental	70
4.5.	Factibilidad Social	71
5.	CONCLUSIONES	72
6.	RECOMENDACIONES	73
7.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74

Índice de tablas

Tabla 1	Frecuencia de lavado de ropa	18
Tabla 2	Prendas promedio lavadas a la semana	19
Tabla 3	Conocimiento sobre local de lavandería	20
Tabla 4	Conocimiento de costos de lavado	21
Tabla 5	Aspectos fundamentales de una lavandería	22
Tabla 6	Lavado a seco	23
Tabla 7	Cobro del servicio de lavado	24

Tabla 8 Aceptación del servicio a domicilio	25
Tabla 9 Pago adicional por servicio a domicilio	26
Tabla 10 Confiaría sus prendas a una lavandería	27
Tabla 11 Servicios ofertados	34
Tabla 12 FODA	39
Tabla 13 Análisis y diseño de puestos	41
Tabla 14 Canvas	44
Tabla 15 Activos para el funcionamiento del negocio maquinaria y equipo	48
Tabla 16 Activo para el funcionamiento del negocio muebles	49
Tabla 17 Capital de trabajo	52
Tabla 18 Capital de trabajo	55
Tabla 19 Inversión inicial	55
Tabla 20 Amortización	57
Tabla 21 Tabla de años amortizados	60
Tabla 22 Remuneraciones	60
Tabla 23 Beneficios sociales	60
Tabla 24 Proyección de producción semanal	61
Tabla 25 Proyección de producción mensual	61
Tabla 26 Proyección de producción anual	61
Tabla 27 Costo de producción	62
Tabla 28 Proyección de ventas semanales	62
Tabla 29 Proyección de ventas mensuales	62
Tabla 30 Proyección de ventas anuales	63
Tabla 31 Ventas en dólares	63
Tabla 32 Flujo de caja	63

Tabla 33 Periodo de recuperación de la inversión _____	65
Tabla 34 Indicadores ambientales _____	70

Índice de figuras

Figura 1 Datos de registro electoral _____	16
Figura 2 Frecuencia de lavado de ropa _____	18
Figura 3 Tablas promedio lavadas a la semana _____	19
Figura 4 Conocimiento sobre local de lavandería _____	20
Figura 5 Conocimiento de costos de lavado _____	21
Figura 6 Aspectos fundamentales de una lavandería _____	22
Figura 7 Lavado a seco _____	23
Figura 8 Cobro por servicio de lavado _____	24
Figura 9 Aceptación del servicio a domicilio _____	25
Figura 10 Pago adicional por servicio a domicilio _____	26
Figura 11 Confiaría sus prendas a una lavandería _____	27
Figura 12 Razón social _____	30
Figura 13 Isologo _____	31
Figura 14 Slogan _____	33
Figura 15 Misión _____	35
Figura 16 Visión _____	36
Figura 17 Valores _____	37
Figura 18 Estructura gerencial _____	40
Figura 19 Red de socio Dismero _____	50
Figura 20 Red de socio Mega Proprinec _____	50

Figura 21 Red de socio financiero _____	50
Figura 22 Red de socio Mercado Libre _____	50
Figura 23 Localización de la lavandería _____	53
Figura 24 Diseño interno del local _____	54
Figura 25 Diagrama de proceso de atención al cliente _____	67
Figura 26 Diagrama de procesos de servicio a domicilio _____	68
Figura 27 Diagrama de proceso de compra de productos. _____	69

INTRODUCCIÓN

La presente idea de emprendimiento, lavandería “Espumels” nace como respuesta al mundo laboral acelerado en el que vivimos, debido a la economía por la que estamos pasando los seres humanos nos vemos en la necesidad de trabajar diariamente y en horarios apretados, donde el tiempo con que se cuenta es limitado. Es por la identificación de este factor que se decide llevar a cabo la implementación de un servicio de lavandería ubicada en la ciudadela del Chorrillo de la ciudad de Babahoyo, esta servirá de ayuda a los moradores del sector y a la población del cantón, beneficiando en gran medida a los estudiantes y profesionales que hacen uso de uniformes diariamente.

Capitulo II se estableció que Espumels es un emprendimiento con actividades orientadas al cumplimiento de las expectativas del cliente, conformado bajo la guía de los valores, misión, visión y principios todos ellos encaminados a cumplir los deseos de los usuarios y a mejorar día a día, en cuanto al lavado de diversos tipos de textiles que puedan ser lavados.

Capitulo III se estructuró que esta idea de negocio pretende tener mayor impacto de necesidad en los estudiantes provenientes de otras provincias que por motivos de estudio alquilan en las habitaciones que ofertan cerca de la Universidad Técnica de Babahoyo, los mismos que no cuentan con el tiempo necesario para realizar el aseado de sus prendas con regularidad, así también tener impacto en las personas que trabajan en oficinas y deben usar trajes con regularidad

Capitulo IV, se ejecutaron estudios de factibilidades donde técnicamente hablando los productos y maquinarias a usar serán de fácil acceso, en la financiera se obtuvo que los datos arrojados eran positivos para la inversión inicial teniendo un periodo de recuperación de tres años, se ejecutaron varios diagramas para cada proceso a realizar, mientras que en la

factibilidad social y ambiental se encontraron resultados positivos sin inconvenientes para proceder a la implementación de este proyecto.

1. CAPÍTULO I. IDEA DE NEGOCIO

1.1. Descripción de la idea de negocio

El modelo de negocio de emprendimiento consiste en la creación de un local que brinde servicios de lavado, secado, lavado en seco e incluye servicio de retiro y entrega a domicilio el mismo que estará ubicado en la ciudad de Babahoyo, específicamente en la ciudadela El Chorrillo y llevara por nombre Espumels, el emprendimiento pretende lograr la satisfacción de una de las necesidades fisiológicas de todos los seres humanos, como es, siempre vestir ropa limpia y con agradable olor, para dar buena imagen y una presentación agradable en todos los lugares donde se vaya a estar o presentar. Teniendo los colores de las ropas claros, sin manchas y sin mal olor.

Adicionalmente, Espumels busca ser reconocido y novedoso por la implementación de un servicio a domicilio el cual mediante previa comunicación con el cliente y acuerdo de varios aspectos relevantes como hora y ubicación se procederá ir a retirar la ropa sucia y posteriormente entregarla limpia a cambio de un rubro adicional especificado. Para este servicio se contará con el uso de un vehículo motorizado, el mismo que será modificado con el fin de que se adapte acorde a la actividad que se va a realizar para que sea más fácil el transporte de las prendas.

1.2.Fundamentación teórica de la idea de negocio

Como se lavaba la ropa antiguamente.

Antiguamente lavar la ropa era una tarea de un día entero y algunos sacrificios. Aunque muchas personas opinan hoy que un buen regalo para una mujer no es lavadora de última

generación, hace unos años atrás esto hubiera sido una verdadera bendición para una madre de familia encargada de cocinar, fregar, limpiar la casa, cuidar de los hijos, acarrear el agua, remendar la ropa, etc. Aunque las primeras lavadoras se ofertaban desde la finalización de la Segunda Guerra Mundial, es común que hasta 1960 no hubiéramos visto este aparato moderno. (Meza, 2015)

Fue en el siglo XIX cuando aparecieron los primeros desodorantes a base de crema para eliminar el mal olor de las axilas que hasta ese momento lo hacían con amoníaco diluido en agua. En la segunda mitad del siglo XX creció la variedad de productos químicos para la limpieza, ampliándose la industria jabonera: polvos para lavadora, suavizantes, detergentes blanqueadores, detergentes concentrados, jabón corporal con distintas esencias... Hoy en día gracias a la industria química disponemos de infinidad de jabones que limpian, perfuman y desengrasan cualquier superficie. (Neoquim., 2016)

Durante siglos, la ropa se había lavado a mano. Cada día, las mujeres tenían una cita en la orilla del río con grandes cantidades de ropa sucia que frotaban, golpeaban contra las piedras, restregaban y retorcían. Con el tiempo se crearon tablas para que el proceso fuera más cómodo... Cualquiera de estos métodos era lento y engorroso. Una vez que las casas tuvieron agua corriente, la situación mejoró ligeramente, ya que no era necesario ir a la fuente o al río a lavar. (Pérez, 2016)

La mayoría de las mujeres acudían al río para lavar la ropa, pero era parte de un proceso largo y muchas veces de más de un día. Las pilas o los lavaderos surgieron con posterioridad (finales del siglo XIX) como iniciativa municipal donde se pagaba una cantidad de dinero, lo más corriente era ir al arroyo, río o charca. La legislación municipal era

categoría ya que era peligroso que se lavara la ropa de enfermos, que en muchos casos era imperativo quemarlas, y que esa misma agua fuera usada por el ganado o consumo humano propiciando epidemias. (Meza, 2015)

Mientras que en el resto de Europa la higiene no era bien recibida, los árabes de Al-Ándalus construirían la primera gran jabonería (almona) europea en el siglo X, concretamente en el barrio de Triana, en Sevilla, activa durante cuatro siglos. Rodeados de olivares y marismas, en el valle del Guadalquivir, la materia prima obtenida era de gran calidad y así se elaboró el famoso jabón de Castilla. El hecho de utilizar aceites vegetales en lugar de la grasa animal, hizo que el jabón pudiera utilizarse en la higiene personal, y durante el siglo XVI, los marqueses de Tarifa, que tenían el monopolio del jabón sevillano, extendería su uso en América. Así, en Ciudad de México se construyó en 1575 una fábrica de jabón que lo elaboraba a partir de un mineral rico en sosa, el tequesquite, mezclado con plantas de la región. (Tostado, 2017)

Jabones modernos de ropa

Los jabones para la ropa vienen en polvo y en forma líquida (incluyendo formas muy concentradas), y están formuladas para limpiar la tela a diferentes temperaturas así como también a satisfacer una variedad de necesidades de lavados, incluyendo combatir las manchas, blanquear y suavizar la tela. (Bruno, 2017)

Siempre hay ropa sucia. Y el hecho de lavarla nos hace pensar en el gasto de agua y electricidad que conlleva y sobretodo en el impacto global de esta tarea común. Si deseas entonces hacer una transición hacia una mayor concienciación ecológica con respecto al lavado de tu ropa existe una variedad de métodos simples y de baja tecnología para hacer tu colada de una manera sostenible. (Espada, 2018)

El jabón casero está ganando adeptos con cada vez mayor frecuencia, ya que es una alternativa a los jabones artificiales que se pueden comprar en cualquier superficie. Y no solo tiene ventajas a nivel económico, sino que se trata de un producto que se realiza en casa y del que conocemos la procedencia de todos sus componentes, así que es más sencillo detectar si se sufre algún tipo de alergia hacia alguno de ellos. Además, son más neutros que el resto de jabones, y en caso de querer aportarle algún tipo de esencia, será la que el fabricante de este jabón casero prefiera, pudiendo cambiar cada vez que lo realiza por un aroma distinto. (Cosmética Pedroches, 2018)

Las prendas que son de más de un color, estampadas o rayadas también deben lavarse con las prendas de color, siempre teniendo en cuenta sus colores predominantes en el momento de decidir con cuáles lavarlas. Por otro lado, también debes tener en cuenta que si la prenda es nueva y/o de un color muy intenso, es preferible lavarla sola o junto otras prendas de la misma tonalidad (o mucho más oscuras), al menos durante los primeros lavados: el tinte puede no estar suficientemente fijado, dejar ir colorante durante el lavado y que éste se adhiera a otras prendas de colores. (Neoquim, s.f.)

Las lavadoras industriales funcionan, como las que usamos en casa, con un sistema de dosificación automática de detergente y suavizante. En función de su capacidad de carga y del tipo de tejidos que lavemos en ellas, se debe dosificar la cantidad exacta de suavizante que utilizar en cada lavado. Es conveniente siempre que el suavizante no esté en contacto directo nunca con la ropa, ya que dejará manchas y marcas (para eso está su compartimento, para ponerlo ahí). (eurosanex, 2016).

Para el secado de ropa, según la zona, o bien se colocaban las piezas directamente sobre el césped, dándole el sol directamente, apisonado con algunas piedras. El lavado de ropa era la ocupación más penosa por estar todo el tiempo al aire libre, se realizaban grandes esfuerzos físicos y las enfermedades desarrolladas ya sea porque se sumergían las piernas hasta las rodillas, la posición de la espalda y el frío del agua invernal (muchas veces debía romperse el hielo con una piedra para poder lavar). Tener las ropas empapadas durante largas horas producía desde catarros, reuma, pulmonía, bronquitis y también afecciones a la piel. Las manos a menudo sangraban, y estaban sembradas de sabañones provocados por el frío y la humedad. Además de hacerlo para la familia, ser Lavandera fue uno de los oficios femeninos que permitió a las mujeres ayudar al sustento de la familia. (Meza, 2015)

Utiliza más la ropa entre lavados

Es algo obvio pero que muchas personas no practica. Nos hemos puesto un tejano que está limpio lo hemos llevado un par de días y ya los ponemos para lavar ¿por qué? A excepción de los calcetines y de la ropa íntima, y si la ropa no está sucia, o no huele mal no tenemos por que lavarla todos los días. (Espada, 2018)

1.3. Estudio de mercado

Un estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. De esta manera, a través del estudio de mercado, la persona que tiene la idea de emprender, puede diseñar un buen plan de negocio al que acogerse, ya sea para lanzar dicha nueva idea o para ofertar un nuevo producto. (Nuño, 2017)

1.3.1 Mercado

En todo inicio de un emprendimiento es importante la realización de un estudio de mercado para conocer unos datos generales de la población a quienes se ofertará el servicio y el grado de aceptación que se tendrá.

El potencial mercado al cual está dirigido este emprendimiento es a los habitantes de las parroquias urbanas Clemente Baquerizo, Dr. Camilo Ponce E., El Salto y Barreiro las cuales pertenecen al cantón Babahoyo de la provincia de Los Ríos. Para el segmento de mercado se tomó como referencia los datos del registro electoral proporcionados por el Consejo Nacional Electoral (CNE) donde se encuentra el total de personas sufragantes debido que ellas son personas mayores de edad y posibles clientes que tiene el sustento económico necesario para adquirir nuestros servicios de lavado de ropa.

CANTÓN PARROQUIA	ÁREA*	ELECTORES	SEXO		TIPO DE VOTO	
			HOMBRES	MUJERES	OBLIGATORIO	FACULTATIVO
LOS RÍOS		636.680	326.693	309.987	512.596	124.084
BABA		30.825	16.373	14.452	24.714	6.111
BABA	U	19.190	10.200	8.990	15.509	3.681
GUARE	R	5.519	2.989	2.530	4.253	1.266
ISLA DE BEJUCAL	R	6.116	3.184	2.932	4.952	1.164
BABAHOYO		125.722	63.425	62.297	101.712	24.010
BARREIRO /SANTA RITA	U	6.731	3.536	3.195	5.445	1.286
CARACOL	R	4.291	2.280	2.011	3.434	857
CLEMENTE BAQUERIZO	U	54.027	26.894	27.133	44.158	9.869
DR. CAMILO PONCE E.	U	26.074	12.600	13.474	21.047	5.027
EL SALTO	U	1.972	923	1.049	1.507	465
FEBRES CORDERO	R	12.789	6.774	6.015	10.159	2.630
LA UNIÓN	R	8.556	4.360	4.196	6.907	1.649
PIMOCHA	R	11.282	6.058	5.224	9.055	2.227

Figura 1 Datos de registro electoral

1.3.2. Muestra

“El proceso de selección es sistemático a partir de un elemento elegido al azar que opera como arranque aleatorio para la selección automática del conjunto de elementos que componen la muestra.” (Vivanco, 2005, pág. 171)

Las personas habitantes de las 4 zonas urbanas con capacidades de adquirir nuestros servicios suman un total de 72.157 y la formula que se aplicara para el cálculo de la muestra es la siguiente:

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

N= Tamaño de la población.

z= nivel de confianza.

p= probabilidad de éxito, o proporción esperada.

e= error de estimación máxima aceptado.

q= probabilidad de fracaso

n= tamaño de muestra buscada

CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 72.157}{0,05^2(72.157 - 1) + 1,96^2 + 0,5 * 0,5}$$

n= 375,64

n= 376

1.3.3. Instrumento de levantamiento de información

Como es sabido el termino método significa conjunto de pasos orientados hacia un fin. En este caso, los métodos de recolección de información científica indican procedimientos generales para la generación de los datos. De alguna manera el método es general y la técnica constituye una versión particular de ese método. (Yuni & Urbano, 2006)

Como instrumento de recolección de datos se realizó una encuesta formada por 10 preguntas, que fue aplicada a 376 personas de las 4 zonas urbanas del cantón Babahoyo, para ello se formularon las siguientes preguntas arrojando los siguientes resultados.

1.3.4. Tabulación y análisis de resultado

1. ¿Con qué frecuencia lava la ropa?

Tabla 1 Frecuencia de lavado de ropa

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Diario	47	13
Dos veces a la semana	232	62
Semanal	97	26
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

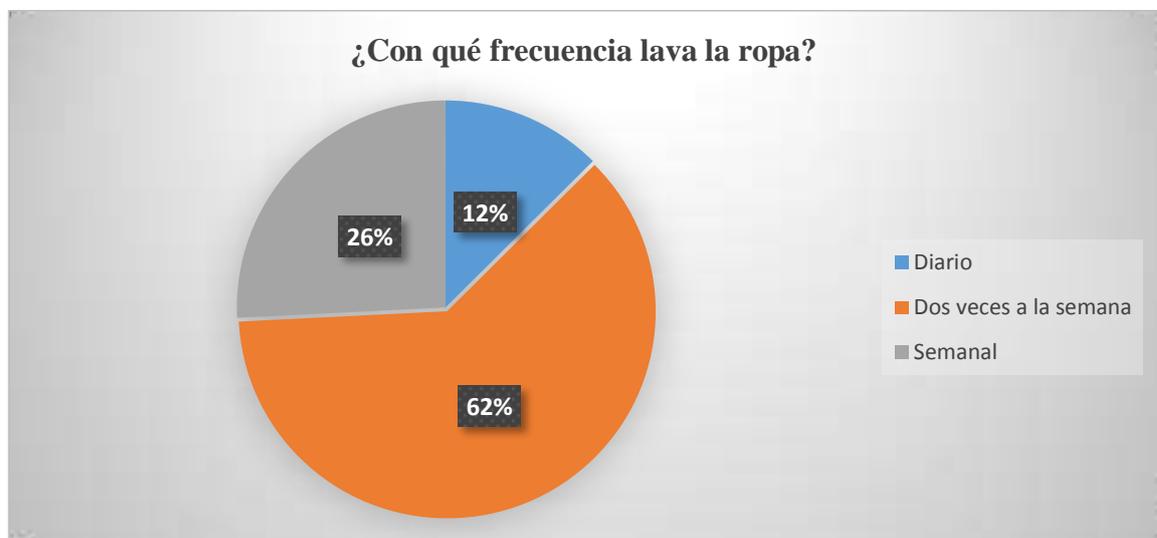


Figura 2 Frecuencia de lavado de ropa

Según los datos obtenidos a través de la presente pregunta se puede observar que el 62% de las personas encuestadas del cantón Babahoyo lavan su ropa dos veces a la semana, mientras que el 26% consideran que la ropa se la lava semanalmente, y por último el 13% de los encuestados creen que la ropa se la debe lavar diariamente por tema de higiene.

2. ¿Cuántas prendas promedio lava a la semana?

Tabla 2 Prendas promedio lavadas a la semana

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Menos de 39	15	4
40 - 60	236	63
61 - 80	110	29
Más de 80	15	4
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor



Figura 3 Tablas promedio lavadas a la semana

Según la presente pregunta expuesta se puede observar que el 4% de los encuestados respondieron que el promedio de prendas que lavan semanalmente son inferior a 39 prendas semanales, mientras que un 63% de encuestados afirma que lava entre 40 a 60 prendas semanales; un 29% considera lava entre 61- 80 prendas semanalmente, un 4% lava más de 80 prendas.

3. ¿Tiene conocimiento de un local de servicio de lavandería?

Tabla 3 Conocimiento sobre local de lavandería

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	376	100
No	0	0
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor



Figura 4 Conocimiento sobre local de lavandería

A través de los siguientes datos se puede observar que el 100% de los encuestados del cantón Babahoyo tienen conocimiento de un local que brinde el servicio de lavandería dentro del cantón.

4. ¿Conoce el costo de los servicios de lavandería?

Tabla 4 Conocimiento de costos de lavado

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	266	71
No	110	29
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

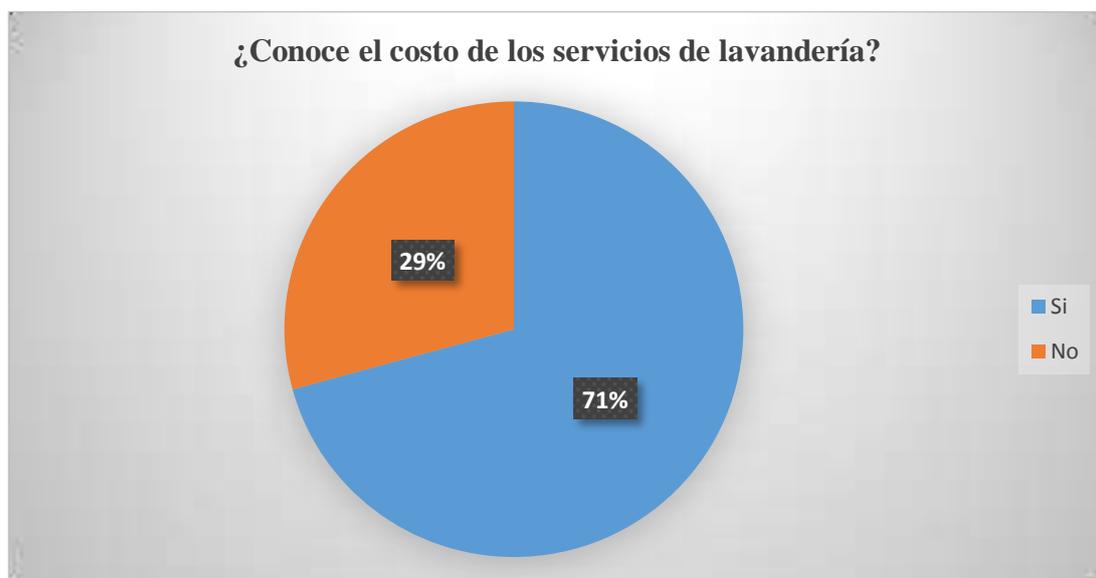


Figura 5 Conocimiento de costos de lavado

Según los datos obtenidos a través de la encuesta realizada podemos observar que un 71% de la población conoce sobre los costos de un local que brinde el servicio de lavandería; mientras que un 29% aseguran no tener conocimiento sobre los precios de este servicio.

5. ¿Para usted, que aspectos considera fundamental en un servicio de lavandería?

Tabla 5 Aspectos fundamentales de una lavandería

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Calidad del servicio	162	43
Ubicación	60	16
Precio	154	41
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

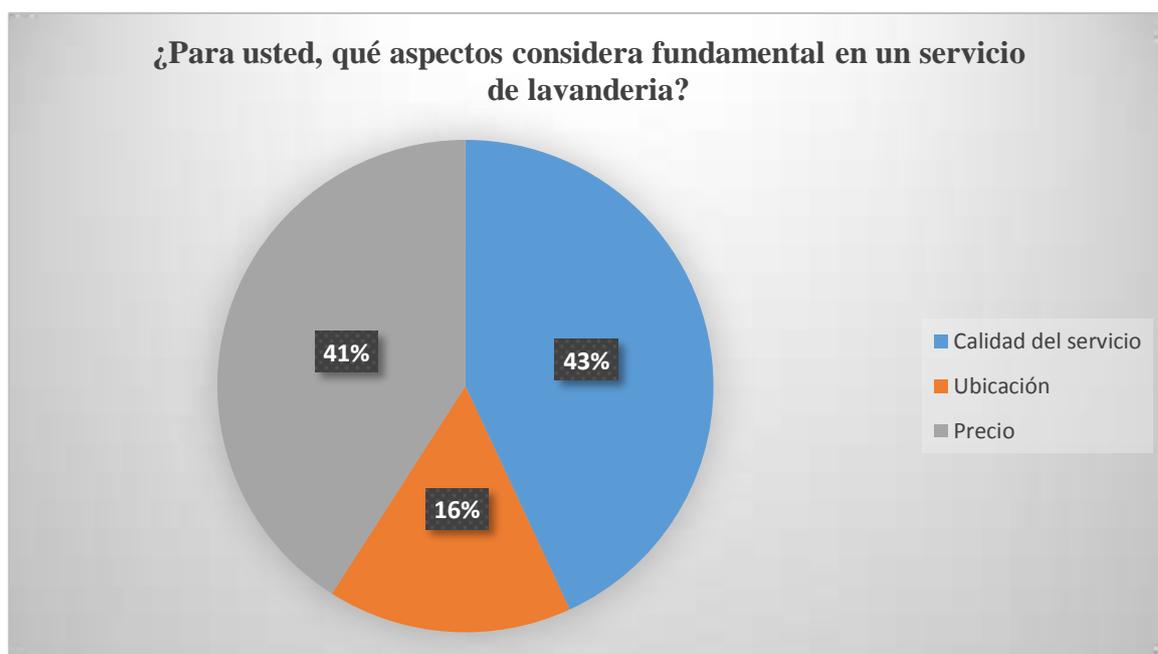


Figura 6 Aspectos fundamentales de una lavandería

Los resultados expresados por la presente pregunta fueron los siguientes; un 43% de los encuestados creen que el aspecto fundamental dentro de una lavandería debería ser la calidad del servicio que se vaya a prestar, mientras un 16% creen que la ubicación debería ser fundamental; y finalmente un 41% creen que lo importante debería ser el precio.

6. ¿En una lavandería usaría el tipo de lavado en seco?

Tabla 6 Lavado a seco

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	190	51
No	186	49
TOTAL	376	100

Fuente: Encuestas efectuadas a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor



Figura 7 Lavado a seco

A través de los datos obtenidos se puede observar que el 51% de los encuestados de la ciudad de Babahoyo afirman que usarían el tipo de lavado en seco; mientras que el 49% de los encuestados consideran que no lo usarían ya que creen que no es necesario para ellos.

7. ¿En caso de utilizar un servicio de lavandería, como estaría dispuesto a que le cobren por el servicio?

Tabla 7 Cobro del servicio de lavado

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Por prendas	371	99
Por libras	5	1
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor



Figura 8 Cobro por servicio de lavado

A través de la presente pregunta expuesta podemos observar que el 99% de los encuestados creen que en caso de utilizar un servicio de lavandería estarían dispuestos a pagar por prendas; mientras que un 1% creen que sería mejor cancelar el servicio de lavandería por libras.

8. ¿Cómo calificaría usted la idea de una lavandería con los servicios de lavado y transporte de prendas?

Tabla 8 Aceptación del servicio a domicilio

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Excelente	286	76
Muy buena	40	11
Buena	50	13
Regular	0	0
Mala	0	0
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor



Figura 9 Aceptación del servicio a domicilio

Se puede observar que el 76% de las personas encuestadas consideran que sería una excelente idea la implementación de un servicio de lavandería y transporte de prendas; mientras que un 11% lo califica como muy bueno; y un 13% cree que sería bueno la implementación de este servicio.

**9. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor adicional por el servicio a domicilio
(entiéndase al retiro y entrega de las prendas)?**

Tabla 9 Pago adicional por servicio a domicilio

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	371	99
No	5	1
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

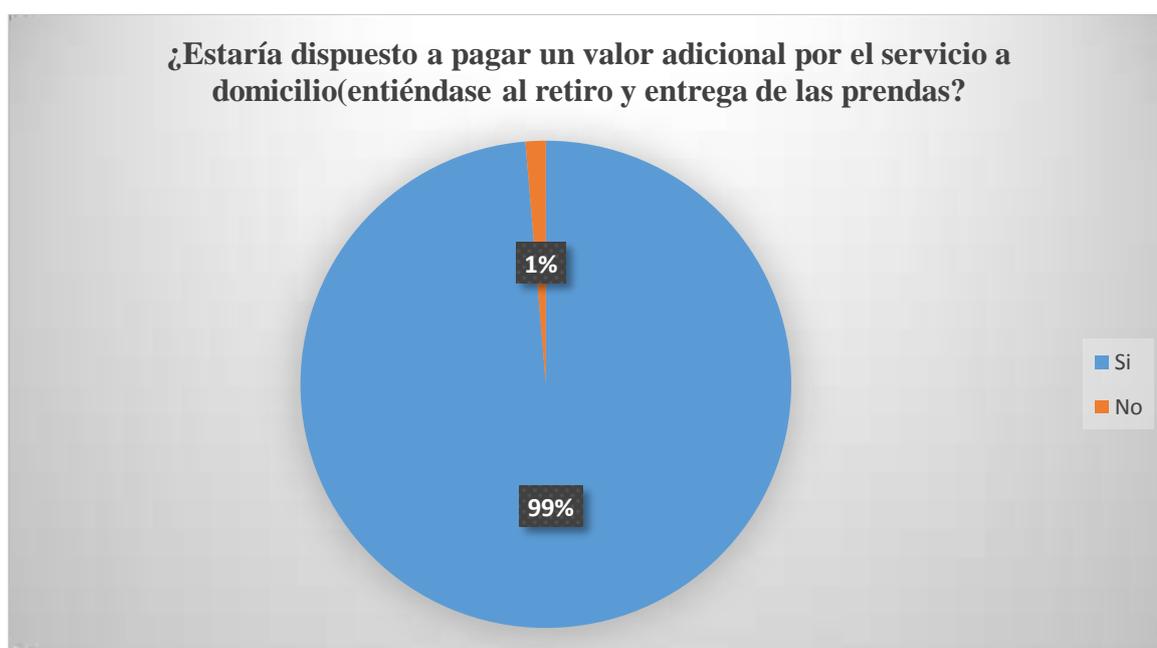


Figura 10 Pago adicional por servicio a domicilio

A través de la encuesta realizada a los habitantes del cantón Babahoyo se puede observar que el 99% de los encuestados consideran que es una buena idea y estarían dispuestos a pagar un valor adicional para que les lleven las prendas a su domicilio; mientras el 1% no cree que sería tan buena idea.

10. ¿Confiaría sus prendas a una lavandería?

Tabla 10 Confiaría sus prendas a una lavandería

Alternativas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	376	100
No	0	0
TOTAL	376	100

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

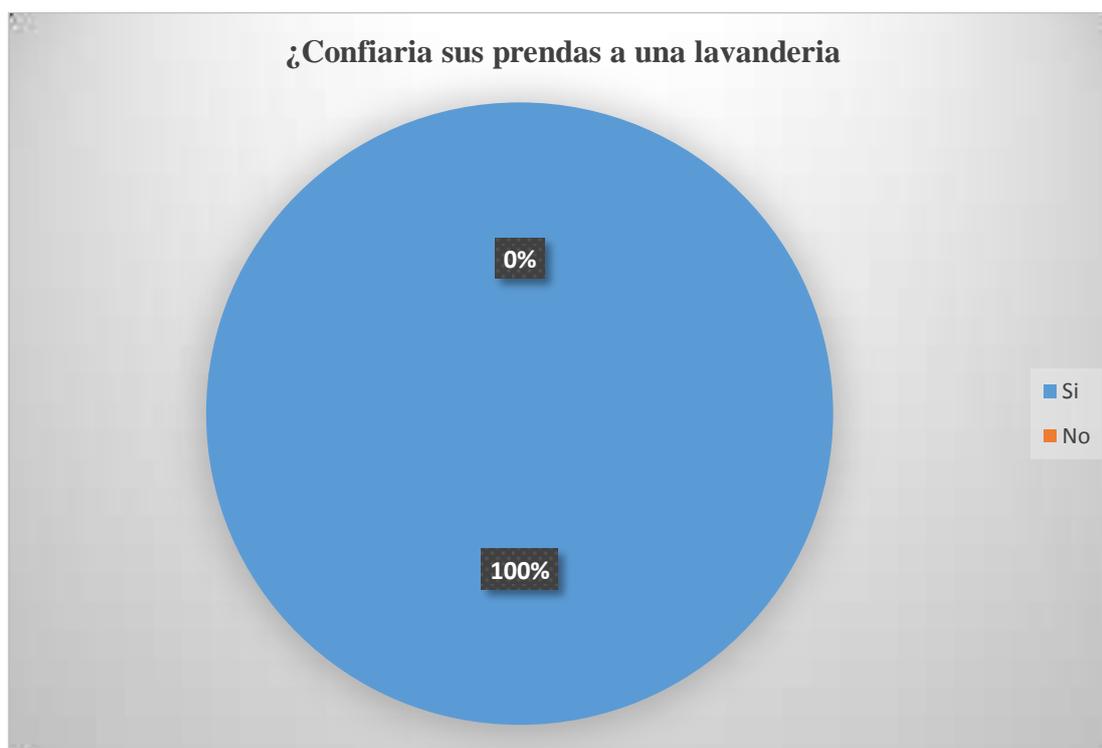


Figura 11 Confiaría sus prendas a una lavandería

Se puede observar a través de los datos obtenidos que el 100% de las personas encuestadas del cantón Babahoyo consideran que estarían dispuestos utilizar los servicios de lavandería y que confiarían plenamente sus prendas en una lavandería.

1.3.5. Informe ejecutivo

Para la ejecución de este emprendimiento se utilizó como instrumento de recolección de datos una encuesta la cual fue formada por un total de 10 preguntas y aplicada a un total de 376 habitantes del cantón Babahoyo. Las encuestas fueron realizadas en diferentes lugares de la ciudad para poder recolectar datos con la mayor precisión posible. Entre los resultados más relevantes se obtuvieron que:

- ❖ La mayoría de personas tienen conocimiento de los servicios que ofrece una lavandería, esto cuenta a nuestro favor debido que no seremos un servicio nuevo que tenga un tiempo de adaptación en la mente del consumidor.
- ❖ Sobre el lavado en seco que es usado para prendas especiales un total de 51% indicaron que si necesitan ese servicio por la actividad que realizan.
- ❖ Un mayor número de personas indicaron que estarían dispuestas a usar los servicios de lavandería por lo tanto es factible la implementación de la misma,
- ❖ y además, por las actividades que realizan que no le dejan mucho tiempo disponible un 76% ve de forma excelente la implementación del servicio de transporte de sus prendas, adicional 99% mencionaron que estarían dispuestos a pagar un valor adicional por el servicio de retiro y entrega a domicilio, debido que esto le beneficia al ocupar en otras actividades el tiempo que invertirían acudir a la lavandería para llevar y recoger sus prendas.
- ❖ Con un 43% el aspecto más importante que los usuarios ven en una lavandería es la calidad del servicio, esto encierra aroma, atención y agilidad.

Por los análisis de los datos recogidos en las encuestas se considera que la implementación de una lavandería sería acogida de forma rápida en el mercado.

1.3.6. Análisis de la competencia

En las competencias existentes en el mercado para este emprendimiento se tiene que dar a notar varios aspectos como que: ciertos de estos establecimientos se localizan en el centro de la ciudad y otros están situados en partes no tan visibles de la urbe, por lo que no son tan conocidos ni accesibles para los clientes que no tengan a disposición autos o motos, además, al estar ubicados en partes distantes no se les hace fácil el uso de ese servicio para las personas que estudian o trabajan. La diferenciación con la que este proyecto busca la aceptación y sobresalir es que contara con el servicio adicional de traslado a domicilio de las prendas a lavar para que sus usuarios no tengan que movilizarse y puedan hacer otras actividades mientras esperan el retiro y posterior entrega de sus prendas.

2. CAPÍTULO II. DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Descripción del emprendimiento

2.1.1. Giro del negocio

La lavandería “Espumels” se dedicará al lavado de prendas de vestir variadas, así como también el lavado de prendas textiles cuyo uso es de cuartos, además incorporando el lavado en seco para ropas especiales y un servicio de transporte de prendas de puerta a puerta, buscando tener una garantía e impacto entre los usuarios con respecto al cuidado, higiene y fragancia que tendrán sus prendas al ser entregadas, además de poseer el uso de productos no dañinos para la piel y con olores agradables.

Se caracterizará por poseer entre sus filas un equipo de profesionales de alta gama en el área de marketing, atención al cliente enfocados en impulsar el reconocimiento del nombre de esta lavandería en toda la ciudad de Babahoyo. La lavandería contara con altos conocimientos

en técnicas de lavado enfocados en la unión de los factores como el compromiso, la rentabilidad, la eficiencia y la economía.

2.1.2. Razón social

La razón social es, jurídicamente, el nombre con el que se va a conocer a la empresa. Es única, por lo que debe ir claramente expresada en el documento que constituye de la empresa. De esta manera, la razón social de una empresa viene a representar la característica primordial. (Rentería, 2016)

Este emprendimiento tendrá por razón social el nombre de “Espumels” siendo este una modificación y referencia a la palabra espuma que es la que se crea del jabón al lavar la ropa, adaptada al lenguaje coloquial, lo cual provoca que se convierta en un nombre fácil de recordar.

The logo consists of two lines of text. The top line reads 'LAVANDERÍA' in a blue, outlined, sans-serif font. The bottom line reads 'ESPU MELS' in a red, bold, sans-serif font. The word 'ESPU' is smaller and positioned to the left of the large 'M', and 'ELS' is smaller and positioned to the right of the large 'M'.

Figura 12 Razón social

2.1.3. Isologo

“El isologo es la representación visual de una marca que unifica imagen y tipografía en un mismo elemento. Por supuesto: se puede leer.” (Del Pozo, 2015, pág. 7)

El isologo lo componen la parte gráfica o ícono y también la parte textual, uno integrado al otro. Por separado no podrían funcionar, pero unidos dan una idea clara del negocio. Está diseñado de una manera sencilla y delicada, en base a lo que una lavandería representa para el sub-consciente del consumidor. Se utiliza el perfil de una lavadora como indicador de lo que trata principalmente el emprendimiento, a la derecha se encuentra la imagen de unas rosas como indicador de frescura y aroma, y, a la izquierda la imagen de una motoneta haciendo referencia el servicio adicional a domicilio que se brindará a los usuarios. Situado en el centro el nombre del negocio, obteniendo así una imagen empresarial suave y llamativa.



Figura 13 Isologo

2.1.4. Slogan

El eslogan es un concepto que dispone de una utilización extendida en los ámbitos publicitario y político porque consiste en un lema o frase breve, fácil de recordar, y que en cualquiera de los contextos mencionados es instalada con la misión de identificar con ella a alguien o a algo. (Ucha, 2014)

El slogan es la frase que acompaña a la marca del negocio e intenta llamar la atención del consumidor, dándole valor y reconocimiento, en este caso es la siguiente:

“LIMPIEZA Y FRAGANCIA EN TODO MOMENTO”

Figura 14 Slogan

El objetivo de esta frase es indicar al cliente que sus prendas serán lavadas y aromatizadas con productos de excelente calidad que perdurarán su olor en las prendas.

2.1.5. Productos

Tabla 11 Servicios ofertados

Lavandería “Espumels”	
Servicio	Descripción
<p>Lavado en seco</p> 	<p>Este tipo de lavado es un lavado especial que se lo realiza a cierto tipo de prendas cuya etiqueta indique que se debe de lavar a seco y no pueden ser sumergidas en agua debido que se deteriora su color, se encogen o deforman. Las prendas más comunes con este tipo de requerimiento al momento de ser lavado son los sacos, chalecos, blazer, entre otros.</p>
<p>Lavado de prendas de vestir y demás textiles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Prendas de vestir ❖ Edredones ❖ Sabanas ❖ Colchas ❖ Toallas 	<p>Es la acción normal de lavar todo tipo de textil que pueda ser lavado con agua sin el peligro que se altere su tamaño o textura.</p>

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

2.2. Fundamentación gerencial del emprendimiento

La administración gerencial de este emprendimiento tiene a bien saber encaminar todas las funciones de organización e implementar diversas estrategias de mercadeo bajo los conceptos de dirección, liderazgo y comunicación que permitan a la lavandería generar niveles de reconocimiento y aceptación favorables, para poseer un nivel de ingreso alto.

2.2.1. Misión

La lavandería “Espumels” tendrá la siguiente misión empresarial.



Figura 15 Misión

2.2.2. Visión

La lavandería “Espumels” tendrá la siguiente visión empresarial.



Figura 16 Visión

2.2.3. Valores

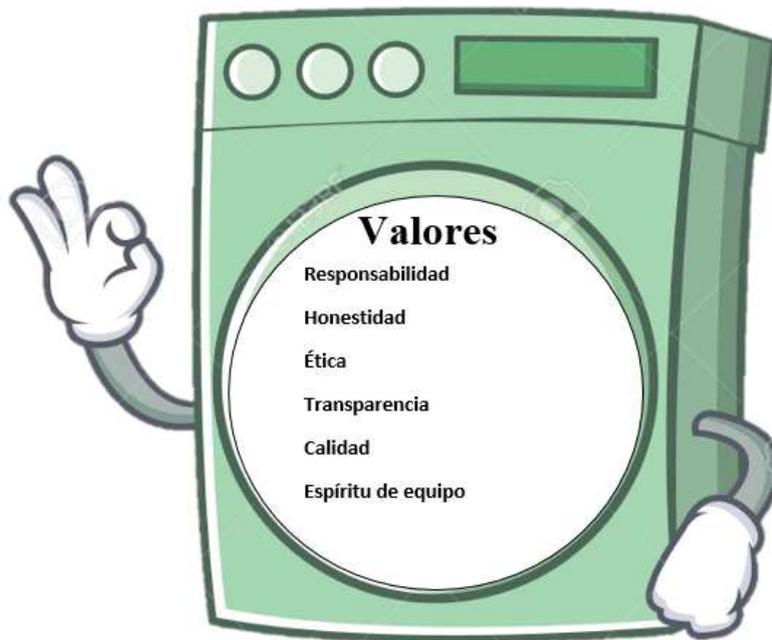


Figura 17 Valores

Responsabilidad: Le garantizamos el completo cuidado de sus prendas, entregadas en la fecha, hora y lugar acordado.

Honestidad: Infundir en nuestros empleados la honestidad en todos los ámbitos; fuera y dentro del establecimiento, cuidando así la integridad de nuestro nombre.

Ética: Tenemos el conocimiento para responder con idoneidad a las necesidades de nuestros clientes.

Transparencia: Respetar nuestro compromiso con los clientes, usando los mejores productos para la realización de nuestro servicio.

Calidad: Ofrecer un servicio altamente calificado, que cubra las expectativas de los usuarios en todos los aspectos posibles.

Espíritu de equipo: Desarrollamos y lideramos con espíritu de equipo, para lograr armonía en nuestra empresa, y, la satisfacción del cliente.

2.2.4. Política de calidad

Cumplir permanentemente con los tiempos establecidos para brindar el servicio a los clientes.

2.2.5. Objetivos empresariales

- Alcanzar plenamente la satisfacción de todos los clientes de nuestro servicio de lavado, teniendo en consideración sus sugerencias para permitir el ofrecimiento de una atención de calidad y respuesta inmediata que sobrepase las expectativas del usuario.

- Crear una empresa dedicada a ofrecer servicios de lavado y secado de prendas de vestir y cualquier otro tipo de prendas en condiciones de ser lavado.

2.2.6. FODA

El FODA es una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que posees sobre el negocio. Es decir, estudia la situación de una empresa u organización a través de sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, tal como indican las siglas de la palabra y, de esta manera planificar una estrategia a futuro. (Cafferri, 2019)

Tabla 12 FODA

Matriz FODA		
	Internas	Externas
Positivas	<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Implementación del servicio a domicilio. ❖ Calidad de servicio ❖ Clima laboral agradable ❖ Personal capacitado ❖ Gran cantidad de usuarios ❖ Publicidad por redes sociales. 	<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Calidad de servicio ❖ Incorporar nuevos servicios. ❖ Ubicación geográfica ❖ Captación rápida de la población ❖ Relación con las tiendas mayoristas. ❖ Excelente marketing en redes. ❖ Incrementar la cartera de clientes.
Negativas	<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Ingreso en el mercado como emprendimiento nuevo ❖ Desgaste de maquinaria ❖ Precio competitivo 	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Entrada de nuevos competidores. ❖ Crecimiento lento ❖ Incremento en los precios de los materiales a usar. ❖ Nuevas políticas de saneamiento.

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

2.3. Estructura organizacional y funcional

2.3.1. Organigrama estructural

Se trata de una representación gráfica de la empresa u organización a que se refiera configurada como un diagrama jerárquico y funcional. Es decir, en el que se representan los distintos cargos de la compañía, comenzando por los más altos. Suelen establecerse bloques según las funciones u otros criterios. (González, 2018)

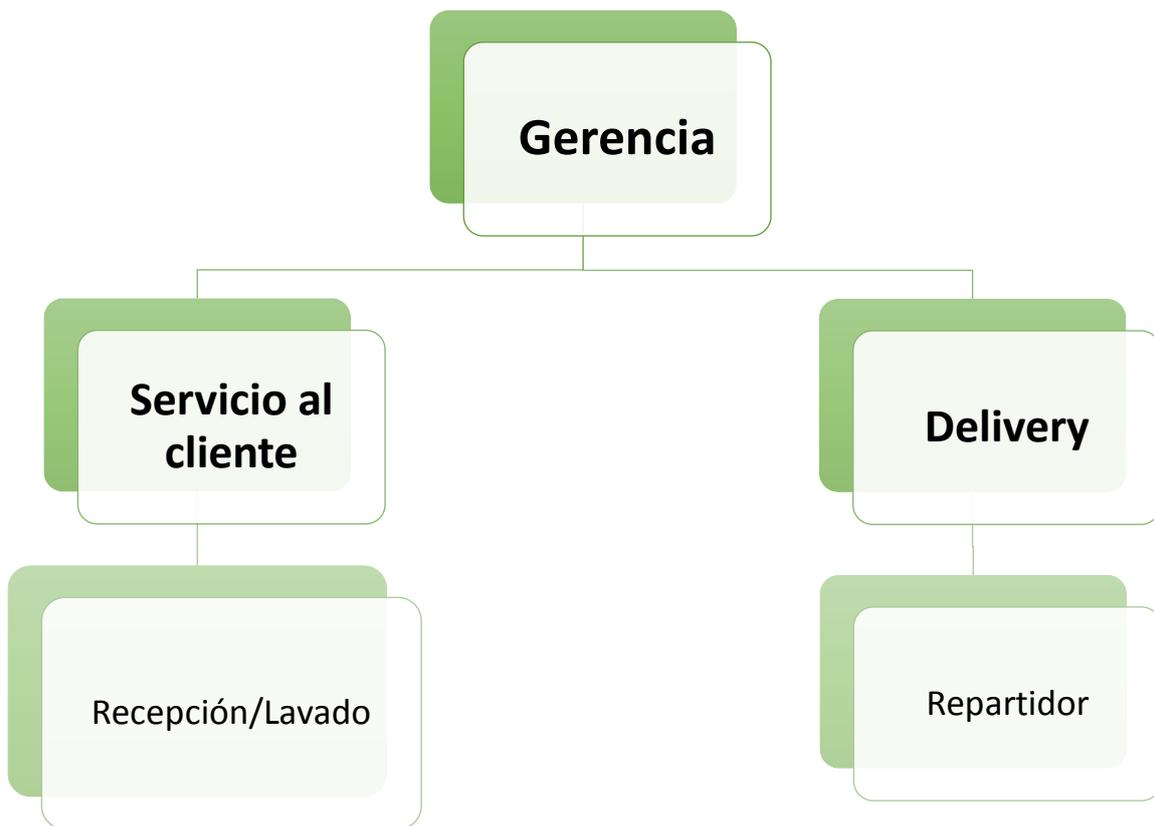


Figura 18 Estructura gerencial

2.3.2. Análisis y diseño de puestos

Tabla 13 Análisis y diseño de puestos

Cargo	Funciones	Requisitos
Gerente	Encargado de llevar a cabo las funciones de organización, planificación, dirección y control de todas las actividades que se deban hacer dentro de la empresa, establecer objetivos, marcar desempeños y trazar el control adecuado para lograr el alcance de los objetivos empresariales.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estudios universitarios o técnicos. ❖ Títulos en comercio o en administración de empresas. ❖ Estudios adicionales de computación y contabilidad. ❖ Poseer agilidad en la toma de decisiones, capacidades analíticas y capacidades de negociador.
Recepción/Lavado	<p>Destinada para que atienda las solicitudes del servicio ya sea de manera directa en el local o indirecta por llamadas telefónicas o mensajes en redes sociales.</p> <p>Recibir el pago del cliente.</p> <p>Receptar la ropa de los clientes, etiquetarla con el nombre.</p> <p>Encargado del control de productos a usar en las lavadas, tiempo de lavado y secado de la ropa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mayor de edad ❖ Título de bachiller o superior. ❖ Conocimiento en matemática básica. ❖ Estudios adicionales en computación. ❖ Conocimiento en atención al cliente. ❖ Predisposición y buen carácter. ❖ Conocimiento en productos o técnicas a usar en el lavado de diferentes tipos de textiles.
Repartidor	Encargado del manejo de un vehículo destinado para el uso de retiro y posterior entrega de la ropa limpia al cliente cuando este solicite de dicho servicio.	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Título de bachiller o superior. ❖ Licencia de conducción. ❖ Vehículo motorizado. ❖ Conocimiento en matemática básica. ❖ Conocimiento en atención al cliente. ❖ Predisposición y buen carácter. ❖ Conocer las calles de la ciudad de Babahoyo.

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

2.3.3. Proceso de reclutamiento

Para llevar a cabo este proceso se buscará proponer las ofertas de nuestras plazas de trabajo de las siguientes formas:

Fuentes

- ❖ Anuncio publicitario.

Medio

- ❖ Círculo familiar
- ❖ Volantes
- ❖ Redes sociales

2.3.4. Proceso de selección

Después de ejecutado el proceso de reclutamiento viene el de selección, este proceso es el más importante y se lo debe analizar detalladamente debido que es en este punto donde se escogerá al personal que va a laborar en la lavandería. Y posee diversas fases.

1. Recepción de candidatos.

Este punto se reciben todas las carpetas de las personas que desean ocupar los puestos ofertados por parte de la lavandería

2. Preselección de aspirantes

Esta fase se preselecciona a todos los candidatos que encajen con el perfil que se solicitó, por medio de la verificación de documentos adjuntados, para su posterior llamado.

3. Entrevista

El punto donde recién se conocerá la persona que postulo con el ofertante, en este paso se realizará aparte de una pequeña entrevista, una prueba de actitud y de destreza para conocer si la persona esta apta para cubrir el puesto que solicita.

4. Proceso de decisión.

Una vez culminado los procesos anteriores, el contratante ya posee una idea clara de cuáles serán las personas llamadas a trabajar en la lavandería.

5. Capacitación

Finalmente, cuando ya se ha seleccionado al personal que formara parte de la lavandería el siguiente paso es procurar que se adapte lo más pronto posible a la empresa es por esto que se lo debe capacitar para que tenga un correcto desempeño en el puesto de trabajo.

3. CAPÍTULO III. MODELO DE NEGOCIO

Tabla 14 Canvas

8. SOCIOS CLAVES Proveedor de insumo: Detergentes Suavizantes. Proveedor de equipos y maquinaria Entidad financiera que facilitara el crédito.	7. ACTIVIDADES CLAVES Publicidad Diseñar proceso de servicio al cliente Buena gestión de servicio a domicilio	2. PROPUESTA DE VALOR Precios accesibles Retiro y entrega a domicilio Calidad de productos a usar Variedad de aromas Accesibilidad y comodidad Servicio de lavado en seco para prendas especiales.	4. RELACIONES CON LOS CLIENTES Asistencia personalizada Atención post-venta Promociones Cumplimientos con los tiempos acordados.	5. SEGMENTO DE CLIENTES Todas aquellas personas que buscan lavar sus prendas y no cuentan con lavadora en casa o tiempo para realizar esta actividad.
	6. RECURSOS CLAVES Personal capacitado Social media Infraestructura Activos del negocio		3. CANALES DE COMERCIALIZACION Social media Lavandería Servicio a domicilio	
9. ESTRUCTURA DE COSTE Pago de sueldo Pago de servicio básico (luz, agua, internet) Compra de equipo Pago de préstamo Pago de alquiler del local compra de insumo			5. FUENTE DE INGRESO Servicio de lavado Servicio a domicilio	

3.1. Segmento de mercado

El segmento de mercado a quien está dirigido este emprendimiento son los jóvenes y adultos de la ciudad de Babahoyo, quienes basados en sus labores el emprendimiento tiene acogida, funcionabilidad y oportunidad de crecer. Los usuarios incluyen todo tipo de género los cuales incluyen todo tipo de género los cuales no cuentan con lavadoras en sus hogares o tiempo para realizar esta actividad y estén aptos para poder percibir un ingreso y a la misma vez adquirir nuestro servicio de lavado y secado de su ropa y textiles.

3.2. Productos y servicios como propuesta de valor

La microempresa Espumels se dedica al lavado y secado de prendas y ropas obteniendo sus ingresos de dicha actividad. Adicionalmente se ofrecerán los servicios complementarios a nuestros potenciales clientes de:

Precios accesibles

Los usuarios podrán solicitar el servicio de lavado sin que les resulte una gran inversión debido a que nuestros precios se mantendrán estandarizados para que les sea muy fácil costearlos.

Servicio de entrega a domicilio

Contará con un servicio de recolección y entrega a domicilio siempre y cuando el cliente lo solicite previamente.

Calidad de productos a usar y variedad de aromas

Los productos que se usaran en la lavandería serán lo de mejor calidad que no maltrate la ropa, la deja suave y con un aroma que perdure por un largo periodo de tiempo. Además, estos aromas que tendrán las prendas se podrán personalizar, el usuario escogerá que fragancia desea.

Accesibilidad y comodidad

En la lavandería Espumels los usuarios podrán acceder a los servicios del negocio, así como saber los precios y horarios de atención por medio del uso de nuestra red social desde la comodidad de su hogar.

Servicio de lavado en seco para prendas especiales

Para las prendas que no se puedan lavar de forma regular mediante el uso de agua, para mayor comodidad de nuestros clientes se implementara el servicio de lavado en seco.

3.3. Canales de comercialización

Existen dos canales de comunicación con los clientes que son directa e indirectamente.

La empresa utilizara ambos canales de comercialización

Directo: Este se dará cuando el cliente visite las instalaciones de la lavandería y permitirá estar en contacto constante con él, conocer sobre sus necesidades, dudas, exigencias

y todo lo que ayude a distinguir mejor las preferencias del mercado meta, permitiendo anticiparse antes que el público necesite.

Indirecto: Esto se realizará de dos maneras la primera será por medio de mensajes en las redes sociales, donde el cliente podrá escribir para solicitar información sobre el servicio y si desea tendrá la posibilidad de contratar el servicio de traslado a domicilio de la ropa, siendo esta la segunda manera.

3.4. Relaciones con los clientes

Para mantener una excelente relación con el cliente la lavandería Espumels se centrara en tener las prendas listas para la hora pactada previamente con el cliente con el fin de que no existan inconformidades por el servicio por demorar debido que esto genera retrasos en las demás actividades de los usuarios, además se tendrá una atención post-venta sobre la satisfacción del cliente con el servicio.

Promociones

La micro empresa realizara diversas promociones como descuentos a nuestros clientes frecuente, si trae cierta cantidad de prendas a lavar habrá unas en específico que no tendrán costo alguno, otro ejemplo podrá ser por medio del registro en una tabla la cual se le tachara un casillero cada vez que la persona use el servicio, al llenar una fila se le ofrecerá un lavado de ciertas prendas gratis y entre más avance en las filas mayores serán las prendas a lavar gratis.

3.5. Fuentes de ingreso

La micro empresa Espumels contara con ingreso por:

- **Servicios de lavado y secado de ropa.** El servicio de lavado que se ofrecerá es el lavado normal de textiles y el lavado en seco que es aplicado para ropas especiales que posean los clientes.
- **Servicio de transporte de ropa a domicilio.** Este servicio que se ofertara contara en el retiro y entrega de la ropa en la puerta del cliente, tras previa solicitud de el mismo con ubicación y hora de retiro.

3.6. Activo para el funcionamiento del negocio

La empresa se servicio de lavandería para su correcto funcionamiento hará uso de recursos físicos. A continuación, se detalla todos los activos necesarios para el funcionamiento del negocio.

Tabla 15 Activos para el funcionamiento del negocio maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipos			
Descripción	Cantidad	Precio	Total
Lavadora 19kg 42 lb	1	649,99	649,99
Lavadora 7kg	1	180,00	180,00
Máquina de lavado en seco	1	3800,00	3800,00
Secadora 19 kg 42 lb	2	489,99	979,98
Laptop	1	300,00	300,00
Balanza	1	34,89	34,89
	Total		5.944,86

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 16 Activo para el funcionamiento del negocio muebles

Muebles y Enseres			
Descripción	Cantidad	Precio	Total
Mesa	1	15	15
Escritorio	1	40	40
Sillas	2	7	14
Canastos	15	1	15
	Total		84,00

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

3.7. Actividades del negocio

Entre las actividades claves del negocio se tiene la realización de publicidades por medio de las redes para que los servicios de la lavandería se extiendan y atraer más clientes.

Se diseñará estructuradamente el proceso que se tendrán para brindar servicio al cliente y se ejecutara una buena gestión de servicio a domicilio para que no existan inconformidades y los usuarios sigan contando del mismo.

3.8. Red de socios

La micro empresa contara con una red de socios que permitirá ofrecer un mejor servicio e implementación de equipos, como son los proveedores de insumos acordes a la calidad requerida en los productos a utilizar como es el comercial Dismero o Megaproprinec considerados los locales al mayorista más reconocidos de la ciudad y la entidad financiera que otorgue el crédito como lo será Ban Ecuador. La adquisición de las maquinas se lo hará a través los locales comerciales de línea blanca y otros por medio de la página web conocida como mercado libre (ecuador).



Figura 19 Red de socio Dismero



Figura 20 Red de socio Mega Proprinec



Figura 21 Red de socio financiero



Figura 22 Red de socio Mercado Libre

3.9. Estructura de costos

- ❖ Sueldos y salarios
- ❖ Agua
- ❖ Luz
- ❖ Alquiler
- ❖ Internet
- ❖ Detergentes
- ❖ Suavizantes
- ❖ Gasolina
- ❖ Cinta
- ❖ Hilo

4. CAPÍTULO IV. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DEL EMPRENDIMIENTO

4.1. Factibilidad Técnica

La lavandería “Espumels” usará para su funcionamiento recursos y maquinarias disponibles en el mercado nacional sin la necesidad de importar e incurrir en gastos excesivos, además, usara recursos e insumos que se pueden encontrar con mucha facilidad en varios puntos de ventas dentro de la ciudad de Babahoyo, esto permitirá al administrador y sus empleados a tener el control de los pedidos y un stock disponible permanentemente con los recursos que la lavandería usara para continuar con su funcionamiento y servicio de calidad encaminado a la satisfacción de sus clientes.

Capital de trabajo

Tabla 17 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCION	Cantidad	Precio	VALOR
Detergente	2	10	20
Suavizante	2	6	12
Funda	17	1,15	19,55
Cinta	1	0,8	0,8
Hilo	5	2	10
Remuneraciones			1.947,77
CAPITAL DE TRABAJO PRODUCCIÓN			2.010,12

4.1.1. Localización del emprendimiento

Para tratar de captar indirectamente el mercado de los estudiantes la lavandería “Espumels” estará ubicado estratégicamente en la ciudadela El Chorrillo, debido que se encontrará dentro de un sector donde existen cuartos de alquiler para estudiantes, los mismos que no cuentan con el tiempo necesario para lavar sus prendas debido a sus estudios.

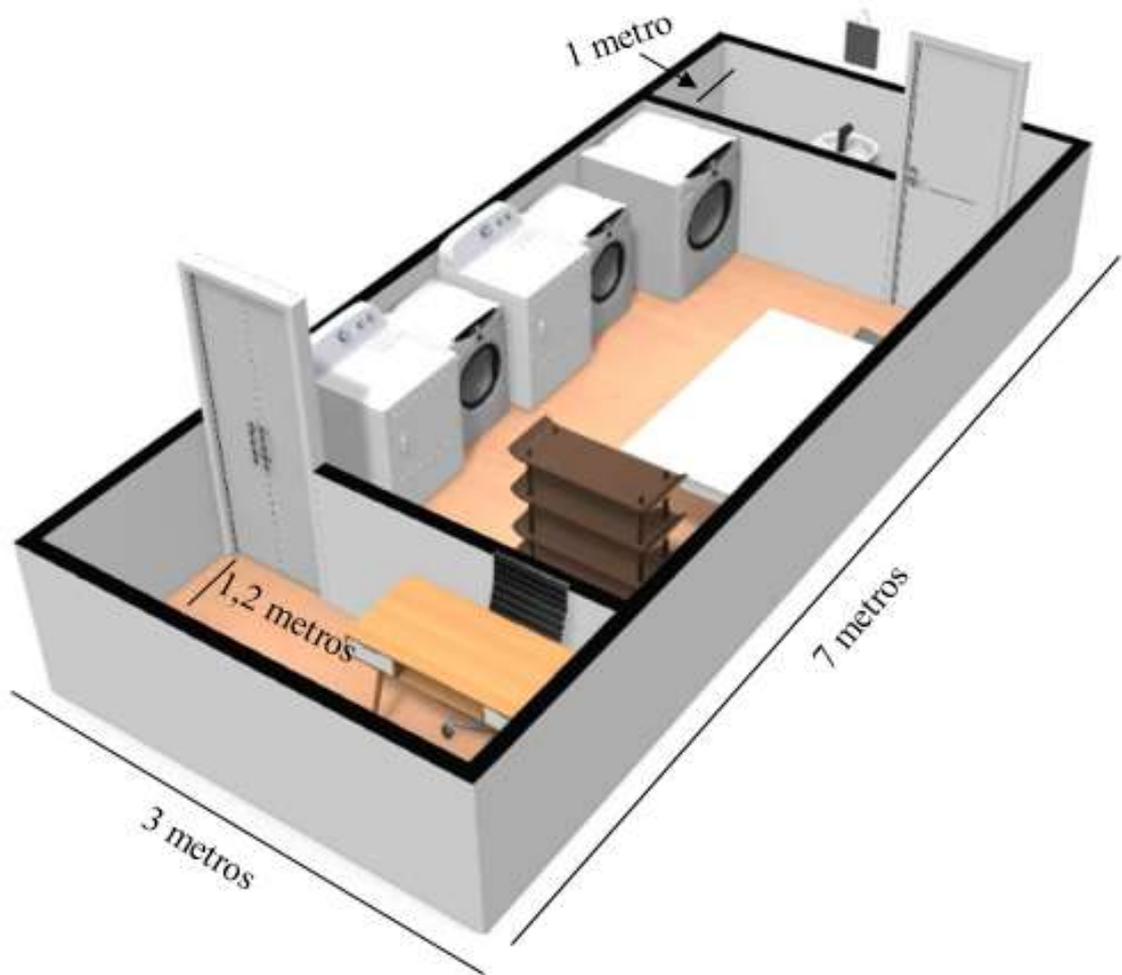


Figura 24 Diseño interno del local

4.1.3. Aspectos legales

Para que la lavandería pueda ejercer sus funciones con normalidad y de forma legal deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- ❖ Obtener el RUC
- ❖ Registro de patente del municipio
- ❖ Permisos municipales obligatorios
- ❖ Permiso del cuerpo de bomberos

4.2. Factibilidad Financiera

Culminado el estudio financiero del emprendimiento se obtiene los siguientes resultados:

Capital de trabajo

Tabla 18 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO			
DESCRIPCION	Cantidad	Precio	VALOR
Detergente	2	10	20
Suavizante	2	6	12
Funda	17	1,15	19,55
Cinta	1	0,8	0,8
Hilo	5	2	10
Remuneraciones			1.947,77
CAPITAL DE TRABAJO PRODUCCIÓN			2.010,12

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla inversión inicial

Tabla 19 Inversión inicial

INVERSION INICIAL DEL PROYECTO				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
INFRAESTRUCTURA				
Alquiler de planta	Unidad	1	400,00	400,00
Adecuación	Unidad	1	100,00	100,00
Subtotal				500,00
Maquinarias				
Lavadora	Unidad	1	649,99	649,99

Lavadora pequeña	Unidad	1	180,00	180,00
Máquina de lavado en seco	Unidad	1	3.800,00	3.800,00
Secadoras	Unidad	2	489,99	979,98
Subtotal				5.609,97
EQUIPOS				
Laptop	Unidad	1	300	300,00
Balanza	Unidad	1	34,89	34,89
Subtotal				334,89
MUEBLES Y ENSERES				
Mesa	Unidad	1	15	15,00
Escritorio	Unidad	1	40	40,00
Sillas	Unidad	2	7	14,00
Canastos	Unidad	15	1	15,00
Subtotal				84,00
Imprevistos				
Imprevistos	Unidad	1	100	100,00
Subtotal				100,00
INVESTIGACION Y DESARROLLO				
Patente	Unidad	1	1.000,00	1.000,00
Subtotal				1.000,00
GASTOS DE CONSTITUCION				
Constitución de la compañía	Unidad	1	800,00	800,00
Subtotal				800,00
CAPITAL DE TRABAJO				
Producción	Mes	1	2.010,12	

	2.010,12
Subtotal	2.010,12
TOTAL INVERSION INICIAL	10.438,98

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Amortizaciones

Tabla 20 Amortización

CUOTA FIJA				
MONTO INICIAL				
	10.438,98			
PLAZO	5			
GRACIA TOTAL				
GRACIA PARCIAL	0			
INTERES NOMINAL	11%			
PERIODO DE PAGO	Mensual			
PERIODO	PRINCIPAL	INTERES	AMORTIZACION	CUOTA
1	10.438,98	95,69	131,28	226,97
2	10.307,70	94,49	132,48	226,97
3	10.175,22	93,27	133,70	226,97
4	10.041,52	92,05	134,92	226,97
5	9.906,60	90,81	136,16	226,97
6	9.770,44	89,56	137,41	226,97
7	9.633,04	88,30	138,67	226,97
8	9.494,37	87,03	139,94	226,97
9	9.354,43	85,75	141,22	226,97
10	9.213,21	84,45	142,51	226,97
11	9.070,70	83,15	143,82	226,97

12	8.926,88	81,83	145,14	226,97
13	8.781,74	80,50	146,47	226,97
14	8.635,27	79,16	147,81	226,97
15	8.487,46	77,80	149,17	226,97
16	8.338,29	76,43	150,53	226,97
17	8.187,76	75,05	151,91	226,97
18	8.035,84	73,66	153,31	226,97
19	7.882,54	72,26	154,71	226,97
20	7.727,82	70,84	156,13	226,97
21	7.571,69	69,41	157,56	226,97
22	7.414,13	67,96	159,01	226,97
23	7.255,13	66,51	160,46	226,97
24	7.094,66	65,03	161,93	226,97
25	6.932,73	63,55	163,42	226,97
26	6.769,31	62,05	164,92	226,97
27	6.604,39	60,54	166,43	226,97
28	6.437,97	59,01	167,95	226,97
29	6.270,01	57,48	169,49	226,97
30	6.100,52	55,92	171,05	226,97
31	5.929,47	54,35	172,62	226,97
32	5.756,86	52,77	174,20	226,97
33	5.582,66	51,17	175,79	226,97
34	5.406,86	49,56	177,41	226,97
35	5.229,46	47,94	179,03	226,97
36	5.050,43	46,30	180,67	226,97

37	4.869,75	44,64	182,33	226,97
38	4.687,42	42,97	184,00	226,97
39	4.503,42	41,28	185,69	226,97
40	4.317,74	39,58	187,39	226,97
41	4.130,35	37,86	189,11	226,97
42	3.941,24	36,13	190,84	226,97
43	3.750,40	34,38	192,59	226,97
44	3.557,81	32,61	194,36	226,97
45	3.363,45	30,83	196,14	226,97
46	3.167,32	29,03	197,93	226,97
47	2.969,38	27,22	199,75	226,97
48	2.769,63	25,39	201,58	226,97
49	2.568,05	23,54	203,43	226,97
50	2.364,62	21,68	205,29	226,97
51	2.159,33	19,79	207,17	226,97
52	1.952,16	17,89	209,07	226,97
53	1.743,08	15,98	210,99	226,97
54	1.532,09	14,04	212,92	226,97
55	1.319,17	12,09	214,88	226,97
56	1.104,29	10,12	216,85	226,97
57	887,44	8,13	218,83	226,97
58	668,61	6,13	220,84	226,97
59	447,77	4,10	222,86	226,97
60	224,91	2,06	224,91	226,97
		3.179,14	10.438,98	13.618,12

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 21 Tabla de años amortizados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Interés	1.066,39	874,61	660,65	421,92	155,57
Capital	1.657,24	1.849,01	2.062,98	2.301,70	2.568,05

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Remuneraciones

Tabla 22 Remuneraciones

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	600,00	225,23	825,23	9.902,80
Operario	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
Chofer	1	400,00	161,27	561,27	6.735,20
TOTAL	3			1.947,77	23.373,20

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Beneficios sociales

Tabla 23 Beneficios sociales

CARGO	SUELDO	BENEFICIOS MENSUALIZADOS					TOTAL
		DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL	VACACIONES	
Administrador	600,00	50,00	33,33	50,00	66,90	25,00	225,23
Operario	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27
Chofer	400,00	33,33	33,33	33,33	44,60	16,67	161,27

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Proyección de producción

Tabla 24 Proyección de producción semanal

PRODUCCIÓN SEMANAL	Semana
Lavado de Uniforme	400
Lavado de Camisas	25
Lavado de Pantalones	15
Lavado de sabanas	10

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 25 Proyección de producción mensual

PRODUCCIÓN MENSUAL	Mes
Lavado de Uniforme	1.600
Lavado de Camisas	100
Lavado de Pantalones	60
Lavado de sabanas	40

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 26 Proyección de producción anual

PRODUCCIÓN ANUAL	2019	2020	2021	2022	2023
Lavado de Uniforme	19.200,00	22.080,00	26.496,00	31.795,20	38.154,24
Lavado de Camisas	1.200,00	1.380,00	1.656,00	1.987,20	2.384,64
Lavado de Pantalones	720,00	828,00	993,60	1.192,32	1.430,78
Lavado de sabanas	480,00	552,00	662,40	794,88	953,86

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 27 Costo de producción

		2019	2020	2021	2022	2023
COSTO DE PRODUCCIÓN EN DOLARES	COSTO UNITARIO	COSTO VARIABLE				
Lavado de Uniforme	0,040	759	873	1.047	1.257	1.508
Lavado de Camisas	0,025	30	35	41	50	60
Lavado de Pantalones	0,025	18	21	25	30	36
Lavado de sabanas	0,300	144	166	199	238	286
		951	1.094	1.312	1.575	1.890

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Proyección de ventas

Tabla 28 Proyección de ventas semanales

VENTA SEMANAL	2019
Lavado de Uniforme	400
Lavado de Camisas	25
Lavado de Pantalones	15
Lavado de sabanas	10

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 29 Proyección de ventas mensuales

VENTA MENSUAL	2019
Lavado de Uniforme	1.600
Lavado de Camisas	100
Lavado de Pantalones	60
Lavado de sabanas	40

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 30 Proyección de ventas anuales

VENTA ANUAL	2019	2020	2021	2022	2023
Lavado de Uniforme	19.200,00	22.080,00	26.496,00	31.795,20	38.154,24
Lavado de Camisas	1.200,00	1.380,00	1.656,00	1.987,20	2.384,64
Lavado de Pantalones	720,00	828,00	993,60	1.192,32	1.430,78
Lavado de sabanas	480,00	552,00	662,40	794,88	953,86

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tabla 31 Ventas en dólares

		2019	2020	2021	2022	2023
VENTA EN DOLARES	PRECIO DE VENTA UNITARIO	VENTA ANUAL				
Lavado de Uniforme	1,20	23.040	26.496	31.795	38.154	45.785
Lavado de Camisas	0,50	1.440	1.656	1.987	2.385	2.862
Lavado de Pantalones	0,50	864	994	1.192	1.431	1.717
Lavado de sabanas	0,60	576	662	795	954	1.145
		25.920	29.808	35.770	42.924	51.508

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Flujo de caja

Tabla 32 Flujo de caja

DETALLE	AÑO 0	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por venta		25.920,00	29.808,00	35.769,60	42.923,52	51.508,22
Costo de Producción		-950,98	-1.093,62	-1.312,35	-1.574,82	-
UTILIDAD BRUTA		24.969,02	28.714,38	34.457,25	41.348,70	49.618,44
Gastos administrativos y de ventas		-	-	-	-	-
UTILIDAD OPERACIONAL		24.105,20	24.105,20	24.105,20	24.105,20	24.105,20
Depreciación		863,82	4.609,18	10.352,05	17.243,50	25.513,24
		-581,83	-581,83	-581,83	-581,83	-
						581,83

UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	281,99	4.027,34	9.770,22	16.661,67	24.931,41
Gastos de intereses	-1.066,39	-874,61	-660,65	-421,92	-155,57
UTILIDAD ANTES DE PART. TRAB E IMPUESTO A LA RENTA	-784,40	3.152,73	9.109,57	16.239,75	24.775,84
15% de participacion de trabajadores	-117,66	472,91	1.366,44	2.435,96	3.716,38
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-666,74	2.679,82	7.743,14	13.803,79	21.059,46
25% de impuesto	-166,68	669,96	1.935,78	3.450,95	5.264,87
UTILIDAD NETA	115,31	4.697,30	11.706,00	20.112,62	30.196,28
Depreciación	581,83	581,83	581,83	581,83	581,83
INVERSION					
Investigación y Desarrollo	-1.000,00				
Gastos de constitución	-800,00				
Maquinarias	-5.609,97				-5.609,97
Infraestructura	-500,00				
Equipos	-334,89		-334,89		
Muebles y enseres	-84,00				
Suministros de oficina	-100,00				
Capital de Trabajo	-2.010,12	-2.010,12	-2.010,12	-2.010,12	-2.010,12
Recuperacion del capital de trabajo					2.010,12
Amortización de la inversión	-1.657,24	-1.849,01	-2.062,98	-2.301,70	-2.568,05
Amortizacion de los Gastos de constitucion	-160,00	-160,00	-160,00	-160,00	-160,00
Amortizacion de Inversion y Desarrollo	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00	-200,00
FLUJO DE CAJA	-10.438,98	-3.330,21	1.060,01	7.519,85	16.022,63
					24.250,21

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Tasa Interna de Retorno(TIR) – Valor Actual Neto(VAN)

		2020	2021	2022	2023	2024
VAN=	- lo	$+\frac{f1}{(1+i)^1}$	$+\frac{f2}{(1+i)^2}$	$+\frac{f3}{(1+i)^3}$	$+\frac{f4}{(1+i)^4}$	$+\frac{f5+Vs}{(1+i)^5}$
VAN=	10.438,98	$+\frac{3.330,21}{1,11}$	$+\frac{1.060,01}{1,2321}$	$+\frac{7.519,85}{1,367631}$	$+\frac{16.022,63}{1,51807041}$	$+\frac{24.853,09}{1,68505816}$
VAN=	10.438,98	+ 3.000,19	+ 860,32	+ 5.498,45	+ 10.554,60	+ 14.749,10
VAN=	18.223,31					
				TASA DE DESCUENTO	11%	
TIR=	38%					

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

Tabla 33 Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJOS	FACTOR DE DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO	FLUJO ACUMULADO
AÑO 0	-10.438,98			
2020	-3.330,21	1,11	-3.000,19	- 3.000,19
2021	1.060,01	1,2321	860,32	- 2.139,87
2022	7.519,85	1,367631	5.498,45	3.358,58
2023	16.022,63	1,51807041	10.554,60	13.913,19
2024	24.250,21	1,685058155	14.391,32	28.304,51

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

PERIODO DE
 RECUPERACION DE
 LA INVERSION = 3 AÑOS 8 MESES 2 DÍAS

Relación beneficio costo(RBC)

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = \frac{28.662,29}{10.438,98}$$

$$\text{RELACION BENEFICIO COSTO} = 2,75$$

4.3. Factibilidad Operativa

Proceso de atención al cliente

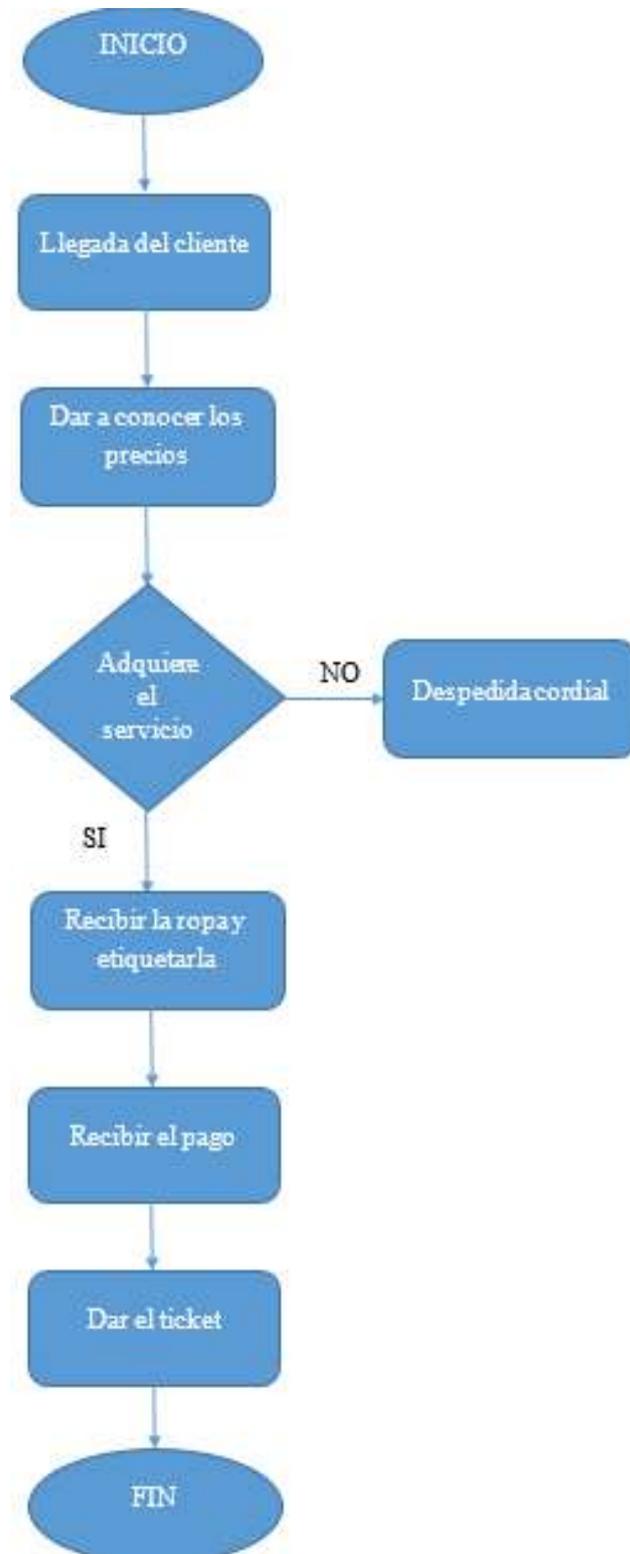


Figura 25 Diagrama de proceso de atención al cliente

Servicio a domicilio

Figura 26 Diagrama de procesos de servicio a domicilio

Proceso de compra de insumos

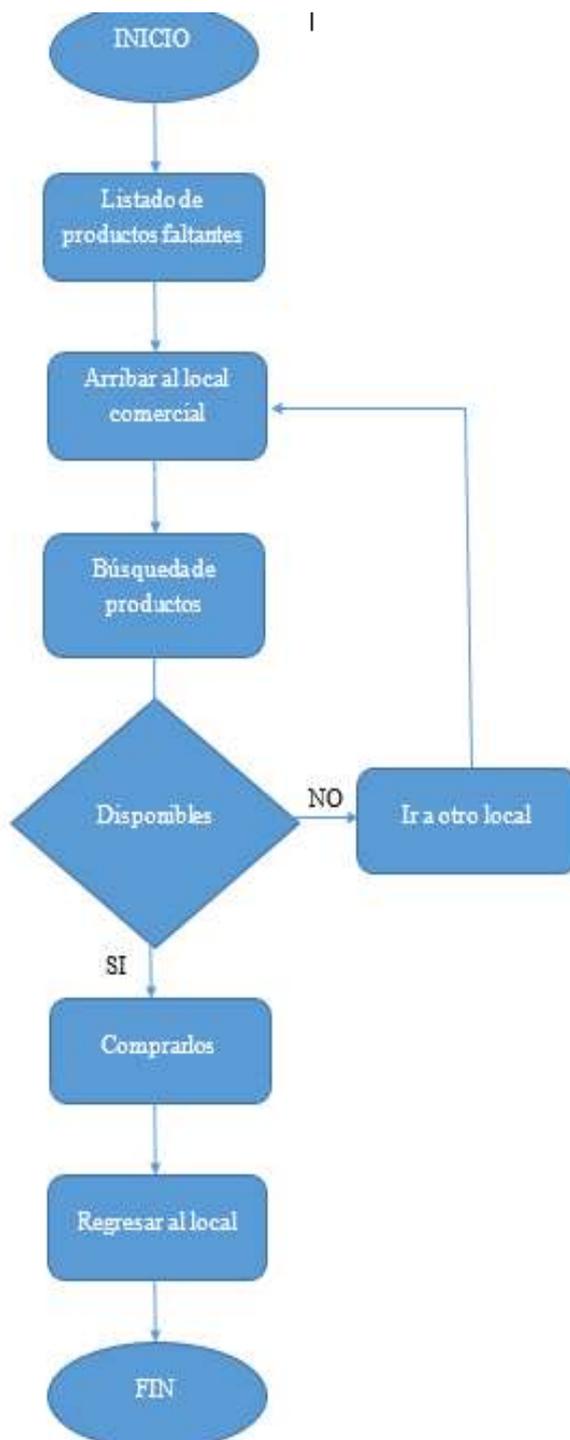


Figura 27 Diagrama de proceso de compra de productos.

4.4. Factibilidad Ambiental

Para el cálculo del grado de afectación que tendrá el medio ambiente con la implementación de la lavandería “Espumels” en todo su proceso de servicio se tomara como referencia los siguientes indicadores:

Tabla 34 Indicadores ambientales

Indicadores de afectación	Muy Bajo 1	Bajo 2	Medio 3	Alto 4	Muy Alto	Total
1) Contaminación auditiva	X					1
2) Uso racional del agua		X				2
3) Uso de productos químicos		X				2
4) Afectación de flora y fauna local.		X				2
5) Manejo de desechos	X					1
6) Contaminación de aire y suelo	X					1
7) Salud	X					1
Total	4	6				10

Fuente: Encuesta efectuada a los ciudadanos del cantón Babahoyo

Elaborado: El autor

Impacto ambiental = Total / Número de indicadores

Impacto ambiental = 10/7

Impacto ambiental = 1.43

Como es posible evidenciar la calificación total del proyecto es de 1,43 el mismo que representa un nivel bajo en el impacto ambiental la cual esta medido en una escala del 1 al 10. La calificación de la lavandería “Espumels” por impacto ambiental es mínima por ende el proyecto es viable, el servicio no produce mayores efectos contaminantes en el ambiente. Dado que los productos usados no son tóxicos para el medio ambiente ni afectará de forma negativa a la flora y fauna del lugar debido que se los líquidos se los desechará por medio del desagüe municipal y los sólidos se los tirará a la basura y sacará en las horas de recolección de basura. Los ruidos y olores que emanan las maquinas en conjunto de los productos de limpieza son mínimos.

4.5. Factibilidad Social

La factibilidad social de la lavandería “Espumels” será positiva y está demostrado por medio de la contratación de personal residente en la ciudad de Babahoyo, incrementando o mejorando la sostenibilidad económica de las familias. La lavandería laborará los 7 días de la semana lo que permitirá cubrir las necesidades de la sociedad generando un mayor impacto y reconocimiento. El emprendimiento está destinado a tener un mayor impacto y a servir de ayuda para las personas que viven cerca del sector debido que no necesitaran trasladarse largas distancias para tener un servicio de lavado de calidad con uso de buenos productos y aromas duraderos.

5. CONCLUSIONES

La presente micro empresa a través de las encuestas realizadas a los ciudadanos del cantón Babahoyo se puede determinar que tendría un resultado positivo dentro de Babahoyo ya que tuvo una buena aceptación debido a que ayudara al crecimiento económico de la ciudad; así como a su circulación de efectivo; ya que dentro de la micro empresa Espumels se usaran productos existentes en la localidad y hechos por manos ecuatorianas ayudando a la economía de nuestro país.

Por medio del resultado de las encuestas expresado anteriormente se pudo verificar una gran aceptación por parte de los ciudadanos ya que se considera aceptable socialmente en cuanto al servicio extra de entregar las prendas a domicilio; ya que afirman que sería una buena manera de optimizar el tiempo de las personas que soliciten de este servicio.

La lavandería Espumels tendrá cuidado con la ropa de los clientes y extrema dedicación al lavado de las prendas por medio de la implementación de detergentes y suavizantes de calidad que garanticen el mejor cuidado e higiene de las prendas a lavarse; además del uso de productos amables con el ambiente que permitan la preservación del ecosistema como un valor agregado de la consciencia de preservación ecológica que mantendrá la empresa.

6. RECOMENDACIONES

- ❖ Debido al resultado positivo que arrojó la investigación de las seis factibilidades investigadas a lo largo de este proyecto se recomienda llevar a cabo la implementación de este emprendimiento, puesto que arrojará buenos resultados económicos y será viable en el futuro.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bruno, G. (20 de Noviembre de 2017). *el how en español*. Obtenido de ehowenespano: https://www.ehowenespanol.com/detergente-lavar-ropa-info_206290/

Cafferri, C. (01 de November de 2019). *¿Qué es el FODA?* Obtenido de <https://www.aboutespanol.com/que-es-el-foda-2480179>

Cosmética Pedroches. (30 de Enero de 2018). Obtenido de <https://cosmeticapedroches.com/6-beneficios-del-jabon-artesanal-quizas-no-conocias/>

Del Pozo, J. (11 de Mar de 2015). *Diferencias entre logotipo, imagotipo, isotipo e isologo*. Obtenido de <https://www.somoswaka.com/blog/2015/03/diferencias-entre-logotipo-imagotipo-isotipo-e-isologo/>

Espada, B. (31 de Agosto de 2018). *MÉTODOS PARA LAVAR LA ROPA DE FORMA SOSTENIBLE*. Obtenido de <https://elblogverde.com/11-metodos-para-lavar-la-ropa-de-forma-sostenible/>

eurosanex. (25 de mayo de 2016). *eurosanex*. Obtenido de [/www.eurosanex.com](http://www.eurosanex.com)

González, A. (11 de enero de 2018). *Organigrama estructural*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/organigrama-estructural.html>

Meza, S. (2015). *¿Cómo se lavaba la ropa en el s. XVIII?* *myheritage*.

Neoquim. (s.f.). *neoquim*. Obtenido de <https://www.neoquim.com/el-jabon/>

Neoquim. (29 de enero de 2016). *neoquim*. Obtenido de <https://www.neoquim.com/el-jabon/>

Nuño, P. (7 de julio de 2017). Obtenido de *¿Qué es un estudio de mercado?:* <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>

Pérez, E. (25 de Mayo de 2016). *La lavadora: el invento más revolucionario para los hogares*. Obtenido de <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/consumo/noticias/7589222/05/16/La-lavadora-el-invento-mas-revolucionario-para-los-hogares.html>

Rentería, J. J. (15 de agosto de 2016). *¿Qué es la razón social?* Obtenido de <https://www.misabogados.com/blog/es/que-es-la-razon-social>

Tostado, F. (13 de Noviembre de 2017). *El jabón, una historia muy limpia y espumosa*. Obtenido de <https://franciscojaviertostado.com/2017/11/13/el-jabon-una-historia-muy-limpia-y-espumosa/>

Ucha, F. (octubre de 2014). *Definición de Eslogan*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/comunicacion/eslogan.php>

Vivanco, M. (2005). *Muestreo estadístico. Diseño y aplicaciones* . Santiago de Chile: Universitaria S.A.

Yuni, J., & Urbano, C. (2006). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Brujas.

A n e x o s

ENCUESTA

1. ¿Con que frecuencia lava la ropa?

Diario	<input type="text"/>
Dos veces a la semana	<input type="text"/>
Semanal	<input type="text"/>

2. ¿Cuántas prendas promedio lava a la semana?

Menos de 39	<input type="text"/>
40 – 60	<input type="text"/>
61 – 80	<input type="text"/>

3. ¿Tiene conocimiento de un local de servicio de lavandería?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

4. ¿Conoce el costo de los servicios de lavandería?

Si	<input type="text"/>
No	<input type="text"/>

5. ¿Para usted, que aspectos considera fundamental en un servicio de lavandería?

Calidad del servicio	<input type="text"/>
Ubicación	<input type="text"/>
Precio	<input type="text"/>

6. ¿En una lavandería usaría el tipo de lavado en seco?

Si

No

7. ¿En caso de utilizar un servicio de lavandería, como estaría dispuesto a que le cobren por el servicio?

Por prendas

Por libras

8. ¿Cómo calificaría usted la idea de una lavandería con los servicios de lavado y transporte de prendas?

Excelente

Muy buena

Buena

Regular

Mala

9. ¿Estaría dispuesto a pagar un valor adicional por el servicio a domicilio (entiéndase al retiro y entrega de las prendas)?

Si

No

10. ¿Confiaría sus prendas a una lavandería?

Si

No