

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LAVADO EN SECO DE AUTOMÓVILES A DOMICILIO EN LA VÍA SAMBORONDÓN”

Marisol Lamilla Suárez (1) Jorge Yáñez Schmidt (2) Víctor Núñez Castro (3) Econ. Pedro Gando Cañarte, MBF (4)
Ingeniería Comercial y Empresarial (1,2,3), Máster en Banca y Finanzas, Docente de la ESPOL (4)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) (1,2,3,4)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador
malamill@espol.edu.ec (1) joranyan@espol.edu.ec (2) vanunez@espol.edu.ec (3) pgando@espol.edu.ec (4)

Resumen

En la actualidad, el incremento de automóviles ha permitido un aumento considerable de establecimientos de lavado, y a su vez el uso indiscriminado de agua debido que este es la herramienta principal para dicha actividad. Adicionalmente los procesos para el lavado, encerado y cuidados del automóvil suelen ser químicos nocivos que afectan al medio ambiente, al humano, al color y a la capa protectora de la carrocería teniendo como resultado un envejecimiento prematuro. En contraparte, la innovación y el uso de la tecnología nos ha permitido mejora este tipo de actividad comercial creando productos que cumplan con las expectativas del cliente y a su vez sea ecológico y amigable con el medio ambiente. Es por ello, que el objetivo de este trabajo es determinar la Factibilidad Económica de un Establecimiento de Lavado con productos ecológico y a domicilio en la Vía a Samborondón, aprovechando la tendencia global al consumo de productos biodegradables y la exhortación a tener conciencia ecológica. El uso de materiales como shampoo con protector UV, nos brinda una capa impermeabilizante que evita que se adhiera con facilidad las partículas de polvo y el uso de las toallas microfibras que evitan rayones en la carrocería del automóvil serán herramientas útiles para esta nueva propuesta. Se espera que este proyecto más allá de su factibilidad económica probada, promueva una conciencia social, ambiental en los potenciales clientes.

Palabras Claves: *Lavado seco móvil, productos ecológicos, lavado automóvil domicilio*

Abstract

Nowadays, the constant increment of cars has led to an increment in the car washing service industry leading to an excessive amount of water that ends up wasted by the indiscriminate amount used by these establishments. For these companies to operate on their car washing services, they need a considerable amount of chemicals that harm the environment, the people exposed to them and at the same time the car that its being treated with those toxics, harming the painting and fabrics in the long run. On the other hand, the innovation and the use of new technology have given us the opportunity to improve this kind of service and make it more environment-friendly. Implementing these help us trace new objectives that would determinate the economic viability of an establishment providing this service using biodegradable liquids and products and focusing to be an “At home” service, thus the new “green” tendency of environment-friendly consumerism becomes an advantage for our project. The use of materials such as shampoo with sun block additives provide a waterproof shield that keeps the paint away from dust along with microfiber towels preventing scratches in the outer surface of the car; all these mentioned before are being implementing in our new service idea. We intend that with our project; aside from the income viability, it will help promoting environment care awareness, social consciousness of our potential clients.

Keywords: *Mobile Dry-clean, ecologic products, car wash at home.*

1. Introducción

Dado el considerable número de automóviles que circulan diariamente por la Vía a Samborondón, y la distancia que existe entre conjuntos residenciales y los locales comerciales, Los propietarios de los automóviles han buscado contratar a personal que se encargue del aseo del mismo en su residencia, sin embargo las nuevas leyes en el país obligan afiliarse al personal que se contrata en el Instituto de Seguridad Social, creando de esta forma incrementos en los costos y obligando a muchas personas que necesitan este servicio optar por ir a locales donde se realizan los lavados de automóviles, en vez de contratar personal adicional para ello.

No todas las empresas que tratan de satisfacer esta demanda usan los productos de calidad ni tampoco máquinas adecuadas para el cuidado de los automóviles lo cual resulta en desgaste en su pintura, envejecimiento y óxido. La población que se ubica en Vía a Samborondón se caracteriza por buscar exclusividad y calidad.

Los servicios de lavado convencionales han sido rentables, no obstante el consumo indiscriminado de agua que se da en estos establecimientos está perjudicando a la sociedad, estudios revelan que aproximadamente se necesita de 200 a 350 litros de agua por automóvil cada vez que se los lava de la forma tradicional.

El servicio de Lavado de autos nace como una solución a los problemas que existen para las familias y empresas que operan y viven en el sector Vía a Samborondón, los mismos que son: falta de tiempo, seguridad, ahorro, y alternativas de servicio que sean más ecológicas, así mismo se analizará implementar servicio de lavado en seco para que las externalidades creadas por el método convencional de lavado a las ciudadelas sean reducidas.

2. Objetivos generales y específicos

2.1 Objetivo general

Desarrollar un plan de negocio de servicio basado en un sistema móvil de lavado de automóviles a domicilio diferenciado por calidad, innovación y excelente servicio, de tal forma que se alcance una competitividad diferenciada y sostenible en el tiempo.

2.2 Objetivos específicos

1. Lograr que el negocio resulte una alternativa más cómoda que las otras existentes actualmente en el mercado por medio de servicio a domicilio.

2. Alcanzar precios más bajos a los de mercado que se cobran para el mismo servicio mediante estudio de los costos de producción, distribución y comercialización del producto.
3. Ser conocidos como una opción más segura de servicio a través de un plan de marketing.
4. Desarrollar el negocio amigable de un punto de vista ambiental por medio de nuevas tecnologías.
5. Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).

3. Definición de la investigación

3.1 Planteamiento del problema

- Determinar el grado de aceptación del servicio de lavado en seco de automóviles a domicilio en la vía a Samborondón

3.2 Objetivos de la investigación

- Conocer la cantidad aproximada de familias y empresas que forman parte del mercado objetivo.
- Determinar el precio que los usuarios del servicio estén dispuestos a pagar y alternativas que utilizan actualmente para el servicio de lavado.

3.3 Diseño de la investigación y fuentes de información

3.3.1 Fases del diseño

El carácter que tiene este proyecto son:

- Exploratoria de tal forma que ayude a conocer a fondo las características del mercado y las posibilidades de desarrollo.
- Descriptiva: Esta fase fue realizada mediante encuestas a personas de dicho sector.

3.3.2 Fuentes de información

- Información Primaria: Encuestas
- Información Secundaria: Internet (Datos estadísticos acerca del uso y proveedores), INEC.

3.3.3 Determinación del tamaño de la muestra

Para obtener el tamaño de la muestra de manera estadística se considero el tamaño de muestra basado en la proporción de la población, tomando así un valor $P=0.50$ para obtener la más alta estimación del n y con un nivel de confianza del 95% el cual equivale a tener un $Z=1.96$. Esto dio como resultado que la muestra será de 385 personas.

$$n = \left[\frac{P \times Q}{e^2} \right] Z^2$$

P: probabilidad de que el evento ocurra

Q: probabilidad de que el evento no ocurra

e: margen de error 5% (95% confiabilidad)

n: población

$$n = \left[\frac{(0.5) \times (0.5)}{(0.05)^2} \right] \times (1.96)^2$$
$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$
$$n = 385$$

4. Características del servicio

4.1 Definición del servicio

La empresa planea entrar dentro del mercado domiciliario ofreciendo el servicio de lavado de automóviles a empresas y a familias que residan en la Vía Samborondón brindando su servicio los siete días a la semana, los cuales están enfocados a la estética y cuidado del automóvil.

La empresa **ECOCLEAN CAR S.A** planea ingresar al mercado a brindar dicho servicio contara con una gama de productos exclusivos. El servicio que ofrece la empresa comprende de las secciones de lavado, encerado y aspirado de interiores, de toda marca en tipo:

- Sedan
- Deportivo
- Jeep / 4x4
- Mini-van
- Camioneta

Los materiales y accesorios serán importados y de calidad entre los principales proveedores: New Wash, Pronto Wash, Parkinwash empresas dedicada a la distribución, ventas de productos de limpieza y cuidado, destacándose el producto Drywash que es uno de los mejores para el lavado y encerado en seco, shampoo liquido que por su renovada formula se aplica sin la necesidad de agua, permitiendo la eliminación de suciedades dejando una incomparable capa de brillo.

Mientras Pronto Wash y Parkinwash empresas dedicadas a brindar el servicio de lavado móvil serán

los principales proveedores tanto de la materia prima como el de maquinarias.



Figura 1. Coche Móvil para el servicio de lavado

Cada una de las unidades contara con diferentes herramientas y materiales específicos para cada parte del automóvil donde se destacan shampoo para neumáticos, shampoo para realizar un efecto de vidrios polarizados, ceras biodegradables, toallas de microfibras, cepillo especial para rines, cepillo especial para llantas, cepillo de interiores, aspiradora, bolsa ecológica para residuos.

Estas unidades estarán compartidas en:

- Tanque de agua limpia
- Tanque de agua sucia: sirve para escurrir las toallas, sin necesidad de ensuciar el piso.
- Manguera con lanza pulverizadora: la cual permite llevar a todos lados del automóvil sin necesidad de moverlo.
- Bomba de baja presión: la cual permite por medio de un filtro evitar el ingreso de partículas que perjudiquen la bomba.
- Compartimiento de artículos de limpieza.

Los servicios a ofrecer son los siguientes:

- **Mantenimiento Interior:** Consiste en el aspirado interior completo incluyendo cepillado, aspirado, limpieza de tablero, consola y puertas; así como protector, abrillantador y eliminador de olores. Tiempo aproximado 15 min.
- **Mantenimiento Básico:** Es el lavado exterior incluye lavado completo del automóvil, llantas y rines; así como abrillantador y protector en llantas y molduras. Tiempo aproximado 25 min.
- **Clásico:** Es la combinación de los servicios interior y básico antes mencionados es decir lavado exterior, aspirado de interior, efecto polarizado de los vidrios, protector de rayos UV. Tiempo aproximado 35 min.

Para los servicios de mantenimientos explicados anteriormente, ambos, tanto el Básico como el Clásico incluirán encerado, el cual se lo hará con una respectiva toalla de microfibras luego de aplicado el producto de limpieza y el efecto de vidrios polarizados.

4.2 Naturaleza del servicio

El servicio que se pretende brindar tiene un enfoque ecológico ya que pretende cuidar al medio ambiente y busca dar satisfacción a los clientes por medio de un trabajo de calidad con seguridad, ahorrando tiempo y en la comodidad del hogar.

5. Análisis de la oferta

5.1 Potenciales clientes

El mercado potencial está dado por los residentes en general localizados en la Vía a Samborondón que posean automóviles.

El servicio es enfocado justamente al nuevo estilo de vida en el cual se ajusta y ofrece el máximo ahorro de tiempo y con menores preocupaciones para los que lo adquieren.

5.2 Amenaza de nuevos competidores

El éxito de la empresa y el servicio que se ofrece va a convertirse en un factor clave en cuanto a la posibilidad de encontrar nuevas empresas que busquen entrar como competencia en la Vía Samborondón o en cualquier otro sector de Guayaquil y sus alrededores.

5.3 Rivalidad de la competencia

Dentro de Guayaquil y en la Vía Samborondón existen varias empresas que ofrecen servicio de lavado de automóviles, las mismas que para nuestro negocio pueden ser:

- Competencia directa
- Competencia indirecta

Aquellas que conforman competencia directa poseen servicio a domicilio y las mismas que cubren el sector de Samborondón. Podemos encontrar las siguientes:

Cleaning Solutions: Empresa que se ocupa del lavado de automóviles a domicilio. Ofrece su servicio exclusivamente a automóviles y camionetas.

Incluye servicios de:

- Lavado
- Aspirado
- Encerado

Carplus Autotec: Localizada Vía Samborondón como servicio extra de la gasolinera. Ofrece:

- Lavado externo (No es en seco)
- Pulido
- Lavado interno

Grupo CH&S: Ofrece lavado de automóviles a domicilio. Incluye los siguientes servicios:

- Lavado Básico
- Limpieza y lavado de tapiz de techo
- Limpieza y lavado de puertas
- Encerado de carrocería

Arianna's Cleaning Car: Ofrece servicio de limpieza integral y mantenimiento estético de automóviles y camionetas a domicilio.

Características del servicio ofrecido:

- lavado exterior con shampoo y cera
- aspirado completo.
- lavado y aspirado de asientos.

El resto que forma parte de la competencia indirecta porque no han implementado modalidad que brinde a domicilio, sin embargo podría ser una alternativa para nuestro mercado objetivo.

Tenemos entre éstas:

- Bubbles Car Wash
- Máster Wash
- Lavadora Brasil

El resto de vulcanizadoras, gasolineras y el resto de empresas informales que ofrecen servicio de lavado.

Tabla 1. Precios de la competencia directa

Empresa	Tipos de Automóviles			
	AUTOMÓVIL PEQUEÑO	AUTOMÓVIL MEDIANO	AUTOMÓVIL GRANDE	DURACIÓN
Cleaning Solutions	\$10.00	\$15.00	\$20.00	45 min
Grupo CH&S	\$45.00	\$45.00	\$45.00	5 horas
Arianna's Cleaning Car	\$8.00	\$10.00	\$13.00	30 min
Carplus Autotec	\$9.00	\$11.00	\$15.00	30 min

6. Análisis de la demanda

En la actualidad, la demanda de este tipo de servicio va aumentando debido que usa productos de calidad, e innovadores que no solo se preocupan por dar buenos resultados en su aplicación, además tienen un enfoque ecológico cuyo objetivo es evitar contaminar y despilfarrar los recursos naturales.

Sin embargo aunque exista empresas que brinden un servicio parecido se ha podido notar que a la larga no todas estas empresas cuentan con productos de calidad, además por el uso del agua para la limpieza de los automóviles ocasionan un deterioro prematuro de la pintura de los mismos. Con lo cual se puede percibir que hay una demanda insatisfecha y que existen muchas necesidades que deben ser atendidas.

6.1 Clasificación de la demanda

Para poder establecer la demanda se determinara que factores afectan a los requerimientos del mercado potencial, y para ello se ha clasificado la demanda de la siguiente manera:

De acuerdo a su **Oportunidad**: Este servicio presenta una demanda insatisfecha, pese a tener empresas con servicio a domicilio no cuentan todas con productos de calidad y que no ocasionen externalidades a los clientes como es el desperdicio de agua en las aceras o el uso de microfibras para evitar rasguños en la carrocería.

De acuerdo a su **Necesidad**: Existe demanda de dicho servicio ya que en la actualidad se han incrementado los automóviles y las leyes en el país son cada vez más rigurosas al momento de contratar personal, buscando empresas que realicen el servicio

De acuerdo a su **Temporalidad**: Hay una demanda continua, ya que se espera tener el mercado progresivamente y con miras al desarrollo, la demanda es cíclica o estacional, durante todo el año no se tendrá la misma cantidad de clientes que en época de invierno. Por ser un servicio que se adquiere directamente por el cliente, se tiene una demanda de bienes finales.

6.2 Estimación de la demanda

Para determinar la demanda hay que tener en cuenta que la vía Samborondón se divide en dos: Una parte viene desde La Puntilla hasta el Km 12 y pertenece al cantón Samborondón y la otra llega hasta la parroquia La Aurora y pertenece al cantón Daule.

De acuerdo a los datos proporcionados por INEC del censo 2010, el cantón Samborondón e 67.590 y un PEA 57.39 habitantes.

Para estimar la demanda de los 5 primeros años tendremos en cuenta lo siguiente:

- Población del Cantón Daule año 2010 es 120.326
- PEA Daule 68.934,77
- PEA Samborondón 42.487,07
- Tasa de crecimiento 5% (Potter)

Tabla 2. Estimación de la demanda

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA	
POBLACIÓN DAULE	120.326
POBLACIÓN SAMBORONDÓN	67.590
PEA DAULE	68.934
PEA SAMBORONDON	42.487
PEA PROMEDIO	55.711
% ACEPTACIÓN	98%
TOTAL ACEPTACIÓN	54.596
CLASE MEDIA ALTA	55%
CLASE ALTA	15%
MERCADO OBJETIVO	38.217
FACTOR CONSERVADOR	35%
POBLACIÓN OBJETIVO	13.376
% CAPTACIÓN	80%
DEMANDA ANUAL	10.701
DEMANDA MENSUAL	891,74
DEMANDA DIARIA	30

Obteniendo así una demanda proyectada anual

Tabla 2. Estimación de la demanda

DEMANDA	ANUAL	MENSUAL
Años		
2012	10,804	900
2013	11,344	946
2014	11.911	993
2015	12,506	1,043
2016	13,132	1,095

7. Análisis de precios

Al hacer una investigación de precios al público de nuestros servicios se evaluó las proyecciones futuras del ingreso del proyecto. Los datos de precios expuestos a continuación son de las empresas más destacadas en el servicio de lavado de automóviles.

Tabla 2. Precios referenciales

AUTOMÓVILES	PRECIOS POR SERVICIOS		
	Interior: Lavado interior	Básico: Lavado exterior	Clásico: Lavado interior y exterior
SEDAN	9	11	13
DEPORTIVO	9	11	13
JEEP – 4x4	12	14	16
MINI – VAN	12	14	16
CAMIONETA	15	18	20

Considerando el análisis de las encuestas se estableció los precios por cada servicio.

Tabla 3. Precios por servicio de la empresa

AUTOMÓVILES	PRECIOS POR SERVICIOS		
	Interior: Lavado interior es	Básico: Lavado exterior	Clásico: Lavado interior y exterior
SEDAN	9	9	10
DEPORTIVO	9	9	10
JEEP – 4x4	9	9	12
MINI – VAN	10	12	12
CAMIONETA	10	12	12

- Deuda
- No se recupere la inversión

8.2 Publicidad

Se escogerá ubicaciones estratégicas para ofrecer demostraciones en la Vía a Samborondón y dar a conocer el servicio cómo funciona y así mismo los beneficios asociados con éste.

- Estrategia Publicitaria permanente: se basará en promoción por medio de afiches, carteles, trípticos, ubicados en los lugares que más frecuentan la gente como por ejemplo: centros comerciales.
- Auspiciar diferentes eventos que ocurran en la zona para hacernos conocer como empresa y el servicio que se ofrece.

8. Marketing estratégico



Figura 2. Logo de la empresa

El Proceso de Marketing estratégico planteado para este proyecto se basa en el análisis de las necesidades de los individuos. A partir de esta visión estratégica se asume que lo que el consumidor busca no un servicio de lavado de automóviles como tal, sino la solución que el mismo puede brindarle a las necesidades o problemas que el consumidor percibe entre ellos está el brillo y la prolongación del color.

Ventajas Competitivas:

- Ahorra tiempo
- Tecnología
- 100% ecológico
- Comodidad -Domicilio
- Minimiza gastos

8.1 Barreras de entrada y salida

Entre las Barreras de Entrada tenemos:

- Posicionamiento del método convencional
- Precio
- Permisos y restricciones por parte de los Administrativos de las urbanizaciones
- Localización

Barreras de Salida:

- Leyes Laborales, Leyes de Constitución

9. Principales resultados de la encuesta

Los resultados en cuanto a las personas que poseían automóviles, fue que los 307 que viven en la Vía a Samborondón, solo un 79,74% de estas personas poseen automóviles.

Los resultados en cuanto a propensión al consumo, muestran que aproximadamente la mitad de las personas lavan su auto una vez al mes, y un 34% una vez a la semana; lo cual es sumamente positivo teniendo en cuenta el flujo de ingresos que representaría para un negocio de este tipo.

A pesar a la inseguridad de la ciudad, la encuesta demuestra que 81,82% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir servicios de lavado a domicilio.

El precio referencial preferido por los encuestados coincide con el que se ha fijado para el servicio

10. Estudio técnico

10.1 Obras físicas



Figura 3. Diseño de la empresa

Consta de 4 partes fundamentales. Bodega donde se almacenara los coches móviles y la materia prima, el área de recepción y atención al cliente, el área administrativa y el parqueadero. Teniendo un costo aproximado de \$650.00.

Para determinar el tamaño de la empresa se uso el criterio del VAN obteniendo como resultado la adquisición de 5 coches móviles para la demanda establecida.

Aplicando el método de localización por puntos se analizo factores como seguridad, costo, cercanía del mercado, servicios básicos, espacio dando como resultado por ser un punto estratégico y de fácil acceso el centro comercial la Piazza de Villa Club



Figura 4. Localización

11. Valorización de inversiones en obras físicas

Tabla 4. Balance de maquinarias

Balance de Maquinarias				
Maquinarias	Cant.	Costo Unitario	Costo Total	Vida útil
Chevrolet luv	1	18500	18500	5
coches	5	960	4800	3
Implementos			250	
Inversión total (\$)			23550	

Tabla 5. Balance de sueldos y salarios

Balance de Personal	#	Unitaria	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operarios	5	292.0	26,258.7	28,884.5	31,773.0	34,950.3	38,445.3
Secretarias	1	310.0	5,559.2	6,115.1	6,726.6	7,399.2	8,139.2
Guardia	1	292.0	5,251.7	5,776.9	6,354.6	6,990.1	7,689.1
Gerente	1	600.0	10,512.1	11,563.3	12,719.7	13,991.7	15,390.8
supervisor	1	400.0	7,096.3	7,805.9	8,586.5	9,445.2	10,389.7
Total		\$ 1,894.00	\$ 54,677.96	\$ 60,145.76	\$ 66,160.33	\$ 72,776.37	\$ 80,054.00

12. Estudio Organizacional

Misión

Ser líder y pionero brindando el servicio del lavado ecológico en base a la calidad y exclusividad, anteponiendo los gustos y necesidades del consumidor, y maximizando su tiempo.

Visión

Ser reconocidos por los clientes, proveedores y empleados como la mejor compañía en términos de calidad y servicio, por la honestidad en las políticas establecidas, la veracidad de los proyectos que se emprenderán, la amabilidad en las relaciones y la calidad superior de la tecnología.

La empresa estará formada por el siguiente Recurso Humano

- Gerente
- Secretaria
- Supervisor
- Operadores



Figura 5. Organigrama

13. Estudio financiero

A continuación se presentan los resultados del estudio financiero elaborado a partir del estudio de mercado y estudio técnico.

Tabla 6. Inversión requerida

Inversión Total Requerida	
Alquiler + Garantía	\$ 1.300,00
Vehículos	\$ 18.500,00
Maquinaria	\$ 5.931,25
Gasto de Constitución	\$ 870,00
Equipo de Oficina	\$ 6.076,00
Obras Físicas	\$ 4.650,00
Suministros Varios	\$ 99,70
Gasto de Pub. Lanzamiento	\$ 1.280,00
Uniformes	\$ 265,00
Total	\$ 38.971,95

Tabla 7. Financiamiento

Estructura de Financiamiento	
Porcentaje de Apalancamiento	
30%	70%
Préstamo	Capital Propio
\$ 8.184,02	\$ 19.096,04

Tabla 8. Ingresos primer año

Precio	\$ 10
Ingreso Mensual	\$ 5.270
Ingreso Anual	\$ 108.035,0
Ingreso Mensual Promedio	\$ 9.002,9

Tabla 9. CAPM

$$Re = rf + b (rm - rf)$$

B apal de regresión	0,697
Endeudamiento	20%
Patrimonio	80%
T _{EEUU}	30,80%
Beta desapalancado	0,59
Kd	8,17%
Riesgo país	8,31%
Prima de riesgo	9,00%
% de deuda	30%
% de patrimonio	70%
T	23%
Rf	0,86%
Beta apalancada	0,79
Ke	16,28%
WACCdi	13,28%

Tabla 10. Flujo de caja neto anual

Años	Flujo total
0	\$ (34.885,13)
1	\$ 26.497,13
2	\$ 25.581,11
3	\$ 24.177,97
4	\$ 22.503,98
5	\$ 28.900,58

Tabla 11. Indicadores de rentabilidad

TMAR	16,28%
TIR	68,08%
VAN	\$ 48.102,43
PAY BACK	1 año 233 días

14. Conclusiones

Por medio de la investigación de mercado se llegó a la conclusión que las personas que residen en la Vía Samborondón sí se encuentran dispuestas a adquirir el servicio a domicilio.

El precio que se ha fijado es igual o menor en relación a la competencia, lo cual hace que el servicio sea accesible; para lograr que el servicio gane confianza que se puede llegar a necesitar por su naturaleza de ser a domicilio, se planea estrategia publicitaria permanente y así mismo auspicios de eventos para dar a conocer lo que la empresa ofrece y alcanzar la aceptación del mercado objetivo.

Gracias a la maquinaria que se utiliza y a los productos empleados en el servicio, el método de lavado en seco garantiza el desperdicio mínimo de agua lo cual disminuye las externalidades normalmente provocadas por el servicio de lavado convencional.

La inversión es considerablemente alta, por lo que se va a realizar financiamiento 70% con capital propio de los accionistas y la diferencia de 30% por medio de una institución financiera.

15. Agradecimientos

La culminación exitosa de este trabajo se la dedicamos a Dios, a nuestros padres, amigos, profesores guías y en especial a nuestro director de proyecto aplicado, Econ. Pedro Gando.

16. Referencias

- [1] España., Fernández P., *Evaluación de Empresas*. 2000. Barcelona., pp. 381-415.
- [2] México., Sapag Chain N., *Preparación y Evaluación de Proyectos.*, 4ta ed. McGraw Hill, Inc., 1989 pp. 60-12.
- [3] Argentina., Martel J., *La Bolsa.*, 2da ed. Buenos Aires., Imprenta artística "Buenos Aires"., 1989, pp. 65-90.
- [4] Ross., Westerfield y Jaffe (2002)., citado por el Documento de Investigación: *La prima de riesgo de mercado.*, Pablo Fernández.
- [5] Fuentes: INEC, BCE
- [6] <http://finance.yahoo.com/>
- [7] https://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes
- [8] http://www.anuncios.ec/anuncio/cleaning-solutions.-lavado-de-autos-a-domicilio_Guayaquil
- [9] <http://www.bce.fin.ec/>
- [10] U.S. Department of the Treasury
<http://www.treasury.gov/resource-center/data-chartcenter/interest/rates/Pages/TextView.aspx?data=yield>