



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA FINANCIAR LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE
SERVICIO A DOMICILIO EN LA
URBANIZACIÓN CIUDAD
CELESTE**

TUTOR:

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs.

AUTOR:

Tnlga. Tanya María Malo Asanza

GUAYAQUIL – GUAYAS – ECUADOR

2019

Certificado del Tutor de Titulación

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que la egresada **Tanya María Malo Asanza**, es autora de la Tesis de Grado titulada: **“Proyecto de Prefactibilidad para financiar la creación de una Empresa de Limpieza de Servicio a Domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste”**, misma que ha sido elaborada siguiendo a cabalidad todos los parámetros metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución bajo mi responsabilidad.

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certificado del tribunal

El trabajo de investigación “**Proyecto de Prefactibilidad para financiar la creación de una Empresa de Limpieza de Servicio a Domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste**”, presentado por la egresada Tanya María Malo Asanza, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la ley, se da por aprobado.

Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs.
Coordinadora de la carrera

Lsi. Yandres García Charcopa, Mgs.
Tutora trabajo investigación

Ing. Jimmy Milo Prieto, Mgs.
Miembro del tribunal

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs.
Miembro del tribunal

Declaración de Autoría

Tanya María Malo Asanza, autora de este trabajo de titulación denominado “Proyecto de Prefactibilidad para financiar la creación de una Empresa de Limpieza de Servicio a Domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste”, declaro que el mismo es de mi completa autoría y ha sido elaborado de acuerdo a las directrices y el Reglamento de Titulación de la Carrera de Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, siendo de mi entera responsabilidad el contenido íntegro del mismo, así como las ideas, los resultados y las conclusiones de su contenido.

Tanya María Malo Asanza

Egresada de la carrera de Gestión Empresarial

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a Dios, por haberme dado las fuerzas para luchar día a día y mostrarme el camino correcto que me llevó a superar todos los obstáculos hasta conseguir la meta anhelada.

A la Universidad San Gregorio de Portoviejo, por permitirme incorporar como profesional de la república, en convenio con el Instituto Tecnológico Bolivariano.

A mis compañeros y futuros colegas en la Gestión Empresarial con quienes compartí experiencias, trabajo en equipo y solidaridad en los momentos difíciles.

A mis profesores quienes me impartieron sus clases con paciencia y profesionalismo, y muy especialmente a mis tutores, gracias a quienes pude realizar el presente estudio de prefactibilidad de manera eficiente y óptima y porque con su ayuda logré evidenciar todo lo aprendido en el Tecnológico y en la Universidad

Gracias a todos!

Tanya María Malo Asanza

DEDICATORIA

Dedico mi trabajo primordialmente a Dios, por haberme dado las armas del don del entendimiento, de ciencia y de fortaleza con las que he podido llegar a este importante logro de mi desarrollo profesional.

A mis padres, quienes han sido ángeles especiales que Dios escogió para darme la vida y con quienes aprendí los valores más importantes que me han direccionado a cumplir mi meta.

A mis hijos, quienes son la motivación más importante de mis esfuerzos y la inspiración para que el fruto de mi preparación me lleve a proporcionales un mejor futuro.

A mis hermanos, quienes siempre me alientan a seguir y no desmayar.

Tanya María Malo Asanza

RESUMEN

La presente tesis se refiere al proyecto de prefactibilidad para la creación de una compañía de servicio de limpieza a domicilio en la urbanización Ciudad Celeste del cantón Guayaquil, período comprendido en 2019. Está subdividida en cinco capítulos incluidos la propuesta. Debido a la actual normativa en el Código de Trabajo del Ecuador de afiliar a todas las personas económicamente activas a la seguridad social, el sector doméstico se vió favorecido porque la remuneración básica debe ser el monto mínimo legal de sueldo de una empleada doméstica más todos los beneficios de ley, tales como la afiliación al IESS, aquellos patronos que no cumplían con el pago de un salario básico a sus asistentes domésticas se vieron en la obligación de despedirlas, contratando a estas personas sólo por un día o por horas. Con la presente investigación se quiere demostrar la prefactibilidad para la creación de una empresa de limpieza a domicilio que tendrá como nicho de mercado a la urbanización Ciudad Celeste, lugar donde la mayoría de familias las componen padres jóvenes trabajadores con medianos y altos ingresos. La metodología utilizará las técnicas y los resultados.

Palabras claves:	Emprendimiento	Nicho de mercado	Prefactibilidad
-----------------------------	-----------------------	-----------------------------	------------------------

ABSTRACT

This thesis refers to the pre-feasibility project for the creation of a cleaning service company in the Ciudad Celeste urbanization of the Guayaquil canton, period between 2019 and 2020. It is subdivided into five chapters including the proposal. Due to the current regulations in the Labor Code of Ecuador to affiliate all economically active people to Social Security, the domestic sector was favored because the basic remuneration must be the minimum legal amount of a domestic employee plus all benefits and law, such as the affiliation to the IESS, with the explained on the other hand those employers who did not comply with the payment of a basic salary to their domestic assistants were forced to dismiss them, hiring these people only for a day or for hours.

With the present investigation we want to demonstrate the prefeasibility for the creation of a home cleaning company that will have as niche market the Ciudad Celeste Urbanization, a place where the majority of families are composed of young working parents with medium and high incomes.

Keywords:	Entrepreneurship	Captive Market	Prefeasibility
------------------	-------------------------	-----------------------	-----------------------

Tabla de Contenidos

Carátula.....	i
Certificado del Tutor de Titulación.....	ii
Certificado del tribunal	iii
Declaración de Autoría	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
Tabla de Contenidos.....	ix
Lista de Tablas	xv
Lista de Figuras	xvii
Capítulo I.....	1
1. Problematización.....	1
Antecedentes	1
1.1.1. Ubicación del problema en un contexto.....	8
1.1.2. Situación Conflicto	8
1.2. Formulación del problema.....	9
1.3. Delimitación del problema	9
1.4. Variables de la Investigación.....	10

1.5. Objetivos de la Investigación	10
1.5.1. Objetivo General	10
1.5.2. Objetivos Específicos.....	10
1.6. Preguntas de Investigación.....	11
1.7. Justificación e Importancia.....	11
1.8 Conclusiones	14
Capítulo II	15
Marco Teórico	15
2.1. Fundamentación Teórica	15
2.1.1. Estudio de Mercado.....	21
2.1.2. Estudio Técnico.....	21
2.1.3. Estudio Financiero	21
2.1.4. Estudio Administrativo	21
2.1.5. Estudio Legal	22
2.2. Marco Referencial	22
2.3. Variables conceptuales de la Investigación.....	24
2.4. Operacionalización de las Variables	26
2.5. Marco Conceptual	27
2.6 Conclusiones	31
Capítulo III.....	32
Marco Metodológico	32

3.1. Diseño de la Investigación	32
3.2. Tipos de Investigación.....	34
3.3. Población	35
3.4. Muestra de la Población	36
3.5. Técnicas e Instrumento.....	40
3.6. Procedimientos de Investigación.....	40
3.7 Conclusiones	41
Capítulo IV.....	42
Formulación del proyecto.....	42
4.1. Análisis e interpretación del proyecto	42
4.2. Estudio de Mercado	43
4.2.1. Análisis y proyección de la demanda.....	45
4.2.2. Análisis y proyección de la oferta.....	48
4.2.3. Demanda insatisfecha.....	49
4.2.4. El producto.....	49
4.2.5. El precio	51
4.2.6. Plaza comercialización.....	52
4.2.7. Promoción	53
4.2.8. Encuesta	58
4.3. Estudio Técnico.....	68
4.3.1. Localización del proyecto	68

4.3.2.	Tamaño del proyecto.....	68
4.3.3.	Tecnología a utilizar.....	74
4.3.4.	Ingeniería del proyecto.....	75
4.4.	Estudio Administrativo.....	77
4.4.1.	Planificación.....	77
4.4.2.	Organigrama.....	80
4.4.3.	Funciones principales.....	80
4.4.4.	Gastos.....	84
4.5.	Estudio Legal.....	85
4.5.1.	Tipo de empresa.....	85
4.5.2.	Trámites de legalización.....	85
4.5.3.	Permisos.....	87
4.5.4.	Requerimientos tributarios.....	87
4.6.	Conclusiones y recomendaciones.....	88
4.6.1.	Conclusiones.....	88
4.6.2.	Recomendaciones.....	89
Capítulo V	91
Propuesta	91
5.1.	Título de la Propuesta.....	91
5.2.	Autores de la Propuesta.....	91
5.3.	Empresa Auspiciante.....	91

5.4.	Área que cubre la propuesta	91
5.5.	Fecha de Presentación	91
5.6.	Fecha de Terminación	91
5.7.	Duración del Proyecto	91
5.8.	Participantes del Proyecto	92
5.9.	Objetivo General de la Propuesta	92
5.10.	Objetivos Específicos	92
5.11.	Beneficiarios Directos.....	92
5.12.	Beneficiarios Indirectos	93
5.13.	Impacto de la Propuesta.....	93
5.14.	Descripción de la Propuesta.....	93
5.14.1.	Ingresos	94
5.14.2.	Costos de materiales directos	95
5.14.3.	Financiamiento del proyecto	98
5.14.4.	Estados financieros.....	98
5.14.5.	Flujo de caja	99
5.14.6.	Evaluación económica	99
5.14.7.	Evaluación financiera.....	101
5.14.8.	Relación costo – beneficio	102
5.14.9.	Tiempo de recuperación de la inversión	103
5.14.10.	Análisis de sensibilidad	104

5.15.	Importancia	105
5.16.	Metas del Proyecto.....	105
5.17.	Finalidad de la Propuesta.....	106
5.18.	Conclusión	106
	Referencias.....	108
	Apéndices.....	113

Lista de Tablas

Tabla 1. <i>Síntomas</i>	9
Tabla 2 <i>Procedimiento</i>	26
Tabla 3 <i>Tipos de Investigación</i>	34
Tabla 4 <i>Simbología</i>	39
Tabla 5 <i>Comprobación de objetivos</i>	42
Tabla 6 <i>Demanda</i>	47
Tabla 7 <i>Población atendida por la competencia</i>	47
Tabla 8 <i>Análisis demanda oferta</i>	49
Tabla 9 <i>Análisis demanda oferta</i>	50
Tabla 10 <i>Análisis demanda oferta</i>	52
Tabla 11 <i>Respuesta pregunta 1</i>	58
Tabla 12 <i>Respuesta pregunta 2</i>	59
Tabla 13 <i>Respuesta pregunta 3</i>	60
Tabla 14 <i>Respuesta pregunta 4</i>	61
Tabla 15 <i>Respuesta pregunta 5</i>	62
Tabla 16 <i>Respuesta pregunta 6</i>	63
Tabla 17 <i>Respuesta pregunta 7</i>	64
Tabla 18 <i>Respuesta pregunta 8</i>	65
Tabla 19 <i>Respuesta pregunta 9</i>	66
Tabla 20 <i>Respuesta pregunta 10</i>	67
Tabla 21 <i>Desglose de gastos mensuales en sueldos y salarios</i>	70
Tabla 22 <i>Costo de insumos e implementos</i>	70

Tabla 23 <i>Costo de maquinarias</i>	71
Tabla 24 <i>Inversión de activos</i>	74
Tabla 25 <i>Costo documentación legal</i>	88
Tabla 26 <i>Precios por servicios</i>	95
Tabla 27 <i>Ingresos por servicios</i>	95
Tabla 28 <i>Costos</i>	96
Tabla 29 <i>Costos activos fijos</i>	96
Tabla 30 <i>Costos de depreciación</i>	97
Tabla 31 <i>Costos documentación legal</i>	97
Tabla 32 <i>Sueldos</i>	97
Tabla 33 <i>Gastos de ventas</i>	97
Tabla 34 <i>Gastos administrativos</i>	98
Tabla 35 <i>Estado de situación financiera</i>	98
Tabla 36 <i>Flujo de caja</i>	99
Tabla 37 <i>Gastos de ventas</i>	99
Tabla 38 <i>Gastos administrativos</i>	100
Tabla 39 <i>Gastos administrativos</i>	100
Tabla 40 <i>VAN y TIR</i>	101
Tabla 41 <i>Relación costo beneficio</i>	102
Tabla 42 <i>Tiempo de recuperación</i>	103

Lista de Figuras

<i>Figura 1</i> Edad promedio en la provincia del Guayas	5
<i>Figura 2</i> Qué edad tenemos los Guayasenses.....	5
<i>Figura 3</i> Población Ciudad Celeste	39
<i>Figura 4</i> Mapa del mercado objetivo.....	46
<i>Figura 5</i> Detalle de urbanizaciones, viviendas y habitantes de Ciudad Celeste.....	52
<i>Figura 6</i> ¿Cuenta con servicio doméstico?.....	58
<i>Figura 7</i> ¿Qué lo atraería a contratar servicio de limpieza?	59
<i>Figura 8</i> ¿Dónde le gustaría usar el servicio?.....	60
<i>Figura 9</i> ¿Medios para recibir información?	61
<i>Figura 10</i> ¿Contrataría el servicio de limpieza?.....	62
<i>Figura 11</i> ¿Por qué no contrataría el servicio?.....	63
<i>Figura 12</i> ¿Contrataría este servicio si tuviese estos rangos de precios?	64
<i>Figura 13</i> Este servicio lo proporciono La Pulkra ¿Saberlo lo hace más o menos interesante?.....	65
<i>Figura 14</i> Sexo del encuestado	66
<i>Figura 15</i> Edad del encuestado.....	67
<i>Figura 16</i> Plano del local comercial	73
<i>Figura 17</i> Flujograma proceso de la venta	76
<i>Figura 18</i> Logotipo de la Pulkra.....	79
<i>Figura 19</i> Organigrama.....	80
<i>Figura 20</i> Punto de equilibrio	101

Capítulo I

1. Problematización

Antecedentes

En el presente proyecto referenciaremos primordialmente la historia y la importancia de la limpieza en el mundo, desde que el ser humano concientizó su repercusión hasta la trascendencia en nuestros días. Tanto a nivel internacional como nacional y local lo que el ser humano quiere perseverar es su salud para mantener un mejor nivel de vida y así evitar gastos que traen consigo las enfermedades, además de que se mantienen mejores relaciones sociales con un correcto aseo y limpieza tanto personal como dentro del medio donde se reside.

Citando a (Vicente, 2018) Hoy en día, y de acuerdo a los estudios realizados sabemos que la limpieza y la higiene están relacionadas directamente con la salud de las personas, de tal manera que con un correcto cuidado y aseo personal se evitan enfermedades. En años anteriores no era de este modo. A través de la historia, prácticamente eran inexistentes las rutinas de aseo. La historia muestra los inicios de esta práctica hace aproximadamente 7,000 años. Se pudieron encontrar en las civilizaciones de babilonios, egipcios, griegos y romanos. Los arqueólogos encontraron jabón hace unos 4,800 años en lo que entonces era Babilonia.

El jabón se consideraba un producto de primera necesidad en civilizaciones antiguas, utilizándolo con fines médicos y de aseo. Descubrieron que el agua contaminada causaba enfermedades. Por lo que era fundamental traer agua fresca todos los días. Hipócrates el médico descubrió que con una correcta limpieza desaparecían las infecciones.

Durante el imperio romano, se observaron grandes progresos con respecto al aseo. Acueductos y sistemas de alcantarillados y baños públicos eran unas de sus construcciones, pero cuando el Imperio Romano cayó, la mayor parte de su conocimiento y avances con respecto a la limpieza no fueron difundidos o transmitidos a otras civilizaciones.

Se observa que el medievo, fue una época de verdadera suciedad. Los pueblos además de ser desaseados estaban altamente poblados por lo que los contagios por enfermedades eran altísimos, extendiéndose las múltiples plagas sin control, el agua contaminada y la falta de aseo personal contribuía al estancamiento en este tema.

Fue entonces cuando enfermedades como la tuberculosis, el cólera, la difteria, la viruela, la fiebre amarilla eran enfermedades que terminaban con la vida de los ciudadanos, llegando a tener una vida promedio de tan solo 30 años de edad. Durante los años 1,346 a 1,361 la peor epidemia durante este periodo fue la peste negra que acabó con el 60% de la población europea.

En la ciudad de Nueva York, el promedio de vida era de menos de 40 años, las epidemias existentes por la falta de aseo terminaron con la mayor parte de la población. A inicios del siglo XIX se descubrió que los gérmenes transmitían enfermedades y se las empezó a combatir.

Los desinfectantes, jabones, y productos farmacéuticos se desarrollaron, descubriéndose que las enfermedades se controlaban con una correcta limpieza y aseo personal y de viviendas. Fue entonces cuando comenzaron a existir cambios con respecto al saneamiento, limpieza e higiene, y las prácticas de salud pública, tales como la recolección de basura, tratamiento de aguas, los departamentos de

salud pública y los reglamentos, así como el baño personal, se convirtieron en parte de la cultura. La tasa de mortalidad en los niños decreció considerablemente, aumentando de esta manera el promedio de vida.

Fue durante la Revolución Industrial, que se comprendió la microbiología y la enfermedad, y entonces empezó un cambio en la actitud hacia la limpieza. Limpieza y tecnología, se unieron con el comienzo del siglo XX y fue cuando los británicos y estadounidenses inventaron a propulsión las primeras aspiradoras. Existían dos versiones, a gasolina y eléctricas, estos equipos eran transportados por caballos a las casas, de esta manera empezó la industria a inmiscuirse en el aseo y la limpieza, con la utilización de mangueras largas para alcanzar el interior de los hogares

Durante gran parte de la historia la limpieza era solo para las más altas esferas sociales, no así hoy en día donde se cuenta con agua potable, existen varios tipos de productos para limpieza y cada vez se fabrican más números de equipos destinados a esta actividad.

En las grandes metrópolis del mundo la escasez de trabajadores domésticos ha incrementado la creación de compañías que brinden el servicio de limpieza ágil y constante, siempre en pos de crear una mejor calidad de vida brindando comodidad a sus clientes y contratantes, quienes se deslindan de esta actividad doméstica.

Para Latinoamérica, años atrás eran las mujeres quienes se dedicaban a estos quehaceres domésticos, ellas cumplían el rol de las denominadas amas de casa porque se lo considera un rol femenino y son quienes se encargan de la limpieza de los hogares al asociarlos con la maternidad y el cuidado de los hijos, además de la alimentación, cuidado de las prendas de vestir y educación de los niños, donde va

inmerso el tema del aseo general a la vivienda y a todo el bienestar de la familia porque la madre es el eje en el hogar, pero a medida que la vida y la sociedad van cambiando las mujeres se han insertado en el ambiente profesional y empresarial, quienes al tener largas horas de trabajo no tienen más que delegar esta tarea del aseo de sus hogares a trabajadoras domésticas o a empresas especializadas de limpieza.

Dentro de Ecuador después de que el Código de Trabajo con respecto a la seguridad social se modificó y toda persona laboralmente activa debía ser obligatoriamente afiliada a la seguridad social, el sector del área doméstica se vio afectado por cuanto a los patronos contratantes les resultó oneroso mantener el servicio permanente de una empleada doméstica porque debían percibir al menos la remuneración básica unificada establecida por el gobierno nacional, más todos los beneficios correspondientes de ley.

En el último censo poblacional, la provincia del Guayas de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, la población femenina en la provincia del Guayas en el 2010 ascendía a 1'829,569 y en edad de trabajar habían 1'473,968, siendo económicamente activas 517,596 de las cuales sólo 58,200 eran empleadas domésticas, es decir el 11.24% se dedicaba a esta actividad, hoy en día las cifras han disminuido considerablemente porque no laboran ocho horas diarias.



Figura 1 Edad promedio en la provincia del Guayas
Tomado de: (INEC, 2011)

Se puede acotar también que, como se muestra en la figura, de acuerdo a los últimos estudios estadísticos del INEC el promedio de edad en la provincia del Guayas, donde se encuentra ubicada la urbanización Ciudad Celeste, en 2010 era de 29 años. Además, se tomará en consideración también a la generación mayor a los 29 años.

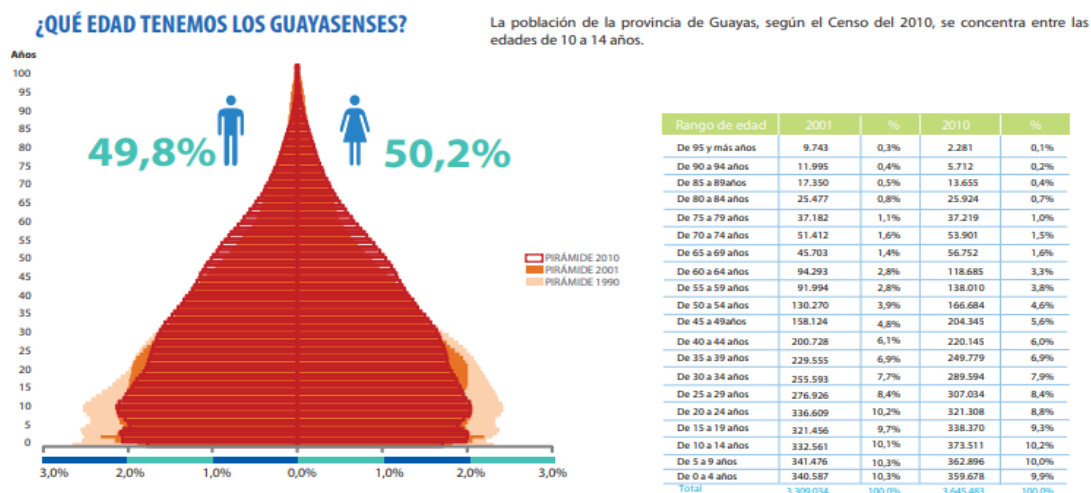


Figura 2 Qué edad tenemos los Guayasenses
Tomado de: (INEC, 2011)

Considerando que en 2010 la concentración poblacional se encontraba en niños de 10 a 14 años, actualmente en 2019 ellos tienen edades comprendidas entre

los 18 y 22 años, según lo expuesto la población en la provincia del Guayas, en su mayoría oscila en la llamada generación millennials, para lo cual se mencionarán algunas de sus características generacionales, ya que en su mayoría serán los futuros clientes de la empresa de limpieza que se pretende crear, sin dejar de mencionar que nos referimos a una generación que se prepara para trabajar durante toda su vida sin distinción de género, por lo que la llamada “ama de casa” prácticamente con el tiempo desaparecerá:

La Generación Millennials define a los nacidos entre 1981 y 1995, jóvenes entre 20 y 35 años que se hicieron adultos con el cambio de milenio (en plena prosperidad económica antes de la crisis). Según el reporte de Tendencias Digitales *Conecta tu marca con los millennials*, actualmente en Latinoamérica un 30 % de la población es Millennial. Y según una proyección de la consultora (Deloitte, 2014), en 2025, representarán el 75 % de la fuerza laboral del mundo.

Los Millennials son, por tanto, la futura generación de consumidores y usuarios, un mercado sustancial con nuevas características, necesidades y demandas que conviene conocer por las repercusiones y transformaciones que exigirá a las empresas.

Los millennials se preparan para trabajar durante toda su vida . (Gutiérrez-Rubi, 2014)

Tomando como referencia el estudio generacional a quienes está dirigido el presente proyecto y considerando que hoy en día el ritmo de vida es acelerado y en un hogar son laboralmente activos tanto el padre como la madre, tal como lo hemos demostrado en el análisis anteriormente, para ellos el contar con la opción de

contratar un servicio de limpieza en el hogar, eficiente y responsable, crea altas expectativas en la calidad que recibirán con la comodidad que esto conlleva, además personalmente al momento de proyectar el emprendimiento en este tipo de negocio este es uno de los factores que hacen posible esta decisión. No obstante, este proyecto también va dirigido a los ciudadanos comprendidos en la generación X, quienes nacieron entre los años 1961 y 1979 cuyas edades hoy en día oscilan entre los 58 y 40 años, personas con mayor capacidad adquisitiva pero también inmersos en la agitada vida laboral de nuestra sociedad, donde el tiempo de permanencia entre semana en las viviendas es escaso.

La ciudadanía al verse limitada en opciones de contratación de empleadas domésticas por lo costoso que ha resultado, ampliamente favorecerán el tipo de contrato a empresas de limpieza a domicilio y más si se cuenta con certificaciones de calidad y buena reputación en cuanto a honestidad y agilidad.

Por otro lado, observando un contrato laboral para una empleada doméstica, en el que se encuentran algunos artículos legales sobre sus derechos y obligaciones se constata el alto precio que se debe de pagar por este servicio personalizado manteniendo una trabajadora doméstica los cinco días a la semana en una vivienda ubicada en un sector residencial de clase social económica media alta.

La mayoría de empresas que dan el servicio de limpieza existentes en estos momentos en la ciudad de Guayaquil, se dedican en su mayoría a dar servicios a edificios de empresas, hospitales y oficinas, no así a hogares que es donde este proyecto se enfoca además que estará ubicada en el cantón Samborondón donde es casi nula esta clase de servicio a los hogares.

Por lo anteriormente expuesto las familias se han visto obligadas a contratar el servicio doméstico por horas o por el día, en base a ésta necesidad se desarrollará el presente proyecto de prefactitibilidad para la creación de una empresa de limpieza a domicilio que cubra el área de la Urbanización Ciudad Celeste ubicada en el cantón Samborondón.

1.1.1. Ubicación del problema en un contexto

Para las familias de medianos recursos económicos es viable realizar la contratación de un servicio de limpieza de manera recurrente porque sus ingresos así se los permiten, además que si contaran con la seguridad que esta contratación conlleve un compromiso responsable y ético no existiría inconveniente para solicitar dicho servicio.

Cada vez son más familias las que tienen la problemática de delegar a alguien el aseo de sus residencias, al encontrarse hoy en día con la limitante de contratación laboral de una empleada doméstica a quien se le debe pagar por lo menos el sueldo básico más todos los beneficios de ley porque sino se puede ser objeto de demandas laborables haciendo este proceso engorroso ya que pone en juego la economía de un hogar, se crea la factibilidad de contratar una empresa por día a quien se le delegará toda la responsabilidad del aseo de la vivienda sin tener mayor compromiso contractual que por el corto período en el que se firme el contrato.

1.1.2. Situación Conflicto

En el cantón Samborondón específicamente en la Urbanización Ciudad Celeste la falta de tiempo y la limitación para la contratación de un personal doméstico fijo ha creado la necesidad de contratar este servicio de limpieza a hogares por horas y de que mejor manera si se podría contar con una empresa seria y

responsable, además que garantice seguridad y honestidad como reputación porque será personal garantizado quienes ingresen a cada uno de los domicilios, donde las personas guardan sus objetos más preciados tanto personal, económico y sentimentalmente. Es por esto que demostrando la factibilidad financiera para su creación este se convertirá en un proyecto factible y ampliamente realizable.

Tabla 1.
Síntomas

Causas	Efectos
Cambio en el sistema laboral Ecuatoriano con respecto a empleadas domésticas.	Resulta costoso mantener la contratación de una empleada doméstica en los actuales momentos.
Inclusión de madres de familia en el sistema empresarial.	La presencia de la ama de casa ha disminuido, ellas eran quienes se encargaban del aseo del hogar.
Por la alta demanda social además de querer un mejor estilo de vida las parejas jóvenes tienen muchas horas laborando fuera de sus hogares.	Se crea la necesidad de delegar el aseo de los hogares a especialistas que cuenten con reputación de honestidad y eficiencia.
Creció el número de demandas legales laborales por parte de empleadas domésticas	Esto hizo desistir en muchos casos de su contratación porque se podría afectar la economía familiar.

1.2. Formulación del problema

En la formulación del problema estudiamos ¿Cómo cuantificar los costos de inversión para la creación de una empresa de servicio de limpieza a domicilio para determinar su factibilidad financiera en la urbanización Ciudad Celeste, ubicada en el cantón Samborondón, provincia del Guayas, en el período 2019?

1.3. Delimitación del problema

- Campo: Empresarial
- Área: Costos de Inversión
- Aspectos: Costos de inversión, factibilidad financiera

- Tema: **Proyecto de pre factibilidad financiera para la creación de una empresa de servicio de limpieza a domicilio, en la urbanización Ciudad Celeste**
- Espacio: Ecuador, Guayas, Samborondón
- Tiempo: Periodo 2019
- Línea de Investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.4. Variables de la Investigación

- Variable independiente: Costos de inversión
- Variable dependiente: Factibilidad financiera

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar los costos de inversión para la creación de una empresa de servicio de limpieza a domicilio y su factibilidad financiera en la urbanización Ciudad Celeste.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el problema de la escasez de personal fijo doméstico en los domicilios de la Urbanización Ciudad Celeste.
- Fundamentar teóricamente costos de inversión y factibilidad financiera para la creación de la empresa de limpieza a domicilio.
- Relacionar metodológicamente tipos de investigación y técnicas, en el presente trabajo en la creación de la empresa de limpieza a domicilio.
- Analizar instrumentos aplicados a la investigación del proyecto.

- Demostrar la prefactibilidad del proyecto de creación de una empresa de servicio de limpieza a domicilio.

1.6. Preguntas de Investigación

1. ¿Cuál es la situación actual de limpieza de los domicilios en la Urbanización Ciudad Celeste?
2. ¿Cómo fundamentar teóricamente los costos de inversión y factibilidad financiera en la ampliación de servicios de la empresa de limpieza a domicilio?
3. ¿Cuál es la metodología y técnicas de investigación que se van a utilizar para el trabajo de prefactibilidad para la creación de una empresa de limpieza a domicilio?
4. ¿Qué técnicas e instrumentos se aplicarán en los estudios realizados que conlleven a la interpretación de los resultados?
5. ¿Cómo determinar la prefactibilidad de la creación de la empresa de limpieza a domicilio?

1.7. Justificación e Importancia

Este proyecto de prefactibilidad se ejecutará por la necesidad de dar un servicio de limpieza a domicilios ubicados en la urbanización Ciudad Celeste, donde ya se ha mencionado residen en su mayoría parejas jóvenes que por sus labores profesionales no cuentan con el tiempo suficiente para dedicarle al aseo y mantenimiento de sus hogares.

Conveniencia: la presente investigación muestra el beneficio personal que se obtiene al vivir en una residencia debidamente aseada y mantenida. Los beneficiarios

del presente proyecto serán los residentes en la urbanización antes mencionada y la comunidad cercana en general, dando un mejor aspecto social al mejorar la percepción del nivel de vida gracias a la limpieza y el orden que se implementará dando el servicio de limpieza a las viviendas. Es factible realizar el proyector porque existe la demanda suficiente requerida para ofrecer el servicio y obtener réditos en la gestión de la empresa de limpieza.

Implicación práctica: en base a recursos propios se iniciará con la inversión para la creación de la empresa de limpieza a domicilio, destinando los recursos en adquisición de equipos de alta gama además de la contratación de personal y la instauración del local de funcionamiento.

El alcance y relevancia social: estará dado en base a la creación de plazas de empleo, para la comunidad del sector. Es de conveniencia mutua entre la empresa y sus clientes, quienes recibirán el mejor de los servicios con estándares de calidad certificados en cada uno de los trabajos de limpieza.

La trascendencia para la sociedad: se basa en poder proveer de mejor calidad de vida a las familias residentes en la urbanización ya que la vida cotidiana en espacios limpios y mantenidos generan un óptimo y saludable entorno. Se resolverá el problema real que aqueja en estos momentos a estas familias que carecen de la contratación permanente de servicio doméstico.

Su utilidad metodológica: El presente proyecto podrá ser utilizado como guía para futuros trabajos de investigación desarrollados en el mismo ámbito y sector de estudio.

El valor teórico: en este caso de estudio se muestra en todos los autores y definiciones citadas para la ejecución del proyecto y medir la prefactibilidad financiera para la creación de la empresa de limpieza.

Podrá enriquecer la búsqueda de conocimientos en base a las encuestas y estadísticas realizadas a más de la experiencia obtenida durante la realización del proyecto.

La viabilidad política: está considerada en el código de buen vivir para los ciudadanos del Ecuador, quienes contando con viviendas en perfecto estado de mantenimiento y limpieza proporcionarán un mejor ambiente respetando ordenanzas municipales.

Su viabilidad técnica, en el presente estudio de prefactibilidad se determinará tomando en consideración aspectos cuantitativos como cualitativos la capacidad de los habitantes para contratar el servicio que se otorgará con la creación de la empresa de limpieza con servicio a domicilio.

Su viabilidad socio cultural, como ya se ha mencionado el crear una cultura de aseo y limpieza mejora la vida en sociedad creando una costumbre en el medio donde se desarrolla la vida de los habitantes de la urbanización.

Su viabilidad técnica económica, se determinará considerando los aspectos cuantitativos que se analizarán en el costo de inversión del proyecto.

Su viabilidad ambiental, el objetivo es mejorar el ambiente donde residen los habitantes de la urbanización Ciudad Celeste, con espacios limpios y debidamente aseados.

1.8 Conclusiones

En el presente capítulo se ha descrito la problemática que se desea solucionar con la implementación de una empresa de limpieza a domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste del cantón Samborondón, se ha determinado las variables a estudiar y los objetivos que se desean alcanzar, para ir analizando la viabilidad en la creación de la empresa ya mencionada.

Después de un análisis sobre la problemática descrita, damos paso a la elaboración del siguiente capítulo.

Capítulo II

Marco Teórico

2.1.Fundamentación Teórica

En el presente proyecto de inversión se mide su pre factibilidad, no sin antes estudiar algunos autores que se han referido a este tema:

Costos de inversión:

Sapag (2017) Afirma que el término costos dependiendo del tipo de decisión que se quiera tomar, tiene diversos significados, aunque la más adecuada para inversiones es la que lo considera como la reducción de dinero para una opción de negocio (p.97).

Los costos de inversión, llamados también costos pre-operativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo "en marcha" u operativo. Para decirlo de una forma sencilla son todos aquellos costos que se dan desde la concepción de la idea que da origen al proyecto hasta poco antes de la producción del primer producto o servicio.

La etapa pre-operativa, aquella en la que se generan los costos de inversión, comprende los siguientes costos (con variaciones dependiendo del tipo de proyecto): estudios de factibilidad, estudios definitivos (ingeniería conceptual, ingeniería de detalle), planos y licencias, terrenos, edificios, instalaciones fijas, bienes de capital (aquellos que sirven para la producción de otros bienes, como maquinarias y equipos); mobiliario, entre otros. Adicionalmente, en la etapa pre-operativa se debe de contar con el capital de trabajo, el fondo de maniobra

que sirve para costear los activos corrientes que harán posible el inicio de la etapa operativa del proyecto.

También es importante considerar dentro de los costos de inversión las futuras reposiciones de bienes de capital que posiblemente el proyecto requiera; por ejemplo, si un proyecto tiene una vida útil de 20 años, se espera que durante 20 años produzca el bien o servicio para el que fue creado y tiene al inicio una maquinaria que tiene sólo seis años de vida útil, entonces será necesario hacer tres reposiciones de dicha maquinaria para que el proyecto siga funcionando. (Landaure, 2016)

“La inversión consiste en sacrificar hoy un recurso con la esperanza de tener más en el futuro” entendido como un sacrificio presente en aras de un beneficio futuro. (Cárdenas, 2016)

“La inversión puede ser definida como la compra de cualquier activo real o financiero, que ofrece una utilidad en forma de capital, ganancia, interés o dividendo”. (Amling, 2014)

Factibilidad financiera:

Para Haro y Rosario (2017) Un proyecto de inversión o financiación es factible financieramente cuando la rentabilidad de los activos, medida por la Tasa Interna de Retorno TIR, es superior o igual al coste del pasivo asociado o cuando su Valor Actual Neto VAN es positivo, esto quiere decir que cuando sus accionistas reciben del proyecto una rentabilidad . La factibilidad económica es una condición necesaria para llevar a cabo un proyecto de inversión. Todo proyecto económicamente factible ha de cumplir adicionalmente una condición que es enunciada por la factibilidad financiera,

todo proyecto de inversión es factible financieramente/ económicamente si en todo momento presenta una tesorería acumulada positiva o nula. (p.49)

Según (Varela, 2018). “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto” (p.274). El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Según el Diccionario de la Real Academia Española, la Factibilidad es la “cualidad o condición de factible”. Factible: que se puede hacer.

Si un proyecto es factible, se debería diseñar un plan de ejecución para poder convertirlo en una unidad productiva de un bien o servicio planteado. Sin embargo, cuando se quiere determinar la factibilidad de un proyecto, es de vital importancia descubrir si con la puesta en marcha del mismo existiría rentabilidad o no, éste es el objetivo de la evaluación financiera.

Servicios:

Además, se dice entonces que un servicio según lo investigado teóricamente es un conjunto de acciones o actividades que realiza una persona o grupo de personas para servir a alguien más, el producto o resultado que se genere de ello satisficará la necesidad del individuo que lo requiera, como su palabra lo dice servicio se refiere a servir.

Consultando varios autores sobre las definiciones de servicios se cita a (Thompson, 2006). para quien:

Los servicios son actividades identificables, intangibles y perecederas que son el resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implican generalmente la participación del

cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por tanto, pueden ser el objeto principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes.

Kotler, Bloom y Hayes (2004) definen un servicio de la siguiente manera:

Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico, Complementando ésta definición, cabe señalar que, según los mencionados autores, los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un psiquiatra, hasta cortarse el cabello, ver una película u obtener asesoramiento de un abogado. Muchos servicios son intangibles, en el sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas (pp.9-10).

Limpieza:

Por otro lado, se define la limpieza como la acción de limpiar o asear algún lugar, persona o cosa. Entonces para entenderlo conceptualmente el servicio de limpieza es la acción que realiza un grupo de personas de limpiar para servir de acuerdo a la necesidad y requerimiento de otra persona.

Es una transacción entre dos sujetos, el individuo que requiere del servicio ya sea porque físicamente no lo puede realizar o simplemente porque su tiempo y otras actividades no se lo permiten y la parte oferente quien realiza esta actividad a cambio de una ganancia económica, es aquí donde se encuentra ubicada la compañía de

limpieza, es cierto también que a medida de impartir satisfactoriamente los servicios el negocio crecerá por la positiva percepción de la clientela al referirse y recomendarse por el eficiente trabajo y labor en la comunidad. Además de la fidelización de clientes siempre basados en el principio ganar- ganar demostrará un compromiso constante en la calidad del servicio.

Siendo el mismo cliente quien aplicará su control de calidad para la empresa será más fácil su implementación inmediata a corregir tomándolo como punto de partida en el siguiente domicilio donde se dará el servicio.

La relación proveedor cliente debe afianzarse tal como lo menciona en los años 50 el japonés (Ishikawa, 1986) quien creó un decálogo sobre los principios de control de calidad:

Dicho decálogo dice:

Principio 1: Tanto el Cliente como el Proveedor son totalmente responsables por la aplicación del control de calidad, con recíproca comprensión y cooperación entre sus sistemas de control de calidad.

Principio 2: El Cliente y el Proveedor deben ser independientes el uno del otro y respetar esa independencia recíprocamente.

Principio 3: El Cliente tiene la responsabilidad de suministrarle al proveedor información clara y adecuada sobre lo que se requiere, de modo que el proveedor sepa con toda precisión qué es lo que debe fabricar.

Principio 4: Antes de entrar en transacciones de negocios, el Cliente y el Proveedor deben celebrar un contrato racional en cuanto a cantidad, calidad, precio, condiciones de entrega y forma de pago.

Principio 5: El Proveedor tiene la responsabilidad de suministrar una calidad que sea satisfactoria para el Cliente, y también tiene la responsabilidad de entregar datos necesarios y actualizados a solicitud del Cliente.

Principio 6: El Cliente y el Proveedor deben acordar previamente un método de evaluación de los artículos, que sea aceptable y satisfactorio para ambas partes.

Principio 7: El Cliente y el Proveedor deben incluir en su contrato, sistemas y procedimientos, que les permitan solucionar amistosamente las posibles discrepancias cuando surja cualquier problema.

Principio 8: El Cliente y el Proveedor, teniendo en cuenta el punto de vista de la otra parte, deben intercambiar la información necesaria para ejecutar un mejor control de calidad.

Principio 9: El Cliente y el Proveedor deben siempre controlar las actividades comerciales, tales como pedidos, planeación de la producción y de los inventarios, trabajos de oficina, y sistemas, de manera que sus relaciones se mantengan sobre una base amistosa y satisfactoria.

Principio 10: El Cliente y el Proveedor en el desarrollo de sus transacciones comerciales, deben prestar siempre la debida atención a los "intereses del consumidor"

Habiendo estudiado éste decálogo se comprende la importancia que tiene el proveedor de servicios y su compromiso con el cliente para brindar satisfacción y de esta forma crear una relación permanente y duradera.

Los principales componentes para un estudio de factibilidad son:

2.1.1. Estudio de Mercado.

En el estudio de mercado el objetivo es estipular si existe o no, un requerimiento que justifique la implementación de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio geográfico y de tiempo.

2.1.2. Estudio Técnico.

Tiene por finalidad dotar de información, para cuantificar monetariamente la cantidad que se requiere para las inversiones y costos de las operaciones relativas en el área del proyecto.

2.1.3. Estudio Financiero

Establece la ordenación y planteamiento de la información de tipo económico que proporcionaron las etapas previas, la ejecución de cuadros analíticos para la evaluación de factibilidad del proyecto y la evaluación de los antecedentes anteriores para concluir su rentabilidad financiera.

Ahora bien, ya se ha referido al costo de inversión, a la factibilidad financiera y al servicio de limpieza, ahora se desarrolla el presente proyecto de acuerdo a estos lineamientos procurando demostrar su prefactibilidad para hacerlo posible y ponerlo en ejecución y de esta manera dotar a la comunidad de un servicio requerido por el medio.

2.1.4. Estudio Administrativo

Establece los elementos a considerar para la organización y correcto funcionamiento de la empresa, la planificación estratégica, aspectos laborales, métodos de reclutamiento, fiscalizaciones, la estructura organizacional, los espacios que se ocuparán, es decir se defina la ruta a seguir para alcanzar los objetivos establecidos con la implementación y puesta en marcha de la empresa.

2.1.5. Estudio Legal

El estudio legal tiene dos finalidades, la una es determinar la viabilidad legal según las normas y leyes que regulan una empresa según su giro de negocio y la otra es la de constituir la empresa legalmente de acuerdo a los requisitos que se deben cumplir para la misma.

2.2. Marco Referencial

En el año 2011 Juana Edilma Ríos Calero, de la Universidad de Guayaquil, en su tesis “Creación de la empresa “Cemajo S.A.” dedicada a dar servicio de limpieza a empresas de Guayaquil.

En su resumen indica que se trata de una empresa ya establecida que ofrece el servicio de limpieza a oficinas y empresas, difiere con el presente proyecto ya que de implementarse su área de trabajo serán viviendas y no empresas al menos cuando inicie su operación.

Los autores Liz Diana Arévalo Barbosa y Jorge Gregorio Casas Yépez en el año 2011, presentaron su tesis en la Universidad Politécnica Salesiana con el tema “Proyecto para la prestación de servicios de limpieza en hogares del sector norte de la ciudad de Quito”.

En su resumen indican que su nicho de mercado será el sector Iñaquito de la ciudad en referencia, donde existen alrededor de 3,000 viviendas, a las cuales proveerán de servicio de limpieza doméstico, lo cual la asemeja mucho al proyecto que se está presentando actualmente.

Mónica Patricia Pozo Franco estudiante de la Universidad Técnica de Ibarra en el año 2014 presentó su tesis titulada “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa que proporcione servicios de limpieza para hogares y oficinas

en la provincia de Imbabura. En su resumen ejecutivo relata las bondades que tendrán los usuarios al momento de obtener este servicio, tales como el factor social, económico, tecnológico y ambiental, además de la creación de plazas de empleo en lo cual se ha visto afectada esta provincia, esta tesis se asemeja en gran medida al presente proyecto porque tiene el mismo enfoque de proporcionar a los hogares un servicio eficiente de limpieza contribuyendo a una buena salud, mejorando la calidad de vida de las personas residentes en las áreas de desempeño de las empresas de limpieza.

En la tesis “Propuesta para la creación de una empresa de servicios de limpieza a hogares en la ciudad de Guayaquil, período 2,015 – 2,016” del autor Raúl Heriberto Gómez Morales, estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

En su respectivo resumen dice que “tiene como objetivo elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa en la ciudad de Guayaquil parroquia Tarqui, la finalidad es ofrecer servicios de limpieza a hogares, para mejorar la calidad de vida de quienes habitan en los domicilios dando solución al servicio que requieren y así aliviar tareas que deben realizar, en muchos casos después de sus jornadas laborales; se realizará aplicando procedimientos, métodos, técnicas, equipos tecnológicos y productos de buena calidad, apropiados para cada situación de limpieza”, asemejándose al estudio presentado en este proyecto en su visión de la naturaleza del negocio.

En la universidad San Francisco de Quito, Jaime Eduardo Hidalgo Espinoza presentó su tesis “Puertas afuera, servicios domésticos ocasionales” en el año 2,011.

En su resumen acota lo siguiente: proveer a determinado sector de servicios domésticos durante las noches, fines de semana y feriados, ofrecería lavado de ropa, planchado y limpieza de casas, como puede apreciarse no es el mismo enfoque tengo en mi proyecto presentado actualmente.

De la misma manera en la Universidad Politécnica del Litoral, en el año 2009, Karina del Rocío Valarezo Prieto, Daisi Rocío Orrala Miraba junto a Ingrith Paola Contreras Martínez presentaron su tesis titulada “Propuesta para la implementación de una empresa de servicios de limpieza de oficinas para las instituciones públicas y privadas de Babahoyo”. Ellas resumían que su prestación de servicios estaría enfocada a empresas públicas y privadas de la ciudad de Babahoyo, teniéndolas como principales clientes en su cartera, no así el presente proyecto el cual está enfocado por el momento únicamente en viviendas.

2.3. Variables conceptuales de la Investigación

Variable independiente: Costos de inversión

Los costos de inversión son aquellos dineros que se aporta con la finalidad de obtener ganancias, es el punto inicial de todo negocio y es aquí donde se determina y toma la decisión de implementar o no dicha inversión. Para detallar los costos de inversión inicial se debe tomar en cuenta varios parámetros necesarios para el funcionamiento óptimo del negocio planteado en el presente proyecto de prefactibilidad para la creación de una compañía de limpieza a domicilio, tener como referencia la buena apariencia y ubicación de un local crea una positiva percepción en los clientes además de que los equipos a utilizarse estén el perfecto estado de funcionamiento, un personal impecablemente uniformado y capacitado serán los pilares fundamentales en el marketing boca a boca que se pretende

instaurar en este negocio en la ubicación del mismo, que será la Urbanización Ciudad Celeste del cantón Samborondón.

Pero contar con equipo de alta gama y utilizar productos de calidad en la operación lleva consigo un costo elevado en la inversión e implementación del negocio, no obstante, de acuerdo a la visión y proyección de la compañía de limpieza esto es lo que debe hacerse y utilizarse.

El servicio de limpieza a diferencia de otros servicios se mide más en función a la percepción del cliente por lo que es considerado un servicio intangible, siendo así que el mayor rubro en la inversión está destinado a los equipos que compraremos para su funcionamiento operacional.

Variable Dependiente: Factibilidad financiera

La factibilidad financiera es cuando se analiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios, elaborando una lista de los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenándolos cronológicamente, para de esta forma determinar si es económicamente favorable o no. La probabilidad de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá validez y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su principio y término.

La factibilidad financiera se medirá de acuerdo al rendimiento proyectado del negocio, en caso de obtener un préstamo bancario para la inversión inicial, por ejemplo, de obtener un micro crédito en Ban Ecuador, se necesitará asumir una tasa de interés del 15% siendo esta tasa de interés un poco elevada se intentará reunir recursos propios o se buscará un inversionista asociándolo al proyecto.

2.4.Operacionalización de las Variables

Tabla 2
Procedimiento

Variable Independiente	Definición	Indicadores	Técnicas
Costo de inversión	Costos pre-operativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento (Landaure, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión en equipos • Costo de mano de obra • Infraestructura • Gastos en permisos y documentos • Insumos • Movilización • Servicios Básicos • Local de operación 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis documental • Diagnóstico situacional
Variable Dependiente	Definición	Indicadores	Técnicas
Factibilidad financiera	Un proyecto de inversión o financiación es factible financieramente cuando la rentabilidad de los activos, medida por la Tasa Interna de Retorno TIR, es superior o igual al coste del pasivo asociado o cuando su Valor Actual Neto VAN es positivo (Haro y Rosario, 2017).	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empleados • Cantidad de casas a limpiar • Monto de inversión por vivienda • Costo de la operación • VAN • TIR 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta a la comunidad residente en la Urbanización Ciudad Celeste • Censo documentado • Observación de campo

2.5.Marco Conceptual

Proyecto de inversión: en definitiva, es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos. Su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo. Para esto, será necesario inmovilizar recursos a largo plazo.

Las etapas del proyecto de inversión implican la identificación de una idea, un estudio de mercado, la decisión de invertir, la administración de la inversión y la evaluación de los resultados. El proyecto en sí suele ser evaluado por distintos especialistas. (Miranda, 2017)

Prefactibilidad: La prefactibilidad, por lo tanto, supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. El concepto suele emplearse en el ámbito empresarial y comercial.

Al realizar un estudio de prefactibilidad, se toman en cuenta diversas variables y se reflexiona sobre los puntos centrales de la idea. Si se estima que su implantación es viable, la idea se transformará en un proyecto que será sometido, ahora sí, a un estudio de factibilidad. Este es el último paso antes de que el proyecto se materialice.

A la hora de estudiar la prefactibilidad, se suele recopilar toda la información posible para ponerla a consideración. Lo que permite un estudio de prefactibilidad es minimizar el riesgo: si se advierte que la idea no es factible, puede descartarse sin mayores daños, ya que aún no se habrá concretado el grueso de la inversión que supone la concreción del proyecto. (Pérez y Merino, 2017)

Mano de obra: El término que nos ocupa se sustenta, etimológicamente hablando, en el latín. Así, nos encontramos con el hecho de que el vocablo mano procede de la palabra latina manus que puede traducirse en varias acepciones tales como “fácil de manipular”. Y obra, por su parte, emana del vocablo latino opera que significa “trabajo”.

Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor (es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios). (Sapag, 2015)

Operación: Ejecución de una acción. La noción de gastos de operación hace referencia al dinero desembolsado por una empresa u organización en el desarrollo de sus actividades. Los gastos operativos son los salarios, el alquiler de locales, la compra de suministros y otros. En otras palabras, los gastos de operación son aquellos destinados a mantener un activo en su condición existente o a modificarlo para que vuelva a estar en condiciones apropiadas de trabajo. (Córdova, 2017)

Ejecución: Realización de una acción, especialmente en cumplimiento de un proyecto, un encargo o una orden. Del latín exsecutio, el término ejecución permite nombrar a la acción y efecto de ejecutar. Este verbo tiene varios significados: poner por obra algo, desempeñar algo con facilidad, tocar una pieza musical, ajusticiar, reclamar una deuda por un procedimiento ejecutivo o, en informática, realizar las operaciones que son especificadas por un programa. (Zugarramurdi, 2019)

Ganancias: Beneficio o provecho que se obtiene de una cosa. La utilidad, por su parte, es la ganancia o el beneficio que puede obtenerse de algo. El concepto de reparto de utilidades se refiere a la repartición de las ganancias que logró una empresa o que produjo una cierta operación o actividad. En varios países, el reparto de utilidades es una obligación que tienen las compañías alcanzadas por ciertos criterios legales. (Pérez B. , 2018)

Censo: Lista oficial de los habitantes de una población o de un estado, con indicación de sus condiciones sociales, económicas, etc. Del latín census, un censo es un padrón o lista. Su uso más habitual está asociado al censo poblacional o censo de población, donde se contabilizan los habitantes de un pueblo o de un país y se recogen diversos datos con fines estadísticos. El censo permite delimitar una población estadística que refleja el número total de individuos de un territorio. A diferencia de otras herramientas de la estadística, en este caso no se trabaja con muestras, sino con la población total. El censo es considerado una técnica que utiliza la ficha censal o cédula de censo como instrumento para llevar a cabo una investigación. (Carrillo, 2018)

Documental: Que se fundamenta o se origina en documentos, o se relaciona con ellos.

La gestión documental, en este marco, consiste en la administración de los documentos de una organización. A través de diversas normas y acciones, esta gestión busca facilitar el acceso a la información y garantiza la conservación de aquellos documentos que deben almacenarse. (Urbano, 2017)

Ingresos: Cantidad de dinero ganada o recaudada. En sentido económico, los ingresos son los caudales que entran en poder de una persona o de una organización. Un sujeto puede recibir ingresos (dinero) por su actividad laboral, comercial o productiva. (Grandío, 2018)

Egresos: Partida de descargo en una cuenta. El concepto de egresos, de todas maneras, se encuentra muy ligado a la contabilidad; en este caso, significa la salida de dinero de las arcas de una empresa u organización, mientras que por ingresos se entiende el dinero que entra.

Los egresos incluyen los gastos y las inversiones. El gasto es aquella partida contable que aumenta las pérdidas o disminuye el beneficio, y siempre supone un desembolso financiero, ya sea movimiento de caja o bancario. El pago de un servicio (por ejemplo, de conexión a Internet) y el arrendamiento de un local comercial son algunos de los gastos habituales que forman parte de los egresos de las empresas. (Pérez y Gardey, 2017)

Cronológico: De la fecha o del momento en que sucede un hecho. Cronológico es aquello perteneciente o relativo a la cronología (la disciplina cuyo objeto es la determinación del orden y las fechas de los sucesos históricos). La cronología forma parte de la ciencia de la historia.

Todas las civilizaciones han desarrollado métodos o sistemas para medir el tiempo. Se sabe que no existe un suceso histórico que no haya surgido de otros que le precedieron y que no haya sido el origen de otros de mayor o menor importancia. El orden cronológico de los sucesos es la ubicación de éstos en una línea temporal.

Lo cronológico, en definitiva, está vinculado a la ordenación y medición del tiempo. Los segundos, los minutos, las horas, los días, las semanas, los meses, los años, las décadas, los siglos y los milenios son algunas de las unidades de tiempo más usuales en la vida cotidiana. (Fernández, 2017)

2.6 Conclusiones

En el capítulo que ha concluido se demostró teóricamente los términos que se utilizarán en el presente proyecto, así como también se ha hecho referencia a otros trabajos de titulación con el mismo giro de negocio que se está presentando en este proyecto. Una vez analizados a que se refieren los estudios de mercado, técnico, financiero, administrativo y legal podemos dar paso a la realización del siguiente capítulo.

Capítulo III

Marco Metodológico

3.1. Diseño de la Investigación

Los diseños tomados en esta tesis son entre otros el enfoque cuantitativo, ya que se refleja la necesidad de determinar y medir la magnitud del problema planteado, además de su incidencia en una comunidad en concreto, realizándolo estadística y numeralmente.

El enfoque cualitativo se usó analizando los datos recolectados y formulando las preguntas pertinentes a la investigación en su proceso de interpretación, la recolección de datos consistió en la obtención de perspectivas y puntos de vista de los encuestados, determinando sus experiencias, emociones, y prioridades, así como otros aspectos más subjetivos. Los resultados entonces se concretaron en las diferentes vivencias de los participantes tal como las sintieron y experimentaron, usando la triangulación de los resultados siendo así más objetivos en la toma de resultados.

Citando a Duffy (1987) apunta las siguientes ventajas y posibilidades sobre la combinación de las técnicas cualitativas y las cuantitativas:

Agregar el control de sesgos, (abordaje cuantitativo) y la comprensión de la perspectiva de los actores involucrados en el fenómeno (abordaje cualitativo)

Agregar la identificación de variables específicas (abordaje cuantitativo) con una visión global del fenómeno (abordaje cualitativo).

Completar un conjunto de hechos y causas asociados al empleo de la

metodología cuantitativa con una visión de la naturaleza dinámica de la realidad.

Enriquecer constataciones obtenidas bajo condiciones controladas con datos obtenidos dentro del contexto natural de su ocurrencia.

Reafirmar validez y confiabilidad de los hallazgos mediante el uso de técnicas diferenciadas.

En el desarrollo de la investigación, se utilizan procedimientos que posibilitan la confrontación entre el aporte teórico-conceptual y un material empírico que permite la construcción del dato científico. Así en la formulación de un proyecto de investigación. (Ferreira da Silva, 2006, p.25).

Por lo tanto, el diseño Cuantitativo Cualitativo permite conocer tanto los hechos mediables cuantificables como los distintos puntos de vistas y razonamientos de los sujetos encuestados, tomando en consideración datos más subjetivos.

En esta tesis se usó un diseño mixto cuantitativo cualitativo porque han sido determinantes tanto los resultados numéricos como las diversas perspectivas de los habitantes de la Urbanización Ciudad Celeste que es el sitio donde está delimitado el problema presentado y la prefactibilidad de crear una empresa de limpieza en ese sector de la parroquia La Puntilla Satélite.

Descriptivo, con este diseño se observó y describió sobre el comportamiento de cada una de las personas encuestadas sobre el tema de la problemática actual con respecto a la falta de servicio doméstico y la falta de tiempo para efectuar labores de limpieza en sus respectivos hogares.

Científico, desde el momento en que se planteó la problemática que se encuentra en la Urbanización Ciudad Celeste con respecto a la falta de empleadas

domésticas que se dediquen a la respectiva limpieza y aseo de las viviendas, se utilizó este diseño de investigación ya que éste estudio pretende demostrar la prefactibilidad para crear una empresa que proporcione este servicio tan necesitado y de vital importancia para una buena calidad de vida.

3.2. Tipos de Investigación

Tabla 3
Tipos de Investigación

Explorativo	Explicativo	Descriptivo	Correlacional
Estudios exploratorios Se emplean cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado o novedoso. Investigan problemas poco estudiados Indagan desde una perspectiva innovadora Ayudan a identificar conceptos promisorios Preparan el terreno para nuevos estudios (Hernández Sampieri, 2014, p.91).	Estudios explicativos Pretenden establecer las causas de los sucesos o fenómenos que se estudian. Determinan las causas de los fenómenos Generan un sentido de entendimiento Son sumamente estructurados. (Hernández Sampieri, 2014, p.95).	Estudios descriptivos Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población. Consideran al fenómeno estudiado y sus componentes Miden conceptos Definen variables (Hernández Sampieri, 2014, p.92).	Estudio correlacional Asocian variables mediante un patrón predecible para un grupo o población. Asocian conceptos o variables Permiten predicciones Cuantifican relaciones entre conceptos o variables (Hernández Sampieri, 2014, p.93).

De acuerdo al cuadro que antecede, en este trabajó el tipo de investigación que se utilizó fue el exploratorio porque se estudió por primera vez la problemática real que existe en la Urbanización Ciudad Celeste con respecto a la falta de domésticas que se dedican a la labor de limpiar y arreglar las viviendas del sector,

también se observó que la investigación explicativa demostró y analizó las causas de dicha problemática, ya sea por la falta de tiempo, recursos o por la modificación en las leyes de trabajo para este segmento laboralmente activo de la ciudad y el país.

3.3.Población

El concepto de población indica que es el conjunto total de individuos, que poseen características comunes tales como residir dentro de un mismo territorio, es decir concuerdan con algunas de las especificaciones, estas semejanzas son observables en un lugar y en un momento determinado.

Otra definición de población proviene del término latino *populatio*. En su uso más habitual, la palabra hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar. (Pérez, 2017).

Para Jacqueline Wigodski cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio.

Entre éstas tenemos:

Homogeneidad - que todos los miembros de la población tengan las mismas características según las variables que se vayan a considerar en el estudio o investigación.

Tiempo - se refiere al período de tiempo donde se ubicaría la población de interés. Determinar si el estudio es del momento presente o si se va a estudiar a una

población de cinco años atrás o si se van a entrevistar personas de diferentes generaciones.

Espacio - se refiere al lugar donde se ubica la población de interés. Un estudio no puede ser muy abarcador y por falta de tiempo y recursos hay que limitarlo a un área o comunidad en específico.

Cantidad - se refiere al tamaño de la población. El tamaño de la población es sumamente importante porque ello determina o afecta al tamaño de la muestra que se vaya a seleccionar, además que la falta de recursos y tiempo también nos limita la extensión de la población que se vaya a investigar.(Wigodski, 2010).

De acuerdo a lo investigado en la página web de la Urbanización Ciudad Celeste, el número de habitantes es de 15,455, quienes ocupan 3,091 viviendas ubicadas en 11 urbanizaciones desarrolladas en una extensión de 250 hectáreas.

3.4.Muestra de la Población

Jacqueline Wigodski dice que el muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población.

El tamaño de la muestra depende de la precisión con que el investigador desea llevar a cabo su estudio, pero por regla general se debe usar una muestra tan grande como sea posible de acuerdo a los recursos que haya disponibles. Entre más grande la muestra mayor posibilidad de ser más representativa de la población.

Las razones para estudiar muestras en lugar de poblaciones son diversas y entre ellas podemos señalar.

- a. Ahorrar tiempo.
- b. Ahorraremos costes.
- c. Estudiar la totalidad de los pacientes o personas es inaccesible o imposible de realizar.
- d. Aumentar la calidad del estudio. Al contar con más tiempo.
- e. La selección de muestras específicas nos permitirá reducir la heterogeneidad de una población al indicar los criterios de inclusión y/o exclusión. (Wigodski, 2010)

Concepto de muestra es un subgrupo tomado desde la población, sobre quienes se estudiarán y tomarán los datos que luego se analizarán para determinar resultados y así determinar si el proyecto es factible o no, por lo tanto, la muestra debe ser tomada con mucha precisión y cuidado.

Existen dos técnicas de muestreo: las que están basadas en la probabilidad y las que no están basadas en la probabilidad.

Tipo de muestreo no probabilístico, El muestreo no probabilístico es una técnica de muestreo donde no todos los individuos de la población tienen las mismas oportunidades de ser seleccionados.

Al seleccionar uno de estos métodos podría resultar en una capacidad limitada para hacer conclusiones generales basadas en los hallazgos, pero existen algunas veces en las que seleccionar este tipo de técnica de muestreo es la mejor

opción para cierta pregunta de investigación o para una etapa inicial de la investigación.

Las muestras basadas en los sujetos disponibles también conocido como muestra por conveniencia, en ella se encuestan a transeúntes que caminan por un sitio determinado, es riesgoso y hay que utilizarlo con cautela, sin embargo, es útil cuando se quiere estudiar características similares entre los habitantes de determinado sector al momento de indagar sobre sus necesidades.

Muestra intencional o discrecional. Una muestra intencional es aquella en la que se selecciona a los individuos que se van a entrevistar según lo que convenga a la investigación, es decir se escogen de acuerdo al perfil de los mismos.

Por otro lado, el muestreo probabilístico es una técnica donde todos los individuos tienen las mismas posibilidades de ser escogidos. Esto quiere decir que es más dirigido el muestreo. (Question., 2018).

Habiendo diferenciado los tipos de muestra se escogió una muestra no probabilística a conveniencia de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Esta conveniencia, que se suele traducir en una gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo (Ochoa, 2015)

La muestra



Figura 3 Población Ciudad Celeste

Tomado de: www.ciudadceleste.com/urbanizaciones/

Aplicación de la fórmula:

Tabla 4
Simbología

Ítem	Detalle	Valores
n	Tamaño de la muestra	149
m	Tamaño de la población	3,091
e	Error admisible	8%

$$n = \frac{m}{e^2(m-1)+1}$$

$$n = \frac{3,091}{0.08^2(3091-1)+1}$$

$$n = \frac{3,091}{20.78}$$

$$n = 149$$

Considerando como tamaño de la población el total de viviendas de la Urbanización Ciudad Celeste, se tomó una muestra por conveniencia de 149 domicilios, se realizó la encuesta a cada cabeza del hogar además de censo y observación de campo.

3.5. Técnicas e Instrumento

Los métodos que se tomaron como referencia en el presente estudio fueron:

Método estadístico tomando como referencia las encuestas realizadas a la muestra de la población, donde 149 personas respondieron a preguntas sencillas que determinaban la real necesidad de contar con una empresa que otorgue servicios de limpieza en su urbanización.

El método análisis-síntesis también se consideró en el presente estudio ya que a partir de las observaciones realizadas y un amplio análisis documental se determinó las falencias y la realidad del medio estudiado en lo referente a la problemática descrita.

Las técnicas utilizadas fueron el diagnóstico de la observación, encuestas y el análisis documental.

3.6. Procedimientos de Investigación

Durante el mes de julio de 2,018 se realizó la observación, en su mayoría a los habitantes de tres de las once urbanizaciones desde las diez de la mañana hasta la una de la tarde y desde las siete hasta las nueve de la noche, con lo observado se pudo determinar que la mayoría de las parejas de matrimonios salen muy temprano

de sus domicilios y regresan en la noche, en la mayoría de los casos se trata de personas jóvenes con hijos pequeños. En las garitas de cada urbanización desde las cuatro hasta las seis de la tarde sale el personal doméstico notando un número mediano considerando el número de viviendas en cada conjunto residencial.

Las encuestas se elaboraron a partir de una presentación del objetivo de las mismas, indicando las instrucciones para las respuestas, contaron con diez preguntas con respuestas objetivas y concretas, de fácil elección.

Se tomó como referencia ejemplos de encuestas de la misma naturaleza comercial, las mismas que eran directas y comprensibles en su totalidad.

Se conversó con la administración de cada urbanización quienes dotaron de los últimos datos de censo poblacional, donde se aplicó la técnica de análisis documental, así como la afluencia de niños entre semana al club social y números de rutas de transporte urbano.

Se analizó también el estrato social y económico de los habitantes además del número de miembros por familia, con esto se concluyó en que cuentan con un nivel adquisitivo óptimo para la contratación de una empresa de limpieza.

3.7 Conclusiones

En este capítulo se realizó el análisis metodológico sobre la forma en que se desarrollará el proyecto, el tipo de investigación a utilizarse, así como la determinación de la muestra dentro de la población analizada, las técnicas, los instrumentos y los procedimientos de la investigación. Una vez desarrollado damos paso al siguiente capítulo.

Capítulo IV

Formulación del proyecto

4.1. Análisis e interpretación del proyecto

Tabla 5
Comprobación de objetivos

	Objetivos	Comprobación
GENERAL	Realizar un estudio de pre-factibilidad que determine la creación de una empresa de servicio de limpieza a domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste del cantón Samborondón, en la ciudad de Guayaquil	Durante la realización del presente proyecto, se pretende comprobar la positividad de instaurar una empresa de limpieza a domicilio, apoyándose en los distintos estudios a ejecutarse.
	Identificar las necesidades reales del entorno en cuanto al servicio de limpieza a domicilio a través de un estudio de mercado.	Este objetivo se lo explica mediante el desarrollo e investigación sobre la demanda, demanda insatisfecha, la oferta, materia prima requerida, así como todo lo que tiene que ver con el producto, precio, plaza y promoción.
ESPECÍFICOS	Determinar la capacidad técnica dentro de un marco legal para el desarrollo de garantías en el servicio de limpieza a domicilio, a través de un estudio técnico y un estudio legal.	Dicho estudio técnico detalla específicamente los equipos necesarios, los implementos y herramientas, la ubicación de la empresa y la proforma de implementación de un local y centro de actividades operativas de la empresa de limpieza. El estudio legal queda comprobado con el detalle del tipo de empresa, los trámites de legalización, permisos, contratos al personal
	Realizar un estudio administrativo para implementar una adecuada cultura organizacional de la empresa mediante encuestas.	En este estudio se desarrollará un organigrama de funciones y actividades de cada uno de los colaboradores de la empresa de limpieza a domicilio, tanto administrativos como personal operativo.
	Plantear un estudio financiero que determine mejora en el servicio de limpieza a domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste.	La inversión financiera necesaria para la constitución de la empresa de limpieza a domicilio, se encuentra ampliamente detallada en éste capítulo, donde se puede apreciar su amplia factibilidad dentro del aspecto económico financiero

En la tabla que antecede, se explican cada uno de los objetivos del proyecto, así como el método de comprobación para cada uno.

4.2. Estudio de Mercado

Un Estudio de mercado es lo que en principio elabora el área de marketing dentro de sus estrategias, éstas las realizan las empresas para estudiar y conocer una actividad económica concretamente. Por medio de la observación, se plantean las posibilidades de éxito que tendría que ofrecer específicamente un bien o servicio.

Para (Kotler, 2004) el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización “(p.98). En una investigación lo más importante es la selección del estudio de mercado, ya que ésta delinea todo el proceso investigativo y basándose en ello se consigue el objetivo de la misma. Dependerá entonces de esta decisión la forma de trabajar en la investigación, la forma de obtener información, la manera de analizarlos y por ende el tipo de resultados que se adquieran.

Entonces diremos que se estudia lo que se ofrece, a qué clase de personas se le ofrece y quién más ofrece algo igual o parecido en ese mercado (investigación de mercado y la competencia). Por ello la importancia de realizar un análisis, sobre los siguientes puntos claves:

- Dónde están geográficamente los potenciales consumidores de mi servicio
- Qué características definen a estas personas (técnicamente, nuestro target). Su capacidad económica, sus gustos.
- Cómo se ha comportado el sector en el que queremos entrar y qué proyección hay para el futuro. Conocer la variación de los precios o los costes de producción de la competencia es una información muy útil para poder compararnos.

- Qué valor agregado tendrá nuestro servicio, si va a marcar la diferencia o solo será un competidor más.

También es de mucha importancia tener en consideración en el momento de realizar el estudio de mercado, cuales son los canales de distribución que operan en el giro de negocio que se quiere implementar, así como la forma en que operan.

Toda esta información nos ayudará para tener una idea del tamaño de la inversión que va a necesitar para colocar su producto en el mercado, además de saber dónde y en qué momento hacerlo. Finalmente, y no por ello menos importante, conocerá a sus clientes potenciales, aquellas personas que en principio desearían su producto. (Sánchez, 2018)

En el presente proyecto la observación y la encuesta han dado origen al mismo y a la determinación de la necesidad de la creación de una empresa de limpieza a domicilio en el sector de la Urbanización Ciudad Celeste ubicada en la parroquia La Puntilla Satélite del cantón Samborondón, ciudad de Guayaquil, para el periodo 2,019. Es imperante y necesario manejar todos los escenarios y enfoques posibles para determinar su prefactibilidad en la creación de un negocio rentable proyectado a largo plazo y a la creación de plazas de empleo.

Se destaca la presencia mayoritaria de familias jóvenes donde laboran ambos cónyuges, quienes al no contar con un servicio doméstico en sus domicilios son el principal nicho de mercado donde va dirigida esta empresa de limpieza en casa. ¡Es preciso ofrecer un servicio a más de eficaz y eficiente, honesto!! Existe también un número importante de familias con parejas de edad avanzada para quienes irán dirigidos los servicios de limpieza profunda de las viviendas tales como limpieza de vidrios y ventanas, lavado de alfombras y muebles, actividades que no son

recurrentes en períodos cortos, pero si por temporadas. El local de La Pulkra estará ubicado en un pequeño centro comercial en el corazón de la Urbanización, donde los clientes tendrán un fácil y rápido acceso.

Examinando el área de acción del presente proyecto, se ha observado que en el corto período de un año se han construido en el área, tres plazas comerciales, tres supermercados y está planificado y en proyectos la construcción de tres centros de negocios y otras dos plazas comerciales, proyectando el expandiendo de acción de La Pulkra a las oficinas que existirán en este sector de la Urbanización Ciudad Celeste.

4.2.1. Análisis y proyección de la demanda.

La demanda

La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir. (Peiro, 2018) Afirma: “Comprende una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades”. La demanda es muy analizada en el estudio de la economía, que busca la manera más eficiente de asignar los recursos, que son limitados, a las necesidades, que son ilimitadas.

En el sector no existe ninguna compañía que preste este servicio de limpieza a domicilio, locales comerciales u oficinas, pero en la ciudad de Guayaquil en la actualidad existen varias compañías similares. Habiendo estudiado el sector y los amplios proyectos futuros de construcción de centros comerciales y condominios de

Tabla 6
Demanda

Demanda	Cifras
Población de referencia	94,983
Población en ciudad Celeste	15,455
Población que no va requerir del servicio	79,528
Población de demanda potencial	3,091
Población sin capacidad de pago 15%	464
Población de demanda real	2,627

Cómo se demuestra en el cuadro anterior, la población de referencia son los 94.983 habitantes del cantón Samborondón, la población en Ciudad Celeste asciende a 15.455 habitantes, por lo tanto, las diferencias de 79,528 habitantes en los sectores más alejados no serán atendidos con el servicio de la empresa de limpieza a domicilio La Pulkra. La población de la demanda potencial son 3,091 casas que se encuentran actualmente construidas en la Urbanización antes referida, considerando que un 15% no tendrá capacidad de pago, nuestro campo de acción se reduce a 2,627 residencias.

Tabla 7
Población atendida por la competencia

Otras ofertas	Porcentaje	Cifras
Blue Clean	3 %	79
Alfa Clean	2 %	53
Prolimpio	3 %	79
Población atendida por competencia	8 %	210

Se consideró que el ocho por ciento de las viviendas ya están siendo atendidas por las compañías de la competencia, es decir 210 residencias.

La Proyección de la demanda

“La fase previa o el estudio más importante que antecede la evaluación de un proyecto de inversión, lo constituye el análisis y proyección de la demanda. De ahí se desprende que su estudio sea de vital importancia para justificar una posible inversión ya que la misma está muy interrelacionada con el objetivo básico del proyecto” (Echeverría, 2009).

La proyección de la demanda está basada en el porcentaje en que se incrementa la construcción de viviendas en el sector, como ya se ha evidenciado se está hablando de un sector de la parroquia La Puntilla Satélite, cantón Samborondón que sigue experimentando un crecimiento poblacional importante, por lo tanto, se puede contemplar un incremento del dos por ciento al tres por ciento por año en la demanda del servicio de limpieza a domicilio.

4.2.2. Análisis y proyección de la oferta

La oferta

La oferta es aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. “La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (...) y a un precio dado, por el interés del oferente”. (Pedrosa, 2018). Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente.

En el caso del presente proyecto de prefactibilidad, se ofertarán servicios de limpieza a domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste para contribuir con el aseo

de las viviendas y oficinas del sector. De esta forma se mejorará la calidad de vida y el entorno de los habitantes del sector.

4.2.3. Demanda insatisfecha

Se refiere al mercado desatendido, aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y puede ser atendida con una nueva oferta.

Tal como se observa a continuación, la demanda insatisfecha en el presente proyecto son aproximadamente 2,417 domicilios a donde el servicio de limpieza no ha llegado aún. Es un campo de acción determinante en la observación de este nicho de mercado debido a su gran número.

Tabla 8
Análisis demanda oferta

Análisis demanda oferta	
Población de demanda real	2,627
Población de demanda atendida por competencia	210
Población de demanda insatisfecha	2,417

4.2.4. El producto.

(Stanton, Etzel, & Walker, 2007), autores del libro "Fundamentos de Marketing", definen el producto como "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea" (p. 248)

En el proyecto de prefactibilidad se brindará el servicio de limpieza a domicilio a las casas ubicadas en la urbanización Ciudad Celeste del cantón Samborondón de la ciudad de Guayaquil, además se ofrecerá el servicio de limpieza

profunda tales como limpieza de vidrios, ventanas y ventanales, telas metálicas, aires acondicionados, lavado de muebles y alfombras y mantenimiento preventivo en pisos, tumbados, baños, puertas y anaqueles.

Tabla 9
Análisis demanda oferta

Productos/servicios
Limpieza a domicilio
Limpieza profunda incluye ventanas y anaqueles
Lavado de alfombras
Lavado de muebles
Limpieza a oficinas y locales comerciales

En detalle al cuadro anterior de los productos y servicios que ofrecerá La Pulkra, podemos mencionar lo siguiente:

Limpieza a domicilio: Contempla el servicio de remoción de polvo, aspirada completa de paredes, alfombras y muebles, trapeado de pisos, encerado de pisos, así como limpieza de baños, puertas y tumbados.

Limpieza profunda incluye ventanas y anaqueles: Este servicio incluye adicionalmente la limpieza de ventanas, telas metálicas, limpieza y orden de anaqueles de baños y cocina, estanterías y patios.

Lavado de alfombras: incluye alfombras de dormitorios de pared a pared o alfombras individuales.

Lavado de muebles: este servicio se lo otorgará a todos los muebles de material textil de algodón o sintético que soporten agua y jabón.

Limpieza a oficinas y locales comerciales: se otorgará este servicio a oficinas y locales comerciales de cualquier dimensión y tamaño.

4.2.5. El precio

Para (Lamb, Hair, & McDaniel, 2005) “el precio es aquello que es entregado a cambio para adquirir un bien o servicio. También puede ser el tiempo perdido mientras se espera para adquirirlos”.

En concepto, el precio es la cantidad en dinero, necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Para ejecutar la transacción el precio tiene que ser aceptado por los compradores y vendedores. Por lo tanto, el precio es un indicador del equilibrio entre consumidores y ahorradores cuando compran y venden bienes o servicios. Existe una teoría económica que sirve para representar ese equilibrio entre compradores y vendedores. Es la llamada ley de la oferta y la demanda.

En el caso de la empresa La Pulkra el precio analizado para iniciar el proyecto del servicio se establecerá aproximadamente entre \$30.00 y \$50.00 por limpieza a domicilio y entre \$70.00 y \$100.00 a oficinas, adicionalmente este podría tener un incremento en base a si existieran áreas adicionales, muebles u otros enseres a limpiar y dar mantenimiento preventivo, así como el tamaño del área a limpiar. Los rangos de precio se determinaron después de analizar las empresas de la competencia quienes ofrecen servicios similares, pero no iguales y sus áreas de acción son distantes de esta Urbanización.

El emprendimiento de este proyecto desea brindar a la comunidad de un servicio diferente donde su valor agregado sea la honestidad de sus empleados.

Tabla 10
Análisis demanda oferta

Servicio	Precio Aproximado
Limpienza a domicilio	\$ 30.00 – 50.00
Limpienza profunda incluye ventanas y anaqueles	\$ 70.00 – 100.00
Lavado de alfombras	\$ 20.00 – 30.00
Lavado de muebles	\$ 20.00 – 30.00
Limpienza de oficinas	\$ 70.00 – 100.00
Limpienza de locales comerciales	\$ 70.00 – 120.00

4.2.6. Plaza comercialización

El cliente

Según la (American Marketing Association, 2009) el cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios"

El nicho de mercado serán las 3,091 viviendas existentes en la Urbanización Ciudad Celeste, donde residen 15,455 personas, además de tener la Urbanización El Cortijo como vecino a quienes también se les promocionará el servicio.



Figura 5 Detalle de urbanizaciones, viviendas y habitantes de Ciudad Celeste
Tomado de: www.ciudadceleste.com

El perfil del consumidor.

En su mayoría los habitantes residentes en la Urbanización Ciudad Celeste son personas jóvenes con hijos pequeños, es decir las generaciones “X” y “millennial” quienes usan muchas horas en el día conectados a internet y en sus labores profesionales de trabajo, con lo cual el tiempo destinado al mantenimiento y aseo de los hogares se reduce, es aquí donde la Compañía La Pulkra ofrecerá una solución a este problema de la limpieza integral a los hogares.

Además se considera que estas familias cuentan con la capacidad financiera de pagar por este servicio sin que esto implique el riesgo que conlleva emplear a una doméstica con todos los gastos y beneficios de ley que se le deberían cancelar, observando esto y dando seguimiento a las leyes ecuatorianas laborales es que La Compañía de Limpieza La Pulkra otorgará el servicio de limpieza a hogares sin que esto implique un compromiso laboral a largo plazo establecido, sino más bien lo que se buscará será fidelizar a los clientes para volverlo recurrente en la adquisición del servicio de limpieza al menos una vez por mes.

4.2.7. Promoción

De acuerdo al cuadro que antecede, en este trabajo el tipo de investigación que se utilizó fue el exploratorio porque se estudió por primera vez la problemática real que existe en la Urbanización Ciudad Celeste con respecto a la falta de domésticas que se dedican a la labor de limpiar y arreglar las viviendas del sector, también se observó que la investigación explicativa demostró y analizó las causas de dicha problemática, ya sea por la falta de tiempo, recursos o por la modificación en las leyes de trabajo para este segmento laboralmente activo de la ciudad y el país.

Los competidores en el mercado del producto

La ley de la Oferta y la Demanda es el principio básico sobre el que se basa una economía de mercado. “Este principio refleja la relación que existe entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida de ese producto teniendo en cuenta el precio al que se vende el producto”. (Sevilla, 2018) Así, según el precio que haya en el mercado de un bien, los oferentes están dispuestos a fabricar un número determinado de ese bien.

En el presente proyecto se consideró a las empresas Blue Clean, Prolimpio y Alfa Clean como las principales competidas, las mismas que atienden al 8% de la población que demanda el servicio de limpieza a domicilio de sus viviendas. Las empresas mencionadas están ubicadas en la ciudad de Guayaquil por lo que el valor adicional que cobran por el traslado es un plus para La Pulkra que tendrá su centro de operaciones en la Urbanización Ciudad Celeste directamente.

Dependiendo del movimiento de la oferta y la demanda, los precios se pueden ver afectados. En algunos casos, si la oferta o la demanda de un bien es muy fuerte, pueden afectar al precio de ese bien.

Tipos de competencia

Competencia perfecta: situación ideal y poco probable en la realidad. Es cuando el precio se establece mediante la interacción de los ofertantes y los clientes que compran ese bien o servicio.

Competencia imperfecta: los vendedores individuales podrían modificar los precios de sus productos o servicios, muchas veces rompiendo el mercado. Podemos distinguir según el grado de competencia imperfecta (Sevilla Arias, 2018) afirmó:

Competencia monopolística: existe un alto número de vendedores en el mercado, por lo que tienen un cierto poder para influir en el precio de su producto.

Oligopolio: el mercado determinado está controlado por un pequeño grupo de empresas.

Monopolio: una sola empresa domina todo el mercado de un tipo de producto o servicio, que se suele traducir en altos precios y en una baja calidad del producto o servicio monopolizado.

Oligopsonio: es un tipo de mercado en el que hay pocos demandantes, aunque sí puede haber una gran cantidad de oferentes. Por tanto, el control y el poder sobre los precios y las condiciones de compra en el mercado, reside en los demandantes o compradores.

Monopsonio: es una estructura de mercado en donde existe un único demandante o comprador. Mientras que pueden existir uno o varios oferentes.

La competencia imperfecta en el mercado es una mala situación, en la cual, a diferencia de la situación de competencia perfecta, no se emplea con libertad la ley de la oferta y la demanda para determinar los precios, en la situación ideal del mercado debe de existir un balance en los precios determinados.

Los competidores en los mercados de insumos y servicios relacionados

La mayoría de las empresas competidoras se encuentran establecidas en la ciudad de Guayaquil, por el contrario, la empresa La Pulkra tendrá su centro de operaciones en el sector donde ofertará sus servicios, esto disminuye la incidencia de competencia directa en este tipo de negocio.

Los competidores más fuertes que se desplazan a varios lugares son Prolimpio, Blue Clean y Alfa Clean las cuales se publicitan mediante redes sociales,

estas empresas concentran sus servicios en limpiezas profundas de viviendas con costos que varían desde los \$80.00 a \$150.00; La Pulkra ha orientado su servicio como de una “empleada doméstica” por día con el bajo costo que este representa.

La distribución

La distribución del servicio se dará en base a un contrato previamente firmado por parte del contratante, donde la empresa La Pulkra se comprometerá a brindar el servicio eficiente y eficaz de limpieza a domicilio, respetando la privacidad y objetos de valor que se encuentren en dichas viviendas.

Planeación de las ventas

De acuerdo al índice de crecimiento poblacional en la ciudad de Guayaquil del dos punto cinco por ciento, se ha proyectado un crecimiento de la empresa en este porcentaje. Las ventas estarán sondeadas y dirigidas por un asesor comercial quien realizará las tareas de acercamiento con los posibles clientes de La Pulkra además de manejar páginas en redes sociales con las respectivas propagandas.

Estrategias de mercado

Una estrategia de mercadeo es la planeación de actividades y acciones específicas para cumplir el principal objetivo que es el de captar ventas en el mercado, alcanzando una ventaja competitiva sostenible. Esta estrategia abarca todo tipo de actividades básicas y complejas, de largo y de corto plazo, así como tareas

que tienen que ver con el estudio minucioso de la situación estratégica inicial de una empresa.

Desarrollo de una estrategia de mercadeo

Los pasos para el desarrollo de una estrategia de mercadeo inician con el análisis del entorno de negocios, tanto interna como externamente.

Se busca con esto entender los diferentes aspectos del ambiente que rodea a un negocio, incluyendo la tecnología, economía, cultura, política y leyes.

Tras hacer este análisis, de acuerdo a los hallazgos que se realicen, así como a la misión de la empresa y las necesidades que busca cubrir, se eligen los objetivos de la empresa para aprovechar ese entorno y minimizar los retos.

De aquí se deriva un plan de marketing o de mercadeo, que explicará las acciones específicas que se realizarán en un periodo de tiempo para lograr los objetivos. Los planes pueden cubrir muchos años, con sub-planes para cada año, aunque con la velocidad del cambio en el entorno de mercadotecnia, estas temporalidades se están acortando. (Velásquez, 2015)

Óptimamente, las acciones resultantes de esto son dinámicas e interactivas, pero no se implementan en su totalidad con el afán de observar el comportamiento del entorno hasta el momento y así ir delimitando y definiendo el camino que se debe seguir para posesionar un producto como líder de mercado.

4.2.8. Encuesta

Resultados de la encuesta

Tomando como referencia las encuestas realizadas a 149 habitantes de la Urbanización Ciudad Celeste, ubicada en el apéndice A, se puede destacar lo siguiente:

1. ¿Cuenta usted con servicio doméstico?

Tabla 11
Respuesta pregunta 1

Respuestas	Resultados
No	60
Si	49
A veces	40
total	149

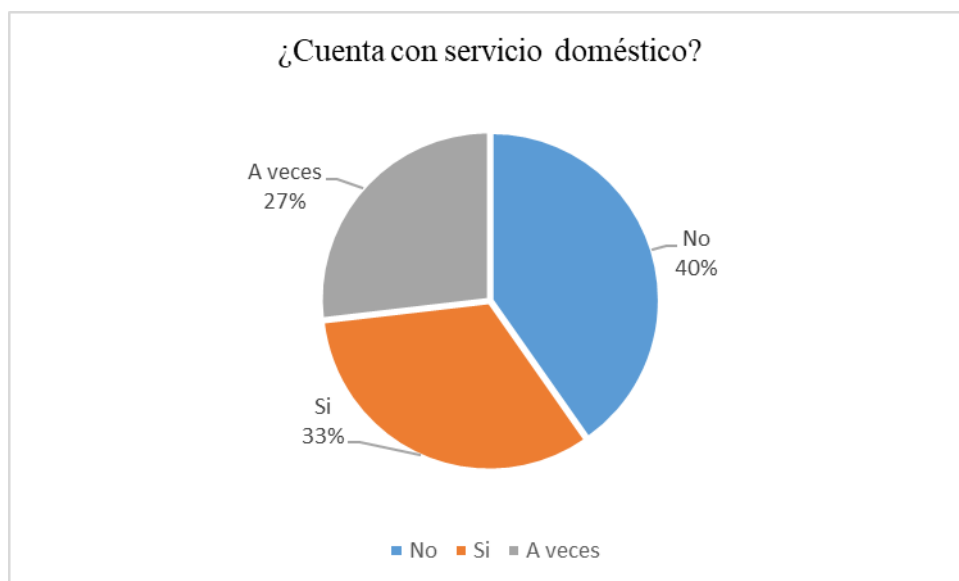


Figura 6 ¿Cuenta con servicio doméstico?

Como resultado a la pregunta número uno de la encuesta, el 40% respondió que No cuenta con servicio doméstico, el 33% si tiene contratada una empleada doméstica y el 27% a veces contrata a una.

2 ¿Qué lo atraería a contratar un servicio de limpieza?

Tabla 12
Respuesta pregunta 2

Respuestas	Resultados
Ganar tiempo	41
Facilidad de contratación	40
Precio	30
Que es necesario	38
total	149

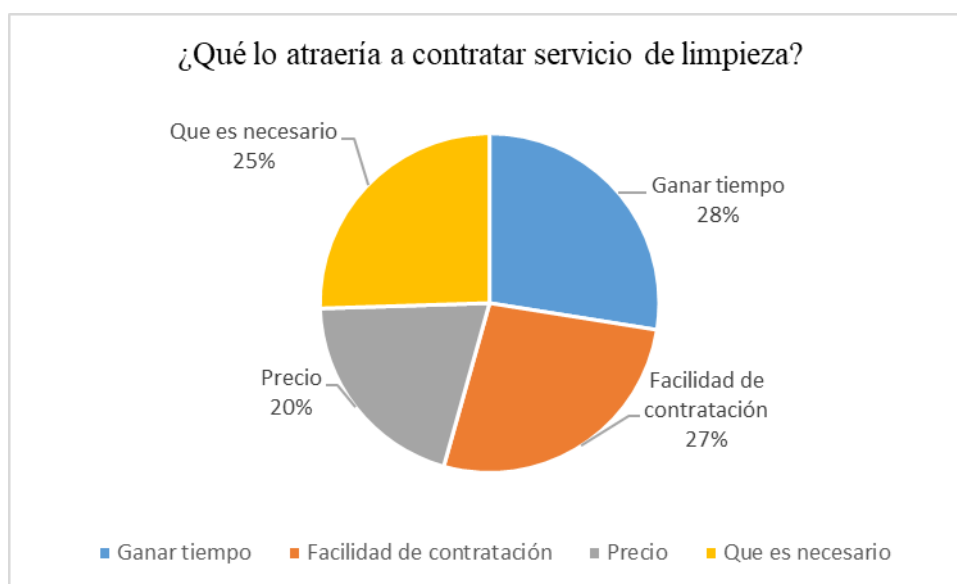


Figura 7 ¿Qué lo atraería a contratar servicio de limpieza?

Como resultado a la pregunta número dos de la encuesta, el 28% indicó que lo atrae ganar tiempo, el 27% se siente atraído por la facilidad de contratación, el 25% determinó el servicio de limpieza como necesario y el 20% se sintió atraído por el precio.

3 ¿Dónde le gustaría poder utilizar este servicio?

Tabla 13
Respuesta pregunta 3

Respuestas	Resultados
Local comercial	40
Vivienda	102
Otro	7
total	149

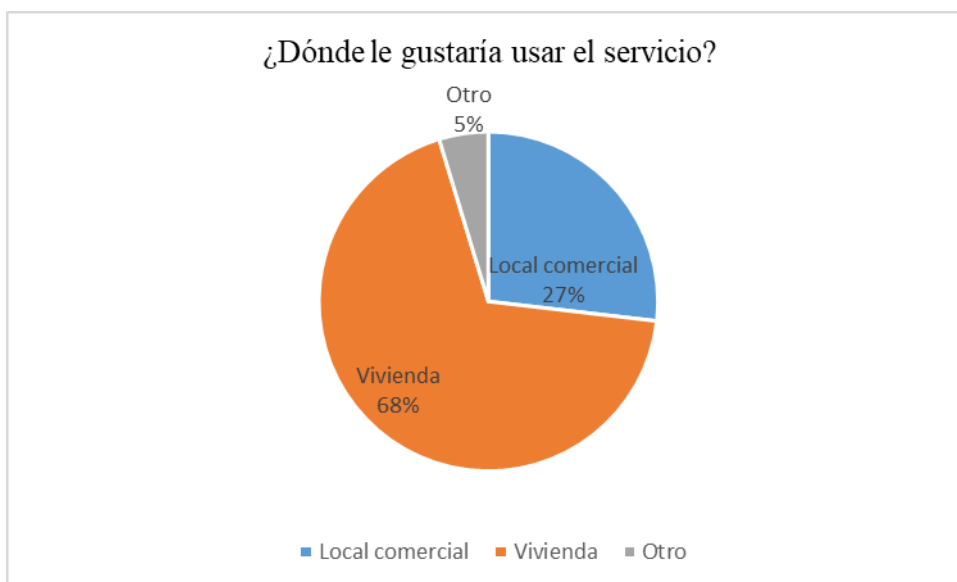


Figura 8 ¿Dónde le gustaría usar el servicio?

Como resultado a la pregunta número tres de la encuesta, el 68% indicó que utilizaría el servicio en su vivienda, el 27% en un local comercial y el cinco por ciento en cualquier otro lugar.

4 ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio de limpieza?

Tabla 14
Respuesta pregunta 4

Respuestas	Resultados
E mail	50
Radio	10
Televisión	20
Redes Sociales	69
Total	149

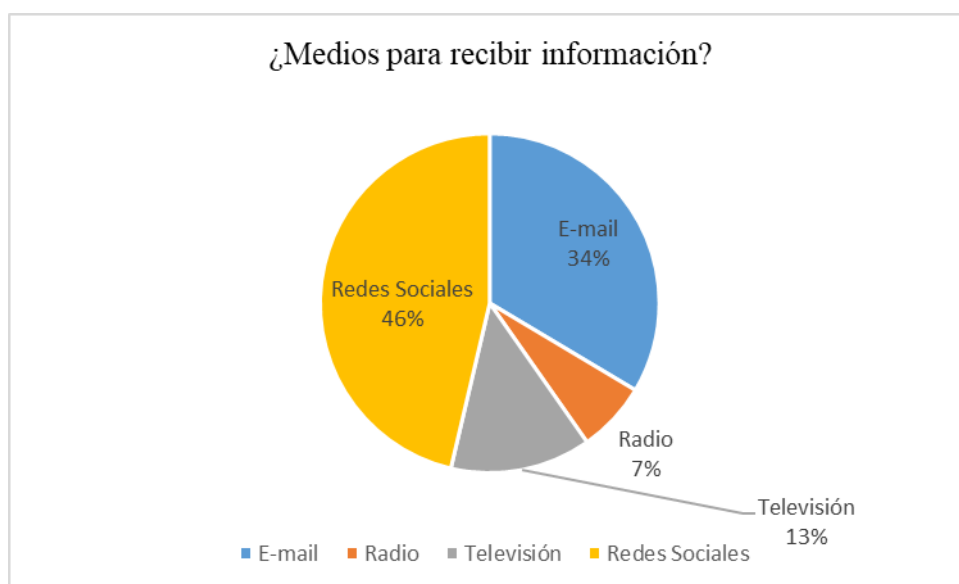


Figura 9 ¿Medios para recibir información?

Como resultado a la pregunta número cuatro de la encuesta, el 46% señaló que les gustaría recibir noticias sobre el servicio de La Pulkra vía redes sociales, el 34% en sus emails personales, el 13% a través de propagandas de televisión y el siete por ciento por medio de la radio.

5 ¿Contrataría el servicio de limpieza?

Tabla 15
Respuesta pregunta 5

Respuestas	Resultados
SI	80
No	41
Tal vez	28
Total	149

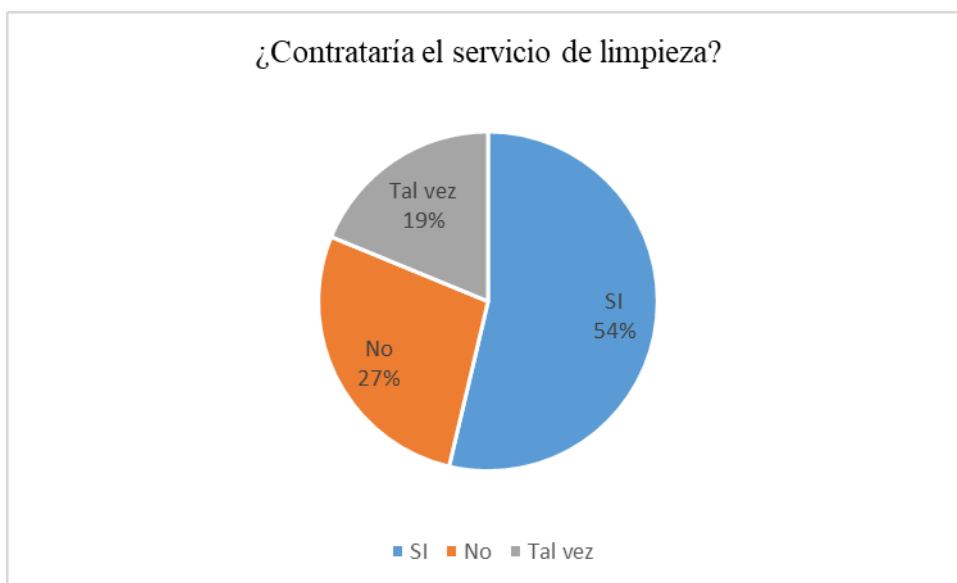


Figura 10 ¿Contrataría el servicio de limpieza?

Como resultado a la pregunta número cinco de la encuesta, el 52% indicó que sí utilizaría el servicio, el 28% no lo utilizaría y el 20% indicó que tal vez lo haría en algún momento.

6 ¿Por qué no contrataría el servicio de limpieza?

Tabla 16
Respuesta pregunta 6

Respuestas	Resultados
No lo necesita	35
Precio excesivo	6
Es complicado	28
Total	69

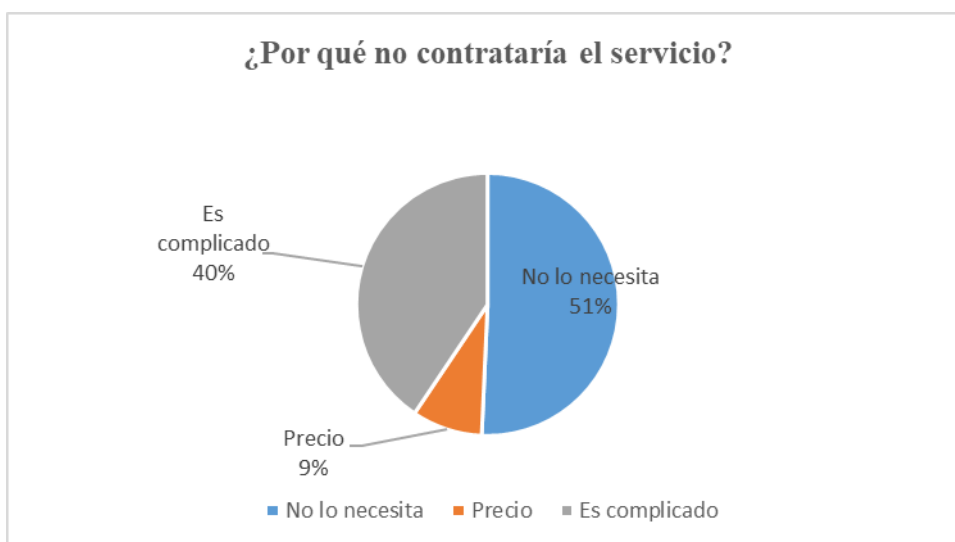


Figura 11 ¿Por qué no contrataría el servicio?

Como resultado a la pregunta número seis de la encuesta, donde sólo 69 personas dieron su negativa al servicio que ofrecerá La Pulkra, el 51% indicó que no lo necesita, el 40% dijo que es complicada la contratación y un nueve por ciento no está de acuerdo con el precio.

7 ¿Contrataría este servicio si tuviese estos rangos de precio?

Tabla 17
Respuesta pregunta 7

Respuestas	Resultados
Entre 30 - 50	143
Entre 51 - 70	4
Entre 71 - 100	2
Total	149

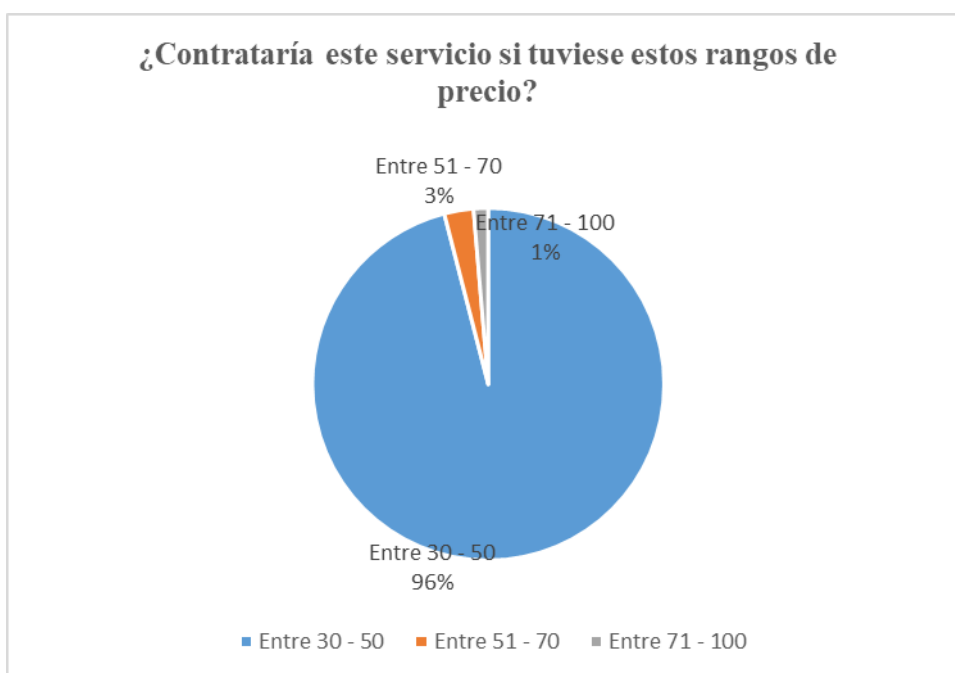


Figura 12 ¿Contrataría este servicio si tuviese estos rangos de precios?

Como resultado a la pregunta número siete de la encuesta, el 96% indicó que contrataría el servicio con un rango de precio entre \$30.00 y \$50.00, el tres por ciento pagaría entre \$51.00 y \$70.00 y el uno por ciento lo contrataría por un precio entre los \$71.00 y \$100.00.

**8. Este servicio lo proporciona la empresa de limpieza “LA PULKRA”.
¿Saberlo lo hace más o menos interesante?**

Tabla 18
Respuesta pregunta 8

Respuestas	Resultados
Más interesante	83
Poco interesante	35
Ni más ni menos interesante	31
Total	149

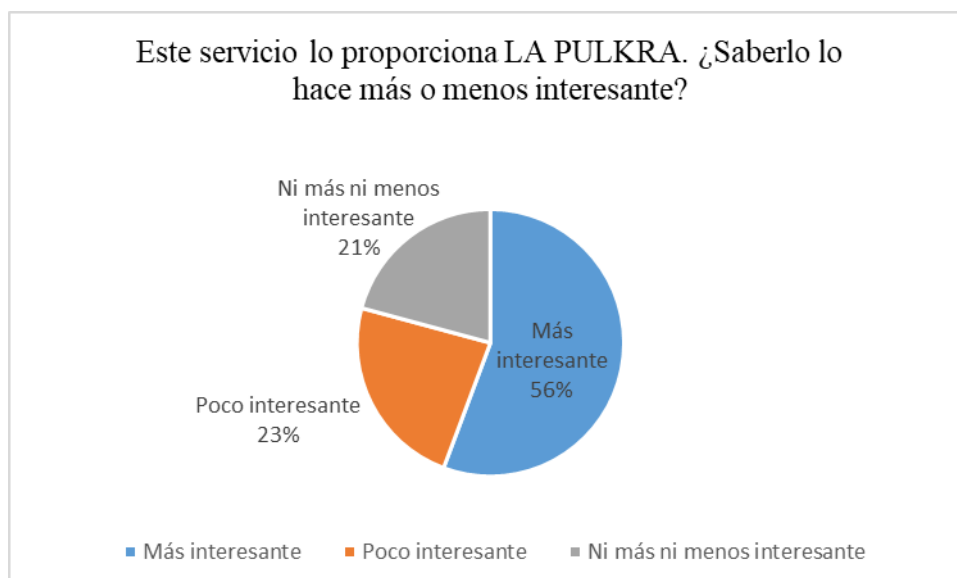


Figura 13 Este servicio lo proporciono La Pulkra ¿Saberlo lo hace más o menos interesante?

Como resultado a la pregunta número ocho de la encuesta, el 60% determinó que saber que La Pulkra da el servicio lo hacía más interesante, el 33% indicó que no es más ni menos interesante que La Pulkra sea quien da el servicio y el 7% enfatizó que es poco interesante saberlo.

9 Sexo del encuestado

Tabla 19
Respuesta pregunta 9

Respuestas	Resultados
Masculino	63
Femenino	86
Total	149

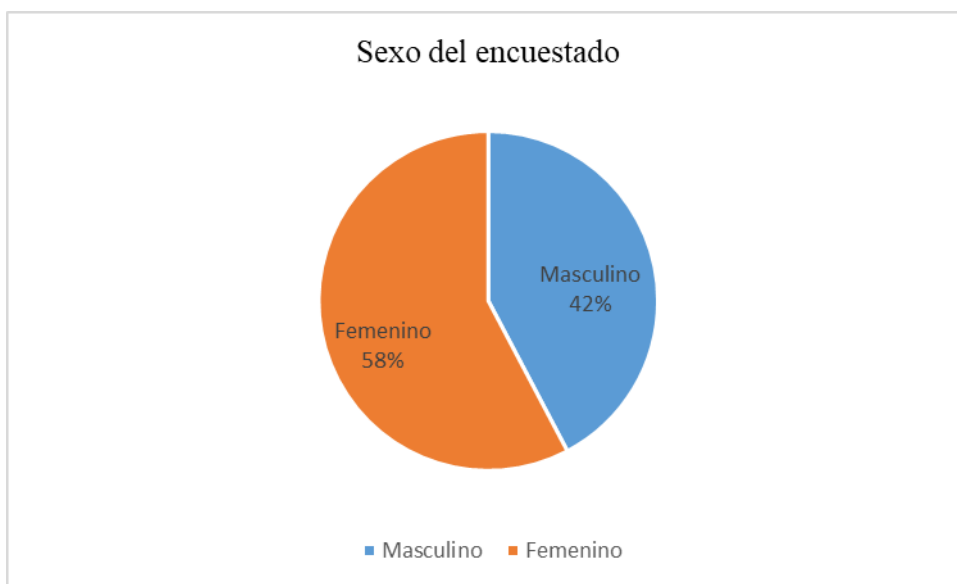


Figura 14 Sexo del encuestado

Como resultado a la pregunta número nueve de la encuesta, el 58% fueron de género femenino y el 42% de género masculino.

10 ¿Y su edad?

Tabla 20
Respuesta pregunta 10

Respuestas	Resultados
Entre 18 y 25 años	13
Entre 26 y 38 años	40
Entre 39 y 50 años	96
Total	149

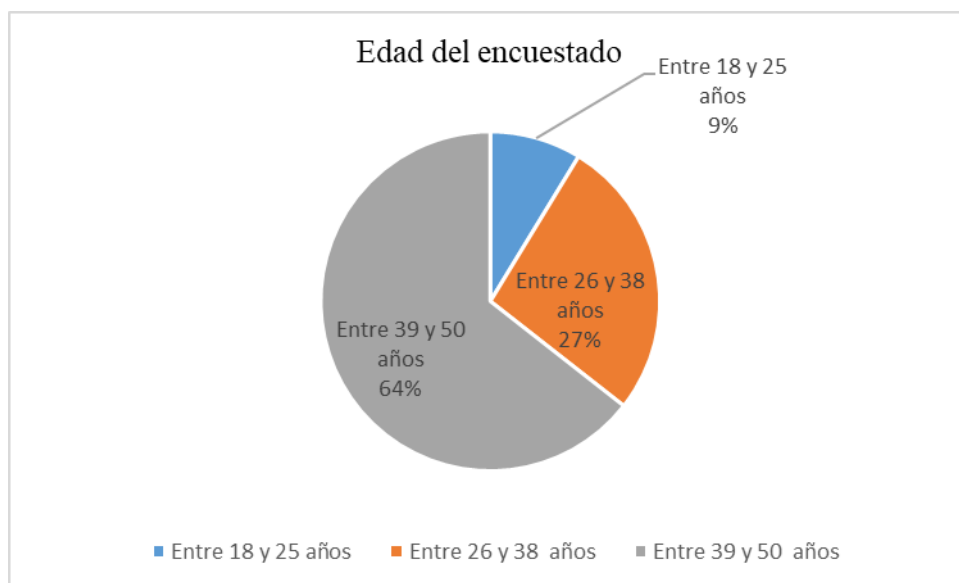


Figura 15 Edad del encuestado

Como resultado a la pregunta número diez de la encuesta, las edades de los entrevistados entre 39 y 50 años fueron del 64%, seguidas por las personas cuyas edades oscilaban entre los 26 y 38 años con un 27% y tan solo el nueve por ciento, fueron personas entre 18 y 25 años.

Realizando un análisis objetivo a los resultados de la encuesta efectuada en la Urbanización Ciudad Celeste, se determinó que la mayoría de las personas entrevistadas fueron mujeres mayores de 39 años, quienes tienen el poder de decisión sobre el tema de limpieza y contratación en sus hogares, ellas en su mayoría sí

contratarían el servicio con un precio entre \$30.00 y \$50.00 pudiendo ampliar la acción de la empresa La Pulkra con la debida difusión del servicio a través de propaganda dirigida específicamente a las mujeres dueñas o habitantes de casa.

4.3. Estudio Técnico

4.3.1. Localización del proyecto

El proyecto en desarrollo estará ubicado en la Urbanización Ciudad Celeste de la parroquia Puntilla Satélite en la vía a Samborondón, cantón Samborondón, ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas; específicamente en el Centro comercial La Piazza cercana a todas las etapas de la urbanización, con fácil acceso y parqueos disponibles.

4.3.2. Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2007)

Las variables que determinan el tamaño de un proyecto son:

- Características y dimensión del mercado
- La tecnología implementada en el proceso,
- La disponibilidad de insumos y equipos.
- La localización del proyecto.
- Los costos de inversión inicial y de las operaciones.

- Los inversores y el financiamiento del proyecto.

Tamaño óptimo

La optimización del tamaño estará establecida según los rendimientos económicos que la empresa genere, y de acuerdo al crecimiento de producción que se proyecte.

Al no tener una información numérica o estadística, que nos indique cual será el tamaño óptimo de la empresa, se debe estudiar cada una de las variables para establecer el mayor rendimiento dentro de la operatividad de la misma, entendiendo que el presente proyecto en sus inicios contará con la contratación de tres operadores para volver el negocio rentable, hasta estabilizarse en el tiempo y pensar a futuro en incrementar el personal dependiente de la demanda existente.

Con lo antes descrito y por los varios aspectos a considerar para el tamaño del proyecto se puede mencionar que de acuerdo a la producción del servicio otorgado por la empresa La Pulkra la cual dotará de servicio de limpieza a domicilio en la Urbanización Ciudad Celeste, se determinará entonces si se amplía su gestión abriendo un nuevo local en la misma vía específicamente en la ciudadela Entre Ríos del sector Samborondón o en la Ciudadela La Joya donde existe un mercado cautivo bastante numeroso.

Recursos del sistema de operaciones

Mano de obra

En un inicio se requerirán de tres empleados operativos que serán quienes realicen la labor de limpieza de los domicilios, acompañados por un supervisor, a continuación, se detalla todo el personal que requerida la Empresa La Pulkra:

Tabla 21

Desglose de gastos mensuales en sueldos y salarios

2020						
Cargos	Sueldo mensual	Aporte IESS 11,15%	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva	Vacaciones
Sueldo gerente	\$1,000.00	\$111.50	\$83.33	\$32.83	\$83.30	\$41.67
Sueldo supervisor	\$800.00	\$89.20	\$66.67	\$32.83	\$66.64	\$33.33
Secretaria/Contadora	\$650.00	\$72.48	\$54.17	\$32.83	\$54.15	\$27.08
Empleado 1	\$394.00	\$43.93	\$32.83	\$32.83	\$32.82	\$16.42
Empleado 2	\$394.00	\$43.93	\$32.83	\$32.83	\$32.82	\$16.42
Empleado 3	\$394.00	\$43.93	\$32.83	\$32.83	\$32.82	\$16.42
Subtotales	\$3,632.00	\$404.97	\$302.67	\$197.00	\$302.55	\$151.33
Total gasto mensual						\$4,990.52
SUELDOS AÑO						\$48,443.64
PROVISIÓN AÑO						\$11,442.60

Materiales requeridos

Los insumos e implementos a utilizarse serán los siguientes, algunos se evidencian en el apéndice B:

Tabla 22

Costo de insumos e implementos

Descripción	Presentación	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Detergente	Caneca litro	\$2.99	\$59.80	\$717.60
	Caneca			
Cloro	kilogramo	\$2.14	\$42.80	\$513.60
	Caneca			
Desinfectante	kilogramo	\$3.71	\$74.20	\$890.40
Líquido limpia vidrio	Caneca litro	\$3.84	\$76.80	\$921.60
Paños microfibra	Unidad	\$5.21	\$50.21	\$602.52
Esponjas	Docena	\$3.33	\$80.00	\$960.00
Mandiles	Unidad	\$30.00	\$90.00	\$180.00
Overoles	Unidad	\$40.00	\$120.00	\$240.00
Botas	Pares	\$25.00	\$75.00	\$150.00
TOTAL		\$116.22	\$668.81	\$5,175.72

Todos los insumos antes descritos son los básicos a obtener para el correcto desarrollo operacional de la empresa de limpieza a domicilio.

Selección de proveedores insumos.

Entre los principales proveedores de insumos se encuentran empresas mayoristas de los mismos tales como:

- Spartan
- Proquimic
- Multilimpio
- Servei Mervisa Distribuidora GAMA

Inclusive se podría tomar como referencia los valores a los que se expenden los productos de limpieza en Mi Comisariato que es un supermercado que maneja buenos precios mayoristas.

Tipos de maquinaria, tamaño y especificaciones.

Tabla 23

Costo de maquinarias

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Enceradora	2	\$1,320.00	\$2,640.00
Aspiradora	2	\$795.00	\$1,590.00
Trapeadores	9	\$5.00	\$45.00
TOTAL	13	\$2,120.00	\$4,275.00

Aspiradora marca AT&E Wet&Dry, Modelo Ec - 20 L

Procedencia USA, tipo profesional comercial, motor de uno punto seis HP, dos etapas de derivación tipo by pass para un enfriamiento adecuado de su turbina.,

capacidad de 20 litros, manguera giratoria fabricada con materiales totalmente anticorrosivos. Corriente 110 voltios.

Enceradora y lava pisos de doble velocidad, marca AT&E.

Procedencia USA modelo EC - 20 dual speed, voltaje: 110 - 120 voltios, motor uno punto cinco HP, evoluciones 175 Rpm dimensión: 20" pulgadas o 510 mm, amperios: 60 amperios velocidades: 180 /320 Rpm, con switch de cambio de velocidad, Cable de Alimentación eléctrica vulcanizado de color amarillo preventivo. Su estructura es construida de aluminio fundido de primera generación resistente a la acción agresiva de químicos, ácidos, salinidad, entre otros.

Trapeadores armazón de acero inoxidable con mango ergonómico incluido.

Aspectos a considerar

Se debe analizar y considerar los equipos que distribuye el mercado y las opciones de traerlos del exterior a un costo más bajo, cuando hablamos de aspiradoras industriales, enceradoras, etc... estamos considerando equipos de alta gama y marcas reconocidas en el mercado porque después de la inversión inicial no será posible reemplazarlos hasta que la empresa llegue a su punto de equilibrio y al menos tengan una vida útil de cinco años. También se debe considerar, el manejo de capacitaciones constantes sobre su correcto uso y no sólo para los equipos sino también para los insumos esto con el objetivo de minimizar desperdicios.

Necesidades de infraestructura

Para iniciar las actividades de La Pulkra se arrendará un local en el centro comercial La Piazza, ubicado en la urbanización Ciudad Celeste, el cual tiene una extensión de 75 metros cuadrados, será necesario realizarle adecuaciones con mamparas y divisiones para estaciones de trabajo, además de contar con un área de bodegaje, tal como se muestra en el plano a continuación:

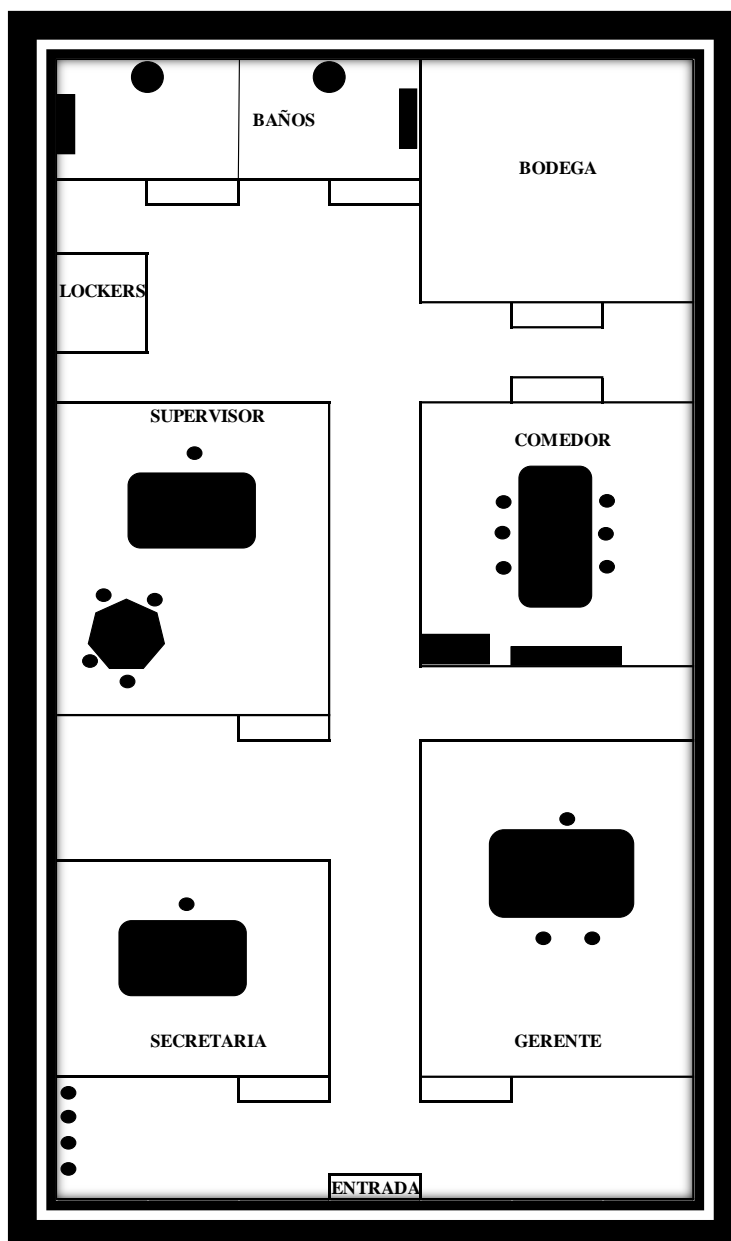


Figura 16 Plano del local comercial

Tabla 24
Inversión de activos

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo Total
Otros activos	1	\$2,000.00	\$2,000.00
Escritorio	4	\$250.00	\$1,000.00
Silla gerencia	2	\$70.00	\$140.00
Archivadores	1	\$50.00	\$50.00
Sillas	10	\$20.00	\$200.00
Aspiradora	2	\$1,320.00	\$2,640.00
Enceradora	2	\$795.00	\$1,590.00
Trapeadores	9	\$5.00	\$45.00
Computadoras	2	\$400.00	\$800.00
Impresoras	2	\$300.00	\$600.00
Aire acondicionado	1	\$500.00	\$500.00
Radios	2	\$35.00	\$70.00
Candados	2	\$5.00	\$10.00
Lockers	2	\$25.00	\$50.00
TOTAL	42	\$5,775.00	\$9,695.00

4.3.3. Tecnología a utilizar

En La Pulkra se diseñará un software para manejar administrativamente el calendario de los servicios, los perfiles de los operadores, la gestión de talento humano y el área administrativa financiera. Se diseñará una página web donde se publicitará y se ofrecerán los servicios de contratación del servicio en línea.

Además, se utilizarán equipos de alta gama tecnológica de limpieza y mantenimiento de hogares, tales como aspiradoras, enceradoras, bombas de agua a presión, taladros y demás implementos de limpieza y aseo.

Habiendo realizado estos diferentes estudios se está tomando forma al proyecto y se ha demostrado la factibilidad positiva hasta el momento del mismo.

Cómo se puede apreciar en los cuadros que anteceden los costos iniciales para poner en operación la empresa La Pulkra serán de \$12,721.51. (Doce mil setecientos veinte y uno con 51/100 dólares americanos)

4.3.4. Ingeniería del proyecto

Proceso de la venta del servicio.

El trabajo operativo inicia desde el momento en que el cliente contacta el servicio estableciendo un acuerdo de visita e inspección, posterior a esto, el supervisor operativo se dirige al domicilio convenido a realizar la respectiva inspección del lugar, para determinar las condiciones de las áreas a limpiar o a realizar los respectivos mantenimientos. Una vez culminada la inspección ingresa uno o dos operarios a realizar la limpieza del domicilio. Concluida la labor, el cliente procede a inspeccionar el lugar en compañía del supervisor operativo y se realiza el pago por los servicios recibidos y la entrega de la factura.

Flujograma del proceso de venta

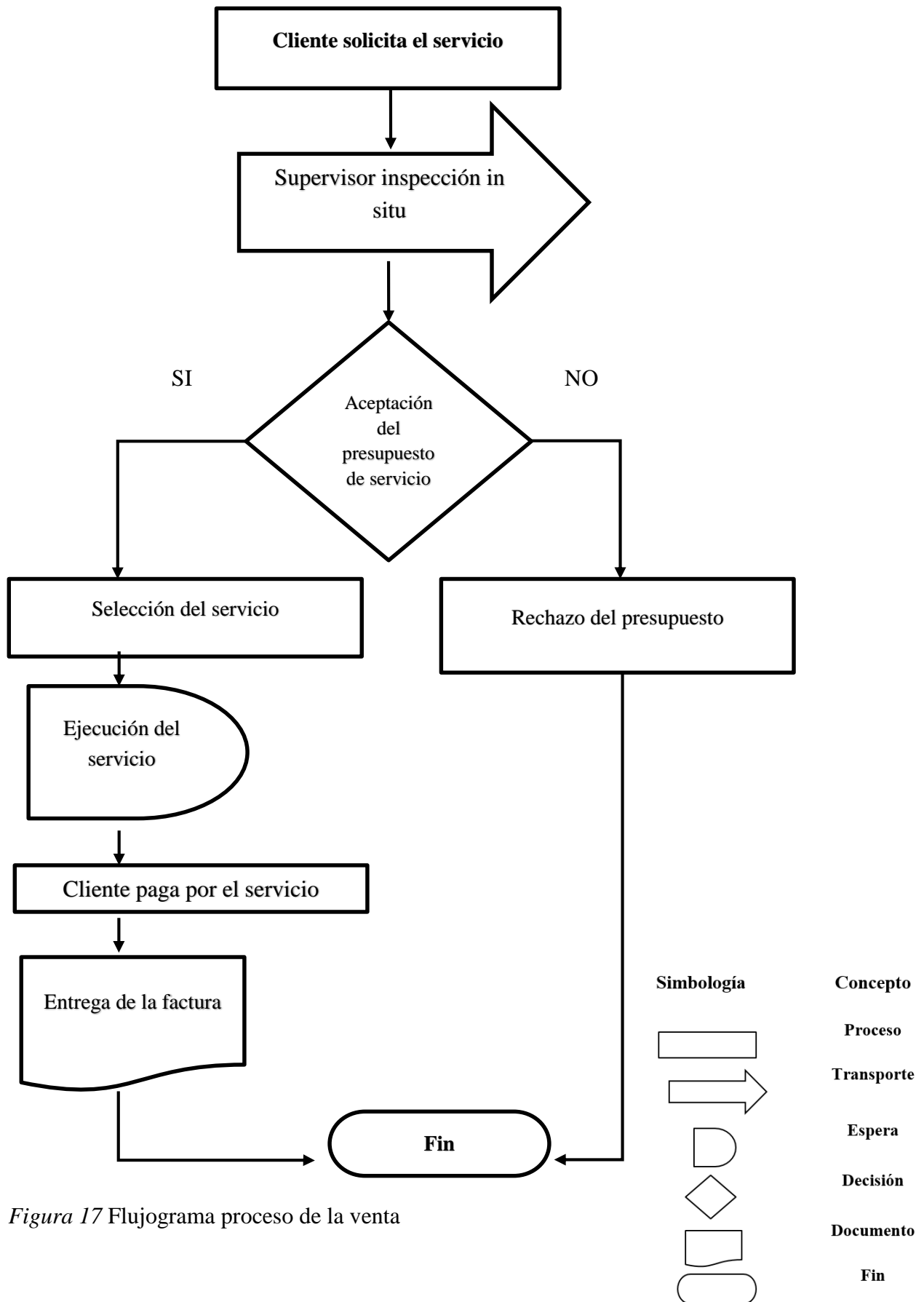


Figura 17 Flujograma proceso de la venta

4.4. Estudio Administrativo

El personal de la empresa La Pulkra estará definido en sus inicios, tal como se detalla a continuación:

- **Gerente General y Administrativo**

Será la persona encargada del manejo total de la empresa, sobre el recaen las responsabilidades de mantener financieramente operativa La Pulkra

- **Supervisor operativo**

Esta personal estará encargada del manejo del personal operativo y de que el servicio se maneje con altos estándares de calidad y honestidad

- **Operarios**

Serán las personas que realicen el trabajo de limpieza o mantenimiento preventivo en las viviendas, oficinas o locales comerciales. Son el espejo de la empresa.

- **Secretaria y contadora**

En sus inicios la empresa La Pulkra manejará una secretaria quien también hará las veces de contadora.

4.4.1. Planificación

La planificación en el trabajo de La Pulkra estará plenamente enfocada en satisfacer las demandas de los clientes puntualmente, otorgando un servicio eficiente, rápido y honesto. Se pretende posicionar la marca en el sector como líder en servicio de limpieza a domicilio.

El manejo de un calendario, así como la toma de tiempos óptimos para otorgar el servicio con la respectiva valoración de calidad, será lo que diferencia a esta empresa de sus competidoras.

Misión

La Pulkra es una empresa dedicada a otorgar el servicio de limpieza a domicilio, única en el sector de la Urbanización Ciudad Celeste de Samborondón, proporciona este servicio con personal altamente calificado e insumos de primera calidad, cumpliendo con estándares de seguridad.

Visión

Para el año 2024, ser la empresa líder de limpieza a domicilio para dotar del servicio de limpieza a todas las familias residentes en el cantón Samborondón.

Valores

La empresa tiene sus valores corporativos con los cuales maneja sus operaciones e idiosincrasia

Honestidad: es el principal valor y más inculcado en nuestro personal porque es fundamental para marcar una reputación impecable en nuestros clientes

Respeto: principio fundamental entre los colaboradores de La Pulkra, este valor crea lazos profesionales fuertes

Responsabilidad: todo el personal debe mostrar su sentido de obligación en el ámbito laboral.

Compañerismo: el personal está llamado a mantener un buen ambiente de trabajo, fomentando el buen trato entre compañeros de trabajo

Puntualidad: en este giro de negocio y en cualquiera, este valor es muy importante porque además es sinónimo de respeto a los demás en el tiempo de los otros.

Disciplina: los empleados de La Pulkra deben estar enfocados en realizar su trabajo con mucho orden y disciplina.

Compromiso: es primordial que los colaboradores de la empresa estén ampliamente comprometidos con la misma, porque así se trabaja a gusto, creando un buen ambiente laboral.

Logotipo



Figura 18 Logotipo de la Pulkra

4.4.2. Organigrama

El organigrama inicial de la empresa de limpieza a domicilio La Pulkra, tendrá una estructura vertical y empezará con un modelo financiero administrativo, un equipo comercial y operativo y una secretaria y contadora.

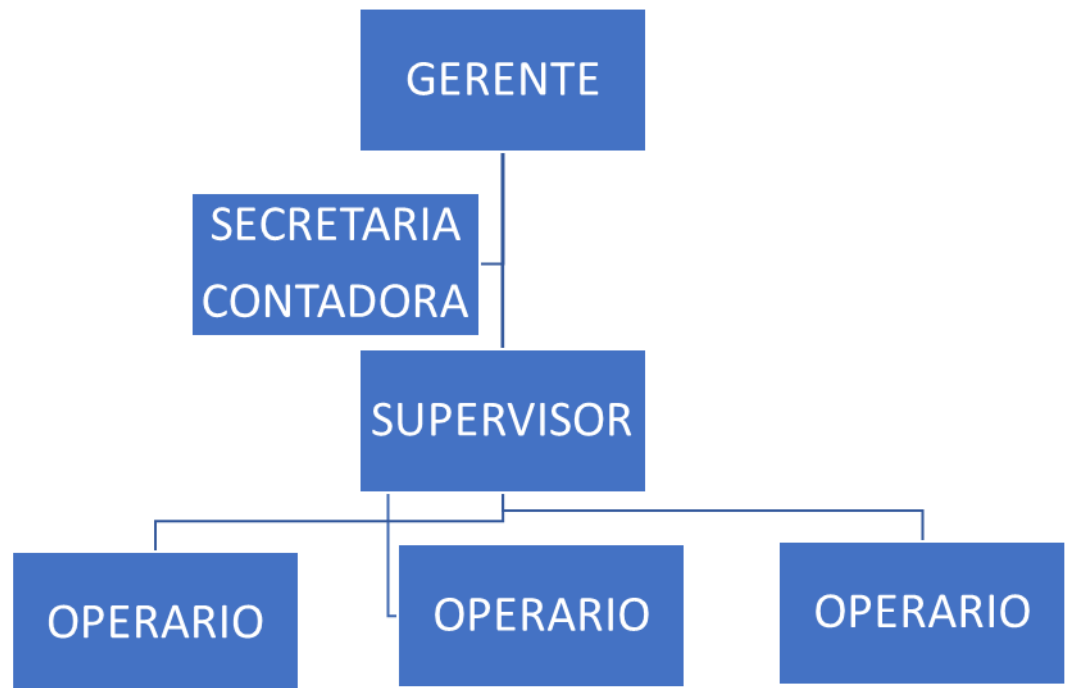


Figura 19 Organigrama

4.4.3. Funciones principales

- **Gerente General y Administrativo**

Es el principal accionista de la empresa, entre sus funciones están el conseguir financiamiento, así como comercializar el servicio y manejo de clientes; además es la persona encargada de las contrataciones del personal y de administrar eficientemente el negocio.

Requerimientos del cargo:

Profesional de tercer nivel en Economía, Ingeniería comercial o Administración de empresas.

Contar con al menos 3 años de experiencia en el manejo administrativo y de personas.

Competencias técnicas:

- ✓ Pensamiento estratégico
- ✓ Juicio y Toma de Decisiones
- ✓ Orientación / Asesoramiento
- ✓ Generación de Ideas
- ✓ Habilidad Analítica
- ✓ Desarrollo estratégico del Talento Humano

Competencias conductuales:

- ✓ Iniciativa
- ✓ Conocimiento del Entorno Organizacional
- ✓ Orientación a los Resultados
- **Supervisor operativo**

Las principales funciones de este colaborador serán las de manejar la gestión netamente operativa de la empresa, dando seguimiento a los operadores, a los insumos y equipos con los que realizarán el trabajo día a día, además de manejar un calendario de visitas y actividades con su personal.

Requerimientos del cargo:

Profesional de tercer nivel en Ingeniería comercial o Administración de empresas.

Contar con al menos 3 años de experiencia en el manejo operativo y de personas.

Competencias técnicas:

- ✓ Pensamiento estratégico
- ✓ Juicio y Toma de Decisiones
- ✓ Orientación / Asesoramiento
- ✓ Generación de Ideas
- ✓ Habilidad Analítica
- ✓ Desarrollo estratégico del Talento Humano
- ✓ Planificación y Gestión
- ✓ Monitoreo y Control
- ✓ Mantenimiento de Equipos
- ✓ Instrucción

Competencias conductuales:

- ✓ Construcciones de Relaciones
- ✓ Iniciativa
- ✓ Orientación de Servicio
- ✓ Orientación a los Resultados

- **Operarios**

Son el principal activo y recurso humano de la empresa, ya que son el corazón de la misma, ellos ejecutarán las actividades de aseo, orden y limpieza profunda e integral en los hogares, locales comerciales u oficinas.

Requerimientos del cargo:

Bachilleres o estudiantes de universidad.

Contar con al menos 1 año de experiencia en el manejo limpieza y servicio al cliente.

Competencias técnicas:

- ✓ Manejo de Recursos Materiales
- ✓ Expresión Oral y escrita
- ✓ Detección de Averías

Competencias conductuales:

- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Orientación de Servicio
- ✓ Flexibilidad

- **Secretaria y contadora**

Esta persona estará encargada del manejo de facturas, tramitación de permisos de funcionamiento, así como el manejo contable de la empresa y la tramitación del IESS

Requerimientos del cargo:

Profesional en contabilidad.

Contar con al menos 1 año de experiencia en el manejo contable y de nómina de personal.

Competencias técnicas:

- ✓ Orientación / Asesoramiento
- ✓ Pensamiento Conceptual
- ✓ Habilidad Analítica
- ✓ Organización de la Información
- ✓ Manejo de Recursos Financieros
- ✓ Destreza Matemática
- ✓ Expresión Oral y escrita

Competencias conductuales:

- ✓ Conocimiento del Entorno Organizacional
- ✓ Orientación de Servicio
- ✓ Orientación a los Resultados

4.4.4. Gastos

Un gasto es todo lo que una persona o empresa debe pagar en moneda, para recibir productos o servicios. En La Pulkra los principales gastos serán la compra de insumos, así como la inversión inicial en la compra de equipos e instrumentos para realizar la limpieza a los domicilios. Se considera también el gasto en sueldos de los colaboradores, así como el pago de la manutención del local donde se manejarán las operaciones y ventas del servicio.

4.5. Estudio Legal

4.5.1. Tipo de empresa

La empresa La Pulkra será una sociedad anónima porque podrá tener socios inversionistas, la misma se desempeñará dentro del ámbito de servicios a la comunidad. Según La Ley de Compañías (1999):

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Art. 143). (Compañías, 1999)

Por lo que se puede decir que la sociedad anónima es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo pueden ser en virtud de una acción en el capital social a través de títulos o acciones.

4.5.2. Trámites de legalización

De acuerdo al artículo publicado por la página web “Cuida tu futuro” cito a continuación:

Para implementar una compañía en el Ecuador, como sociedad anónima se necesita realizar lo siguiente:

1. Escoger un nombre, que no esté repetido en ninguna empresa. El trámite se lo ejecuta en la Superintendencia de Compañías.
2. Un abogado debe elaborar los estatutos de la compañía.
3. Se debe aperturar una “cuenta de integración de capital” en cualquier entidad

bancaria. Los requisitos más comunes son:

- a. El monto mínimo de apertura varía entre: \$400 y \$800 dependiente de la clase de compañía.
 - b. Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno, con sus respectivas copias de cédulas y papeletas de votación.
 - c. Luego se solicita “certificado de cuentas de integración de capital”.
4. En un notario se eleva a escritura pública la compañía, adjuntando la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
 5. Se entrega en la Superintendencia de Compañías la escritura pública para su revisión y aprobación de los estatutos de la compañía.
 6. Se debe publicar un extracto de la resolución sobre la compañía, que realizó La Superintendencia de Compañías, en un diario de difusión nacional.
 7. En el municipio se cancela la patente municipal y se solicita el certificado de cumplimiento de obligaciones, de esta forma se obtiene los permisos municipales para el funcionamiento de la oficina de la compañía.
 8. Con toda la documentación adquirida, en el Registro Mercantil se inscribe la compañía.
 9. Se realiza la Junta General de Accionistas, donde se nombra a los representantes de la compañía, según se haya definido en los estatutos.
 10. Luego de la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se consiguen los documentos para abrir el RUC. Obteniéndose los documentos habilitantes

11. Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
12. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con la siguiente documentación:
 - a. Formulario de solicitud.
 - b. Original y copia de la escritura de constitución de la compañía.
 - c. Original y copia de los nombramientos de todas las autoridades asignadas.
 - d. Copias de cédula y papeleta de votación de todos los socios.
13. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías se solicita la entrega de una carta dirigida al banco para poder disponer del valor depositado, en la cuenta de integración de capital. (Cuida tu futuro, 2008)

Estos son los pasos que se deben seguir para constituir la empresa de limpieza a domicilio que se denominará La Pulkra S.A.

4.5.3. Permisos

Los permisos de funcionamiento son los municipales y de los Bomberos.

4.5.4. Requerimientos tributarios

Tal como se demostró anteriormente en principio lo que se necesita para iniciar el negocio será la adquisición de un Registro Único del Contribuyente, en el mismo debe constar la actividad de la empresa, así como su localización, entre los demás requisitos para un correcto funcionamiento de la empresa están:

- Solicitar la elaboración de facturas.
- Retenciones a la fuente
- Proformas
- Declaración de Impuesto al Valor Agregado (IVA)
- Declaración de retenciones
- Declaración de Impuesto a la Renta

Tabla 25
Costo documentación legal

Costo de Documentación Legal	
Costo constitución de la compañía	\$ 500.00
Permisos Bomberos	\$ 50.00
Ruc	\$ 10.00
Permiso de funcionamiento	\$ 50.00
Publicidad	\$ 100.00
Hojas volantes	\$ 30.00
Arte del Logo	\$ 50.00
Diseñador Gráfico de páginas web y papelería	\$ 500.00
Costo de transporte y gastos por buscar cotizaciones	\$ 150.00
TOTAL	\$ 1,440.00

4.6. Conclusiones y recomendaciones

4.6.1. Conclusiones

En el presente capítulo, se analizaron los diferentes estudios de prefactibilidad tales como el estudio de mercado donde se definió la demanda, el producto, el precio, la plaza y la promoción, además de la encuesta con la aceptación en gran porcentaje para la creación de la empresa de limpieza a domicilio que estará ubicada en la urbanización Ciudad Celeste del cantón Samborondón; el estudio técnico donde se detalló la localización, el tamaño del local que será centro de operaciones, la tecnología y equipo que se requerirá así como la ingeniería del proyecto; en el estudio administrativo donde se observó la planificación, el organigrama y las funciones que realizará cada funcionario que será contratado en La Pulkra, los gastos en insumos y demás componentes necesarios para la puesta en

marcha de la empresa de limpieza; el estudio legal donde se referencia el tipo de empresa a implementar así como los gastos de constitución y requerimientos tributarios para el correcto funcionamiento de la nueva empresa, con todo esto se determinó la amplia posibilidad de iniciar este emprendimiento, por lo que se dará continuación con el estudio financiero del mismo.

4.6.2. Recomendaciones

Se recomienda conseguir financiamiento propio o directo, para no encarecer el servicio por los intereses bancarios porque en los actuales momentos las tasas no son las más óptimas para realizar un endeudamiento a largo plazo; además en otro sentido estimando que el giro de negocio de La Pulkra se centrará en brindar un servicio innovador con la limpieza a domicilio en los hogares de la Urbanización Ciudad Celeste, y justo en estos momentos en que la preservación y cuidado del ambiente es un tema muy concientizado hoy en día, se debería considerar la realización de una propaganda masiva en este sentido para darse a conocer efectiva y rápidamente en el sector.

En pro de la preservación del ambiente y de acuerdo a lo observado se enfatiza en la concientización de consumir productos “verdes” derivados de plantas y vegetales, ya que no sólo ayudan a preservar el medio ambiente sino también mejorarán la salud de las personas. Ajustándose a este principio la empresa La Pulkra podría utilizar insumos químicos cuya elaboración sea a base de las mismas. Tomando como referencia el artículo Productos de limpieza que protege el medio ambiente, señalamos ingredientes para usar en la preparación de limpiadores menos tóxicos, ajustándose La Pulkra a la limpieza verde, para proteger el medio ambiente y la salud:

- Bicarbonato de sodio: entre sus propiedades están las de blanqueador y además absorbe olores y es un abrasivo leve.
- Glicerina: es antiséptico y humecta la piel.
- Peróxido de hidrógeno: es un desinfectante.
- Jabón líquido: en un jabón a base de aceite vegetal.
- Detergente líquido: a base de aceite vegetal, descartando el uso de los que son a base de petróleo que es un recurso limitado.
- Vinagre: entre sus propiedades quita la grasa, los depósitos minerales y actúa como desodorizante.
- Aceites esenciales: Principalmente usados para productos de limpieza desodorizantes o aromatizantes. El aceite de árbol de té es un desinfectante natural. (Metro, 2018)

Los productos naturales a base de vegetales previenen y evitan la irritación de la piel, la contaminación del aire y ayudan a preservar el medio ambiente, por lo tanto, se propone realizar a futuro un proyecto de viabilidad con la llamada limpieza verde y el uso de este tipo de insumos para determinar la aceptación del mismo.

Capítulo V

Propuesta

5.1. Título de la Propuesta

Proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de limpieza de servicio a domicilio en la urbanización ciudad Celeste.

5.2. Autores de la Propuesta

Tecnóloga Tanya María Malo Asanza

5.3. Empresa Auspiciante

Ninguna

5.4. Área que cubre la propuesta

Urbanización Ciudad Celeste, kilómetro nueve y medio vía a Samborondón, cantón Samborondón parroquia La Puntilla Satélite de la ciudad de Guayaquil.

5.5. Fecha de Presentación

Septiembre de 2018

5.6. Fecha de Terminación

Agosto de 2019

5.7. Duración del Proyecto

De acuerdo a los estudios realizados se estiman tres meses para iniciar con las operaciones de La Pulkra.

5.8.Participantes del Proyecto

- Autora de la presente investigación
- Talento humano que laborará en la empresa
- Proveedores de insumos y accesorios de limpieza, como distribuidores de equipos y mantenimiento del mismo.
- Población de la Urbanización Ciudad Celeste (clientes)

5.9.Objetivo General de la Propuesta

Determinar los costos de inversión para la creación de una empresa de servicio de limpieza a domicilio y su factibilidad financiera en la urbanización Ciudad Celeste.

5.10. Objetivos Específicos

Determinar la inversión, costos, gastos y demás rubros para el proyecto de prefactibilidad de la empresa de limpieza a domicilio La Pulkra

Proyectar niveles de ventas futuros óptimos para el sustentable desenvolvimiento de la empresa La Pulkra.

Analizar los estudios financieros para la correcta preparación del flujo de caja de la empresa La Pulkra y la viabilidad del proyecto.

5.11. Beneficiarios Directos

La presente investigación muestra el beneficio para los residentes de la urbanización Ciudad Celeste al poder contar con este servicio de manera cercana y por las plazas de empleo que se generarán.

5.12. Beneficiarios Indirectos

Los beneficiarios del presente proyecto serán los residentes en la urbanización antes mencionada y la comunidad cercana en general, dando un mejor aspecto social al mejorar la percepción del nivel de vida gracias a la limpieza y el orden que se implementará dando el servicio de limpieza a las viviendas.

5.13. Impacto de la Propuesta

La propuesta basada en el presente proyecto, tendrá los siguientes factores de impacto:

La implementación de una empresa de limpieza a domicilio, nueva en el sector.

La creación de nuevas plazas de empleo, ampliando la oferta en este giro de negocio.

Los incentivos con los que contarán los empleados de la nueva empresa.

El abordaje completo del nicho de mercado, ubicado en la Urbanización Ciudad Celeste.

5.14. Descripción de la Propuesta

En el proyecto aquí descrito sobre la prefactibilidad financiera para la creación de una empresa de limpieza a domicilio, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

El capital real necesario para la inversión, la tasa de interés del financiamiento o el costo del capital propio con la rentabilidad esperada en el tiempo para poder así dar inicio a las operaciones de la empresa.

La cantidad y variedad de activos fijos que se deberán adquirir, así como su tiempo útil de reposición y mantenimiento.

La contratación del talento humano y el costo de la inducción inicial que deberá impartirse antes de dar inicio de sus funciones operativas y administrativas.

La localización exacta del local donde se coordinarán las operaciones y el bodegaje de los equipos de limpieza.

La coordinación de la compra del mobiliario que se necesitará en el centro de operaciones.

La búsqueda de proveedores y cotización de insumos necesarios para utilizarse en el día a día de trabajo.

La debida contratación de servicios básicos, permisos y autorizaciones para el correcto funcionamiento de la empresa.

Con todo lo descrito la propuesta se basa en describir lo necesario para la creación de la empresa de limpieza a domicilio que estará ubicada en la Urbanización Ciudad Celeste, localidad donde se instalará la primera empresa con este giro de negocio.

5.14.1. Ingresos

Después de realizar la investigación a diversas empresas de limpieza en el medio, se han considerado los siguientes precios que se pretenden cobrar por el servicio que otorgará La Pulkra:

Tabla 26
Precios por servicios

Servicio	Precio Base
Limpieza a domicilio	\$ 45.00
Limpieza profunda incluye ventanas y anaqueles	\$ 80.00
Lavado de alfombras	\$ 20.00
Lavado de muebles	\$ 20.00
Limpieza de oficinas	\$ 80.00
Limpieza de locales comerciales	\$ 80.00

Los ingresos de La Pulkra se obtendrán exclusivamente de los diferentes servicios de limpieza a domicilios, oficinas, locales comerciales, así como del lavado de alfombras y muebles en general.

La proyección se realiza en base al crecimiento de la demanda, donde para el año 1 los servicios de limpiezas por mes inician con un total de 25 clientes, debido a que este es el mercado principal, y a medida que se gana clientes estos aumentan de manera exponencial, sin embargo, los servicios para oficina y adicionales solo tienen un aumento significativo.

En el siguiente cuadro se analiza la proyección de dichos ingresos:

Tabla 27
Ingresos por servicios

\$ Ingresos	2020	2021	2022	2023	2024
Casas	\$51,300.00	\$75,600.00	\$102,600.00	\$132,300.00	\$164,700.00
Oficinas	\$5,760.00	\$8,640.00	\$11,520.00	\$14,400.00	\$17,280.00
Otros servicios	\$1,440.00	\$2,160.00	\$2,880.00	\$3,600.00	\$4,320.00
TOTALES	\$58,500.00	\$86,400.00	\$117,000.00	\$150,300.00	\$186,300.00

5.14.2. Costos de materiales directos

Estos costos se refieren a los gastos iniciales y recurrentes que tendrá La Pulkra, tales como la compra del mobiliario inicial para la apertura de la oficina que será el centro operativo de la empresa, los insumos que son vitales para el

desenvolvimiento del trabajo diario, así como también los sueldos y provisiones mensuales de cada uno de los colaboradores.

Para elaborar la tabla del costo de insumos, de acuerdo a las cotizaciones solicitadas a varias empresas distribuidoras de insumos de limpieza, se tomó como referencia los precios con los productos que más se ajustaban a la necesidad de la empresa de limpieza a domicilio La Pulkra, además se proyectaron los costos futuros de dichos insumos en base a los datos obtenidos por el Inec de abril de 2019, donde dice que el índice de inflación promedio anual desde el 2010 al 2019 es del dos punto cincuenta y cuatro por ciento. (INEC, 2019) Estimando también el incremento de las ventas y la contratación de mayor número de personal anualmente.

Tabla 28
Costos

Descripción	Presentación	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Detergente	Caneca litro	\$2.99	\$59.80	\$717.60
Cloro	Caneca kilogramo	\$2.14	\$42.80	\$513.60
Desinfectante	Caneca kilogramo	\$3.71	\$74.20	\$890.40
Líquido limpia vidrio	Caneca litro	\$3.84	\$76.80	\$921.60
Paños microfibra	Unidad	\$5.21	\$50.21	\$602.52
Espojas	Docena	\$3.33	\$80.00	\$960.00
Mandiles	Unidad	\$30.00	\$90.00	\$180.00
Overoles	Unidad	\$40.00	\$120.00	\$240.00
Botas	Pares	\$25.00	\$75.00	\$150.00
TOTAL		\$116.22	\$668.81	\$5,175.72

Tabla 29
Costos activos fijos

Tipo de Cuenta	Precio Unitario
Adecuaciones	\$2,000.00
Muebles de oficina	\$1,390.00
Equipos de producción	\$4,275.00
Equipos de computación	\$1,400.00
Equipos tecnológicos	\$630.00
TOTAL	\$9,695.00

Tabla 30
Costos de depreciación

Activo Fijo	Costo	Depreciación	Total Anual
Muebles de oficina	\$1,390.00	6	\$ 231.67
Equipos de producción	\$4,275.00	10	\$ 427.50
Equipos de computación	\$1,400.00	3	\$ 466.67
Vehículos	\$0.00	5	\$ -
Equipos tecnológicos	\$630.00	3	\$ 210.00
TOTAL	\$ 7,695.00		\$ 1,335.84

Tabla 31
Costos documentación legal

Costo de documentación legal	
Costo constitución de la compañía	\$ 500.00
Permisos bomberos	\$ 50.00
Ruc	\$ 10.00
Permiso de funcionamiento	\$ 50.00
Publicidad	\$ 100.00
Hojas volantes	\$ 30.00
Arte del logo	\$ 50.00
Diseñador gráfico de páginas web y papelería	\$ 500.00
Costo de transporte y gastos por buscar cotizaciones	\$ 150.00

Tabla 32
Sueldos

Nómina	Sueldo mensual	Sueldo	13er Sueldo	14to Sueldo	Aporte Patronal	Vacaciones	Total por empleado	Total del personal
Gerente	\$1,000.00	\$1,000.00	\$83.33	\$32.83	\$104.50	\$41.67	\$1,262.33	\$1,262.33
Supervisor	\$800.00	\$800.00	\$66.67	\$32.83	\$83.60	\$33.33	\$1,016.43	\$1,016.43
Secretaria/contadora	\$650.00	\$650.00	\$54.17	\$32.83	\$67.93	\$27.08	\$832.01	\$832.01
Empleado 1	\$394.00	\$394.00	\$32.83	\$32.83	\$41.17	\$16.42	\$517.26	\$517.26
Empleado 2	\$394.00	\$394.00	\$32.83	\$32.83	\$41.17	\$16.42	\$517.26	\$517.26
Empleado 3	\$394.00	\$394.00	\$32.83	\$32.83	\$41.17	\$16.42	\$517.26	\$517.26

Tabla 33
Gastos de ventas

Gastos de Ventas		
Detalle	Total Mensual	Total Anual
Luz	\$80.00	\$960.00
Agua	\$30.00	\$360.00
Teléfono	\$60.00	\$720.00
Internet	\$25.00	\$300.00
TOTAL	\$195.00	\$2,340.00

5.14.5. Flujo de caja

Tabla 36
Flujo de caja

PERIODOS	Flujo de Efectivo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0.00	\$58,500.00	\$86,400.00	\$117,000.00	\$150,300.00	\$186,300.00
Costo de producción	\$0.00	\$5,175.72	\$5,342.38	\$5,513.33	\$5,688.11	\$5,871.15
Sueldos y salarios		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Nomina		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Gastos Administrativos		\$12,960.00	\$13,377.31	\$13,773.68	\$14,210.30	\$14,667.59
Arriendo		\$12,000.00	\$12,386.40	\$12,782.76	\$13,187.98	\$13,612.37
Transporte		\$960.00	\$990.91	\$990.91	\$1,022.32	\$1,055.22
Gastos de Ventas		\$2,340.00	\$2,414.91	\$2,492.18	\$2,571.63	\$2,654.07
Luz		\$960.00	\$990.91	\$1,022.62	\$1,055.04	\$1,088.99
Agua		\$360.00	\$371.52	\$383.30	\$395.63	\$408.26
Teléfono		\$720.00	\$742.82	\$766.73	\$791.20	\$816.52
Internet		\$300.00	\$309.65	\$319.54	\$329.76	\$340.30
Gastos Financieros						
Interés del préstamo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros Gastos						
Depreciación	\$0.00	\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
Total gastos		\$72,586.36	\$74,880.19	\$77,201.90	\$78,930.63	\$81,449.08
Flujo antes de participación	\$0.00	-\$19,262.08	\$6,177.43	\$34,284.77	\$65,681.26	\$98,979.76
Participación de trabajadores		-\$2,889.31	\$926.61	\$5,142.72	\$9,852.19	\$14,846.96
Flujo antes de impuesto		-\$16,372.77	\$5,250.82	\$29,142.05	\$55,829.07	\$84,132.80
Impuesto a la renta		-\$3,602.01	\$1,155.18	\$6,411.25	\$12,282.40	\$18,509.22
Flujo después de impuesto		-\$12,770.76	\$4,095.64	\$22,730.80	\$43,546.68	\$65,623.58
(+) Depreciaciones		\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
(-) Pago de Capital Préstamo		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Capital de trabajo	-\$12,440.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Activos Fijos en inversión	-\$9,695.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Flujo de Efectivo Neto	-\$22,135.00	-\$11,434.93	\$5,431.47	\$24,066.64	\$44,205.84	\$66,282.75

5.14.6. Evaluación económica

Tabla 37
Gastos de ventas

Gastos De Ventas Proyectados					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	\$960.00	\$990.91	\$1,022.62	\$1,055.04	\$1,088.99
Agua	\$360.00	\$371.52	\$383.30	\$395.63	\$408.26
Teléfono	\$720.00	\$742.82	\$766.73	\$791.20	\$816.52
Internet	\$300.00	\$309.65	\$319.54	\$329.76	\$340.30
TOTAL	\$2,340.00	\$2,414.91	\$2,492.18	\$2,571.63	\$2,654.07

Entre los gastos de cuentas se encuentran los pagos que se deben ejecutar recurrentemente tales como servicios básicos y pago de internet, al ser un servicio donde se tendrá contacto y poder contactar a través de llamadas telefónicas, se la considera como gastos de ventas.

Tabla 38
Gastos administrativos

Gastos Administrativos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$12,000.00	\$12,386.40	\$12,782.76	\$13,187.98	\$13,612.37
Transporte	\$960.00	\$990.91	\$990.91	\$1,022.32	\$1,055.22
Sueldos y salarios	\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
TOTAL	\$68,910.53	\$71,129.45	\$73,373.88	\$75,699.83	\$78,135.85

En los gastos administrativos intervienen directamente en la producción como el arriendo del local, costos de movilización y la mano de obra, teniendo en cuenta el nivel de producción.

Punto de equilibrio

Tabla 39
Gastos administrativos

Cantidad	Precio Ventas	Precio Costos	Utilidad
100	4,500	4,987	-487
110	4,950	5,022.5	-72.5
112	5,028.70	5,028.70	0
130	5,850	5,093.5	7,56.5
140	6,300	5,129	1,171
150	6,750	5,164.5	1,585.5
160	7,200	5,200	2,000
170	7,650	5,235.5	2,414.5
180	8,100	5,271	2,829
190	8,550	5,306.5	3,243.5
200	9,000	5,342	3,658
250	11,250	5,519.5	5,730.5
300	13,500	5,697	7,803
350	15,750	5,874.5	9,875.5
400	18,000	6,052	11,948
450	20,250	6,229.5	14,020.5
500	22,500	6,407	16,093

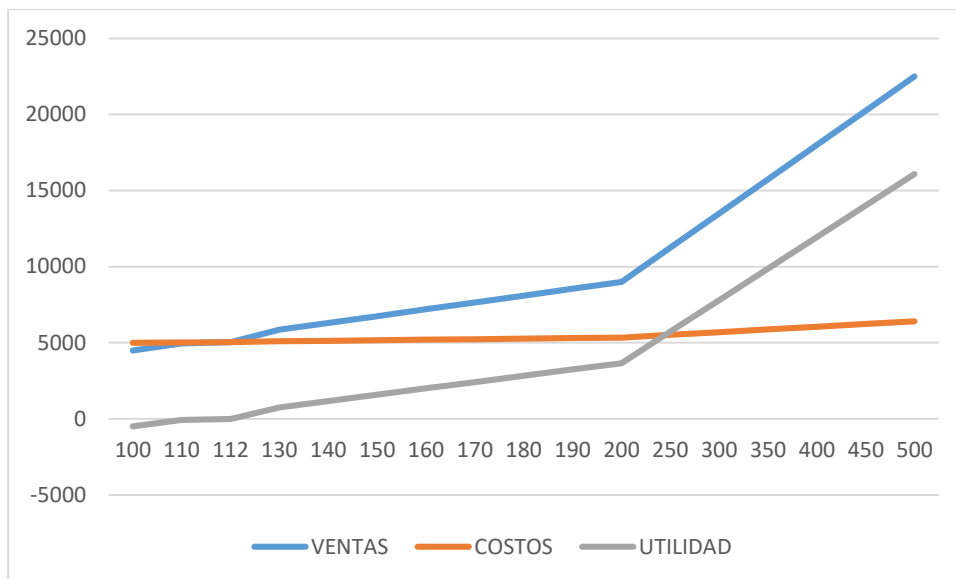


Figura 20 Punto de equilibrio

En la figura 20, podemos notar que el punto de equilibrio se muestra en los 112 servicios aproximadamente, pero hay que tener en consideración que al ser un servicio que ofrece la empresa este tendrá una variación, por lo tanto, la cantidad de servicios para llegar al punto de equilibrio puede variar.

5.14.7. Evaluación financiera

De acuerdo a la evaluación financiera, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 40
VAN y TIR

TIR Y VAN	
TMAR	10.00%
TIR	46.05%
VAN	\$61,389.61

El cálculo del valor actual neto y la tasa interna de retorno, permiten evaluar un proyecto para tomar la decisión de invertir o no en el mismo, comparando utilidades o beneficios frente a los respectivos costos de producción del producto o servicio ofrecido en dicho proyecto de prefactibilidad; es decir que las utilidades son

mayores a los costos. El VAN indica el valor futuro del dinero que va a recibir el proyecto en diferentes periodos, recuperando la inversión, cubriendo los costos y obteniendo utilidades. La TIR, es la tasa financiera de rendimiento, o tasa de retorno efectivo, si la TIR es mayor a la tasa de descuento inicial 10% significa que el interés equivalente sobre el capital generado por el proyecto es superior al interés mínimo aceptado del capital bancario, en este caso el proyecto es aceptable por lo que recomienda su inmediata ejecución.

Recomendamos entonces que la empresa La Pulkra entre en operaciones lo antes posible.

5.14.8. Relación costo – beneficio

La fórmula de relación costo - beneficio plantea es la siguiente:

$$RBC = \frac{\text{(Sistema de flujos)}}{\text{Costos + Inversión inicial}}$$

$$RBC = \frac{598,500.00}{385,548.16 + (-22135)} = 1.65$$

Tabla 41
Relación costo beneficio

Relación Costo Beneficio				
Nro.	Inversión	Ingresos	Costos	FNE
0	- 22,135.00	-	-	- 22,135.00
1		58,500.00	72,686.36	- 14,186.36
2		86,400.00	74,980.19	11,419.81
3		117,000.00	77,301.90	39,698.10
4		150,300.00	79,030.63	71,269.37
5		186,300.00	81,549.08	104,750.92

INGRESOS \$598,500.00
COSTOS \$385,548.16
COSTOS+INV \$363,413.16

RBC **1.65**

Cuando el beneficio costo es mayor que uno el valor de los beneficios es mayor a los costos del proyecto por lo que se acepta el proyecto debido a que existen estos beneficios, dicho de otra manera, los ingresos son superiores a los egresos por lo que se afirma que por cada unidad monetaria invertida se obtendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de cero punto sesenta y cinco, en consecuencia el proyecto resulta atractivo.

5.14.9. Tiempo de recuperación de la inversión

$$\text{PRI} = \text{Año de recuperación} + \frac{\text{Diferencia (inversión - Flujo acumulado)}}{\text{Flujo neto del siguiente año}}$$

$$\text{PRI} = 4 + \frac{22,135.00 - 44,239.54}{66,316.45}$$

$$\text{PRI} = 4 + \frac{-22,104.54}{66,316.45}$$

$$\text{PRI} = 4 + (-0.33)$$

$$\text{PRI} = 3.66$$

Tabla 42
Tiempo de recuperación

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Caja Neto		-\$11,401.23	\$5,465.17	\$24,100.34	\$44,239.54	\$66,316.45
Inversion Fija	-\$9,695.00					
Inversion Corriente	-\$12,440.00					
Resultado	-\$22,135.00	-\$11,401.23	\$5,465.17	\$24,100.34	\$44,239.54	\$66,316.45
PAYBACK	-22,135.00	-33,536.23	-28,071.06	-3,970.72	40,268.82	106,585.27

El resultado se interpreta que a principios del año 4 se recuperará la inversión requerida para ejecutar el presente proyecto.

5.14.10. Análisis de sensibilidad

En el análisis de sensibilidad compararemos varios escenarios de lo que pueda ocurrir durante la fase operativa de la empresa, en primera instancia se evidencia el resultado del escenario moderado, demostrado en el apéndice C, tomando como referencia una tasa mínima aceptable del 10% donde se considera que el mercado vaya en aumento, y las debidas proyecciones de egresos se evaluarán con la inflación supuesta por el BCE, obteniendo como resultado:

TIR	46.05%
VAN	\$61,389.61

En el segundo escenario, el pesimista demostrado en el apéndice D, considerando una tasa mínima aceptable de retorno del 12% y considerando un bajo nivel de ventas, lo que generaría que la empresa reduzca los presupuestos, despida a trabajadores, debido a estos factores la empresa no obtendrá una rentabilidad ni le permitiría recuperar la inversión a mediano plazo, es decir siempre tendrá pérdida durante los años de evaluación, conteniendo como resultado:

TIR	-15.40%
VAN	-\$30,742.41

En el escenario optimista, demostrado en el apéndice E con una tasa aceptable de retorno del 12% se tomará en consideración que la empresa tenga una alta demanda en sus servicios y que esta se mantenga constate, esto le permita a la empresa no depender de futuros clientes, obteniendo como resultado:

TIR	74.89%
VAN	\$84,531.26

5.15. Importancia

La importancia en el presente proyecto de prefactibilidad radica principalmente en las plazas de empleo que se generarán, además del rédito financiero que obtendrán los inversores y demás funcionarios o empleados involucrados en el mismo, sin dejar de lado la satisfacción a la necesidad de los moradores de la zona al poder contratar el servicio de limpieza a domicilio de forma cómoda y segura.

5.16. Metas del Proyecto

Cómo metas principales en el actual proyecto se consideran:

La concientización de la importancia del aseo y su correlación con la salubridad de los individuos.

El inmediato alcance para la contratación del servicio de limpieza a domicilio.

Liderar la actividad de limpieza a domicilios en el sector de la Urbanización Ciudad Celeste.

Alcanzar estándares de calidad de servicio comparables con grandes compañías que se desenvuelven dentro del mismo giro de negocio.

Optimizar los recursos e insumos y proteger el medio ambiente con el uso continuo de productos de limpieza a base de plantas y elementos naturales.

Conseguir el nivel óptimo de ventas en corto plazo para incrementar el número de personal necesario para la actividad

Posesionarse como la mejor empresa de limpieza del sector

5.17. Finalidad de la Propuesta

La finalidad se basa en dar inicio al presente proyecto para crear plazas de empleo, tanto para sus propietarios como para los futuros empleados, de esta manera se contribuye a la sociedad mejorando el nivel de vida de todas las personas involucradas en la empresa y se mejora el sector con la presencia de una empresa de esta índole.

5.18. Conclusión

En este capítulo habiendo realizado los distintos análisis financieros donde se obtuvo en un escenario moderado una tasa interna de retorno de 46.05%, un valor actual neto de \$61,389.61, además de concluir que la inversión se recuperará aproximadamente en 4 años, se ha observado la viabilidad favorable para iniciar el proyecto.

Efectivamente si las ventas decayeran en un análisis pesimista el escenario del negocio sería deplorable, teniendo que despedir personal y ajustar los gastos; en cambio en un escenario optimista el negocio crecerá ampliamente obteniendo muchos más réditos en un futuro inmediato, con lo que se crearían plazas de empleo, situación favorable para la comunidad.

Podemos concluir exponiendo que el proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa de limpieza a domicilio, ubicada en la urbanización Ciudad Celeste, se ejecutó en base a la observación del comportamiento y necesidades de los habitantes del sector, al ser en su mayoría familias jóvenes donde ambos cónyuges laboran y la falta de tiempo es un problema que impera en esta nueva generación, el contar con un servicio de limpieza a la que se pueda trasladar la responsabilidad del aseo íntegro de una vivienda, acarreará grandes beneficios por la comodidad que esta

otorgará además de la cercanía y facilidad de contratación del mismo, así como la seguridad que ofrece con personal capacitado donde su principal valor será la honestidad y responsabilidad de sus colaboradores.

En cuanto a las alternativas para el inversionista habiendo evaluado el rendimiento de un papel comercial renovable cada año en una Casa de Valores se obtendría una rentabilidad del siete por ciento, y en una póliza de acumulación en la Banca privada apenas el cinco por ciento; lo que hace aún más atractivo para poner en marcha la ejecución de la Empresa La Pulkra.

Referencias

- American Marketing Association. (22 de julio de 2009).
http://www.marketingpower.com. Obtenido de Sección: Resource Library -
Dictionary: http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=C,
- Amling. (2014). *www.Centrum Católica.com*. Obtenido de
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/chavez_1_dd/capitulo1.pdf
- Cárdenas, J. (2016). *www.Centrum Católica.com*. Obtenido de
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/chavez_1_dd/capitulo1.pdf
- Carrillo, E. (2018). *Estudio de prefactibilidad técnica-económica del proyecto fábrica*. Madrid. Obtenido de <https://definicion.de/censo/>
- Compañías, L. d. (1999).
- Córdova, F. (2017). *Estudio de prefactibilidad para la industrialización*. Madrid. Obtenido de <https://definicion.de/gastos-de-operacion/>
- Cuida tu futuro, C. t. (2008). *www.cuidatufuturo.com*. Obtenido de
<https://cuidatufuturo.com/pasos-crear-empresa-ecuador/>
- Deloitte. (2014). *www.deloitte.com*. Obtenido de
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-dttl-2014-millennial-survey-report.pdf>
- Echeverría, J. (19 de febrero de 2009). *https://www.gestiopolis.com*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/analisis-proyeccion-demanda-estudio-caso-laboratorio-cubacontrol-sa/>

Encuesta, E. f. (2018). *www.encuestafacil.com*. Obtenido de <https://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=147129&PGND=1&MSJ=NO#Inicio>

Fernández, M. (2017). *Los jóvenes y la creación de empresas: actitudes y comportamientos*. Madrid. Obtenido de <https://definicion.de/cronologico/>

Ferreira da Silva, M. R. (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud*. Barcelona: Servei de Publicacions.

Grandío, A. (2018). *Creación de Empresas.: Ley 7/2003 de la Sociedad Limitada Nueva Empresa*. Madrid. Obtenido de <https://definicion.de/ingresos/>

Gutiérrez-Rubi, A. (22 de Diciembre de 2014). *www.forbes.com.mx*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

Haro y Rosario. (2017). *Dirección Financiera: Inversión*. Almería: Universidad de Almería.

Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. En R. Hernández Sampieri, *Metodología de la Investigación* (págs. 91,92,93,94,95,96,97,98,99,100). México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

INEC. (2011). *FASCÍCULO PROVINCIAL GUAYAS*. Guayaquil.

INEC. (2019). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Abril-2019/01%20ipc%20Presentacion_IPC_abr2019.pdf

Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control total de calidad? Los diez principios de selección de proveedores*. Bogotá: Norma.

Kotler, P. B. (2004). El marketing de Servicios Profesionales. En P. B. Kotler, *El marketing de Servicios Profesionales* (págs. 9,10). Editorial Paidós SAICF.

Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2005). *Fundamentos de Marketing*. México.D.F.: Cengage Learning.

Landaure, J. C. (28 de Junio de 2016). *www.esan.edu.pe*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>

Metro. (2018). *www.oregonmetro.gov*. Obtenido de <https://www.oregonmetro.gov/es/tools-living/healthy-home/green-cleaning>

Miranda, J. (2017). *Gestión de Proyectos*. México.

Ochoa, C. (29 de mayo de 2015). *www.netquest.com*. Obtenido de <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-por-conveniencia>

Pedrosa, S. (2018). <https://economipedia.com>. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiro, A. (2018). *www.economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

Pérez y Gardey. (2017). *www.definiciónde.com*. Obtenido de <https://definicion.de/egresos/>

Pérez y Merino. (2017). *www.Definición de.com*. Obtenido de <https://definicion.de/prefactibilidad/>

Pérez, B. (2018). *Desarrollo local: manual de uso*. Lima. Obtenido de <https://definicion.de/reparto-de-utilidades/>

Pérez, J. (2017). <https://definicion.de/poblacion/>. Obtenido de <https://definicion.de/poblacion/>

Question., P. I. (2018). www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-muestreo-para-investigaciones-sociales/.

Rojas, F. (14 de 11 de 2007). *Formulación de Proyectos: Tamaño*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>

Sánchez, J. (2018). www.economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

Sapag Chaín, N. (2017). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación de México S.A.

Sapag, N. (2015). *Proyectos de inversión : formulación y evaluación*. México. Obtenido de <https://definicion.de/mano-de-obra/>

Sevilla Arias, A. (2018). <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>. Obtenido de <https://economipedia.com>

Sevilla, A. (2018). <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta-y-demanda.html>. Obtenido de <https://economipedia.com>

Stanton, Etzel, & Walker. (2007). *Funadamento de Marketing*. México D.F.: MC Graw Hill.

Thompson, I. (Agosto de 2006). Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/definicion-servicios.html>

Urbano, D. (2017). *Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas*. Madrid. Obtenido de <https://definicion.de/documental/>

Varela. (2018). Factibilidad y Viabilidad. Sesión 50210.

Velásquez, K. (9 de 12 de 2015). <https://marketing4ecommerce.mx/que-es-una-estrategia-de-mercadeo/>. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.mx>

Vicente. (6 de Marzo de 2018). www.acuamar.es. Obtenido de <https://www.acuamar.es/una-breve-historia-de-la-limpieza/>

Villalobos, R. (23 de julio de 2013). www.gestiopolis.com. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/analisis-de-la-demanda-del-mercado/>

Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). Obtenido de <http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>

Zugarramurdi, A. (2019). *Ingeniería económica aplicada a la industria*. México. Obtenido de <https://definicion.de/ejecucion/>

Apéndices

Apéndice A Encuesta



Propósito

La presente encuesta tiene como principal propósito: analizar las respuestas para determinar la aceptación en el mercado de la nueva empresa de limpieza LA PULKRA la misma que estará ubicada en un local comercial de La Piazza de Ciudad Celeste, urbanización localizada en la parroquia La Puntilla Satélite de la vía a Samborondón, su principal objetivo es proporcionar a los habitantes del sector la opción de contratar un servicio profesional a la hora de decidir por el aseo completo de sus viviendas. Además, LA PULKRA contará con personal altamente calificado para desempeñar estas labores, insumos de alta calidad y equipos a la vanguardia en limpieza, agilidad y eficiencia.

El presente cuestionario de la encuesta que se está presentando es de carácter anónimo por lo que usted está en libertad de responder sin ningún compromiso ni retaliación a las opiniones aquí vertidas.

Se solicita que conteste cordialmente las siguientes preguntas que servirán para la investigación que se realiza.

Atentamente,

Tanya María Malo Asanza

Estudiante del 7mo nivel de la Carrera Ingeniería

en Administración de Empresas de la

Universidad San Gregorio de Portoviejo

Indicaciones:

Por favor, rellene esta pequeña encuesta.

Lea cuidadosamente cada pregunta y responda con total honestidad.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación en el mercado de LA PULKRA empresa de limpieza a domicilio

La encuesta no le llevará más de 5 minutos.

Muchas gracias por su colaboración.

1. ¿Cuenta usted con servicio doméstico?

No

Si

A veces

2. ¿Qué lo atraería a contratar un servicio de limpieza?

Ganar tiempo

Facilidad de contratación

Precio

Que es necesario

3. ¿Dónde le gustaría poder utilizar este servicio?

Local comercial

Vivienda

Otro

4. ¿A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio de limpieza?

Email

Radio

Televisión

Redes sociales

5. ¿Contrataría el servicio de limpieza?

Sí

No

Tal vez

6. ¿Por qué no contrataría el servicio de limpieza?

No lo necesito

Es complicado

Precio

7. ¿Contrataría este servicio si tuviese los siguientes precios?

Entre 30 - 50

Entre 51 - 70

Entre 71 - 100

8. Este servicio lo proporciona LA PULKRA. ¿Saberlo lo hace más o menos interesante?

Más interesante

Poco interesante

Ni más ni menos interesante

9. Sexo del encuestado

Masculino

Femenino

10. ¿Y su edad?

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 38 años

Entre 39 y 50 años

Ha concluido con la encuesta.

¡Muchas gracias por su colaboración!

(Encuesta, 2018)

Nombre: Tanya Malo Asanza

C.C. 0911228971

Apéndice B Cotización de insumos

SPARTAN DEL ECUADOR
PRODUCTOS QUIMICOS S.A

Guayaquil, 7 de junio del 2019



Señora

Tanya Malo

Ciudad.

De nuestras consideraciones,

Por medio de la presente, tenemos a bien cotizar a ustedes algunos de nuestros productos bajo licencia y control de calidad de SPARTAN CHEMICAL CO. INC.

Producto	presentación	Valor Unitario	Total
GOLDEN WASH (Detergente multipropósitos)	CANECA	\$ 2.99 c/lt.	\$ 59.80
STERICLEAN CITRUS LIMON (desinfectante)	CANECA	\$ 3.71 c/kg.	\$74.20
COLORO AL 10%	CANECA	\$ 2.14 c/kg	\$42.80
GLASS CLEANER (limpiador de vidrios)	CANECA	\$ 3.84/lt.	\$76.80
COLORINATED DESEAGRE PROM	CANECA	\$ 3.84/kg.	\$76.80
SD-20 (Detergente multipropósitos)	CANECA	\$3.88/kg.	\$77.60
PANOS MICROFIBRA		\$5.21	

Nuestros precios no incluyen IVA.

Nuestros productos cumplen con las normas y registros de calidad tales como: Ministerios de Salud, INEN, e Instituto de Higiene del Ecuador, Environmental Protection Agency (EPA), Aerospace Material Specification (AMS), U.S. Department of Agriculture (USDA), Military Specifications (MILS), y, Food & Drug Adm. (FDA).

Saludos Cordiales,

Flor María Rodríguez
Asesor Técnico
Celular 0978955324
fmrodriguez@spartanecuador.com



Antes de imprimir este mensaje asegúrese que sea necesario. El medio ambiente esté en nuestras manos. Con talento ganamos un juego. Como EQUIPO, un campeonato.

Apéndice C Escenario Moderado

Flujo de Efectivo						
PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0.00	\$58,500.00	\$86,400.00	\$117,000.00	\$150,300.00	\$186,300.00
Costo de producción	\$0.00	\$5,175.72	\$5,342.38	\$5,513.33	\$5,688.11	\$5,871.15
Sueldos y salarios		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Nomina		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Gastos Administrativos		\$12,960.00	\$13,377.31	\$13,773.68	\$14,210.30	\$14,667.59
Arriendo		\$12,000.00	\$12,386.40	\$12,782.76	\$13,187.98	\$13,612.37
Transporte		\$960.00	\$990.91	\$990.91	\$1,022.32	\$1,055.22
Gastos de Ventas		\$2,340.00	\$2,414.91	\$2,492.18	\$2,571.63	\$2,654.07
Luz		\$960.00	\$990.91	\$1,022.62	\$1,055.04	\$1,088.99
Agua		\$360.00	\$371.52	\$383.30	\$395.63	\$408.26
Teléfono		\$720.00	\$742.82	\$766.73	\$791.20	\$816.52
Internet		\$300.00	\$309.65	\$319.54	\$329.76	\$340.30
Gastos Financieros						
Interés del préstamo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros Gastos						
Depreciación	\$0.00	\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
Total gastos		\$72,586.36	\$74,880.19	\$77,201.90	\$78,930.63	\$81,449.08
Flujo antes de participación	\$0.00	-\$19,262.08	\$6,177.43	\$34,284.77	\$65,681.26	\$98,979.76
Participación de trabajadores		-\$2,889.31	\$926.61	\$5,142.72	\$9,852.19	\$14,846.96
Flujo antes de impuesto		-\$16,372.77	\$5,250.82	\$29,142.05	\$55,829.07	\$84,132.80
Impuesto a la renta		-\$3,602.01	\$1,155.18	\$6,411.25	\$12,282.40	\$18,509.22
Flujo después de impuesto		-\$12,770.76	\$4,095.64	\$22,730.80	\$43,546.68	\$65,623.58
(+) Depreciaciones		\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
(-) Pago de Capital Préstamo		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Capital de trabajo	-\$12,440.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	
Activos Fijos en inversión	-\$9,695.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Flujo de Efectivo Neto	-\$22,135.00	-\$11,434.93	\$5,431.47	\$24,066.64	\$44,205.84	\$66,282.75

Escenario Moderado						
Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		-\$11,434.93	\$5,431.47	\$24,066.64	\$44,205.84	\$66,282.75
Inversión Fija	-\$9,695.00					
Inversión Corriente	-\$12,440.00					
Resultado	-\$22,135.00	-\$11,434.93	\$5,431.47	\$24,066.64	\$44,205.84	\$66,282.75
PAYBACK	-22,135.00	-33,569.93	-28,138.46	-4,071.82	40,134.02	106,416.77

TIR Y VAN	
TMAR	10.00%
TIR	46.05%
VAN	\$61,389.61

Apéndice D Escenario pesimista

Flujo de Efectivo						
PERIODOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0.00	\$44,100.00	\$58,800.00	\$73,500.00	\$88,200.00	\$102,900.00
Costo de producción	\$0.00	\$5,175.72	\$5,342.38	\$5,513.33	\$5,688.11	\$5,871.15
Sueldos y salarios		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Nomina		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Gastos Administrativos		\$12,960.00	\$6,688.66	\$6,886.84	\$7,105.15	\$7,333.79
Arriendo		\$12,000.00	\$6,193.20	\$6,391.38	\$6,593.99	\$6,806.18
Transporte		\$960.00	\$495.46	\$495.46	\$511.16	\$527.61
Gastos de Ventas		\$1,170.00	\$1,207.46	\$1,246.09	\$1,285.82	\$1,327.03
Luz		\$480.00	\$495.46	\$511.31	\$527.52	\$544.49
Agua		\$180.00	\$185.76	\$191.65	\$197.82	\$204.13
Teléfono		\$360.00	\$371.41	\$383.36	\$395.60	\$408.26
Internet		\$150.00	\$154.83	\$159.77	\$164.88	\$170.15
Gastos Financieros						
Interés del préstamo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros Gastos						
Depreciación	\$0.00	\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
Total gastos		\$71,416.36	\$66,984.08	\$69,068.97	\$70,539.66	\$72,788.26
Flujo antes de participación	\$0.00	-\$32,492.08	-\$13,526.46	-\$1,082.30	\$11,972.23	\$24,240.59
Participación de trabajadores		-\$4,873.81	-\$2,028.97	-\$162.35	\$1,795.83	\$3,636.09
Flujo antes de impuesto		-\$27,618.27	-\$11,497.49	-\$919.96	\$10,176.40	\$20,604.50
Impuesto a la renta		-\$6,076.02	-\$2,529.45	-\$202.39	\$2,238.81	\$4,532.99
Flujo después de impuesto		-\$21,542.25	-\$8,968.04	-\$717.57	\$7,937.59	\$16,071.51
(+) Depreciaciones		\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
(-) Pago de Capital Préstamo		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Capital de trabajo	-\$12,440.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Activos Fijos en inversión	-\$9,695.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Flujo de Efectivo Neto	-\$22,135.00	-\$20,206.42	-\$7,632.21	\$618.27	\$8,596.76	\$16,730.68

Escenario Pesimista

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		-\$20,206.42	-\$7,632.21	\$618.27	\$8,596.76	\$16,730.68
Inversión Fija	-\$9,695.00					
Inversión Corriente	-\$12,440.00					
Resultado	-\$22,135.00	-\$20,206.42	-\$7,632.21	\$618.27	\$8,596.76	\$16,730.68
PAYBACK	-22,135.00	-42,341.42	-49,973.62	-49,355.36	-40,758.60	-24,027.92

TIR Y VAN

TMAR	12.00%
TIR	-15.51%
VAN	-\$30,863.89

Apéndice E Escenario Optimista

Flujo de Efectivo						
Periodos	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$0.00	\$78,480.00	\$104,640.00	\$130,800.00	\$156,960.00	\$183,120.00
Costo de producción	\$0.00	\$5,175.72	\$5,342.38	\$5,513.33	\$5,688.11	\$5,871.15
Sueldos y salarios		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Nomina		\$55,950.53	\$57,752.14	\$59,600.20	\$61,489.53	\$63,468.26
Gastos Administrativos		\$12,960.00	\$13,377.31	\$13,773.68	\$14,210.30	\$14,667.59
Arriendo		\$12,000.00	\$12,386.40	\$12,782.76	\$13,187.98	\$13,612.37
Transporte		\$960.00	\$990.91	\$990.91	\$1,022.32	\$1,055.22
Gastos de Ventas		\$2,340.00	\$2,414.91	\$2,492.18	\$2,571.63	\$2,654.07
Luz		\$960.00	\$990.91	\$1,022.62	\$1,055.04	\$1,088.99
Agua		\$360.00	\$371.52	\$383.30	\$395.63	\$408.26
Teléfono		\$720.00	\$742.82	\$766.73	\$791.20	\$816.52
Internet		\$300.00	\$309.65	\$319.54	\$329.76	\$340.30
Gastos Financieros						
Interés del préstamo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Otros Gastos						
Depreciación	\$0.00	\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
Total gastos		\$72,586.36	\$74,880.19	\$77,201.90	\$78,930.63	\$81,449.08
Flujo antes de participación	\$0.00	\$717.92	\$24,417.43	\$48,084.77	\$72,341.26	\$95,799.76
Participación de trabajadores		\$107.69	\$3,662.61	\$7,212.72	\$10,851.19	\$14,369.96
Flujo antes de impuesto		\$610.23	\$20,754.82	\$40,872.05	\$61,490.07	\$81,429.80
Impuesto a la renta		\$134.25	\$4,566.06	\$8,991.85	\$13,527.82	\$17,914.56
Flujo después de impuesto		\$475.98	\$16,188.76	\$31,880.20	\$47,962.26	\$63,515.24
(+) Depreciaciones		\$1,335.83	\$1,335.83	\$1,335.83	\$659.17	\$659.17
(-) Pago de Capital Préstamo		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Capital de trabajo	-\$12,440.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Activos Fijos en inversión	-\$9,695.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Flujo de Efectivo Neto	-\$22,135.00	\$1,811.81	\$17,524.59	\$33,216.04	\$48,621.42	\$64,174.41

Escenario Optimista						
DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Caja Neto		\$1,811.81	\$17,524.59	\$33,216.04	\$48,621.42	\$64,174.41
Inversión Fija	-\$9,695.00					
Inversión Corriente	-\$12,440.00					
Resultado	-\$22,135.00	\$1,811.81	\$17,524.59	\$33,216.04	\$48,621.42	\$64,174.41
PAYBACK	-22,135.00	-20,323.19	-2,798.60	30,417.44	79,038.86	143,213.27

TIR Y VAN	
TMAR	12.00%
TIR	74.79%
VAN	\$84,409.78