



**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 DETERMINAR LA  
RENTABILIDAD ECONÓMICA EN LA CREACIÓN DE  
EMPRESA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE  
LIMPIEZA, EN LA PARROQUIA XIMENA DEL  
CANTÓN GUAYAQUIL.**

Tutor:

**Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs.**

Autora:

**Gabriela Belén Reyes Beltrán**

Guayaquil – Guayas – Ecuador

**2020**

## **Certificado del Tutor de Titulación**

Lsi. Yandres Janneth García Charcopa, Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que la egresada **Gabriela Belén Reyes Beltrán**, es autora de la Tesis de Grado titulada: “**Proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de empresa de servicios complementarios de limpieza, en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.**”, 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**

## Certificación del Tribunal

El trabajo de investigación “**Proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de empresa de servicios complementarios de limpieza, en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.**”, presentado por la egresada Gabriela Belén Reyes Beltrán, 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. Adriana Párraga Monar, Mgs.  
**Miembro del tribunal**

---

Ing. Rommel Sacoto Ferrer, Mgs.  
**Miembro del tribunal**

## Declaración de Autoría

Gabriela Belén Reyes Beltrán, autora de este trabajo de titulación denominado **“Proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de empresa de servicios complementarios de limpieza, en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.”**, 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.

---

Gabriela Belén Reyes Beltrán

**Egresada de la carrera de Gestión Empresarial**

## **Agradecimiento**

A Dios, que ha sido mi guía y sustento en cada momento de mi vida, permitiéndome alcanzar mi logro profesional.

A la universidad “San Gregorio de Portoviejo”, que me abrió las puertas para culminar mi vida estudiantil, y a sus docentes que me brindaron la oportunidad de compartir sus conocimientos, siendo guía en mi formación como profesional.

A la Lsi. Yandres García Charcopa, Mgs, por el tiempo, compromiso y dedicación en el asesoramiento del desarrollo de mi tesis, gracias por su apoyo, conocimientos y guía.

A mi familia, por ser un apoyo incondicional y haberme inculcado buenos principios y valores necesarios para salir adelante, quienes con su ejemplo me demostraron que con empeño y perseverancia todo lo que soñamos se puede hacer realidad si trabajamos duro para lograrlo.

A mi hijo Thiago, quien es mi fuente de inspiración y esfuerzo, por tener siempre palabras de aliento para incentivar me a seguir adelante y concluir cada uno de mis sueños para convertirlos en realidad, por su apoyo y amor incondicional.

**Gabriela Reyes Beltrán**

## **Dedicatoria**

A Dios por darme la fuerza y voluntad para no desmayar antes las adversidades, quien está a mi lado siempre ayudándome a derribar las barreras y obstáculos del día a día, me dio la oportunidad de continuar con mi preparación académica, y me guio por el camino correcto para cumplir este logro profesional

A mis padres y abuelos, que me forjaron con buenos principios y me enseñaron que lo que se valora en la vida es lo que se lucha con honestidad para obtenerlo, por siempre creer en mí y motivarme con sus palabras de aliento para alcanzar mis metas.

A mi amado hijo Thiago, quien es mi inspiración y motivación para continuar mejorando día a día.

**Gabriela Reyes Beltrán**

## **Resumen**

El presente proyecto de prefactibilidad, plantea la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, para satisfacer la demanda de los habitantes del sector domiciliario, correspondiente al grupo socioeconómico clase media C+, clase media alta B y clase alta A, y al sector empresarial, correspondientes a la provincia del Guayas, cantón Guayaquil, en la parroquia Ximena

Los servicios ofertados son limpieza para hogares y empresas, además de servicios complementarios, como la limpieza de piscinas, mantenimiento de jardinería, lavada de autos entre otros. Se utilizarán productos ecológicos como un valor agregado a lo que ofrecen tradicionalmente las empresas del sector en el mercado.

Serlingab, es una empresa socialmente responsable que fomenta el aseo y mantenimiento con insumos de limpiezas que no son tóxicos, adoptando una cultura organizacional de cuidado de la salud de las personas y a su vez contribuye con el cuidado y conservación del medio ambiente, con un equipo humano integrado con profesionales seleccionados por su honradez, respeto y honestidad para brindar un servicio de calidad.

El análisis de los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero, permitieron conocer el mercado objetivo y han demostrado la factibilidad del proyecto para la implementación, demostrando la viabilidad y sostenibilidad en el tiempo.

### **Palabras claves:**

Servicio, factibilidad, productos ecológicos, cultura organizacional

## **Abstract**

This prefeasibility Project, proposes the creation of a company with cleaning complementary services, in order to attend the domiciliary sector habitants demand, which correspond to the medium class c+ socioeconomical group, medium high class B and high Class A, and also the business sector. From the Guayas province, Guayaquil canton, in the Ximena parish.

The services offered are home and office cleaning, also complementary services as pool cleaning, gardening, car wash and more. Environmentally conscious products will be used as an aggregated value proposal, in contrast with what ordinary cleaning companies offer in the actual market.

Serlingab is a social responsible company encouraging a clean activity, without the use of toxic cleaning products, adopting an organizational culture of care and human health. Its team integrated by selected professionals with characteristics such as loyalty, honesty and respect, allows the company to be categorized as an excellent service provider to their clients.

After doing a technical, organizational and financial study, the upshots of the analysis allowed us to define the target market and revealed the project's feasibility for its implementation and also its viability and sustainability in time.

### **Key words:**

Service, Feasibility, Ecologic Products, organizational culture.



## Tabla de Contenidos

<b>Contenidos</b>	<b>Páginas</b>
Portada .....	i
Certificado del Tutor de Titulación .....	ii
Certificación del Tribunal .....	iii
Declaración de Autoría .....	iv
Agradecimiento .....	v
Dedicatoria .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
Tabla de Contenidos .....	ix
Lista de Tablas .....	xiv
Lista de Figuras .....	xviii
Introducción .....	xxi
Capítulo I .....	1
1.  Problematización .....	1
1.1.  Tema .....	1
1.2.  Antecedentes generales .....	1
1.3.  Formulación del problema .....	6
1.4.  Planteamiento del problema .....	6
1.5.  Preguntas de la investigación .....	13
1.6.  Delimitación del problema .....	14
1.7.  Justificación .....	14
1.8.  Objetivos .....	19
1.8.1.  Objetivo general .....	19
1.8.2.  Objetivos específicos .....	19
1.9.  Conclusiones .....	20

Capítulo II .....	21
2. Contextualización .....	21
2.1. Marco teórico .....	21
2.2. Marco conceptual .....	37
2.3. Marco referencial .....	42
2.4. Variables .....	48
2.4.1. Variable Independiente. Costos de inversión .....	48
2.4.2. Variable Dependiente. Rentabilidad Económica .....	49
2.5. Operacionalización de las Variables .....	51
2.6. Conclusiones .....	53
Capítulo III .....	54
3. Marco Metodológico .....	54
3.1. Plan de investigación .....	54
3.2. Tipos de investigación .....	57
3.3. Fuentes de información .....	58
3.4. Población .....	59
3.5. Tamaño de la Muestra .....	65
3.6. Métodos y Técnicas de Investigación .....	70
3.7. Procedimientos de la Investigación .....	72
3.8. Conclusiones .....	74
Capítulo IV .....	75
4. Formulación del Proyecto .....	75
4.1. Análisis e interpretación de los resultados .....	75
4.2. Estudio de mercado .....	113
4.2.1. Micro ambiente .....	114
4.2.2. Macro ambiente .....	115
4.2.3. Análisis y proyección de la Oferta .....	121

4.2.4.	Análisis y proyección de la Demanda .....	123
4.2.5.	Análisis y proyección de la Demanda Insatisfecha .....	124
4.2.6.	Producto .....	125
4.2.7.	Precio .....	135
4.2.8.	Comercialización .....	136
4.2.9.	Promoción .....	149
4.3.	Estudio Técnico .....	160
4.3.1.	Dimensión y características .....	161
4.3.2.	Localización del proyecto .....	172
4.3.3.	Tecnología del proceso productivo .....	173
4.3.4.	Ingeniería del proyecto .....	175
4.3.5.	Maquinarias y equipos .....	179
4.4.	Estudio Administrativo .....	182
4.4.1.	Análisis situacional .....	183
4.4.2.	Organigrama .....	188
4.4.3.	Funciones del talento humano .....	189
4.5.	Estudio Legal .....	206
4.5.1.	Tipo de sociedad .....	207
4.6.	Conclusiones .....	222
4.7.	Recomendaciones .....	223
Capítulo V	.....	224
5.	Propuesta .....	224
5.1.	Título de la propuesta .....	224
5.2.	Autor de la propuesta .....	224
5.3.	Empresa auspiciante .....	224
5.4.	Área que cubre la propuesta .....	224
5.5.	Fecha de presentación .....	224

5.6.	Fecha de terminación .....	224
5.7.	Duración del proyecto .....	224
5.8.	Participantes del proyecto .....	224
5.9.	Objetivo general de la propuesta .....	225
5.10.	Objetivos específicos .....	225
5.11.	Beneficiarios directos .....	226
5.12.	Beneficiarios indirectos .....	226
5.13.	Impacto de la propuesta .....	226
5.14.	Descripción de la propuesta .....	227
5.14.1.	Ingresos .....	228
5.14.2.	Costos de materiales directos .....	232
5.14.3.	Prestamos del proyecto (tabla de amortización) .....	236
5.14.4.	Estados financieros .....	238
5.14.5.	Flujo de caja .....	241
5.14.6.	Evaluación Económica .....	242
5.14.7.	Evaluación Financiera .....	246
5.14.8.	Relación beneficio – costo .....	247
5.14.9.	Tiempo de recuperación de la inversión .....	248
5.14.10.	Análisis de sensibilidad .....	249
5.15.	Importancia .....	252
5.16.	Metas del proyecto .....	253
5.17.	Finalidad de la propuesta .....	253
5.18.	Conclusiones .....	254
	Referencias .....	255
	Apéndice A. Entrevista	
	Apéndice B. Encuesta de hogares	
	Apéndice C. Encuesta de empresas	

Apéndice D. Encuesta de satisfacción del servicio de limpieza

Apéndice E. Ficha de registro de proveedores

Apéndice F. Ficha de evaluación de proveedores

Apéndice G. Contrato de trabajo a plazo indefinido

Apéndice H. Contrato de trabajo por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio

Apéndice I. Test para personal

Apéndice J. Plano general

Apéndice K. Revisión del fiscal revisor

## Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Variable independiente Costo de Inversión</i> .....	51
Tabla 2 <i>Variable dependiente Rentabilidad Económica</i> .....	52
Tabla 3 <i>Conceptos de tipos de investigación</i> .....	57
Tabla 4 <i>Universo – Encuestas hogares</i> .....	61
Tabla 5 <i>Número de miembros promedio por hogares</i> .....	61
Tabla 6 <i>Definición del universo hogares</i> .....	62
Tabla 7 <i>Estratificación Social Nacional</i> .....	62
Tabla 8 <i>Universo – Encuestas empresas</i> .....	63
Tabla 9 <i>Definición del universo empresas</i> .....	64
Tabla 10 <i>Población objetiva - hogares</i> .....	65
Tabla 11 <i>Población objetiva – empresas</i> .....	67
Tabla 12 <i>Segmentación de la muestra - Encuesta</i> .....	69
Tabla 13 <i>Universo - Entrevistas</i> .....	69
Tabla 14 <i>Técnicas de la indagación</i> .....	72
Tabla 15 <i>Contratación de servicios de limpieza - hogares</i> .....	77
Tabla 16 <i>Satisfacción de servicio de limpieza contratado - hogares</i> .....	78
Tabla 17 <i>Interés de contratación del servicio de limpieza - hogares</i> .....	79
Tabla 18 <i>Frecuencia de contratación del servicio de limpieza - hogares</i> .....	80
Tabla 19 <i>Aseo por ambientes (cocina, comedor, sala, dormitorios)</i> .....	81
Tabla 20 <i>Lavado y aspirado de alfombras</i> .....	82
Tabla 21 <i>Limpieza y desinfección de baños</i> .....	83
Tabla 22 <i>Lavado de cristales</i> .....	84
Tabla 23 <i>Lavado de cortinas</i> .....	85
Tabla 24 <i>Abrillantamiento de pisos</i> .....	86
Tabla 25 <i>Aseo completo</i> .....	87
Tabla 26 <i>Lavada de autos</i> .....	88
Tabla 27 <i>Limpieza y purificación de cisternas</i> .....	89
Tabla 28 <i>Limpieza de terrazas</i> .....	90
Tabla 29 <i>Mantenimiento de jardinería</i> .....	91
Tabla 30 <i>Limpieza y mantenimiento de piscinas</i> .....	92
Tabla 31 <i>Organización de garajes y depósitos</i> .....	93
Tabla 32 <i>Limpieza y mantenimiento de muebles y enseres</i> .....	94

Tabla 33 <i>Promociones - hogares</i> .....	95
Tabla 34 <i>Medios de difusión-hogares</i> .....	96
Tabla 35 <i>Precios – hogares</i> .....	97
Tabla 36 <i>Formas de pago – hogares</i> .....	98
Tabla 37 <i>Contratación de servicios de limpieza - empresarial</i> .....	99
Tabla 38 <i>Satisfacción de servicio de limpieza contratado - empresas</i> .....	100
Tabla 39 <i>Interés de contratación del servicio de limpieza – empresas</i> .....	101
Tabla 40 <i>Frecuencia de contratación del servicio de limpieza - empresas</i> .....	102
Tabla 41 <i>Promociones - empresas</i> .....	103
Tabla 42 <i>Medios de difusión - empresas</i> .....	104
Tabla 43 <i>Precios - empresas</i> .....	105
Tabla 44 <i>Formas de pago - empresas</i> .....	106
Tabla 45 <i>Análisis FODA</i> .....	114
Tabla 46 <i>Distribución de las tasas de aportación del IESS</i> .....	116
Tabla 47 <i>Oferta</i> .....	122
Tabla 48 <i>Demanda – hogares</i> .....	123
Tabla 49 <i>Demanda – empresas</i> .....	124
Tabla 50 <i>Demanda Insatisfecha - hogares</i> .....	124
Tabla 51 <i>Demanda Insatisfecha - empresas</i> .....	125
Tabla 52 <i>Productos complementarios</i> .....	134
Tabla 53 <i>Precios de competencia</i> .....	136
Tabla 54 <i>Volumen de Facturación</i> .....	138
Tabla 55 <i>Procedencia del agua recibida</i> .....	140
Tabla 56 <i>Tipo de servicio higiénico o escusado</i> .....	140
Tabla 57 <i>Procedencia de luz eléctrica</i> .....	140
Tabla 58 <i>Tenencia a medidor de energía eléctrica</i> .....	141
Tabla 59 <i>Eliminación de la basura</i> .....	141
Tabla 60 <i>Disponibilidad de un teléfono convencional</i> .....	141
Tabla 61 <i>Estrategias promocionales</i> .....	150
Tabla 62 <i>Presupuesto</i> .....	159
Tabla 63 <i>Distribución</i> .....	161
Tabla 64 <i>Presupuesto de muebles y enseres</i> .....	162
Tabla 65 <i>Presupuesto Equipos de computación</i> .....	162
Tabla 66 <i>Presupuesto Equipos de oficina</i> .....	163

Tabla 67 <i>Presupuesto útiles de oficina</i> .....	163
Tabla 68 <i>Descripción de la distribución – Áreas principales</i> .....	164
Tabla 69 <i>Descripción de la distribución – Áreas secundarias</i> .....	165
Tabla 70 <i>Presupuesto eléctrico</i> .....	170
Tabla 71 <i>Medidas del establecimiento</i> .....	171
Tabla 72 <i>Capacidad de personas por áreas</i> .....	171
Tabla 73 <i>Presupuesto Equipos de computación</i> .....	175
Tabla 74 <i>Presupuesto de vehículo</i> .....	179
Tabla 75 <i>Presupuesto de maquinarias y equipos</i> .....	179
Tabla 76 <i>Presupuesto de insumos de limpieza – Biodegradables y Químicos</i> .....	180
Tabla 77 <i>Presupuesto de insumos de limpieza – Otros</i> .....	181
Tabla 78 <i>Presupuesto Utensilios de limpieza</i> .....	182
Tabla 79 <i>Sistema de remuneración</i> .....	200
Tabla 80 <i>Características de la Sociedad Anónima</i> .....	209
Tabla 81 <i>Acciones de la Sociedad Anónima</i> .....	210
Tabla 82 <i>Inscripción de Acciones de la Sociedad Anónima</i> .....	211
Tabla 83 <i>Administración de la Sociedad Anónima</i> .....	212
Tabla 84 <i>Juntas de la Sociedad Anónima</i> .....	213
Tabla 85 <i>Tramites de legalización</i> .....	218
Tabla 86 <i>Ingresos por ventas estimados</i> .....	228
Tabla 87 <i>Ingresos por servicios</i> .....	229
Tabla 88 <i>Inversión Inicial</i> .....	230
Tabla 89 <i>Depreciación de activos</i> .....	231
Tabla 90 <i>Capital de trabajo</i> .....	231
Tabla 91 <i>Costos de materiales directos</i> .....	232
Tabla 92 <i>Costos indirectos de operación</i> .....	233
Tabla 93 <i>Uniformes</i> .....	234
Tabla 94 <i>Capacidad para brindar servicios</i> .....	234
Tabla 95 <i>Gasto Administrativo</i> .....	235
Tabla 96 <i>Mano de Obra Directa</i> .....	235
Tabla 97 <i>Resumen tabla de amortización</i> .....	236
Tabla 98 <i>Amortización</i> .....	237
Tabla 99 <i>Estado de resultados</i> .....	239
Tabla 100 <i>Balance general proyectado</i> .....	240



Tabla 101 <i>Flujo de caja</i> .....	241
Tabla 102 <i>Rentabilidad del proyecto</i> .....	242
Tabla 103 <i>Formula del CAPM</i> .....	243
Tabla 104 <i>Punto de equilibrio</i> .....	243
Tabla 105 <i>Costo total/ingresos por ventas</i> .....	244
Tabla 106 <i>Costos fijos</i> .....	245
Tabla 107 <i>Costos variables</i> .....	245
Tabla 108 <i>VAN</i> .....	246
Tabla 109 <i>TIR</i> .....	247
Tabla 110 <i>Relación costo beneficio</i> .....	248
Tabla 111 <i>Periodo de recuperación de la inversión</i> .....	249
Tabla 112 <i>Análisis de sensibilidad</i> .....	250

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Contratación de servicios de limpieza .....	63
<i>Figura 2.</i> Porcentajes de empresas por cantones del Guayas .....	64
<i>Figura 3.</i> Estructura de empresas por sector económico .....	66
<i>Figura 4.</i> Contratación de servicios de limpieza - hogares.....	77
<i>Figura 5.</i> Satisfacción del servicio de limpieza contratado - hogares .....	78
<i>Figura 6.</i> Interés de contratación del servicio de limpieza - hogares .....	79
<i>Figura 7.</i> Frecuencia de contratación del servicio de limpieza - hogares.....	80
<i>Figura 8.</i> Aseo por ambientes (cocina, comedor, sala, dormitorios).....	81
<i>Figura 9.</i> Lavado y aspirado de alfombras .....	82
<i>Figura 10.</i> Limpieza y desinfección de baños .....	83
<i>Figura 11.</i> Lavado de cristales.....	84
<i>Figura 12.</i> Lavado de cortinas .....	85
<i>Figura 13.</i> Abrillantamiento de pisos .....	86
<i>Figura 14.</i> Aseo completo.....	87
<i>Figura 15.</i> Lavada de autos.....	88
<i>Figura 16.</i> Limpieza y purificación de cisternas .....	89
<i>Figura 17.</i> Limpieza y purificación de cisternas .....	90
<i>Figura 18.</i> Mantenimiento de jardinería .....	91
<i>Figura 19.</i> Limpieza y mantenimiento de piscinas .....	92
<i>Figura 20.</i> Organización de garajes y depósitos .....	93
<i>Figura 21.</i> Limpieza y mantenimiento de muebles y enseres.....	94
<i>Figura 22.</i> Promociones - hogares .....	95
<i>Figura 23.</i> Medios de difusión - hogares .....	96
<i>Figura 24.</i> Precios - hogares .....	97
<i>Figura 25.</i> Formas de pago - hogares .....	98
<i>Figura 26.</i> Contratación de servicios de limpieza empresarial.....	99
<i>Figura 27.</i> Satisfacción del servicio de limpieza contratado - empresas.....	100
<i>Figura 28.</i> Interés de contratación del servicio de limpieza de empresas .....	101
<i>Figura 29.</i> Frecuencia de contratación del servicio de limpieza empresarial.....	102
<i>Figura 30.</i> Promociones - empresas.....	103
<i>Figura 31.</i> Medios de difusión - empresas.....	104
<i>Figura 32.</i> Precios - empresas.....	105

<i>Figura 33.</i> Formas de pago - empresas .....	106
<i>Figura 34.</i> Inflación mensual del IPC y por divisiones de bienes y servicios .....	118
<i>Figura 35.</i> Isologo.....	132
<i>Figura 36.</i> Tipografía de la marca .....	132
<i>Figura 37.</i> Tipografía del Slogan.....	132
<i>Figura 38.</i> Color azul del Isologo .....	133
<i>Figura 39.</i> Color verde del Isologo.....	133
<i>Figura 40.</i> Distribución geográfica.....	138
<i>Figura 41.</i> Fan Page portada.....	151
<i>Figura 42.</i> Fan Page promociones .....	152
<i>Figura 43.</i> Instagram portada.....	152
<i>Figura 44.</i> Publicidad móvil .....	153
<i>Figura 45.</i> Tarjetas de presentación.....	154
<i>Figura 46.</i> Cupón de descuento del 15% .....	155
<i>Figura 47.</i> Cartilla de plan acumulativo .....	156
<i>Figura 48.</i> Artículos personalizados .....	157
<i>Figura 49.</i> Roll up.....	158
<i>Figura 50.</i> Simbología plano eléctrico .....	166
<i>Figura 51.</i> Plano eléctrico 1 .....	167
<i>Figura 52.</i> Plano eléctrico 2.....	168
<i>Figura 53.</i> Plano arquitectónico.....	169
<i>Figura 54.</i> Mapa político de Ecuador .....	172
<i>Figura 55.</i> Proceso clave.....	175
<i>Figura 56.</i> Organigrama.....	188
<i>Figura 57.</i> Profesiograma Gerente - Propietario .....	190
<i>Figura 58.</i> Manual de funciones Gerente – Propietario.....	191
<i>Figura 59.</i> Profesiograma Contador .....	192
<i>Figura 60.</i> Manual de funciones Contador .....	193
<i>Figura 61.</i> Profesiograma Administrador – Supervisor.....	194
<i>Figura 62.</i> Manual de funciones Administrador – Supervisor .....	195
<i>Figura 63.</i> Profesiograma Operador de Servicios de limpieza general .....	196
<i>Figura 64.</i> Manual de funciones Operador de Servicios de limpieza general .....	197
<i>Figura 65.</i> Profesiograma Operador de Servicios complementarias .....	198
<i>Figura 66.</i> Manual de funciones Operador de Servicios complementarios.....	199

<i>Figura 67.</i> Provisión de sueldos y salarios .....	201
<i>Figura 68.</i> Esquema de proceso de selección de personal.....	202
<i>Figura 69.</i> Entidades.....	214
<i>Figura 70.</i> Confirmación del SRI .....	221
<i>Figura 71.</i> Punto de equilibrio .....	244

## Introducción

El presente trabajo desarrolla la investigación de un proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, dirigido a los hogares de estratos socioeconómicos media, media alta y alta, además a las empresas del sector público y privado, utilizando productos ecológicos en la parroquia Ximena del cantón, Guayaquil.

Se ha identificado a un mercado potencial que no cuenta con el tiempo libre para dedicarlo a la limpieza del hogar y a los servicios complementarios. El sector empresarial necesita un servicio que los libere de responsabilidad laboral, y que les brinden un servicio de calidad a precios accesibles. Ambos sectores se encuentran interesados por el cuidado y preservación del medio ambiente. Por esta razón, se ha identificado una necesidad insatisfecha para lo cual se cree la empresa de servicios “Serlingab” para dar solución a esta nueva necesidad.

La implementación del presente proyecto generará empleo, que aporta al desarrollo económico y social del país. Dando la oportunidad de legalizar el servicio de personas informales que realizan las labores de limpieza, en una empresa organizada, que otorga todos los beneficios de ley, para ofrecer un excelente servicio a precios competitivos con maquinarias y equipos de alta tecnología, con insumos de limpieza biodegradables que ayudan a la conservación del medio ambiente.

En la actualidad es indispensable sobrepasar las expectativas de los clientes, para lograr una ventaja competitiva y fidelizar al consumidor, la propuesta incluye mano de obra calificada, equipos de última tecnología, insumos biodegradables, servicio post venta, y una renovación constante para tener las soluciones adecuadas a las necesidades que surjan del mercado.

## **Capítulo I**

### **1. Problematización**

#### **1.1. Tema**

Proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de empresa de servicios complementarios de limpieza, en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.

#### **1.2. Antecedentes generales**

Desde el origen de la civilización, la limpieza ha ocupado un lugar fundamental en el desarrollo del ser humano. La limpieza siempre ha formado parte de la sociedad, desde la primera y más antigua civilización del mundo de la región del sudoeste de Asia, los sumerios, quienes inventaron el jabón 25 siglos antes de Cristo, el uso se extendió cuando comprobaron que prevenía infecciones. Existen tres etapas diferenciadas de la evolución del servicio de limpieza:

Primera etapa, Imperio Romano, donde surgieron grandiosos adelantos en cuanto a higiene y salubridad, grandes progresos realizados en el área de saneamiento. Acueductos construidos para traer el agua dulce, construcción de sistemas de alcantarillado y los baños públicos de los antiguos romanos. El uso de las termas formó parte de la vida cotidiana de los habitantes y se convirtió en una exigencia diaria.

Sobre las cinco de la tarde todos los romanos, sin importar la clase o nivel social, dejaban las obligaciones y acudían hacia los grandes baños de Caracalla que tenían capacidad para 1,600 bañistas; los de Diocleciano tenían un aforo de 3,000 personas, estancias reservadas para la higiene y el placer del cuerpo y el espíritu.

La salud y la higiene se aliaban con toda clase de placeres en estos lugares. Las termas estaban al alcance de todos, incluidos los de escasos recursos económicos, porque eran gratuitos y financiados por los respectivos emperadores y en algunos casos había que pagar un valor pequeño y simbólico.

Con respecto a las letrinas públicas fueron construidas en general con 20 o más asientos, uno a continuación del otro y los romanos las utilizaban con naturalidad y espontaneidad. Estas letrinas usadas por la mayoría de los habitantes, tenían unas particularidades higiénicas muy avanzadas para la época, ya que disponían de una corriente interna de agua que mantenía el lugar perfectamente drenado de restos y de malos olores. Para limpiarse después de usar las letrinas, había un canal de agua que corría por el suelo delante de cada fila de asientos; los usuarios empapaban en el agua corriente unas esponjas sujetas a palos y de esta manera estaban listos para limpiarse. Sin embargo, con la caída del Imperio Romano, gran parte del conocimiento que se había desarrollado durante siglos en materia de higiene, estaba perdido y no fue transmitido a futuras generaciones.

Segunda etapa, Edad Media, esta época fue tiempo de verdadera suciedad y porquería. Los pueblos estaban sucios y masificados de personas, las enfermedades y las epidemias se extendieron sin control debido a la falta de saneamiento. El agua estaba contaminada, y la higiene personal era prácticamente desconocida. Durante la Edad Media la limpieza fue un debate de escritores, médicos y gente de la iglesia. Los doctores manifestaban que los baños ayudaban a la higiene corporal y a la vez a la prevención y tratamiento de las diversas enfermedades de la época. El punto de vista de los eclesiásticos era lo contrario se oponían a esta práctica porque lo asociaban con la prostitución, la violencia y los excesos y solo lo recomendaban a

los enfermos. El filósofo, científico y médico musulmán Avicena, consideraba que tomar baños de forma regular mantenía sano el organismo y facilitaba la expulsión de las sustancias nocivas.

Los suelos de las casas de todas las clases sociales eran habitualmente de tierra cubierta con cañas, encubriendo «escupitajos, vómitos y orina de perros y hombres, cerveza derramada y restos de pescado y otra porquería indecible», tal y como brevemente resumió el teólogo y viajero holandés Desiderius Erasmus (Erasmus de Rotterdam) en 1,524. Un par de veces al año se colocaban nuevas capas de cañas, encima de las viejas sin retirar los residuos y excrementos, por lo que, añadía Erasmus, «el sustrato podía permanecer imperturbable durante veinte años».

Indudablemente, los suelos eran un refugio enorme, favorecido por insectos y roedores furtivos, la incubadora perfecta de la peste. El dormir solía ser informal en la Edad Media, se tendía en el suelo un pedazo de tela o se acumulaba un poco de paja, y se arropaba con una capa o una manta. En la Edad Media, la propagación de la tuberculosis, el cólera, la difteria, la viruela, la fiebre amarilla, obligó a la gente a analizar la actitud con respecto a la higiene y a encontrar las opciones posibles para evitar las epidemias. Por desdicha, llegaron a la terminación equivocada.

Las mentes privilegiadas del momento concordaron en que el baño abría los poros de la epidermis y fomentaba que los vapores mortales invadieran el cuerpo. La solución de la época fue sellar los poros con suciedad. Durante los 600 años siguientes, la gente dejó de bañarse, lo que provocó graves consecuencias.

Las infecciones pasaron a formar parte de la vida diaria, propias de la falta de higiene y limpieza en casas y calles que, por la falta de alcantarillado y



canalizaciones, las vías y plazas eran vertederos frecuentes donde circulaban corrientes de aguas sucias. Además, los excrementos de los numerosos animales existentes: ovejas, cabras, cerdos y, sobre todo, caballos y bueyes que jalaban de los carros. Se sumaba el sacrificio de los animales en plena vía pública, mientras los barrios de los curtidores y tintoreros eran casa de infecciones y malos olores. Muchos niños morían y el promedio de vida era de 30 años. La peor epidemia durante este periodo fue la peste negra, de 1,346 a 1,361, la propagación fue tan letal, que acabó con el 60% de la población europea. En la ciudad de Nueva York, las condiciones de vida eran tan deplorables como en la edad media y las epidemias mataban de forma voraz e imparable, acabando con gran parte de la población. El promedio de vida era de menos de 40 años de edad.

Tercera etapa, Revolución Industrial, a principios del siglo XIX, se descubrieron los gérmenes y las enfermedades que transmitían, y fueron identificados. Los jabones, desinfectantes y productos farmacéuticos comenzaron a desarrollarse, y se reconoció por primera vez que la enfermedad podría ser controlada. Esto fue el comienzo de los 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 cayó, y el promedio de vida aumentó.

Durante la Revolución Industrial, se consiguió la comprensión e importancia de la microbiología y la enfermedad, y comenzó un cambio en la actitud positiva hacia la limpieza. Tecnología y limpieza se unieron con el comienzo del siglo XX. Británicos y estadounidenses inventaron las primeras aspiradoras con maquinaria a

propulsión. Las crearon a gasolina y versiones eléctricas, y los servicios de limpieza eran un negocio ofrecido de puerta a puerta en la vanguardia de la industria, los equipos pesados y las mangueras largas para alcanzar el interior de los hogares eran transportados por carros tirados por caballos.

Desde entonces la industria de la limpieza del hogar ha crecido constantemente para dar servicio a una población mucho más grande y con más eficiencia que nunca. Servicios de limpieza para el hogar que los profesionales han normalizado con procesos adecuados, sistemas, equipos con tecnología y productos de limpieza en todo el mundo mejorando los resultados hacia una higiene total.

Durante gran parte de la historia de la limpieza profesional, el servicio se limitaba a las altas esferas de la sociedad. Una época de progreso, invención, innovación y automatización que origina un nuevo modelo social. El primer texto oficial relativo a la limpieza era del año 1,607 donde se establecía que la calle debería limpiarse cuatro veces al año. A finales del siglo XVIII las empresas de “barrido público” prosperaron a gran velocidad, en gran medida gracias a la administración pública y a los grandes comerciantes.

En 1,842 se funda en París la primera empresa de limpieza, “La Generale”. El modelo tiene éxito y es imitado en toda Europa, 100 años después, en la década de los '50 se promueve un avance significativo en la tecnología de los detergentes, aparece la industria química de productos, con procesos y mejoras productivas, y empiezan a aparecer las empresas dedicadas exclusivamente al área de limpieza, incrementando las plazas de empleo, y concientizando la importancia y necesidad de entornos limpios, seguros y libres de infecciones, para todo tipo de empresa e instituciones tanto públicas como privadas y en los hogares de cada ciudadano.

Pero el verdadero avance, ha sido en los últimos años donde se ha dado la importancia relevante con profesionalidad y especialización al análisis del sector, con personas dedicadas al estudio único del área de limpieza, salubridad, control de desechos y afines, dependiendo del lugar en que se aplica, cuidando la salud del ser humano y al cuidado del medio ambiente.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Qué incidencia tendría cuantificar los costos de inversión en la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, para determinar su rentabilidad económica, ubicada en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, en el año 2019?

### **1.4. Planteamiento del problema**

#### **1.4.1. Ubicación del problema en el contexto**

En Latinoamérica, el sector del servicio de limpieza en los inicios era informal, contrataban personas para que realicen labores básicas como barrer, baldear los pisos y recoger la basura, pero con el avance de la globalización, nacieron nuevas necesidades y la creación de empresas especializadas en cada área para cubrir la demanda, se ha convertido en un sector de crecimiento. Entre los países que se destacan se encuentra Chile, que posee los más altos estándares referente a servicios de limpieza aplicados a diversas corporaciones, instituciones e industrias.

Brasil y México encabezan en Latinoamérica la lista de países con mayor tendencia de crecimiento, aunque Brasil tiene 1'500,000 empleados en este sector. ISSA (Asociación de Seguridad de Sistemas de Información), estima que las empresas de limpieza ocupan a más de 250,000 personas tanto del sector producción, como de servicios profesionales y servicios institucionales.

En general la industria en Latinoamérica debe reconocer y abordar cinco grandes retos que son: la imagen de la industria, que a menudo se presenta en los medios como de baja categoría y simplista sin ningún tipo de reconocimiento; la globalización, es decir, grandes competidores internacionales; y cuidar los márgenes o rentabilidad. (Cañedo, 2013)

Como se puede observar la competencia del sector de la limpieza en Latinoamérica va incrementando y amerita tener en cuenta los factores que influyen para mantener e implementar ideas a la par de la globalización y analizar constantemente los márgenes económicos, que permitan a las micro, pequeñas y medianas empresas la competencia con empresas con más tiempo en el mercado.

Además, considerar la capacitación de los empleados, es decir, invertir y capacitar a nuestra gente. No contribuir con la economía informal y por último la sostenibilidad para ayudar a nuestros clientes a reducir su huella de carbono. Cuando se trata del mantenimiento de las instalaciones, la mercantilización de la industria, se distingue por precio en lugar de calidad. Se quiere revertir esta tendencia a través de una mejora de la imagen y la profesionalización de este mercado. (Cañedo, 2013)

El sector de la limpieza en el área industrial, comercial e institucional, al pasar los años se ha incrementado, debido a la aparición de nuevas empresas, es por esta razón que se da inicio a la capacitación constante del personal y aumentar el grado de profesionalismo del área de la limpieza. En otro ámbito se encuentra el nacimiento de las empresas de los servicios de limpieza para los hogares de las familias latinoamericanas, la idea nace de la necesidad surgida cuando la mujer ingresa al mundo laboral, consecuencia de la globalización.

Tradicionalmente, las mujeres han tenido la responsabilidad por el llamado trabajo reproductivo –esto es, el cuidado de la casa y de quienes en ella habitan– como diferenciado del trabajo productivo, que implica intercambios monetarios en el mercado, que estaba reservado a los varones. Algunos cambios sociológicos de importancia, tales como la entrada masiva de las mujeres al mercado de trabajo y la modificación del tamaño de las familias derivada de una caída sostenida en la tasa de fertilidad, han provocado una crisis de este modelo, que ha llevado a replantearse el equilibrio –o mejor, la relación– entre dos de los más importantes espacios de la vida de cualquier persona: la familia y el trabajo. (Gómez & Jiménez , 2015, p. 1)

La inserción de la mujer en el ámbito laboral, genera que se necesiten personas que brinden seguridad a las familias para el aseo y mantenimiento del hogar, consecuencia que el papel de la mujer de estar dedicada a los quehaceres domésticos se ha reestructurado, en la actualidad aporta económicamente al hogar igual que el hombre.

En el 2017 la tasa de desocupación de las mujeres aumentó a 10.4%, había sido de 9.9% el año anterior. Este aumento es ligeramente mayor que el aumento para los hombres que pasó de 7.2% a 7.6%. Un desarrollo positivo es que la tasa de participación laboral de las mujeres superó por primera vez en el 2017 la barrera del 50%. Sin embargo, las brechas tanto en tasa de participación como de ocupación se mantienen en más de 20 puntos porcentuales. (Organización Internacional de Trabajo, 2017, p. 7)

La creación de empresas dedicadas al servicio doméstico de hogares se dio a partir de las estadísticas del aumento de porcentaje de la inserción de la mujer al

mundo laboral, lo que ocasionó la necesidad de crear las empresas de limpieza para satisfacer la demanda de los clientes, además se analizó la informalidad de los contratos de las mujeres, y la creación de este tipo de empresas generaban nuevas fuentes de trabajo con los beneficios de ley. Lo analizado tanto en los servicios prestados a empresas como a aquellos que se prestan a los hogares, se puede estimar que a medio y largo plazo el sector tiene una estabilidad asegurada, debido a que la demanda no solo es creciente, sino que es estable, ayudado también por el incremento de empleo.

Si a esta peculiaridad se une el hecho de que entre los servicios que se realizan a otras empresas, la limpieza es uno de los primeros que se externalizaron, se puede llegar a una rápida conclusión: El sector de la limpieza de edificios y locales de todo tipo de sector ya sea público o privado está viviendo un momento de expansión, al menos en lo que a amplitud de mercado se refiere, gracias a la cada vez más alta consideración de esta actividad como una necesidad de primer orden sin la que las acciones económico-empresariales de las empresas a las que prestan este servicio no podrían desarrollarse de forma convencional.

#### **1.4.2. Situación conflicto**

En el Ecuador la limpieza no fue de ninguna manera un valor respetado y apreciado. En realidad, sus habitantes tardaron mucho tiempo en lograr que el asunto fuera tenido como una prioridad y como un objeto de interés público y privado. Lo cierto es que durante prácticamente tres siglos y medio todo lo relativo a este tema estuvo muy lejos de inquietar a las autoridades y al conjunto de la sociedad. A lo largo de este tiempo los ecuatorianos vivieron muy cómodamente y sin inmutarse entre montañas de inmundicias, malos olores y ejércitos de bacterias. (Hidalgo, 2016)

Durante décadas el Ecuador, estaba rodeado por montañas de basura y desperdicios, y la gente vivía con normalidad, era parte habitual del entorno debido a la poca preocupación del estado y la población en mantener un ambiente limpio y salubre, además no existían procedimientos para eliminar los desechos, por la falta de organismos responsables, durante muchos años la limpieza pasó desapercibido, debido a que no era un tema importante de interés común y se desconocían las consecuencias.

Los cambios empezaron a producirse con más intensidad hacia comienzos del siglo pasado. El saneamiento de las ciudades empezó a producirse con la instalación de las primeras redes de agua potable y de alcantarillado. Sobre la base de estos dos grandes logros fue posible que la salubridad sentara raíces en el país. El ingeniero Alejandro Mann y el epidemiólogo Hideyo Noguchi fueron los grandes artífices de esta primera revolución de la higiene en el Ecuador. Por lo tanto, no debe extrañar que ambos personajes formen parte del panteón de los grandes prohombres de Guayaquil. (Hidalgo, 2016)

En Ecuador, desde la instalación del agua potable y alcantarillados, se dió una gran importancia a los temas de limpieza y salubridad, crearon empresas especializadas para cubrir este servicio, actualmente existen grandes empresas dedicadas al servicio integral de limpieza de empresas e instituciones. Una de ellas y la más grande es Grupo Repcon que lleva más de 25 años en el mercado de limpieza a nivel nacional. Debido a la experiencia, Repcon ha podido diversificar los servicios desde el inicial servicio de limpieza hasta servicio de mensajería y mantenimiento de vehículos. Esta compañía comprendió el concepto de sistema integral, pues incorporó dentro de servicio todos los sub servicios posibles que estuvieran

relacionados con la actividad principal. Ofrecen integralmente al servicio de limpieza: servicio de pintura, de plomería, de electricidad, de lavados de cisternas, servicio de mensajería y de mantenimiento de autos.

Otras de las empresas que tiene actualmente posesión en el mercado es Liservitip's. Presta servicio al mercado ecuatoriano, desde el dos de enero de 1,995, inició con el grupo de empresas Supermaxi, luego se extendió al sector farmacéutico y bancario. En el año 1,997 obtuvieron la franquicia de Henkel–Ecolab, empresa alemana fabricantes de químicos, equipos y maquinaria más grande del mundo en el campo de la limpieza, desinfección y sanitización, lo que aportó al crecimiento y expansión de la empresa en el mercado ecuatoriano, creando un prestigio empresarial y convirtiéndolo en uno de los mayores competidores en el área de servicio de limpieza en el país.

Ambas empresas creadas en la ciudad de Quito, han crecido a nivel nacional y se encuentran en las principales ciudades del país, ocupando mercados de Guayaquil, Cuenca, Santo Domingo, Quevedo, Manta, y actualmente se están expandiendo. Para poder competir con este tipo de empresas se debe ofrecer servicios a un precio competitivo. Sin embargo, los precios de los servicios deben incluir los costos de personal e insumos, pues de ellos dependería lo competitividad.

Es importante el aspecto relacionado con la calidad y garantía de productos o servicios porque son elementos que se toman en consideración para elegir un proveedor de servicio. Para poder brindar un excelente proceso de servicio debe contar con personal capacitado y equipado. También debe establecer horarios de servicio que cubran las necesidades de los clientes, actualmente, los clientes buscan



servicios que se adapten a las necesidades no buscan adaptarse a los proveedores de servicios. Dentro de la diversificación de servicio, se puede destacar que la mayoría de las empresas que brindan este tipo de servicio tienen la propia producción de insumos de limpieza. Pocas de ellas tercerizan los productos básicos que utilizan para el servicio que ofrecen. Samcleaning o Servicios R&R, son dos empresas más que se dedican a la limpieza de hogares y empresas en el Ecuador.

El presente proyecto de prefactibilidad, para la creación de empresa de servicios complementarios de limpieza, se llevará a cabo en la ciudad de Guayaquil. Apuesta a cubrir las necesidades de aseo domiciliario de personas que valoran el tiempo libre, cumpliendo los atributos claves que buscan los clientes “Seguridad y Confianza”, y las necesidades del sector público y privado. La propuesta de valor de la compañía busca otorgar tanto a clientes como colaboradores la respuesta oportuna a las necesidades. Competirá al ingreso a este mercado basado en la capacidad de control de las actividades basadas en la investigación y la mejora continua, por innovar en las formas de organizar la limpieza y el mantenimiento integral de los edificios, y domicilios, con el personal adecuado y especializado en cada área del servicio.

En la actualidad las mujeres se suman a la fuerza laboral, esto genera que para las tareas del hogar se contraten trabajadoras del servicio doméstico. Las personas que contratan el servicio doméstico, se encuentran con problemas como ausencia al trabajo, baja calidad de servicio, abandono definitivo o temporal sin aviso previo, hasta delitos como hurto, abuso de confianza, maltrato a los niños y ancianos, además que no es fácil permitir el ingreso de una persona desconocida al hogar. De parte del servicio doméstico, se encuentran expuestas a maltratos, abusos y explotaciones y en la mayoría de los casos no se encuentran afiliados al Seguro

Social y no cuentan con ningún beneficio que la ley exige, siendo víctimas de la informalidad laboral que lamentablemente ocupa un gran porcentaje en el país

Por lo tanto, para beneficio de las partes es importante formalizar los servicios profesionales del hogar, en donde se garantice para los empleados un horario, salario y funciones definidas justas, y para los demandantes un servicio de calidad, igual al que se presta a los diferentes sectores económicos.

Es necesario que la empresa se mantenga en contacto constante, supervisando cada una de las actividades a realizar para la ejecución de los contratos, con los más altos estándares de calidad, con equipos y materiales adecuados según las diferentes áreas de limpieza, para que ofrezcan un servicio óptimo y confiable alcanzando los objetivos corporativos, que ayudará a lograr prestigio empresarial y un lugar importante en el mercado ecuatoriano.

### **1.5. Preguntas de la investigación**

- ¿Con qué estudio se puede determinar y cuantificar la demanda y oferta para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza?
- ¿Cómo se logrará presentar la determinación del tamaño y localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal en la creación y operación de una empresa de servicios complementarios de limpieza?
- ¿Con qué estudio se puede medir la influencia de la determinación de procesos administrativos y el uso adecuado de los recursos en la creación y operación de una empresa de servicios complementarios de limpieza?
- ¿Qué estudio permite cuantificar el monto de inversión y la rentabilidad para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza?

## 1.6. Delimitación del problema

**Campo** : Gestión Empresarial.

**Área** : Financiera

**Aspectos** : Costo inversión, rentabilidad económica.

**Tema** : Proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de empresa de servicios complementarios de limpieza, en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.

**Espacio** : Parroquia Ximena del Cantón Guayaquil

**Tiempo** : 2019

**Línea de investigación:** Fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa.

## 1.7. Justificación

La limpieza es imprescindible para cualquier espacio ya sea industrial, doméstico o comercial. Por esta razón en el país se observa un aumento por parte de las compañías de contratar servicios de limpieza y servicios generales suministrados por empresas de outsourcing, que proporcionan un servicio integral de limpieza y sanitización, con bajos costos y que los libera de la responsabilidad patronal de contratación de personal para estas labores.

Sin embargo, no todos los outsourcing cumplen con las expectativas requeridas, por eso es indispensable ofertar un portafolio de servicios diferentes que responda a cada una de las necesidades de los consumidores. En la actualidad existen innumerables compañías que brindan servicios complementarios, pero ninguna que se preocupe por darle un valor agregado al servicio.

En la ciudad de Guayaquil, el sector comercial, industrial e institucional, no son los únicos demandantes que existe para este tipo de servicio, los servicios de limpieza doméstica, presentan alta demanda, ya que la mayoría de los hogares ecuatorianos cuentan con la mayoría de los miembros vinculados al mundo laboral, y no poseen tiempo para realizar las labores de limpieza de las residencias.

Es por esta razón que se da el proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, para suplir las necesidades que abarquen los dos sectores demandantes de servicios de mantenimiento de limpieza y servicios generales, que son para los hogares, y el sector empresarial, se trata de ofrecer un servicio diferenciado, con soluciones integrales, con profesionales capacitados que sigan estrictas normas de conducta, personal involucrado en el cumplimiento de los objetivos empresariales.

En el mercado existe una alta competencia, pero son pocas las empresas que cubren las necesidades de ambos sectores de servicios, el sector empresarial y/o hogares, el presente proyecto se crea con el enfoque a futuro, es decir para suplir las necesidades de los consumidores que cada vez son más exigentes, debido a que el mundo va avanzando. Se basa en la investigación y la mejora continua, por innovar en las formas de organizar la limpieza y el mantenimiento integral de los edificios y bienes que conforman los diferentes sectores económicos, y los hogares, manteniendo el profesionalismo y la especialización para cada área de limpieza.

### **Viabilidad**

El alcance del proyecto está en dependencia de las posibilidades de recursos disponibles para la realización, humanos, materiales, tecnológicos y financieros, así como el tiempo disponible para la ejecución, garantizando a largo plazo la

sostenibilidad en el mercado y la rentabilidad económica. La viabilidad de un proyecto depende de un conjunto de factores, técnicos, socio-cultural, económicos, ambiental, institucional y de gestión, financiera y política, que se deben de cumplir, para analizar si cumple con los parámetros y determinar la viabilidad de la idea de negocio.

### **Viabilidad técnica**

El proyecto reúne características, condiciones técnicas y operativas que aseguran el cumplimiento de las metas y objetivos para la implementación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, con la determinación de la cuantificación del monto total a invertir en relación con los costos de operación, mano de obra y recursos materiales. En el estudio técnico permite definir la función de producción con la optimización de la utilización de los recursos disponibles, para medir los beneficios de la ejecución del proyecto.

### **Viabilidad socio-cultural**

Ecuador es un país que identifica diferentes culturas y etnias, posee una amplia diversificación de razas permitiendo el intercambio cultural y brindando una identidad social a cada provincia de la nación. Es trascendental asentar que gracias a esta diversificación cultural es que se desarrollan necesidades, y ahí es donde se debe identificar las oportunidades de negocio, en una población determinada y con unos rasgos culturales específicos.

Se espera un impacto favorable en los clientes, verifican que, a partir de exponer las soluciones a las necesidades a través de la creación de una empresa de servicios de limpieza, observen que no se exponen a ninguna afectación en contra de raíces y culturas.

**Viabilidad económica**

En relación a la demanda en el mercado por las empresas de servicios de limpieza, se define el coste de satisfacción de todos los clientes según el sector económico al que pertenecen, mediante el análisis de coste-beneficio, que busca satisfacer y cubrir en plenitud las necesidades de los consumidores y que aporte un beneficio a la empresa.

**Viabilidad ambiental**

El proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza en la ciudad de Guayaquil, en la actualidad comprende una parte fundamental y muy importante para la mejora de una organización, conocer sobre la disponibilidad y aprovechamiento adecuado de los recursos para efectuar las actividades, hace parte integral de la planeación de la empresa, en conjunto con el compromiso del cuidado y preservación del medio ambiente por lo que deben impulsar y direccionar en el avance de las actividades propias de la empresa, partiendo de la conciencia y responsabilidad ambiental de cada uno de los colaboradores.

El presente estudio plantea crear una empresa comprometida con la protección, cuidado y sanitización de los espacios en los que los individuos interactúan, mantener un ambiente sano, limpio y agradable con el uso adecuado de productos biodegradables, que garanticen el adecuado manejo de residuos y distintos tipos de desechos de acuerdo a la actual normatividad ambiental, pretende conservar, garantizar y cuidar el entorno donde se desarrollará el posible proyecto, además de mantener el bienestar de los colaboradores y de los habitantes de la comunidad, factores que contribuyen al compromiso del cuidado y conservación del medio ambiente.

### **Viabilidad institucional y de gestión**

El proyecto de prefactibilidad estará conformada por una organización jerárquica estricta, con colaboradores con un margen de inicio entre tres a cinco personas, que estima incrementar según el aumento de la demanda del servicio, entre personal de gerencia, administrativo y operativo, empleados que cumplirán las actividades de acuerdo a un manual de funciones establecido, para asegurar el correcto desempeño de las labores.

El mencionado talento humano estará altamente capacitado con experiencia en el área, seleccionado en base a los requerimientos del profesiograma y en mejora continua en las distintas funciones y áreas asignadas ya como son las gerenciales, administrativas y de operación cumpliendo y contribuyendo con los objetivos organizacionales.

### **Viabilidad financiera**

El propósito de evaluar los aspectos financieros del proyecto es cuantificar valores, que serán utilizados para la creación y operatividad del mismo, ingresos esperados, generados por el pronóstico de ventas, que permitirá: medir la capacidad de vida de la empresa y cubrir los requerimientos de la inversión que genere la puesta en marcha del proyecto.

Con el análisis del estudio financiero, se podrá evidenciar, a través de las proyecciones de los estados financieros, si el proyecto es atractivo o no para el grado de satisfacción de las expectativas de los accionistas e inversionistas, en el rango del tiempo establecido. Es decir que el proyecto sea sostenible, rentable y encaje dentro del periodo del tiempo y cumpla con las expectativas planteadas de todas las partes interesadas.

## **Viabilidad política**

Actualmente Ecuador, la tendencia del gobierno respecto al desarrollo real de la economía, el actual panorama político influye debido que existe apertura y apoyo de parte del Estado, para la contratación de empresas de servicios integrales a través del Servicio Nacional de Contratación Pública. El portal se creó con el objetivo de contratar el servicio de limpieza y mantenimiento de oficinas a los actores de la economía popular y solidaria y artesanos, se desarrolló el Catálogo Inclusivo de Limpieza de Oficinas, que actualmente es una plataforma para ofertar los servicios mediante una licitación y por concurso de mérito.

### **1.8. Objetivos**

#### **1.8.1. Objetivo general**

Desarrollar un análisis de costos de inversión económica, para la determinación de la rentabilidad económica en la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza.

#### **1.8.2. Objetivos específicos**

- Identificar las necesidades del contexto empresarial, en la oferta de servicios complementarios de limpieza, mediante estudio de mercado.
- Establecer los factores de un estudio técnico en la creación y operación de una empresa de servicios complementarios de limpieza.
- Realizar un estudio administrativo, necesario en los procesos de organización de servicios complementarios de limpieza.
- Generar un estudio financiero en la creación y rentabilidad económica del proyecto de una empresa de servicios complementarios de limpieza.



## 1.9. Conclusiones

En la actualidad debido a la preparación académica que han alcanzado las mujeres, se han integrado al mundo laboral en empresas públicas y privadas, por lo que no cuenta con el tiempo necesario para dedicarse a las tareas del hogar, y existe alta tasa de trabajo de servicios de limpieza informal que no ofrece las garantías necesarias para ejecutar el servicio.

En el planteamiento del problema, se determinó la población a investigar, los hogares y el sector empresarial, analizando factores relacionados con el entorno que afectan al presente proyecto; que permite establecer en forma clara la oportunidad de inversión.

En la actualidad, el mundo globalizado exige que hombres y mujeres trabajen para mantener un status social medio y alto, por lo que permite visualizar un nicho de mercado que cómodamente demande los servicios de limpieza del presente proyecto.

Con el análisis de la problematización del presente proyecto de prefactibilidad, se identifican el objetivo general y los específicos, que son la base para el desarrollo de la investigación y demostrar la viabilidad de la creación de la empresa de servicios complementarios de limpieza.

En el capítulo se establece que el proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, busca satisfacer un mercado insatisfecho y con tendencia de crecimiento que, mediante los diferentes estudios de análisis de viabilidad técnica, socio –cultural, económica, ambiental, institucional y de gestión, financiera y política, cumple con las exigencias para la implementación.

## Capítulo II

### 2. Contextualización

#### 2.1. Marco teórico

Según las diferentes definiciones acerca de la fundamentación teórica de un proyecto de prefactibilidad, contiene la información necesaria recopilada por los diferentes métodos, enfoques y técnicas de investigación. La esencia de este epígrafe radica en la exposición de los principales fundamentos teóricos que sustentan el tema de estudio, basados en argumentos sustentados de diferentes investigadores en relación con el tema que se aborda y evidenciar la posición de la autora de la tesis al respecto.

La fundamentación teórica, determina la perspectiva de análisis, la visión del problema que se asume en la investigación; y muestra la voluntad del investigador, de analizar la realidad objeto de estudio de acuerdo a una explicación pautada por los conceptos, categorías y el sistema preposicional, atendiendo a un determinado paradigma teórico. (Balestrini, 2006, p. 91)

La autora definió, en esta fase del proyecto, es necesario analizar los diferentes conceptos y teorías que fundamenten las bases teóricas y que sirvan de evidencia del tema de investigación, que permitan tener una idea general del proyecto, con un enfoque adecuado de la extracción de los datos bibliográficos.

#### **Prefactibilidad**

El siguiente nivel se denomina estudio de prefactibilidad o anteproyecto. Este estudio profundiza el examen en fuentes secundarias y primarias de investigación de mercado, detalla la tecnología que se empleará, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base donde se apoyan los inversionistas para tomar una decisión. (Baca, 2010, p. 5)

Según el autor, en la prefactibilidad hay que estudiar la idea del negocio para comprobar si es factible o no transformarla en un proyecto, se suele recopilar toda la información posible para ponerla a consideración. Lo que permite un estudio de prefactibilidad es minimizar el riesgo, es decir si se advierte que la idea no es viable, puede descartarse sin ninguna complicación, porque aún no hay inversión que supone la concreción del proyecto.

El estudio de prefactibilidad comprende el análisis técnico económico de las alternativas de inversión que solucionan el problema planteado. Los objetivos de la prefactibilidad se cumplirán a través de la preparación y evaluación de proyectos que permitan reducir los márgenes de incertidumbre a través de la estimación de los indicadores de rentabilidad socioeconómica y privada que apoyan la toma de decisiones de inversión. La fuente de información debe provenir de fuentes secundarias. (Maldonado, 2018, p. 146)

Según lo citado por el autor, el análisis de prefactibilidad es un bosquejo del proyecto donde se estudia la información proveniente de fuentes secundarias que se interrelacionan con el proyecto y determinaran la viabilidad en base al análisis de mercado y los recursos disponibles, que reflejan la rentabilidad económica del proyecto, para que los inversionistas tengan una visión real y tomen las decisiones que les favorezcan.

El estudio de prefactibilidad se construye con información proveniente de fuentes secundarias de información, que aún no es demostrativa, pero es útil para presentar un panorama de la inversión. Los elementos que contiene el estudio de prefactibilidad son los siguientes: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero. (Morales & Morales, 2009, p. 31)

Los autores definieron la importancia de la información obtenida a través de fuentes secundarias, que brinda una idea preliminar del proyecto, que no es final, pero sirve para tener una visión general de la inversión, recomiendan elementos indispensables como son los estudios de mercado, técnico, administrativo y financieros para medir la viabilidad.

Los niveles de prefactibilidad y factibilidad son esencialmente dinámicos; es decir, proyectan los costos y beneficios a lo largo del tiempo y los expresan mediante un flujo de caja estructurado en función de criterios convencionales previamente establecidos. En el nivel de prefactibilidad se proyectan los costos y beneficios con base en criterios cuantitativos, pero sirviéndose mayoritariamente de información secundaria. (Sapag, 2011, p. 33)

De acuerdo con la teoría establecida por el autor Sapag, el estudio de prefactibilidad, se basa en el estudio de fuentes secundarias, para establecer variables que permitan analizar el mercado, producción, índices financieros, entre otros aspectos importantes a considerar para determinar los costos e ingresos que demandará el proyecto, y tener una visión general del mismo, a través de la proyección de un flujo de caja.

### **Factibilidad**

El estudio más acabado, denominado de “factibilidad”, se elabora sobre la base de antecedentes precisos obtenidos mayoritariamente a través de fuentes de información primarias. Las variables cualitativas son mínimas, comparadas con las de los estudios anteriores. El cálculo de las variables financieras y económicas debe ser lo suficientemente demostrativo para justificar la valoración de los distintos ítems. (Sapag & Sapag, 2008, p. 23)

Según lo manifestado por los autores Sapag, la factibilidad es un estudio más detallado, resultado de fuentes de información primarias. Se centra en el análisis de las variables financieras y económicas para justificar la viabilidad de todos los aspectos del proyecto. La diferencia con otros estudios es que las variables cualitativas son pocas.

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar: Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso. Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. (Luna & Chaves, 2001, p. 1)

Según los autores, se puede definir que el estudio de factibilidad, es analizar que se puede hacer para lograr algo, es decir, los factores que se deben implementar para que el negocio sea rentable, y en beneficio y conservación del medio ambiente. Teniendo en cuenta la inversión de los recursos económicos, técnicos, tecnológicos, en relación del tiempo.

El análisis del entorno (demográfico, cultural, tecnológico) donde se sitúa la empresa y del proyecto que se evalúa implementar es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables. El análisis financiero es una evaluación del desempeño histórico de una firma y un pronóstico de sus posibilidades futuras. También es importante definir las opciones estratégicas de la decisión en un contexto dinámico. (Córdoba, 2011, p. 16)

El estudio de factibilidad según el autor depende del entorno donde se desarrollará la empresa o proyecto a implementar, porque esto influirá en el impacto de las variables y mediante el análisis hay que determinar las estrategias a utilizar para mitigar los riesgos, como mecanismo de acciones a tomar de posibilidades futuras.

Se elabora con fuentes de información de primera mano y con base en antecedentes precisos. La definición de las variables del entorno donde operará la empresa o el proyecto debe ser casi idéntica a la obtenida en los estudios anteriores; no obstante, la información de mercado, económica y financiera debe ser precisa y demostrativa para que permita tomar una decisión apegada a la realidad. Por ello, se requiere información convincente con respecto a la alternativa de solución, incluso muchas veces se debe contar con estudios de sensibilidad de la variación de los precios de los productos o insumos necesarios para implementar la alternativa de solución. También se especifican las características que deben tener los productos y/o servicios que se van generar, los tipos, características y precios de máquinas que existen en el mercado, así como la tecnología que se usará en los procesos de producción. La información precisa y concreta ayudará a tomar una decisión de aceptación o rechazo de la alternativa de inversión. (Morales & Morales, 2009, pp. 31-32)

El concepto, mencionado por los autores, es amplio se enfoca en el análisis de todos los aspectos, desde la determinación de las variables, acorde al entorno donde se desarrollará el proyecto, obtenida de un exhaustivo estudio de mercado y financiera para demostrar datos reales, sugieren un nuevo estudio de sensibilidad de precios e insumos para prever situaciones de cambios y determinar las acciones a tomar, además se especifican la utilización de los mejores recursos humanos, materiales y tecnológicos que se utilizaran en el proceso de producción. El resultado de la información permitirá elegir una decisión idónea de la alternativa planteada.

## **Viabilidad**

“La viabilidad se logra incorporando el análisis de los factores externos en la columna de supuestos, y verificando que el contexto relevante será propicio para la realización de las actividades y el logro de los objetivos del proyecto” (Vigo, Vigil, Sánchez, & Medianero, 2018, p. 104). Los autores hacen referencia a que la viabilidad, es el análisis de la factibilidad de los supuestos que incluyen el desarrollo y operatividad de las actividades en función del cumplimiento de los objetivos del proyecto.

Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto, es preciso estudiar un mínimo de tres viabilidades que condicionarán el éxito o el fracaso de una inversión: la viabilidad técnica, la legal y la económica. Otras dos viabilidades, no incluidas generalmente en un proyecto, son la de gestión y la política. Estas dos, si bien pueden estudiarse cada una en forma independiente, se incorporan en este texto como parte de la viabilidad económica, aunque solo en los aspectos que a esta corresponden. Por otra parte, una viabilidad cada vez más exigida en los estudios de proyectos es la que mide el impacto ambiental de la inversión. (Sapag, 2011, p. 26)

La viabilidad de un proyecto según los autores, se refiere a las posibilidades que puedan existir para serlo factible en base al análisis de un conjunto de estudios que incluyen en la mayoría de proyectos, son: la viabilidad técnica, legal, financiera, en algunos proyectos según la actividad de sus funciones incluyen la viabilidad política y de gestión. En la actualidad se exige cada vez con mayor relevancia, la viabilidad ambiental, para medir el compromiso de las empresas con el medio ambiente. Para sugerir la aprobación de un proyecto mínimo tres viabilidades deben ser estudiadas, para condicionar el éxito o fracaso de una inversión.

Conjunto ordenado de medidas y acciones que debe tomar y aplicar el empresario a fin de reconducir la empresa a una situación positiva tanto económica como financieramente. Ese conjunto de medidas y acciones debe ser consensuado con los diversos agentes a fin de renegociar los contratos existentes adecuándolos a la obtención de nuevos flujos esperados. Sin esa renegociación la empresa no tiene viabilidad. (Amat, y otros, 2010, p. 18)

Según mencionaron los autores, la viabilidad aplicada al sector empresarial hace referencia a un conjunto estructurado de medidas y acciones, necesarias para la toma correcta de decisiones por parte de los directivos de la empresa, que contribuyan al desarrollo económico y financiero, con la finalidad de llegar a los flujos de efectivos proyectados al inicio de las operaciones, que permitan demostrar y garantizar que es un proyecto viable para invertir, que genera una utilidad económica y que es sostenible en el tiempo. Sin renegociación de medidas o acciones, la empresa carece de viabilidad.

Los estudios de viabilidad han de incluir asimismo la búsqueda de aquella alternativa tecnológica más práctica y cuyo costo sea o bien el menor o bien el más razonable para el nivel de efectividad, equidad y calidad que puede alcanzarse en la práctica con ella. (Martínez, 2000, p. 6)

De acuerdo a lo mencionado por el autor, toma en consideración en el estudio de viabilidad al factor tecnológico, que aporten al desarrollo adecuado y eficaz de las actividades administrativas y operatividad del proyecto en estudio, para lograr un mayor nivel de rentabilidad con el uso adecuado de recursos especializados que permitan brindar un producto o servicio de calidad de forma eficaz y eficiente, que cumplan los requerimientos de los demandantes.



### **Costo de inversión**

“Se determinará el costo de inversión por el tamaño de la infraestructura física requerida para las oficinas, salas de espera, etcétera, y por los requerimientos de equipamiento, como el mobiliario, las máquinas de escribir y elementos similares” (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014). Según los autores, el costo de inversión se refiere al determinado tamaño que tendrá la infraestructura o espacio físico requerido para el funcionamiento de las diferentes áreas o departamentos según la estructura de la empresas con la adecuación y diseño de cada oficina y demás lugares según las necesidades de la misma además de los requerimientos de maquinaria y equipos para llevarlo a cabo las operaciones.

“Se entiende por costo la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro” (Rojas, 2007, p. 9). Se entiende por costos al valor total de una inversión, que espera tener una rentabilidad a futuro.

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. (Landaure, 2016)

Analizando el concepto del autor se puede definir que los costos de inversión son los valores económicos que se deben asumir desde el inicio del proyecto hasta ponerlo en marcha, ya sean costos operativos, administrativos entre otros, y la compra de los activos, herramientas, implementos, equipos etc. necesarios según el

giro del negocio para producir el producto o servicio que se va a brindar, engloba todos los costos desde el inicio del proyecto hasta los costos que genera la entrega del producto o servicio al cliente.

### **Rentabilidad económica**

La Rentabilidad Económica mide la capacidad que tienen los activos (bienes y derechos como son los mostradores, estanterías, derechos de cobro sobre clientes, etc.) para generar el beneficio bruto (aquel beneficio en el que no se descuentan los intereses e impuestos que hay que pagar sobre el propio beneficio). El beneficio bruto o beneficio Antes de Intereses e Impuestos (BAII) es la diferencia entre los ingresos y los gastos. (Moreno, 2018)

El autor define la rentabilidad económica como un parámetro que mide la capacidad que genera el negocio entre los activos o bienes de la empresa y la utilidad que generan los mismos, antes de los beneficios de ley, conocido como beneficio bruto, en otras palabras el resultado de los ingresos menos los gastos.

La rentabilidad económica tiene por objetivo medir la eficiencia de la empresa en la utilización de sus inversiones, comparando un indicador de beneficio (numerador del ratio) que el activo neto total, como variable descriptiva de los medios disponibles por la empresa para conseguir aquellos (denominador del ratio). Llamando RN al resultado neto contable, AT al activo neto total y RE a la rentabilidad económica, tenemos que:  $RE = RN/AT$ . (Sánchez, 1994, p. 161)

Analizando el artículo de la revista sobre la definición que realiza la autora, se puede determinar que el fin de la rentabilidad económica se puede medir mediante la utilización de indicadores o ratios, mediante la fórmula determinada que indica que la rentabilidad económica es igual al resultado de la división entre el valor neto

contable y los activos netos totales, el resultado mostrará la utilidad de las inversiones de los activos.

La rentabilidad económica compara el resultado que hemos obtenido con el desarrollo de la actividad de la empresa con las inversiones que hemos realizado para obtener dicho resultado. Obtenemos un resultado al que todavía no hemos restado los intereses, gastos ni impuestos. Se conoce comúnmente como EBITDA. (Sevilla, 2012)

El blog citado hace mención a la rentabilidad económica como la consecuencia económica obtenida de la operación de la inversión vs la actividad real de la empresa, antes de impuestos y deducciones de la ley. Se lo conoce como un indicador contable de la rentabilidad de una empresa EBITDA, se calcula como ingresos menos gastos, excluyendo los gastos financieros (impuestos, intereses, depreciaciones y amortizaciones de la empresa).

Analizando las deficiones de los diferentes autores se llega a la conclusión que la rentabilidad económica mide la capacidad que tienen los activos netos de la empresa por generar vs la actividad real de la misma, este resultado es medido por medio de ratios, que son indicadores que demuestra la rentabilidad neta antes de impuestos y deducciones, dentro de un periodo establecido.

### **2.1.1. Estudio de mercado**

En el diseño de proyectos, al igual que en la generalidad de las inversiones, es necesario cuantificar la demanda que será atendida a través de las actividades y los productos que la intervención ofrecerá a la sociedad. A este proceso de determinación de la demanda del proyecto, se lo conoce, en términos generales, como el estudio de mercado. (Vigo, Vigil, Sánchez, & Medianero, 2018, p. 107)

Con el análisis de los conceptos de los autores, se define al estudio de mercado como al porcentaje de la demanda que va a satisfacer el desarrollo de un producto y/o servicio nuevo, mediante la oferta en el mercado para la satisfacción de los consumidores.

El estudio del mercado, en cualquier tipo de proyecto, constituye una fuente de información de suma importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios, aunque es frecuente, sin embargo, incurrir en el error de considerarlo únicamente como un análisis de la demanda y de los precios del producto que se fabricará o del servicio que se ofrecerá.

(Sapag N. , 2011, p. 67)

Según el autor, define al estudio de mercado de un emprendimiento de cualquier tipo de naturaleza, como una base de datos importante, para visualizar y determinar la demanda y así cuantificar la proyección de los costos de operación, para establecer el precio que se va a ofrecer en el mercado.

En los proyectos de inversión, el estudio de mercado tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos. En ocasiones, los productos o servicios deben ser modificados porque los consumidores los prefieren con características diferentes de las que ostentan; por ello, las empresas deben conocer con exactitud qué es lo que en realidad se demanda. Este conocimiento se logra a través del análisis del mercado, que es uno de los más importantes y determinantes que debe realizar el investigador o el inversionista. Esta herramienta permite recopilar información que proporciona perspectivas importantes que culminarán en un estudio que será la base de los siguientes estudios del proyecto. (Morales & Morales, 2009, pp. 41-42)

A criterio de los autores, se refirieron al estudio de mercado como al análisis del nivel de aceptación de un nuevo producto o servicio en el mercado, que se pretende comercializar y los posibles consumidores interesados en consumir dicho producto o servicio, además permite a través del análisis de los resultados obtenidos realizar modificaciones en la fabricación según las preferencias del consumidor, con la finalidad de crear un mayor impacto de aceptación, cumplir con los requerimientos y satisfacer a los clientes.

“Es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2010, p. 7). De acuerdo a este precepto, definido por el autor, determinó que el estudio de mercado se basa en el análisis de la demanda, oferta y precios de determinado de un bien o servicio en particular, para formular de manera estratégica un proyecto y las estrategias para la distribución y comercialización.

El objetivo del estudio de mercado es identificar la demanda de productos para cubrir una necesidad específica que en la actualidad no se encuentre satisfecha; asimismo, permite conocer las características de los productos con los que se intentan satisfacer esas necesidades, así como la cantidad del producto que los consumidores estarían dispuestos a adquirir. Con ello, es posible hacer una proyección de lo que podrían comprar los consumidores en un periodo dado. Como consecuencia, la empresa tiene la oportunidad de producir y vender a ese mercado mediante el funcionamiento del proyecto de inversión. (Morales & Morales, 2009, p. 83)

Los autores definieron al estudio de mercado, como a la etapa que facilita la recolección de datos e información para el estudio de la creación de un proyecto,

lanzar un producto o servicio nuevo o mejorar los existentes, a través del análisis de los resultados de las variables de a quienes se va a dirigir el producto o servicio, obtenidos mediante las herramientas estadísticas, mostrará el nivel de aceptación y la viabilidad del proyecto, debido a que la tabulación de los datos, permitirá conocer el tamaño de la población y el perfil de los consumidores.

"Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización" (Klotler, Bloom, & Hayes, 2004, p. 98). Según los autores se refieren al estudio de mercado como a la recolección, análisis y socialización de los resultados acerca de la aceptación del producto o servicio a brindar y el comportamiento en el mercado.

### **2.1.2. Estudio técnico**

Mediante el estudio técnico se verifica la viabilidad material de alcanzar el objetivo del proyecto a través de la alternativa seleccionada. El objetivo principal del estudio técnico es determinar, si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido. Para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos y recursos humanos, entre otros. El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza en el nivel de la demanda potencial del proyecto. (Vigo, Vigil, Sánchez, & Medianero, 2018, p. 139)

Según el análisis de los autores, definieron al estudio técnico de un proyecto, a la comprobación de los recursos disponibles para la elección de una alternativa de idea de negocio. El objetivo es comprobar la factibilidad de la producción de un bien o servicio, identificando los activos fijos, insumos, materia prima, procesos, talento

humano, ente otros para su elaboración. El estudio técnico debe ir en relación con el estudio de mercado, para identificar la cantidad estimada de producción.

“Presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal” (Baca, 2010). El estudio técnico es el conjunto de componentes necesarios para la creación de un proyecto compuesto por la factibilidad de la ubicación y características de la planta, los procesos que se llevaran a cabo y el cumplimiento de los factores establecidos a nivel organizacional, administrativo y legal.

Calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. El resultado de este estudio puede tener mayor incidencia que cualquier otro en la magnitud de los valores que se incluirán para la evaluación. Por tal motivo, cualquier error que se cometa podrá tener grandes consecuencias sobre la medición de la viabilidad económica. (Sapag N. , 2011, p. 123)

El proceso técnico se enfoca en, diseñar la función de producción más óptima donde se pueda utilizar los recursos disponibles para obtener el bien o servicio estimando, según el autor se conoce que la información técnica y física se transforma en unidades monetarias, con el objeto de realizar cálculos de las inversiones y la optimización de costos, por tanto, se recalca que el estudio técnico comprende.

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha (y mantener) el funcionamiento de la factoría. (Morales & Morales, 2009, p. 84)

En resumen, el estudio técnico contempla las especificaciones técnicas de los costos necesarios por insumos y el uso eficiente de los recursos disponibles para ejecutar el proyecto: materias primas e insumos y materiales, según la actividad de operación del negocio; la eficiencia de la mano de obra; la maquinaria y los equipos requeridos, la tecnología administrativa y el proceso de operación, proveerá la información necesaria, que dará paso a las evaluaciones financiera, económica y social, en relación del cumplimiento de las normas legales y tributarias del país.

### **2.1.3. Estudio organizacional**

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad ejecutora del proyecto, tomando como base sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el período de operación. En ocasiones, esto se expresa en un documento denominado Manual de Operaciones del Proyecto. (Vigo, Vigil, Sánchez, & Medianero, 2018, p. 146)



Según la definición de los autores el estudio administrativo consiste en el estudio de las variables que influyen en la organización de la preparación del proyecto, se basa en la estructura organizacional que se adapte para llevar al cabo la idea planteada, tomando en consideración el tamaño, la tecnología y la actividad principal de la empresa en estudio, algunas empresas documentan esta información en un Manual de Operaciones.

En esta fase se fijan las políticas, procedimientos y programas que deberá seguir la organización a fin de alcanzar sus objetivos generales o de alguna de sus áreas específicas, es decir, las distintas fases o acciones que se deberán seguir para el logro de los objetivos. (Morales & Morales, 2009, pág. 104)

Considerando las diferentes ilustraciones de los autores, se define al estudio administrativo como el análisis de las variables organizacionales que se deben definir según la estructura y el tipo de operación de la empresa, para la fijación de procedimientos que logren alcanzar los objetivos establecidos.

#### **2.1.4. Estudio financiero**

El propósito de esta actividad consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto. Todas estas tareas se realizan de acuerdo con el diseño del sistema de producción y organización que proponen los estudios de producción y de administración del proyecto, para evaluar la rentabilidad financiera del proyecto. (Morales & Morales, 2009, p. 164)

Revisando las definiciones de los autores se define al estudio financiero como la última etapa del análisis de la viabilidad financiera de un proyecto. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar la rentabilidad. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que se deducen de los estudios previos. Se definen todos los elementos del estudio financiero.

“Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (Baca, 2010). El estudio financiero consiste en la recopilación de información organizada y sistematizada en términos monetarios, resultado de las fases anteriores, expresada en estados financieros.

## **2.2. Marco conceptual**

**CAPM.** El Capital Asset Pricing Model, o CAPM (trad. lit. Modelo de Fijación de precios de activos de capital) es un modelo frecuentemente utilizado en la economía financiera. El modelo es utilizado para determinar la tasa de rentabilidad teóricamente requerida para un cierto activo, acción o proyecto, normalmente agregado a un portafolio adecuadamente diversificado y a través de estos datos obtener la rentabilidad y el riesgo de la cartera total. (Bujan, 2018)

**Capital de trabajo.** El capital de trabajo puede definirse como la diferencia que se presenta entre los Activos y Pasivos Corrientes de la empresa. Se puede decir que una empresa tiene un Capital Neto de Trabajo cuando sus Activos Corrientes sean mayores que sus Pasivos a Corto Plazo. (Gómez G. , 2001)

**Ciente.** Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía. (Bengoechea, 1999, p. 54)

**Competencia.** “La integración entre saber (conocimientos), saber hacer (experiencias prácticas), saber ser (actitudes) y saber pensar (pensamiento reflexivo) en un contexto, que incluye tanto conocimientos teóricos como prácticos de una disciplina y que son aplicables en un contexto profesional” (Leyva, Ganga, Tejada, & Hernández, 2018).

**Consumidores.** “Persona que identifica una necesidad o deseo: realiza una compra ' luego desecha el producto durante las tres etapas del proceso de consumo” (Solomon, 2008).

**Costo.** “Los costos son valores imputables a recursos económicos que pueden estar disponibles para la venta, ser utilizados en las actividades empresariales o destinarse a cualesquiera otras causas y, como tal, tienen la cualidad de ser susceptibles de convertirse en dinero” (Ramírez, García, & Pantoja, 2010, p. 26).

**Demanda.** "El deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago” (Kotler, Cámara, Grande, & Cruz, 2000, p. 10).

**Depreciación.** “La distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil” (Norma Internacional de Contabilidad. NIC, 2018).

**Depreciaciones de activos fijos.** Capítulo 4 art. 28 inciso 6. Se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica

contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual. (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual. (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual. (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual. (Reglamento aplicación de la ley de régimen tributario interno)

**Fidelidad de los clientes.** La fidelización se entiende cómo una acción dirigida a conseguir que los clientes mantengan relaciones estables y continuadas con la empresa a lo largo del tiempo. El fin es crear con el cliente un sentimiento positivo hacia el negocio, que sea lo que motive ese impulso de adhesión continuada. (Promove Consultoría e Formación SLNE, 2012, p. 21)

**Gastos.** Están relacionados con erogaciones, consumos, amortizaciones o causaciones que se necesitan para realizar las operaciones y actividades correspondientes al desarrollo de las funciones de mercadeo, ventas, administración y financiamiento y, por ende, se cargan a los resultados del período en se causan o reconocen. (Ramírez, García, & Pantoja, 2010, p. 26)

**Gastos financieros.** “En la esfera del derecho financiero, la economía, la contabilidad y otros similares: Desembolsos que se derivan de la necesidad de obtener, en préstamo, capitales ajenos” (Fernandez, 2018).

**Higiene.** “La higiene (del francés *hygiène*) hace referencia a la rama de la medicina que tiene como fin la prevención de enfermedades y la conservación de la salud, ya sea visto desde los aspectos personales como los ambientales” (Raffino, 2020).

**Inversión.** “Cualquier instrumento en el que se depositan fondos con la expectativa de que genere ingresos positivos y/o conserve o incremente su valor” (Gitman & Joehnk, 2009, p. 3).

**Liquidez.** “La liquidez es la capacidad de una inversión para convertirse en efectivo rápidamente, con una pérdida de valor escasa o nula” (Gitman & Joehnk, 2009, p. 7).

**Métodos de depreciación.** Dicen que dentro de los métodos de depreciación solo estipula y da a conocer solo una forma o método de depreciar un bien que permite conocer el valor real que tiene ese activo ya cumplida su vida útil que está depreciado debido al su desgaste, y por esa razón debemos estudiarlos métodos para aplicarlos de acuerdo a nuestro criterio y necesidad que tenga la empresa y son los siguientes:

- **Método lineal recta.** Este método divide el valor de depreciación del activo de igual forma para todo el año de vida útil y está compuesta por 3 datos importante que son: Valor actual de bien: Es el valor por el cual fue comprado. Valor residual: Valor estimado que establece la política de la organización. Vida útil: Son los semestres, meses o años según el tiempo de su uso dado al bien.
- **Método de acelerado (suma de dígitos):** Este método es más rápido que los anteriores que va descendiendo o ascendiendo en fuerza, para ello deben estar compuestos por 3 datos que son: Valor actual de bien: Es el valor por el cual fue comprado. Valor residual: Valor estimado que establece la política de la organización. Vida útil: Son los semestres, meses o años según el tiempo de su uso dado al bien. (Arias, Barreno, & Tobar, 2018)

**Organización.** Un proceso mediante el cual, partiendo de la especialización y división del trabajo, agrupa y asigna funciones a unidades específicas e interrelacionadas por líneas de mando, comunicación y jerarquía para contribuir al logro de objetivos comunes a un grupo de personas. (Franklin, 1998, p. 239)

**Punto de equilibrio.** Es aquel en el que, a un precio determinado, se igualan las cantidades ofrecidas y demandadas (todos los que quieren comprar o vender lo pueden hacer a ese precio). Ante un aumento en el precio, la cantidad ofrecida aumenta y la cantidad demandada disminuye. Al ocurrir lo anterior, la competencia entre los vendedores hará que el precio caiga hasta llegar a un nuevo equilibrio. De mismo modo, ante una baja en el precio, la cantidad ofrecida disminuye y la cantidad demandada se incrementa por la presión de los compradores, lo que hace posible un aumento en el precio hasta llegar a un nuevo equilibrio. (Sapag & Sapag, 2008, p. 55)

**Rentabilidad.** Es la remuneración que se busca obtener dentro de la empresa, en sus múltiples elementos en práctica de desarrollar su dinamismo económico y financiero. Estableciéndose habilidades en el manejo de los recursos propios de la empresa de manera eficiente y eficaz, así como también en sus productos y servicios que brinda. (Díaz, 2012)

**Rentabilidad financiera.** “La rentabilidad financiera, se calculará relacionando los Beneficios antes de Impuestos con el Patrimonio Neto o capitales propios” (Díaz, 2012).

**Tasa de descuento.** “Tasa de rendimiento anual compuesta obtenida por una inversión a largo plazo; la tasa de descuento que produce un valor presente de los beneficios de la inversión igual a su costo” (Gitman & Joehnk, 2009, p. 137).

**VAN.** “Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual” (Sapag & Sapag, 2008, p. 321).

**TIR.** El criterio de la tasa interna de retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Que es lo mismo que calcular la tasa que hace al VAN del proyecto igual a cero. (Sapag & Sapag, 2008, p. 323)

### **2.3. Marco referencial**

En la Universidad de Guayaquil, en la facultad de ciencias administrativas, los autores (Manzo Nazate, Abigail Abisag; Pincay Pincay, Luis, 2017), presentan el tema “Creación de empresa de servicio de limpieza en el sector sureste de Guayaquil”, la propuesta del proyecto plantea la idea de que los clientes paguen un valor módico para recibir a cambio de la prestación de todos los servicios relacionados con la limpieza doméstica o simplemente la utilización de uno de ellos ya sea por alguna ocasión específica, de manera concurrente o permanente.

Según la autora del presente estudio de prefactibilidad consiste en conocer el nivel de aceptación del cantón Guayaquil, en la implementación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, por lo tanto, la autora demuestra que cuenta con los recursos técnicos, humanos y económicos que son necesarios para satisfacer los resultados de la evaluación de la demanda y la oferta existente.

De acuerdo al presente proyecto de Prefactibilidad tiene relación, por qué busca aplicar el respectivo estudio de mercado para conocer el grado de aceptación que se desea conocer en uno de los dos sectores del estudio, que es el doméstico que está

destinado a cubrir las necesidades de los hogares de la población guayaquileña, también pretende investigar la evaluación de la demanda, oferta existente, además identificar la demanda insatisfecha. Además, determinar el número de clientes que representen una demanda existente para justificar la inversión del proyecto, a fin de conocer la viabilidad, mediante los estudios respectivos, y recursos necesarios.

La diferencia del proyecto expuesto con precedencia ante el presente proyecto de prefactibilidad, se debe a que los autores realizan la tesis enfocados a cubrir solo la demanda sector doméstico, basados en el análisis y estudio de las necesidades de los hogares guayaquileños, consecuencia de las actividades laborales, familiares, sociales y hogareñas; por lo que la propuesta presenta una forma de ayuda, mediante un sistema que les permita a los posibles clientes despreocuparse de determinadas actividades propias del hogar como son la limpieza en general. No consideran al sector empresarial, como una demanda a satisfacer.

En la Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas, (Gómez Benavides Vivian Paola, 2016), presenta la tesis con el tema “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a servicio de limpieza y mantenimiento de los hogares ubicada en la ciudad de Tulcán”, el trabajo investigativo inicia con un estudio de mercado realizado en la ciudad de Tulcán, tomando en cuenta a las personas que necesitan del servicio de limpieza mencionando una demanda insatisfecha significativa, se compone de un estudio técnico en el cual se menciona el funcionamiento del negocio a través de la ingeniería del proyecto y la inversión realizada. De la misma manera se menciona la evaluación de un estudio financiero con los indicadores respectivos, cuyo resultado es viable en términos financieros de la instalación del negocio.



El enfoque similar entre la tesis citada, y el presente proyecto de factibilidad es que ambos realizan el estudio minucioso de los estudios de mercado, técnico, administrativos y financieros para determinar la viabilidad del proyecto, enfocados en el sector al que se pretende satisfacer la demanda calculara las necesidades totales del capital, donde podremos proyectar los ingresos y gastos, pasaremos a la evaluación del proyecto analizando el impacto social y económico, se hará la evaluación financiera donde se desprende que el proyecto es viable y rentable en términos financieros: VAN, TIR, periodo de recuperación de inversión con proyección a cinco años.

La diferencia entre los proyectos es que el mencionado, se centra en solo cubrir las necesidades domésticas, lo cual, para el punto de vista de la autora, en base a la comparación con el presente proyecto, no es rentable ya que no genera las suficientes ventas para mantenerse en el mercado, porque en el estudio técnico la inversión que considera es elevada.

En la Universidad Central del Ecuador, en la facultad de ciencias administrativas (Salas Sandoval Adriana Isabel, 2015) presenta la tesis de grado “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza de casas, oficinas, pequeñas y medianas empresas SERLIMCO S.A en la ciudad de Quito” la propuesta planteada consiste en demostrar la factibilidad que tiene el proyecto en la creación de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Quito y los aspectos e incidencias sociales y ambientales que surgen con la realización.

Relacionando el proyecto en estudio con la tesis citada, tienen en común que el presente trabajo para la determinación del estudio de mercado, estableció inicialmente la demanda insatisfecha utilizando la herramienta de la encuesta

realizadas aleatoriamente y a través de la tabulación se pudo conocer como las personas ven el servicio de limpieza, que porcentaje lo requiere y que conocimiento que tienen sobre el mismo, además considera que las fuentes de empleo formales para regularizar son mínimas. Además, se asemejan que ambas realizan el estudio técnico del proyecto, para determinar las generalidades, como, la ubicación física en macro y micro localización además del tamaño del proyecto y a la capacidad del mismo, la distribución interna de las instalaciones y los insumos a utilizar en el servicio de limpieza, además se detalla los impactos que tendrá la creación del proyecto de forma social, económica y ambiental.

También presenta el estudio administrativo, para definir como está conformada la organización en base a un organigrama, la cantidad de recurso humano necesario y el direccionamiento estratégico utilizado, acorde a la misión, visión, objetivo general y objetivos específicos que son necesarios para el desarrollo y crecimiento de la empresa.

La diferencia entre la tesis expuesta y el presente proyecto de prefactibilidad, es que en el estudio financiero al determinar la inversión total que se necesitará para poner en marcha la empresa, toma en consideración rubros como activos, suministros y materiales, insumos químicos, los Costos y Gastos requeridos para el funcionamiento de las actividades de servicio de limpieza, que son indispensables para el servicio de limpieza, pero no toma en consideración el costo por capacitaciones al personal, que es importante para mantener el crecimiento continuo y ser competitivos.

(Rueda Barbosa Jessica Liceth & Luna Reyes Monica Patricia, 2016), presentan en la Universidad Francisco de Paula Santander, en la facultad de ciencias

administrativas y económicas administración de empresas, el tema “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa especializada en limpieza e higienización de espacios en el municipio de Ocaña norte de Santander”, el proyecto en mención se lleva a cabo en Colombia y se realizó con un análisis exhaustivo para llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción de actividades, objetos, procesos y personas, obteniendo resultados suficientes para conocer las características del mercado con relación al grado de aceptación que tendrá una empresa dedicada a la limpieza, desinfección y esterilización de espacios con técnicas adecuadas.

La similitud de la tesis mencionada con la presente propuesta es que pretenden la implementación de una empresa que brinde servicios de limpieza e higienización, buscando cubrir la demanda de los dos sectores, el doméstico de aquellos hogares de la ciudad, y del sector empresarial; aprovechando la escasa incursión de otras empresas que solo ofrecen servicios básicos de lavandería y limpieza a muebles y colchones en muchos casos de forma informal; se pretende formalizar el empleo del área de servicio, permitiendo a la vez ingresar a este mercado con un concepto nuevo

La diferencia entre la tesis citada y el presente proyecto de prefactibilidad es que propone equipos de alta tecnología que permitiría eliminar los microorganismos que se encuentran en el ambiente, dado que en la mayoría de los casos, la presencia puede favorecer la transmisión de enfermedades o la contaminación de los productos, que son consumidos o utilizados por las personas, en el presente proyecto, ya que genera un gran costo de inversión y económicamente no sería factible el proyecto, se propone el uso adecuado de los productos de insumos y la esterilización acorde a las normas de limpieza tradicionales.

En la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, en la escuela de postgrado (Begazo Villanueva Alejandra Ronilda, Flores Gonzalez Bertha Roxana & Mogollón Daza Vanessa Leticia, 2014), presentan la tesis “Plan de negocios para el lanzamiento de Safety Clean, servicio profesional de limpieza especializada en departamentos en Lima Metropolitana de la empresa VAR SAC” el tema del Plan de Negocios tiene como objetivo sustentar el lanzamiento del servicio profesional de limpieza especializado en departamentos, ofertando un servicio profesional de limpieza especializado en departamentos, tiene como ámbito de desarrollo Lima Metropolitana. El público objetivo lo componen los hogares que tienen un estilo de vida sofisticado y moderno, que por su nivel de ingresos acostumbran contratar servicio doméstico.

La tesis referenciada tiene como base, lo que la autora del presente proyecto desea reflejar, es que señala que la clave de éxito, radica en el cumplimiento de la promesa de valor, la sostenibilidad de la ventaja y el análisis constante del consumidor para adaptar las estrategias en función a las nuevas necesidades, a esta conclusión se llega después del análisis detallado de los estudios técnicos, financieros, organizacional y financiero, donde la conclusión es que no solo es necesario contar con todos los requisitos, se debe tener una cultura organizacional proyectada a la mejora continua y a los objetivos empresariales.

La principal diferencia es en el estudio de mercado, donde la tesis citada, se enfoca solo a satisfacer las necesidades de un sector, tomando como parámetro de clasificación el estilo de vida y el nivel socio económico de cada familia, a diferencia del presente proyecto que se enfoca a cubrir las necesidades de toda la parroquia en referencia al servicio doméstico.

## 2.4. Variables

### 2.4.1. Variable Independiente. Costos de inversión

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. (Landaure, 2016)

La definición del autor sobre el costo de inversión corresponde a todo factor económico necesario para la compra de activos que son necesarios para poner en marcha la parte operativa del proyecto, desde el inicio hasta la culminación del producto o servicio que se va a brindar.

“Se determinará el costo de inversión por el tamaño de la infraestructura física requerida para las oficinas, salas de espera, etcétera, y por los requerimientos de equipamiento, como el mobiliario, las máquinas de escribir y elementos similares” (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014). Según los autores, mencionan que el costo de inversión es el conjunto de elementos físicos, como infraestructura, maquinarias, equipos, entre otros que son necesarios para en el área operativa producir un bien o servicio, además de los elementos para el área administrativas, que sean indispensable para la operatividad.

El estudio del costo de la pre inversión se concibe como el instrumento más idóneo para dotar de argumentos suficientes y objetivos, para quienes, en diferentes niveles de la dirección del Estado o la empresa, tienen la responsabilidad de tomar decisiones de asignar en la mejor forma los escasos recursos disponibles. (Miranda, 2010)

De acuerdo a lo citado, la apreciación del autor define la importancia del estudio del costo de pre inversión, porque en esta etapa exige contar con los estudios que sustenten que es socialmente rentable, sostenible y concordante de acuerdo a los lineamientos establecidos con bases sustentadas con argumentos y objetivos claros. Es factible la responsabilidad con la que se debe tomar las decisiones, porque se debe analizar la disponibilidad de los recursos que se necesitan, sin embargo, para lograr un óptimo resultado es de importancia involucrar el resultado del recurso humano que esté formado con un equipo de profesionales que, a través de estudios preliminares, desde diferentes ópticas, perspectivas, integran situaciones deseables para los inversionistas.

#### **2.4.2. Variable Dependiente. Rentabilidad Económica**

La Rentabilidad Económica mide la capacidad que tienen los activos (bienes y derechos como son los mostradores, estanterías, derechos de cobro sobre clientes, etc.) para generar el beneficio bruto (aquel beneficio en el que no se descuentan los intereses e impuestos que hay que pagar sobre el propio beneficio). El beneficio bruto o beneficio Antes de Intereses e Impuestos (BAII) es la diferencia entre los ingresos y los gastos. (Moreno, 2018)

Según el análisis de la definición citada, la rentabilidad económica hace referencia a la capacidad de los activos para generar beneficio bruto antes del cálculo de intereses e impuestos, en resumen la rentabilidad financiera son los beneficios económicos generados por la inversión del capital realizada por recursos propios o inversión de terceros que representan el disponible en recursos financieros que cuenta el proyecto para su creación e inicios de las operaciones, es el resultado de la diferencia de los ingresos menos los gastos antes de intereses e impuestos.

La idea de rentabilidad financiera está relacionada a los beneficios que se obtienen mediante ciertos recursos en un periodo temporal determinado. El concepto, también conocido como ROE por la expresión inglesa return on equity, suele referirse a las utilidades que reciben los inversionistas. (Valor, 2019)

El autor del sitio web, define la rentabilidad financiera a la utilidad que se obtiene del uso de los recursos disponibles para la producción de un bien o la prestación de un servicio en un lapso de tiempo definido, en otras palabras son las ganancias que reciben los capitalistas por las inversiones.

“Relación entre los riesgos y los costos generados por el uso de los activos de la empresa tanto corrientes como fijos en actividades productivas” (Gitman & Zutter, 2012) . De acuerdo a todo lo expuesto por los diferentes autores un factor importante el análisis de la rentabilidad financiera, que permitan determinar la utilidad que generan los activos de la empresa en el proceso productivo, se recomienda planificación y flujos de caja proyectados que sirvan para tener una visión de los posibles percances que se puedan llegar a tener y que no permitan pagar obligaciones adquiridas.

Los conceptos de rentabilidad económica y financiera hacen necesaria una correcta comprensión y aplicación de ambos términos para realizar una óptima estrategia organizacional. Dependiendo del sector de actividad de la empresa, deberá implementar y desarrollar estrategias para aumentar la rentabilidad económica. Las empresas que cuentan con una competencia muy elevada y el margen de beneficio mínimo, la opción viable es aumentar la rentabilidad económica, incrementar las ventas, para mantenerse en el mercado y cubrir las obligaciones adquiridas.

## 2.5. Operacionalización de las Variables

Tabla 1

*Variable independiente Costo de Inversión*

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Instrumentos
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. (Landaure, 2016)	Estudio de mercado	- Demanda Real - Competidores	* ¿Está usted interesado en contratar los servicios complementarios de limpieza, para hogares?	Encuesta dirigida a los habitantes de la parroquia Ximena
	Estudio Técnico	- Ingeniería del proyecto - Localización - Tamaño del proyecto	* Si usted está interesado, cada que tiempo contraría los servicios complementarios de limpieza?  * ¿Dónde le gustaría a usted, recibir información acerca de los tipos de servicios?	Encuesta dirigida a las empresas de la parroquia Ximena



Tabla 2

*Variable dependiente Rentabilidad Económica*

<b>Conceptualización</b>	<b>Categorías</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Instrumentos</b>	
La Rentabilidad Económica mide la capacidad que tienen los activos (bienes y derechos como son los mostradores, estanterías, derechos de cobro sobre clientes, etc.) para generar el beneficio bruto (aquel beneficio en el que no se descuentan los intereses e impuestos que hay que pagar sobre el propio beneficio). El beneficio bruto o beneficio Antes de Intereses e Impuestos (BAII) es la diferencia entre los ingresos y los gastos. (Moreno, 2018)	Estudio Administrativo	- Organigrama	*¿Cuáles son los factores externos más relevantes que considera usted, impactan para la sostenibilidad en el mercado del servicio de limpieza?	Entrevista a los administradores o supervisores de la competencia	
		- Tipo de Estructura Organizativa			
		Estudio Financiero	- Tasa promedio de Rendimiento	*¿Cuáles son los parámetros utilizados para establecer los precios de los servicios?	
		- Tasa interna de Rendimiento			
		- Costo-Beneficio			
		- Índice de Rendimiento			
		- Producto Interno Bruto (PIB)			
		- Tasa Interna de Retorno (TIR)			
		- Factor de apalancamiento financiero.			
			*¿Qué recomendaciones daría usted, para brindar el servicio de limpieza?		

## **2.6. Conclusiones**

En el marco teórico, se expuso el análisis de bases teóricas, contextuales y legales que respaldan los conceptos necesarios para el planteamiento del problema del presente proyecto de prefactibilidad, mediante el estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero.

El material bibliográfico consultado fue de varios autores, de investigaciones previas y consideraciones teóricas, que permiten la interpretación de los resultados y la elaboración acertadas de conclusiones, que aporten al desarrollo del presente proyecto.

En el marco conceptual se especificaron en forma de glosario las definiciones que son parte de la investigación y se van a utilizar en el desarrollo del presente proyecto, con la finalidad de clarificar de forma previa los conceptos, comprender y analizar el tema propuesto.

Se fijaron las variables, como independiente el costo de inversión y dependiente la rentabilidad económica y la operacionalización de las mismas, con el objeto de tener datos acertadas de acuerdo al tema de estudio, se definieron los indicadores como factores medibles y los instrumentos a utilizar que son la entrevista y la encuesta.

## Capítulo III

### 3. Marco Metodológico

#### 3.1. Plan de investigación

“Diseño plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 128). El diseño de investigación define el tipo de métodos, procedimientos y herramientas para el estudio a realizar, procede a seleccionar y desarrollar un diseño además aplicarlo al contexto particular acorde a las variables asignadas según el problema a investigar.

El diseño de la investigación consiste en la exposición de los principales fundamentos teóricos que sustentan el presente trabajo. A tal efecto se requiere presentar los argumentos de diferentes investigadores en relación con el tema que se aborda y evidenciar la posición de la autora de la tesis al respecto. En el presente proyecto de prefactibilidad, se utilizarán tres de los diseños de investigación: bibliográfico, campo, y cuantitativo – cualitativo.

#### **Bibliográfico**

El diseño bibliográfico, se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda del material documental de cualquier clase. Se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variables. Cuando opta por este tipo de estudio, el investigador utiliza documentos, los recolecta, selecciona, analiza y presenta resultados coherentes. (p. 87). (Palella & Martins, 2012, p. 87)

Los autores definen al diseño bibliográfico en una indagación documental que permite, dar soporte a la investigación a realizar, para evadir emprender

investigaciones ya realizadas, tomar conocimiento de experimentos ya hechos, para repetirlos cuando sea necesario, buscar información sugerente, para presentar resultados acordes al caso

El presente proyecto de prefactibilidad, tomará como pautas iniciales las definiciones y conceptos reflejados en las fuentes bibliográficas consultadas relacionadas con el tema objeto de estudio, revelando las posiciones de los distintos autores, la información será analizada de manera exhaustiva, para establecer la relación con las variables establecidas, y presentar conclusiones del tema en estudio

### **Campo**

La Investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables.

Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta. (Palella & Martins, 2012, p. 88)

Los autores definen a la investigación de campo a la recaudación de datos del entorno, de hechos y sucesos reales, de manera objetiva, es decir el investigador no puede manipular las variables, con el fin de estudiar los hechos o fenómenos en el entorno natural, de un hecho o problema previamente planteado.

El diseño de investigación de campo en el presente proyecto, lo realizará mediante las visitas a las empresas del cantón Guayaquil, establecidas en el mercado local del sector de servicios de limpieza, para mediante el formulario de la entrevista (Apéndice A), recolectar la información necesaria acerca del tipo de servicios que ofrecen al sector empresarial y los factores que les han permitido ocupar un lugar en el mercado, para el respectivo análisis de la información.

### **Cualitativa – cuantitativa**

Cada una tiene su propia fundamentación epistemológica, diseños, metodológicos técnicas e instrumentos acordes con la naturaleza de los objetos de estudio, las situaciones sociales y las preguntas que se plantean los investigadores bien con el propósito de explicar, comprender o transformar la realidad social. a pesar de que cada opción metodológica se sustenta en supuestos diferentes y tiene sus propias reglas y formas básicas de acción, establecidas y compartidas por la propia comunidad científica, no son métodos excluyentes, se complementan. un análisis comparativo permite establecer sus particularidades y diferencias en relación con los presupuestos metodológicos en los cuales se apoyan, la manera de aproximarse a la realidad y al objeto de estudio, su relación con el sujeto/objeto de estudio, la noción y criterios de objetividad y el proceso metodológico que les sirve de guía. (Monje, 2011, p. 10)

El enfoque de la investigación mixta, analiza datos cualitativos y cuantitativos. El enfoque cualitativo analiza características del objeto de estudio, para detectar las falencias, y tener la oportunidad de brindar soluciones de mejora para el tema investigativo, con las encuestas se conocerán las preferencias al momento de contratar el servicio y las expectativas, y el enfoque cuantitativo permite determinar con exactitud los datos numéricos específicos que se obtuvieron mediante la tabulación de resultados. El autor mencionado definió las técnicas a utilizar en cada diseño de investigación en la cuantitativa propuso cuestionarios cerrados, datos estadísticos, sistemas de mediciones entre otras, en el estudio cualitativo mencionó entrevistas, cuestionarios con preguntas abiertas, biografías, recolección de datos, la observación y demás afines.

### 3.2. Tipos de investigación

El tipo de investigación permitirá definir las técnicas e instrumentos a utilizar en el proceso investigativo, en base al propósito de estudio, para comprobar las hipótesis planteadas con información real, mediante el análisis e interpretación de los datos obtenidos. La correcta selección del tipo de investigación, contribuirá a un criterio más amplio de los resultados a obtener en el estudio de mercado, para la toma correcta de decisiones que aporten al desarrollo de la creación de la empresa de servicios complementarios de limpieza. Existen varios tipos de investigación, entre los principales existen:

Tabla 3

#### *Conceptos de tipos de investigación*

<b>Explicativa</b>	<b>Exploratoria</b>	<b>Descriptiva</b>	<b>Correlacional</b>
“Este nivel de investigación se centra en determinar los orígenes o las causas de un determinado conjunto de fenómenos complejos y delicados, en los que el riesgo de cometer errores es alto” (Palella & Martins, 2012, p. 93).	“Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 91).	“Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 92).	Se persigue fundamentalmente determinar el grado en el cual las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores. La existencia y fuerza de esta covariación normalmente se determina estadísticamente por medio de coeficientes de correlación. (Monje, 2011, p. 101)

Los tipos de investigación a emplear para el desarrollo y análisis del presente proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de servicios complementarios en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, son:

### **3.2.1. Investigación exploratoria**

Mediante la investigación exploratoria se averigua y examina la documentación y sucesos relevantes de otras empresas en el mercado ecuatoriano, se trata de analizar los factores de éxito y fracaso que han influido a la situación actual del objeto de estudio. Los estudios exploratorios tienen como objetivo esencial familiarizar con un tema desconocido, poco estudiado o novedoso. Esta clase de investigaciones sirve para desarrollar métodos que se utilicen en estudios más profundos.

### **3.2.2. Investigación descriptiva**

A través de la aplicación de la investigación descriptiva, se desea conocer cuál es la situación real y las principales características, de las empresas que conforman el sector de servicio de limpieza, y los perfiles de los habitantes de los hogares de la ciudad de Guayaquil, cuáles son las principales falencias al momento de contratar un servicio doméstico, para obtener ideas y encontrar la respectiva solución al problema, a través del análisis de los datos obtenidos. La implementación de este tipo de investigación es útil para mostrar con precisión los ángulos o dimensiones de la situación del presente estudio de prefactibilidad.

## **3.3. Fuentes de información**

### **Fuentes primarias**

Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes. Ejemplos de fuentes primarias son: libros, antologías, artículos de publicaciones periódicas, monografías, tesis y disertaciones, documentos oficiales, reportes de asociaciones, trabajos presentados en conferencias o seminarios, artículos periodísticos, testimonios de expertos, documentales, videocintas en diferentes formatos, foros y páginas en internet, etcétera. (Hernández, Fernández , & Baptista, 2014)

Para obtener las fuentes primarias, la autora del presente proyecto de prefactibilidad consultará todo tipo de material escrito y otros que sean útiles para obtener una base de datos para las referencias del trabajo en estudio. Con el fin de extraer y recopilar la información relevante y necesaria acorde al tema en estudio. La revisión es selectiva, se seleccionará lo más importante y lo que esté directamente vinculadas con el planteamiento del problema de investigación, para mantener el enfoque de la investigación.

### **Fuentes secundarias**

Estas son las fuentes que contienen información primaria reelaborada, sintetizada y reorganizada, o remitente a ella. Entre sus principales funciones están facilitar el acceso a las fuentes primarias, entre otras palabras las fuentes secundarias tienen la función de acercar y extender el acceso a las primarias. Características de las fuentes secundarias: Su estructura es en discursos textuales o icónicos fragmentados, coherentes e independientes en su significado. Los que se utilizan constantemente para cubrir las inquietudes de los usuarios se encuentran en el área de referencia de la biblioteca. Pueden encontrarse en los mismos formatos que se encuentran las fuentes primarias de información, ya sea impreso, electrónico, videocasete, otros. (Romanos, 2000)

### **3.4. Población**

La población o universo es el conjunto de objetos o unidades que comparten la característica que se estudia y a la que se pueden generalizar los hallazgos encontrados en la muestra (aquellos elementos del universo seleccionados) para ser sometidos a la observación. La definición de la población para un proyecto de investigación responde a la necesidad de especificar el grupo al cual son aplicables los resultados de estudio. (Monje, 2011, p. 24)



### **3.4.1. Población finita**

“También hay fórmulas especiales para poblaciones finitas, en las que se introduce un error de estimación calculado sobre la base del tamaño de la población” (Palella & Martins, 2012, p. 109). Los autores definieron a la población finita a un tamaño establecido, que comparten características comunes que facilitan la identificación y contabilización, basado en un escrito que lo sustenta.

### **3.4.2. Población infinita**

Una vez conocidos los valores de la población, se determina el tamaño de la muestra mediante diversos criterios estadísticos, uno de ellos es el denominado fórmula de “n” (tamaño de la muestra). Esta fórmula es aplicable solo en poblaciones infinitas (más de 100,000 elementos) y cuando el procedimiento de muestreo sea aleatorio simple. (Palella & Martins, 2012, p.p. 108-109)

Según el análisis de los autores, se puede definir a la población infinita cuando se desconoce el tamaño de elementos que lo conforman, porque no existe una fuente de consulta, lo que dificulta llevarlo a cabo por cualquier medio establecido, lo que lo determina como insostenible de realizar.

### **3.4.3. Delimitación de la población**

#### **Sector de hogares**

El mercado meta para las encuestas (Apéndice B) está comprendido por las personas de 21 años en adelante, sin discriminación de sexo. La experiencia de consumo que se pretende posicionar en el mercado corresponde a una actividad asequible para los hogares de los estratos socioeconómicos, medio, medio alto y alto. Para determinar el tamaño de la muestra se considerará el número de hogares existentes en la parroquia Ximena del Cantón Guayaquil.

Tabla 4

*Universo – Encuestas hogares*

<b>Elementos</b>	<b>Habitantes</b>
Provincia: Guayas	3'645,483
Cantón: Guayaquil	2'350,915
Parroquia: Ximena	546,254

*Nota.* Tomado de INEC 2017 con alcance al año 2018

Se determina que el número promedio de personas por hogares a nivel nacional es de 3.78 es decir, el número de miembros por familia es de cuatro personas. En la tabla 6 se determina que la población existente en la parroquia Ximena es de 546,254 habitantes. Partiendo de este dato, se tomará en cuenta para calcular el número de hogares promedio.

Tabla 5

*Número de miembros promedio por hogares*

<b>Elementos</b>	<b>Promedio de personas por hogar</b>
Región Costa o Litoral	3.92
Región Sierra o Interandina	3.75
Región Oriental o Amazónica	4.24
Región Insular o Galápagos	3.90
Zonas no delimitadas	4.10
<b>Total</b>	<b>3.78</b>

*Nota.* Tomado de INEC 2017 con alcance al año 2018

En la tabla 5, el resultado del total de hogares existentes en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, se obtuvo de la división del total de la población para cuatro que es el promedio de miembros de una familia ecuatoriana según los datos del

INEC, dando como resultado 136,563 hogares, de la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil.

Tabla 6

*Definición del universo hogares*

<b>Parroquia</b>	<b>Población</b>	<b>Población dividida para miembros de una familia 4</b>
Ximena	546,254	136,563

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, la misma que servirá para homologar las herramientas de estratificación, así como para una adecuada segmentación del mercado de consumo. La encuesta reflejó que los hogares de Ecuador se dividen en cinco estratos, el 1.90% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11.2% en nivel B, el 22.80% en nivel C+, el 49.30% en estrato C- y el 14.90% en nivel D. Cada grupo socioeconómico tiene características propias de acuerdo al nivel, en ellos existen variables como el tipo de vivienda, educación, economía, bienes, tecnología, y hábitos de consumo.

Tabla 7

*Estratificación Social Nacional*

<b>Grupo Socioeconómico</b>	<b>Porcentaje</b>
A (Clase Alta)	1.90 %
B (Clase Media -Alta)	11.20%
C+ (Clase Media)	22.80%
C- (Clase Media-Baja)	49.30%
D (Clase Baja)	14.90%

Nota. Según la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico 2011 del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

## Sector empresarial

El mercado meta para el sector empresarial (Apéndice C), está compuesto por las empresas que por su tamaño correspondan a microempresas y pequeñas empresas.

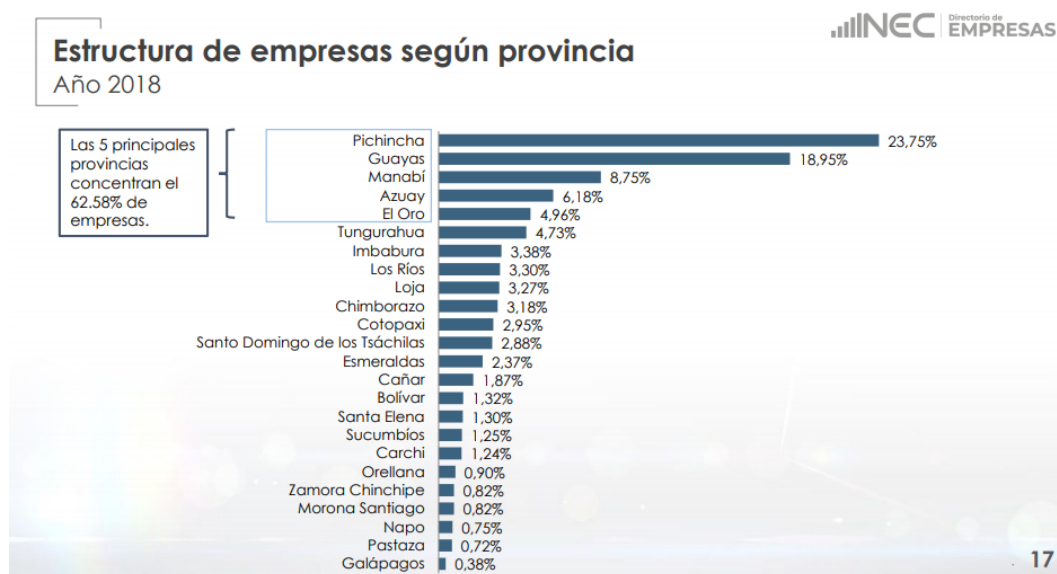
Para determinar el tamaño de la muestra se tomará el número de empresas establecidas en la provincia del Guayas, que corresponden al 18.95%.

Tabla 8

*Universo – Encuestas empresas*

Tamaño de empresa	No. Empresas
Microempresas	816,553
Pequeña empresa	64,117
Mediana empresa “A”	8,529
Mediana empresa “B”	5,749
Grande empresa	4,260
<b>Total</b>	<b>899,208</b>

*Nota.* Tomado de INEC - Directorio de Empresas y Establecimientos 2018



*Figura 1.* Contratación de servicios de limpieza

Fuente: INEC - Directorio de Empresas y Establecimientos 2018

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), mediante su informe de Directorio de Empresas y Establecimientos 2,018, indicó que el 18.95% de las

empresas establecidas en el Ecuador, pertenecen a la provincia del Guayas, y el 89.22 % corresponde al cantón Guayaquil, este porcentaje ayudará a realizar una segmentación adecuada de mercado de consumo

CANTÓN	PORCENTAJE DE EMPRESAS ACTIVAS	EMPRESAS NUEVAS CREADAS EN EL 2018
GUAYAQUIL	89,22%	1641
SAMBORONDÓN	4,68%	138
DURÁN	2,08%	42
DAULE	1,14%	39
MILAGRO	0,65%	9
OTROS CANTONES	2,22%	56

Figura 2. Porcentajes de empresas por cantones del Guayas

Nota. Tomado de Superintendencia de compañías valores y seguros - 2018

Tabla 9

*Definición del universo empresas*

Tamaño de empresa	No. Empresas Ecuador	%	No. Empresas Guayas	%	No. Empresas cantón Guayaquil	%	No. Empresas parroquia Ximena
Microempresas	816,553	18.95%	154,736	89.22%	138,055	23%	31,752
Pequeña empresa	64,117	18.95%	12,150	89.22%	10,840	23%	2,493
<b>Total</b>	<b>899,208</b>		<b>166,886</b>		<b>148,845</b>		<b>34,245</b>

### 3.5. Tamaño de la Muestra

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández, Fernández , & Baptista, 2014, p. 175). Es decir, de la población se toma una muestra que es el reflejo del universo, con características comunes.

Desde este punto de vista, se comprende que para una selección correcta de la muestra se debe seleccionar una población que concuerde con los criterios o características de la investigación, para que así al determinar el subconjunto (muestra) de ese conjunto (conjunto), la obtención de los resultados se encamine a resultados lo más cercano a la realidad con la finalidad de proporcionar soluciones acertadas y focalizadas en lo que realmente se estudia.

#### Sector de hogares

Para establecer el tamaño del universo se debe considerar la variable socioeconómica al que está dirigido el presente proyecto, que es para el nivel A (clase alta) del, 1,9%, el 11,2% en nivel B (clase media alta), el 22 ,8% en nivel C+ (clase media).

Tabla 10

*Población objetiva - hogares*

<b>Grupo Socioeconómico</b>	<b>Hogares de la parroquia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>
A (Clase Alta)	136,563	1.90 %	2,595
B (Clase Media -Alta)	136,563	11.20%	15,295
C+ (Clase Media)	136,563	22.80%	31,136
<b>Total</b>			<b>49,026</b>

*Nota.* Tomado de INEC 2017 con alcance al año 2018

En el cuadro anterior se definió el tamaño de la muestra dando como resultado 49,026 hogares de la parroquia Ximena del Cantón Guayaquil, pertenecientes al nivel de estrato social alto, medio alto y clase media, que estarán sujetos al cálculo de la muestra para iniciar la investigación de campo.

### Sector empresarial

Para establecer el tamaño del universo para el sector empresarial se debe considerar la variable del sector económico al que está dirigido el presente proyecto, empresas de servicios y de comercio, localizadas en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, debido a que los otros sectores, demandan de equipos, técnicas de limpieza y talento humano con conocimientos actualizados y especializados de campo.



Figura 3. Estructura de empresas por sector económico

Nota. Tomado de INEC - Directorio de Empresas y Establecimientos 2018

Tabla 11

*Población objetiva - empresas*

<b>Sector económico</b>	<b>No. Empresas</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Total</b>
<b>Guayas</b>			
Servicios	34,245	42.66 %	14,608
Comercio	34,245	34.93 %	11,961
Total			26,569

*Nota.* Tomado de INEC 2017 con alcance al año 2018

### **3.5.1. Tipos de muestra**

Según el tema de estudio, es importante que el investigador defina el método a utilizar para obtener los resultados según la muestra, existen algunos procedimientos para obtener la muestra que son el probabilístico entre la clasificación de este tipo se encuentra el muestreo estratificado y el no probabilístico, a continuación, se detallan cada uno de los muestreos mencionados:

#### **Muestreo no probabilístico (no aleatorio)**

Aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. Elegir entre una muestra probabilística o una no probabilística depende del planteamiento del estudio, del diseño de investigación y de la contribución que se piensa hacer con ella. Para ilustrar lo anterior mencionaremos tres ejemplos que toman en cuenta dichas consideraciones. (Hernández, Fernández , & Baptista, 2014, pág. 176)



### **Muestreo probabilístico (aleatorio)**

En las muestras probabilísticas, todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis.

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 175)

### **Muestreo estratificado**

Consiste en dividir en clases o estratos los componentes de la población. La muestra se selecciona fijando, en primer lugar, algún criterio que permita obtener el número de elementos de cada estrato y escogiendo después los componentes que forman la muestra por muestreo al azar simple, dentro de cada estrato. (Palella & Martins, 2012, p. 111)

### **3.5.2. Delimitación de la muestra**

#### **Fórmula de la muestra**

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

PQ = Constante de varianza poblacional (0,25)

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (0,07)

K = Coeficiente de corrección de error (2)

### Cálculo para la muestra – encuestas

#### Sector de hogares

$$n = \frac{0,25 * 49,026}{(49,026-1) * [(0,07)^2 / (2)^2] + 0,25}$$

$$n = \frac{12.256.5}{(49,025) * (0.0049/4) + 0.25}$$

$$n = \frac{12,256.5}{60,305625}$$

$$n = 203$$

#### Sector empresarial

$$n = \frac{0,25 * 26,569}{(26,569-1) * [(0,07)^2 / (2)^2] + 0,25}$$

$$n = \frac{6,642.25}{(26,568) * (0.0049/4) + 0.25}$$

$$n = \frac{6,642.55}{32,7958}$$

$$n = 203$$

Tabla 12

#### Segmentación de la muestra - Encuesta

<b>Elementos</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Empresas</b>
Ciudadela Centenario	34	34
Ciudadela Huancavilca	34	34
Ciudadela La Pradera	34	34
Ciudadela La Saiba	34	34
Ciudadela Los Almendros	34	34
Ciudadela Sopeña	33	33
Total	203	203

Tabla 13

#### Entrevistas

<b>Elementos</b>	<b>Empresas de limpieza</b>
Provincia: Guayas	16,122
Cantón: Guayaquil	16,018
Parroquia: Ximena	82

*Nota.* Tomado de Productos Estadísticos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, con alcance al año 2019

Mediante la aplicación de la fórmula planteada se determina que el tamaño de la muestra es 203 personas, que corresponde al número de habitantes que se le realizarán las encuestas en la parroquia Ximena del Cantón Guayaquil, los datos obtenidos serán tabulados y representados gráficamente y se realizarán tres entrevistas a los administradores de diferentes empresas de servicios de limpieza que representa al 5% de la totalidad de las empresas que actualmente se encuentran activas, para un mejor análisis de la problemática del presente proyecto.

### **3.6. Métodos y Técnicas de Investigación**

#### **Método Teórico Científico**

El método científico es un rasgo característico de la ciencia: donde no hay método científico no hay ciencia. Pero no es autosuficiente por cuanto no puede operar en un vacío de conocimiento, sino que requiere algún conocimiento previo que pueda luego reajustarse y elaborarse. Además, tiene que complementarse mediante procedimientos especiales adaptados a las peculiaridades de cada tema. Método científico es la forma organizada, sistemática y sistémica de estudiar el mundo circundante para llegar al conocimiento y comprensión de los objetos, fenómenos y procesos que lo constituyen. (Bunge, 2017)

En el presente proyecto de prefactibilidad, se pondrá en práctica el método teórico científico, porque se basa en hechos concretos verídicos, que son analizados para ir más allá de los mismos y así dar solución a los problemas planteados, de manera objetiva, es decir en base a los hechos reales, sin ningún tipo de influencia de ideologías o creencias religiosas, además se fijaran un conjunto de reglas de forma organizada, sistemática y sistémica, que indican el procedimiento con el que se llevó a cabo la investigación. Con el objetivo de ser de aportes para la acción científica.

### **Método Teórico Inductivo-Deductivo**

El método inductivo-deductivo está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica. (Rodríguez & Pérez, 2017, p. 187)

El método inductivo se aplica, al analizar cada una de las respuestas del formulario de la entrevista y al resultado de la tabulación de datos del cuestionario de las encuestas realizadas, para poder establecer conclusiones, partir de lo particular a lo general. El método deductivo aplica en la investigación, porque a partir de la elaboración del marco teórico se planteó la hipótesis, se definió las variables, lo cual permitió la fabricación de los instrumentos de recolección de datos, partiendo de lo general conceptual a lo particular, de la causa a los efectos.

### **Método Teórico Análisis-Síntesis**

Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Permite estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad. Funciona sobre la base de la generalización de algunas características definidas a partir del análisis. Debe contener solo aquello estrictamente necesario para comprender lo que se sintetiza. (Rodríguez & Pérez, 2017 , p. 186)

Se aplicó el método del análisis - síntesis, al extraer los elementos de un fenómeno, y se procede al estudio, revisión, y examinación exhaustiva de cada uno de ellos por separado esto se realiza a partir de la relación que existe entre los elementos que conforman dicho objeto en un todo mientras que la síntesis consiste en la reunión justa de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, la síntesis se produce sobre la base de los resultados previos del análisis del objeto en estudio. El método analítico sintético se aplicó, además, al descomponer el todo en las partes para el estudio (diferentes variables) y luego volverlas a integrar para dar conclusiones generales sobre el objeto de estudio, para un mejor estudio del proyecto

### **Técnicas de la investigación**

Tabla 14

*Técnicas de la indagación*

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Entrevista	Formulario
Encuesta	Cuestionario

### **3.7. Procedimientos de la Investigación**

Se empleará las técnicas de entrevista y encuesta, las cuales harán posible el proceso de recolección de datos de manera detallada y pertinente con los objetivos de cada técnica. La entrevista se procederá a realizar en la modalidad presencial, que está dirigida a tres administradores de diferentes empresas de servicios dedicadas al sector empresarial, la entrevista se desarrollará en las instalaciones de la empresa.

La estructura del formulario es: encabezado, institución, entrevistador, presentación, el objetivo de la entrevista que consiste en “Conocer las diferentes propuestas de servicios de limpieza, que ofrecen las empresas establecidas en el mercado del servicio de limpieza, en el sector empresarial”, preguntas abiertas lo cual se requiere más de una palabra para ser respondida y el agradecimiento.

El entrevistado determinará el tiempo en que desee desarrollar la entrevista y la fecha. En caso de que el entrevistado no desee que la entrevista se realice en la modalidad presencial, se procederá a enviar el formulario vía correo electrónico, con las mismas características de la estructura del formulario ya antes mencionado. Para efectuar el análisis de información de la entrevista es necesario preparar informe, interpretar, revisar notas y analizar la información obtenida.

La encuesta se utilizó este método como técnica de recopilación de información con las personas que están inmersas en la problemática de encontrar un servicio de limpieza integral seguro y con precios módicos, para elaborar el proyecto de prefactibilidad para obtener datos específicos de una manera eficaz, y en base a los resultados adquiridos por medio de la tabulación de los datos, la recopilación de información con la que se realizó un análisis profundo que permitió identificar los problemas de los habitantes de la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, y de las empresas del sector, haciendo énfasis en el problema en estudio.

El procedimiento se iniciará con el planteamiento y diseño del cuestionario, selección de la muestra 203 habitantes involucrados, pertenecientes a los sectores Centenario, Huancavilca, Pradera, Saiba, Almendros y Sopeña, se desarrollará el trabajo de campo respectivo; establecer el contacto con la comunidad, leer las instrucciones, explicar las preguntas, aplicar cuestionario, reflejar las respuestas en el formulario. Para el sector empresarial la muestra es 203 empresas, las encuestas fueron realizadas vía telefónica y otras de forma presencial, a los propietarios. El análisis de información, se realizará mediante la tabulación para establecer estadísticas con herramienta de Microsoft Excel, el desarrollo consiste en transcribir los datos recopilados de la población encuestada, en la hoja de cálculo y de manera automática se logrará obtener resultados eficientes y claros, a través de gráficos.

### **3.8. Conclusiones**

El diseño de la investigación, se fundamentaran en los tipos: bibliográfico, campo, y cuantitativo – cualitativo. Se basa en el método de la investigación explorativa, bajo el método descriptivo que consiste en obtener información a través de una encuesta para realizar el analisis respectivo.

El diagnóstico situacional, determinó la población a investigar, analizando factores relacionados con el entorno que afectan al presente proyecto de prefactibilidad; permitiendo así definir en forma clara la oportunidad de inversión para la creación de una empresa de servicios complementarios.

El proyecto se enfocará a dos sectores, a los hogares de la parroquia Ximena del cantón Guayaquil. Los domicilios de cuyos integrantes tengan niveles de ingresos medios y altos, que por lo general no tienen tiempo para cumplir con las tareas de limpieza del hogar, estos hogares pertenecen al nivel socio economico medio, medio alto y alto.

El otro sector es el empresarial, correspondiente a las microempresas y pequeñas empresas, que se dedican a las actividades servicios y de comercio, que representan el mayor porcentaje de negocios de la ciudad de Guayaquil, y que por el giro de negocio demandan contratar un servicio outsourcing para el area de limpieza.

## **Capítulo IV**

### **4. Formulación del Proyecto**

#### **4.1. Análisis e interpretación de los resultados**

El presente estudio de prefactibilidad, utilizará las técnicas de investigación de la entrevista y encuesta con los instrumentos de formulario y cuestionario, correspondiente respectivamente, para realizar el correcto análisis e interpretación de los resultados.

A través de la encuesta permite conocer el nivel de satisfacción del servicio actual brindado a los habitantes y a las empresas del sector que ofrece la competencia en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil. La encuesta se examina a través de un cuestionario de 10 preguntas, para el sector domiciliario y ocho preguntas para el sector empresarial.

El cuestionario puntualiza el interés en contratar el servicio, las actividades de limpiezas principales y complementarias a ofrecer, los medios de comunicación para dar a conocer la nueva empresa, las opciones de promoción factibles para fidelizar a los clientes, los precios dispuestos a pagar y la preferencia de cancelación de los servicios. Los puntos mencionados permitirán conocer y establecer el perfil del consumidor.

Mediante el proceso de la entrevista permite conocer a través de las respuestas de un formulario de 10 preguntas realizadas a los administradores de empresas y asociaciones de limpieza del sector, la experiencia, los factores externos que impactan en la sostenibilidad del mercado, los servicios que brindan, los medios de promoción, los parámetros para establecer los precios, la importancia de las capacitaciones del personal administrativo y operativo, los inconvenientes



presentados con los clientes, y las recomendaciones para brindar el servicio de limpieza.

El proceso de encuesta y entrevista, dan a conocer la demanda que posee el sector, y las necesidades de mejorar el servicio de las personas que son usuarios, mediante empresas de limpieza, manteniendo la disciplina e innovando el servicio de manera constante, los resultados permitirán tomar las mejores decisiones en este análisis y determinar la viabilidad respectiva.

En el transcurso de la investigación se encuentran diferentes estudios, factores y análisis con el fin de obtener información necesaria para un levantamiento que permita demostrar el panorama real para la adaptación del local y la viabilidad de la operación.

#### **4.1.1. Encuesta**

- **Sector de hogares**

La investigación de mercado es realizada mediante la encuesta a 203 viviendas, en lugares aleatorios de la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, que responden a la segmentación por estratificación del nivel socioeconómico antes realizado. Familias del grupo A (clase alta), grupo B (clase media alta) y grupo C+ (clase media).

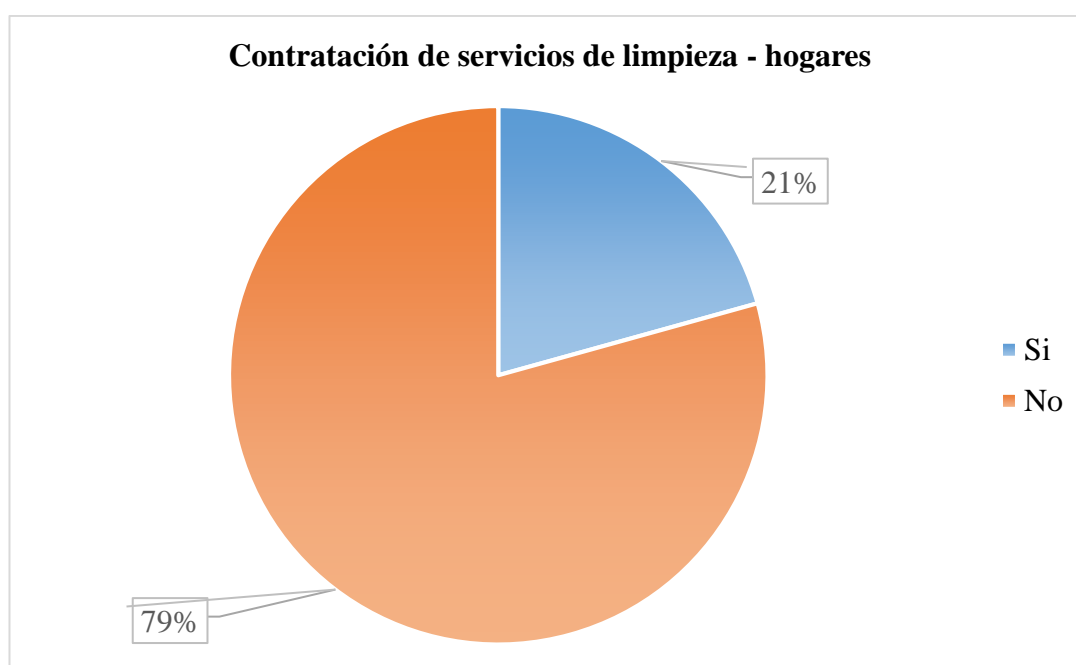
Los resultados obtenidos de la tabulación servirán para realizar un correcto estudio, mediante el análisis, establecer el nivel de aceptación para determinar la demanda del sector de los hogares, tipos de servicios principales y complementarios que se pueden ofrecer y la factibilidad de la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza.

**Pregunta 1.** ¿Contrata o ha contratado servicios de limpieza y mantenimiento para su hogar?

Tabla 15

*Contratación de servicios de limpieza - hogares*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	42	21%
No	161	79%
Total	203	100%



*Figura 4.* Contratación de servicios de limpieza - hogares

### **Interpretación**

Mediante la investigación de campo realizada, indica que el 21% de los encuestados han contratado el servicio de limpieza para hogares, mientras que el 79% indicó que nunca han contratado el servicio, las razones expuestas más concurrentes fueron porque cuentan con una empleada doméstica y porque no conocen una empresa que brinde todos los servicios para hogares y asumen que los precios no son accesibles para la contratación.

**Pregunta 2.** El servicio contratado fue:

Tabla 16

*Satisfacción de servicio de limpieza contratado - hogares*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy Satisfactorio	4	2%
Satisfactorio	8	4%
Poco Satisfactorio	18	9%
Deficiente	12	6%
No ha contratado	161	79%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

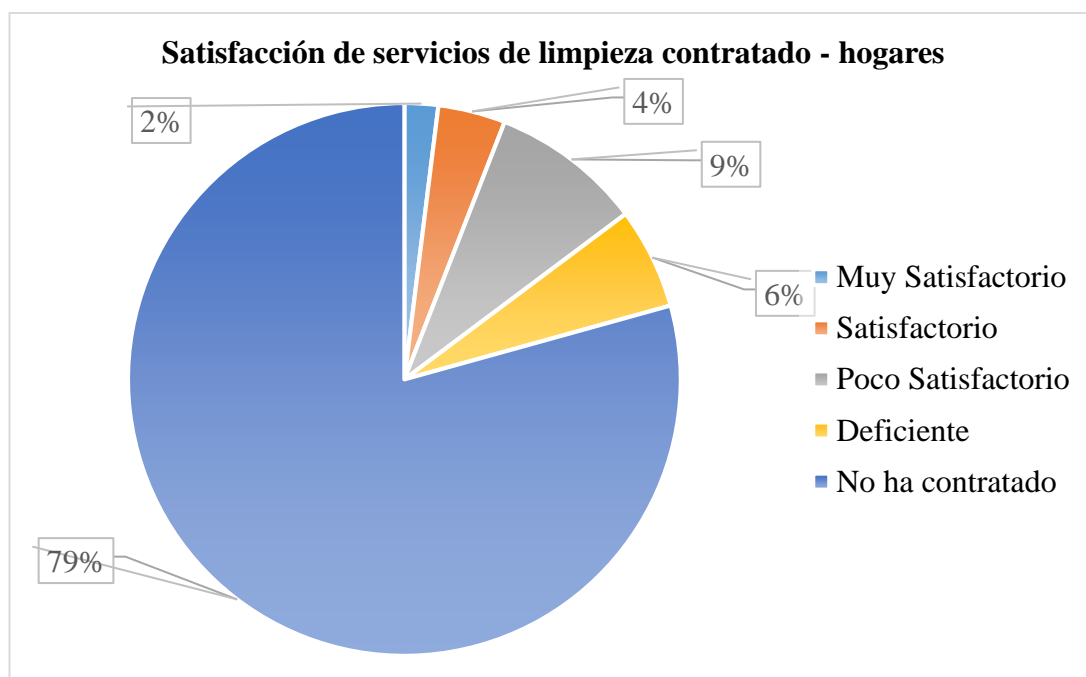


Figura 5. Satisfacción del servicio de limpieza contratado - hogares

**Interpretación**

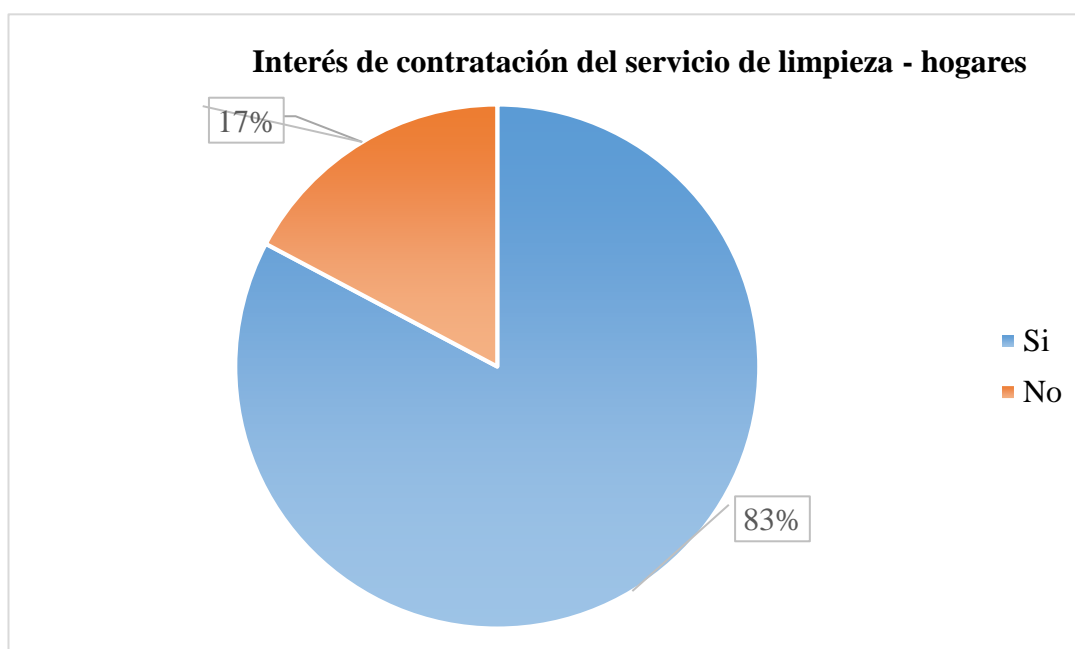
Con relación a la información obtenida en las encuestas el nivel de satisfacción de las 42 personas que han contratado o actualmente contratan el servicio de limpieza el 9% indicó que es poco satisfactorio, 6% deficiente, 5% satisfactorio y solo el 2% muy satisfactorio, los resultados demuestran la incomodidad de los usuarios acerca de que no están satisfechos con el servicio brindado.

**Pregunta 3.** ¿Está usted interesado en contratar los servicios complementarios de limpieza, para hogares?

Tabla 17

*Interés de contratación del servicio de limpieza - hogares*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	168	83%
No	35	17%
Total	203	100%



*Figura 6.* Interés de contratación del servicio de limpieza - hogares

### **Interpretación**

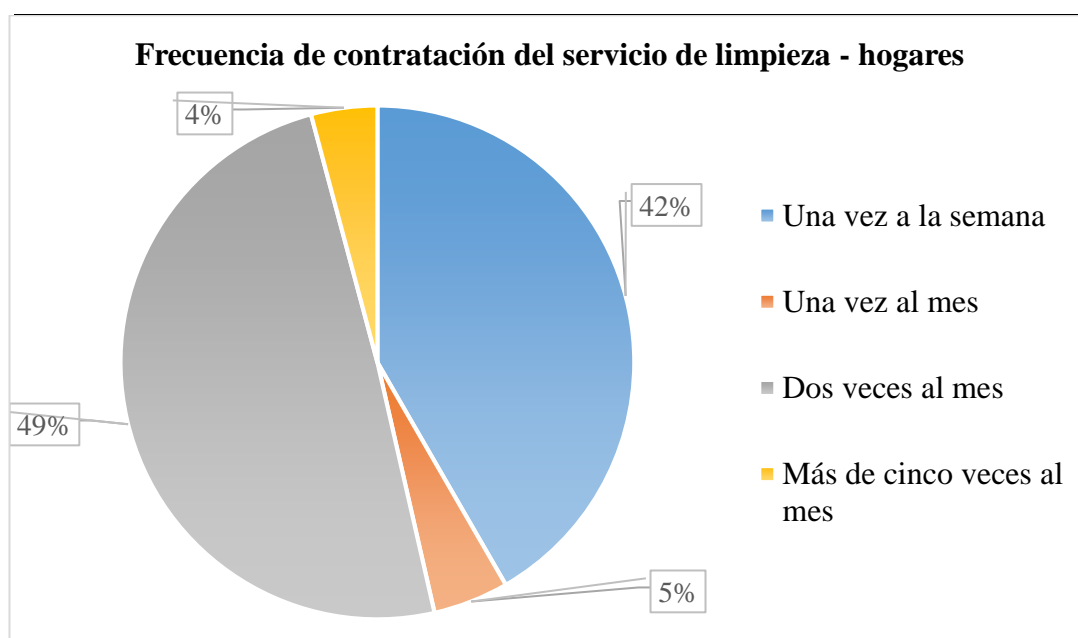
De acuerdo al análisis del gráfico de la figura seis, la mayoría de los encuestados están interesados en contratar el servicio de limpieza con una representación del 83%, mientras que el 17% no tiene ningún interés por contratar a una empresa, en la mayoría de los casos porque cuentan con una empleada doméstica de confianza y con antigüedad. Lo que muestra una oportunidad para la creación de la empresa, debido al alto nivel de aceptación.

**Pregunta 4.** ¿Si usted está interesado, cada que tiempo contrataría los servicios complementarios de limpieza?

Tabla 18

*Frecuencia de contratación del servicio de limpieza - hogares*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Una vez a la semana	70	42%
Una vez al mes	8	5%
Dos veces al mes	83	49%
Más de cinco veces al mes	7	4%
Total	168	100%



*Figura 7.* Frecuencia de contratación del servicio de limpieza - hogares

### **Interpretación**

De los 168 encuestados interesados en contratar una empresa de servicios de limpieza el 49% pretende realizar la contratación dos veces al mes, el 42% una vez por semana, siendo los datos más representativos y el 5% una vez al mes y el 4% más de cinco veces al mes. Lo que determina una proyección de ventas alentador en base a la frecuencia de contratación de los clientes, para la sostenibilidad de la creación de la empresa de limpieza.

**Pregunta 5.** ¿En el siguiente listado, señale las actividades de limpieza que le gustaría contratar?

Tabla 19

*Aseo por ambientes (cocina, comedor, sala, dormitorios)*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Aseo por ambientes (cocina, comedor, sala, dormitorios)	70	42%
Otras alternativas	78	46%
Otros	20	12%
Total	168	100%

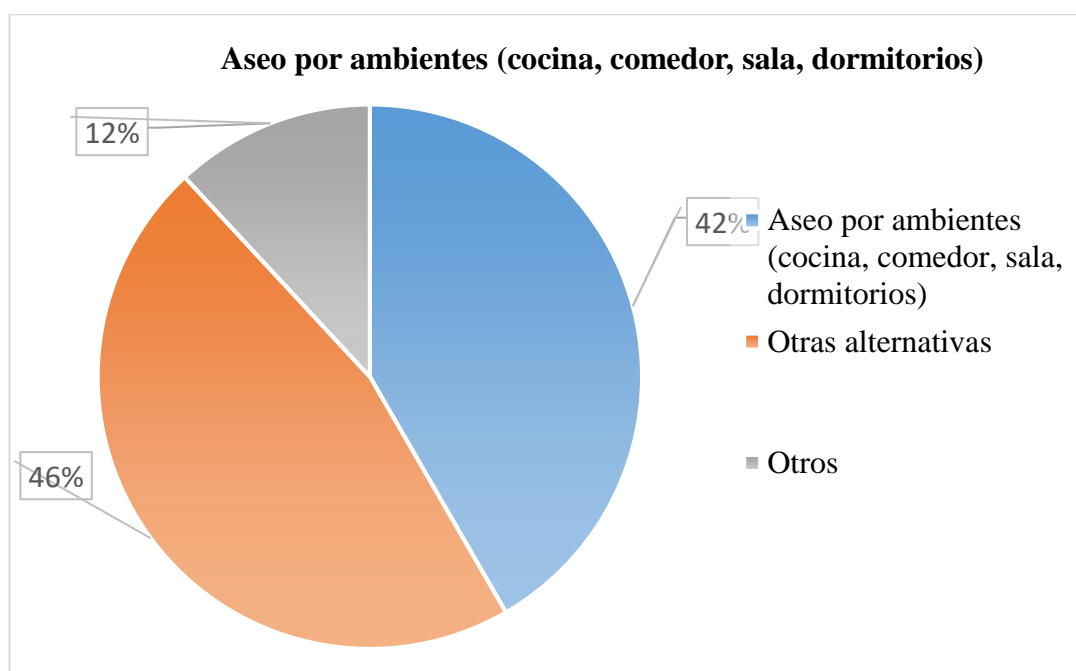


Figura 8. Aseo por ambientes (cocina, comedor, sala, dormitorios)

### **Interpretación**

De los 168 encuestados que están interesados en contratar servicios de limpieza, el 42% eligieron la alternativa de contratar el aseo por ambientes (cocina, comedor, sala, dormitorios), el 46% adicional seleccionaron otras alternativas del listado de servicios y el 12% están interesados en otros servicios no detallados dentro de las opciones a elegir de la pregunta de la encuesta.

Tabla 20

*Lavado y aspirado de alfombras*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Lavado y aspirado de alfombras</b>	5	3%
<b>Otras alternativas</b>	143	85%
<b>Otros</b>	20	12%
<b>Total</b>	168	100%

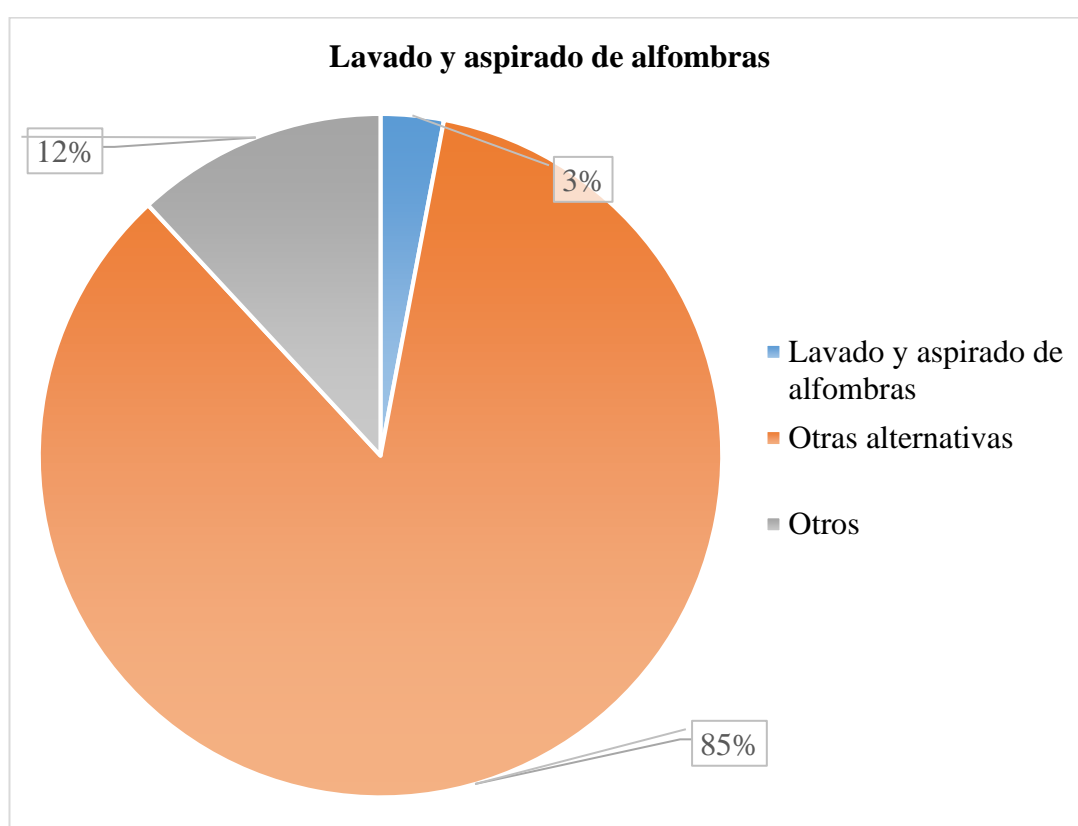


Figura 9. Lavado y aspirado de alfombras

**Interpretación**

De los 168 encuestados que están interesados en contratar servicios de limpieza, el 3% eligieron la alternativa de contratar el lavado y aspirado de alfombras, el 85% adicional seleccionaron otras alternativas del listado de servicios y el 12% están interesados en otros servicios no detallados dentro de las opciones a elegir de la pregunta de la encuesta.

Tabla 21

*Limpieza y desinfección de baños*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Limpieza y desinfección de baños	80	48%
Otras alternativas	68	40%
Otros	20	12%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

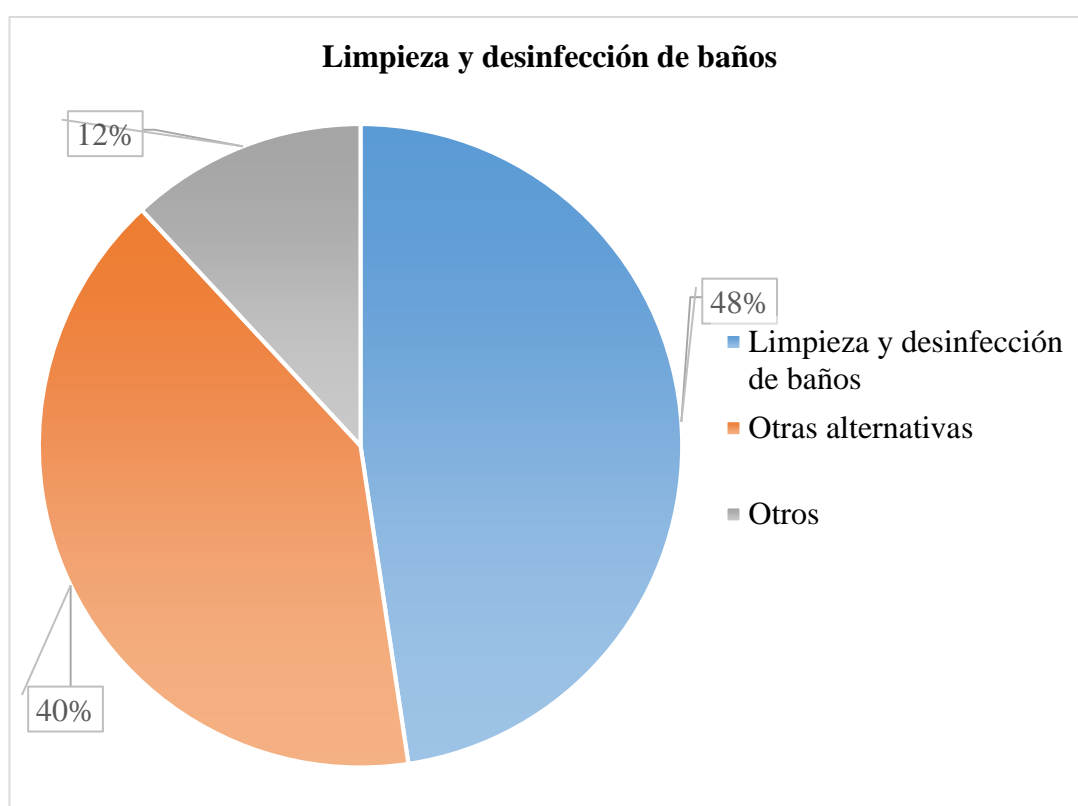


Figura 10. Limpieza y desinfección de baños

**Interpretación**

De los 168 encuestados que están interesados en contratar servicios de limpieza, el 48% eligieron la alternativa de contratar la limpieza y desinfección de baños, el 40% adicional seleccionaron otras alternativas del listado de servicios y el 12% están interesados en otros servicios no detallados dentro de las opciones a elegir de la pregunta de la encuesta.



Tabla 22

*Lavado de cristales*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Lavado de cristales	10	6%
Otras alternativas	138	82%
Otros	20	12%
Total	168	100%

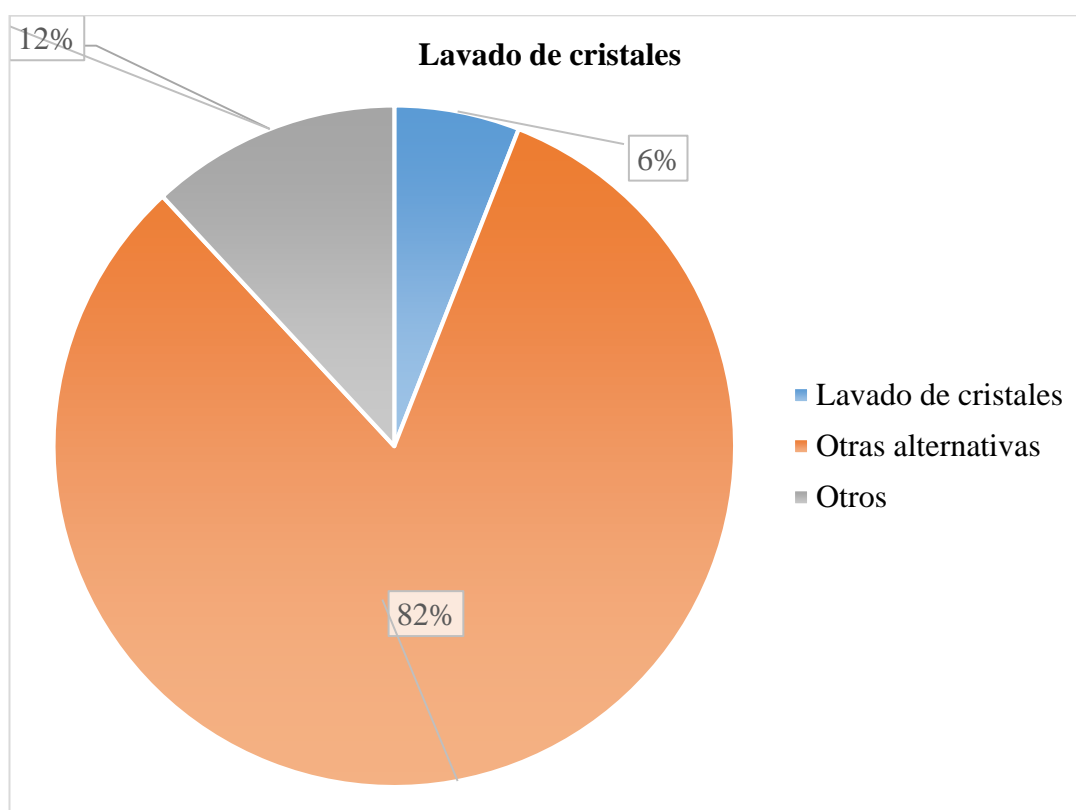


Figura 11. Lavado de cristales

**Interpretación**

De los 168 encuestados que están interesados en contratar servicios de limpieza, el 6% eligieron la alternativa de contratar el lavado de cristales, el 82% adicional seleccionaron otras alternativas del listado de servicios y el 12% están interesados en otros servicios no detallados dentro de las opciones a elegir de la pregunta de la encuesta.

Tabla 23

*Lavado de cortinas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Lavado de cortinas	9	5%
Otras alternativas	139	83%
Otros	20	12%
Total	168	100%

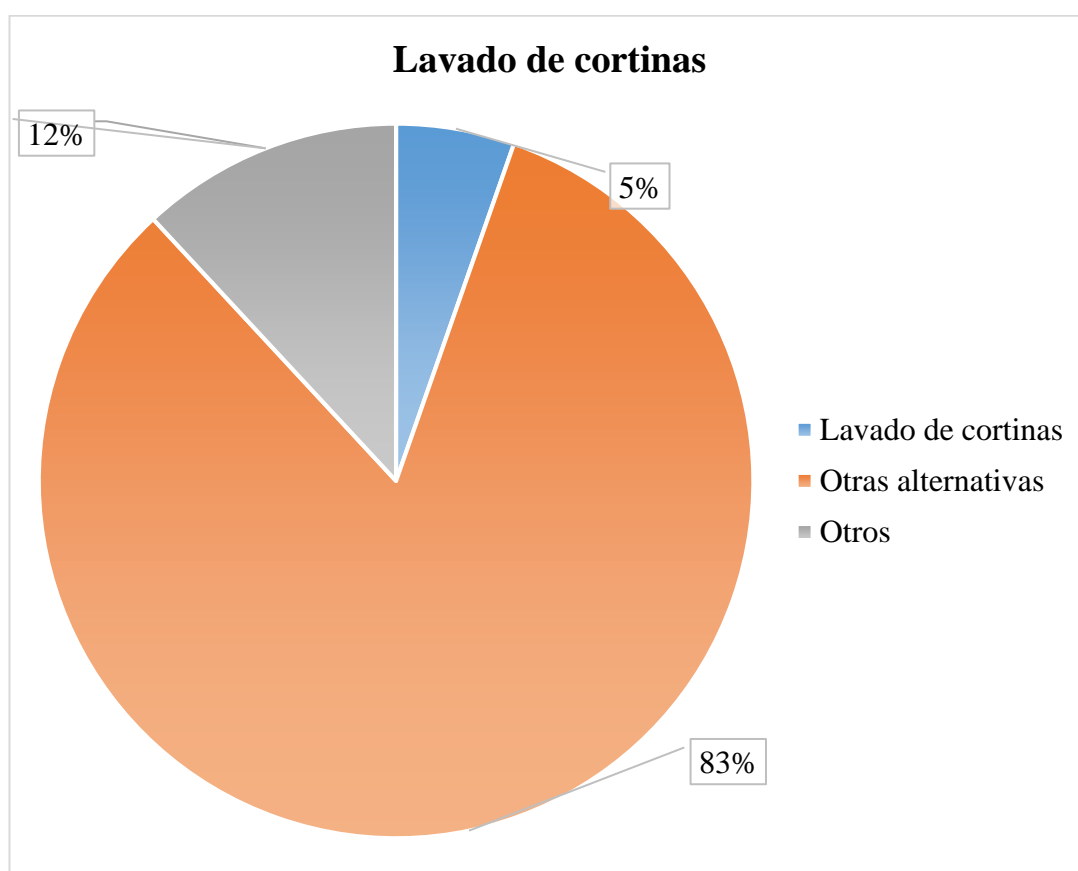


Figura 12. Lavado de cortinas

**Interpretación**

De los 168 encuestados que están interesados en contratar servicios de limpieza, el 5% eligieron la alternativa de contratar el lavado de cortinas, el 83% adicional seleccionaron otras alternativas del listado de servicios y el 12% están interesados en otros servicios no detallados dentro de las opciones a elegir de la pregunta.

Tabla 24

*Abrillantamiento de pisos*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Abrillantamiento de pisos	50	30%
Otras alternativas	98	58%
Otros	20	12%
Total	168	100%

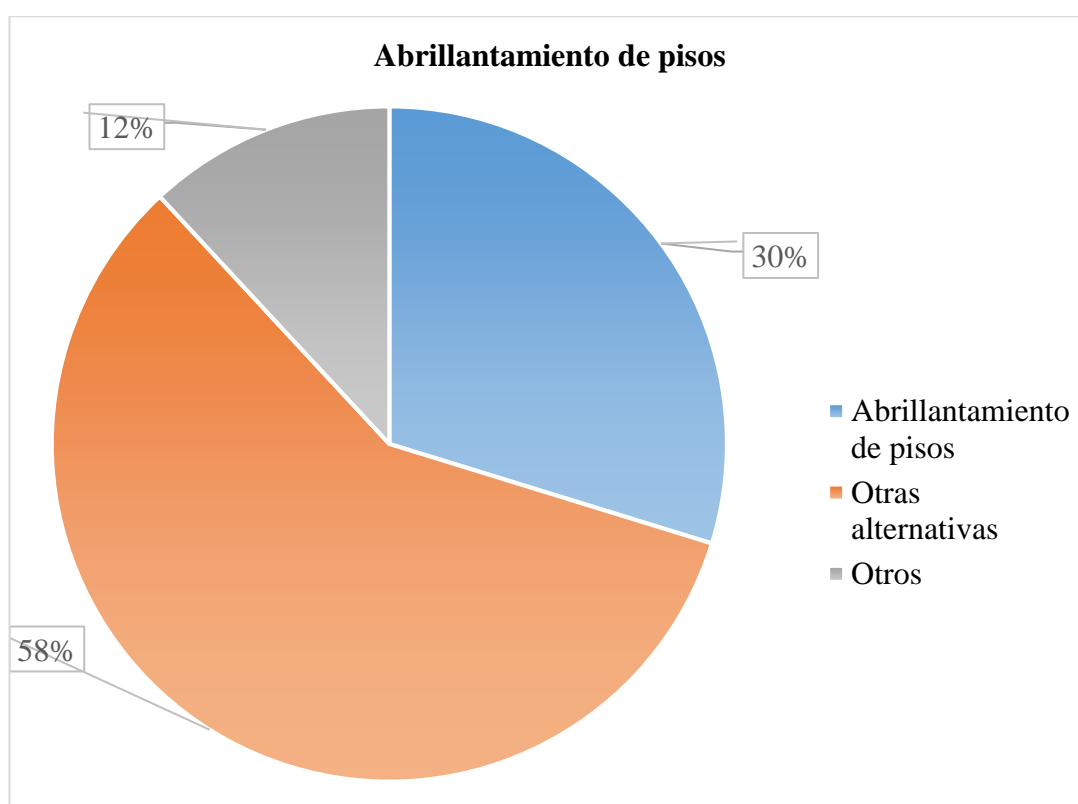


Figura 13. Abrillantamiento de pisos

**Interpretación**

De los 168 encuestados que están interesados en contratar servicios de limpieza, el 30% eligieron la alternativa de contratar el abrillantamiento de pisos, el 58% adicional seleccionaron otras alternativas del listado de servicios y el 12% están interesados en otros servicios no detallados dentro de las opciones a elegir de la pregunta de la encuesta.

Tabla 25

*Aseo completo*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Aseo completo	140	83%
Otras alternativas	8	5%
Otros	20	12%
Total	168	100%

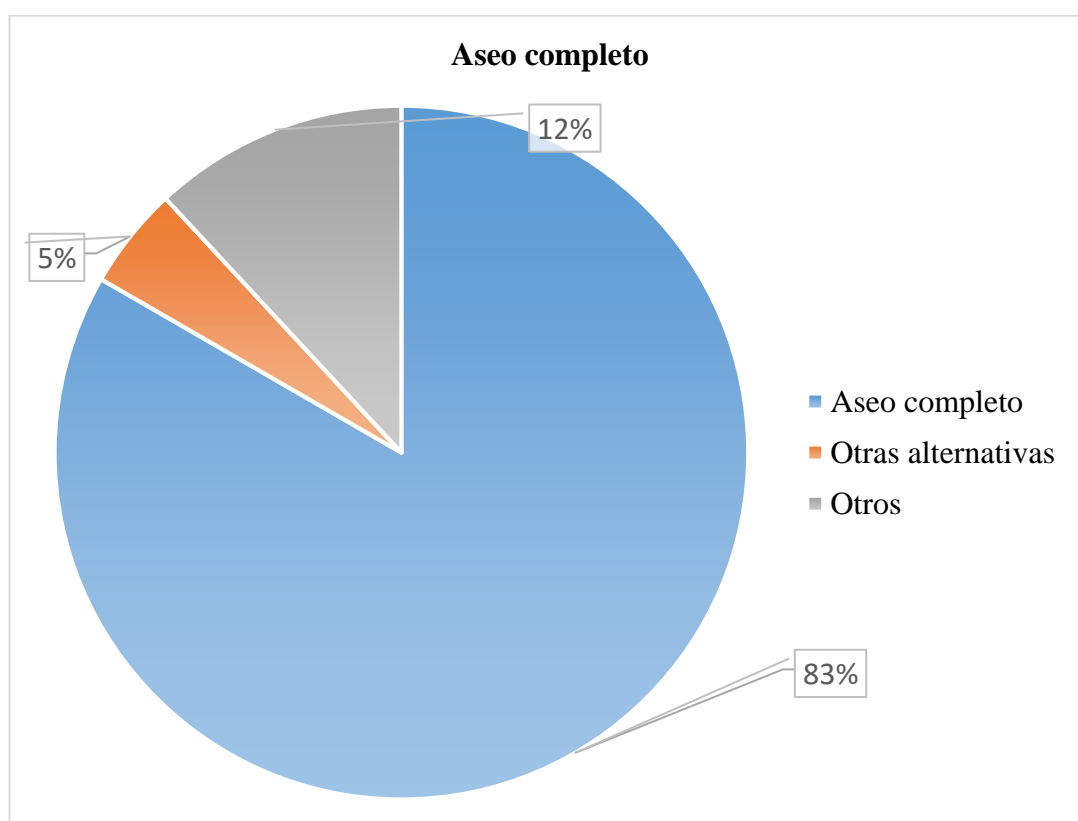


Figura 14. Aseo completo

**Interpretación**

De los 168 encuestados que están interesados en contratar servicios de limpieza, el 83% eligieron la alternativa de contratar el aseo completo, el 5% adicional seleccionaron otras alternativas del listado de servicios y el 12% están interesados en otros servicios no detallados dentro de las opciones a elegir de la pregunta de la encuesta.

**Pregunta 6.** ¿En el siguiente listado, que servicio adicional le gustaría contratar?

Tabla 26

*Lavada de autos*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Lavado de autos	113	67%
Otras alternativas	50	30%
Otros	5	3%
Total	168	100%

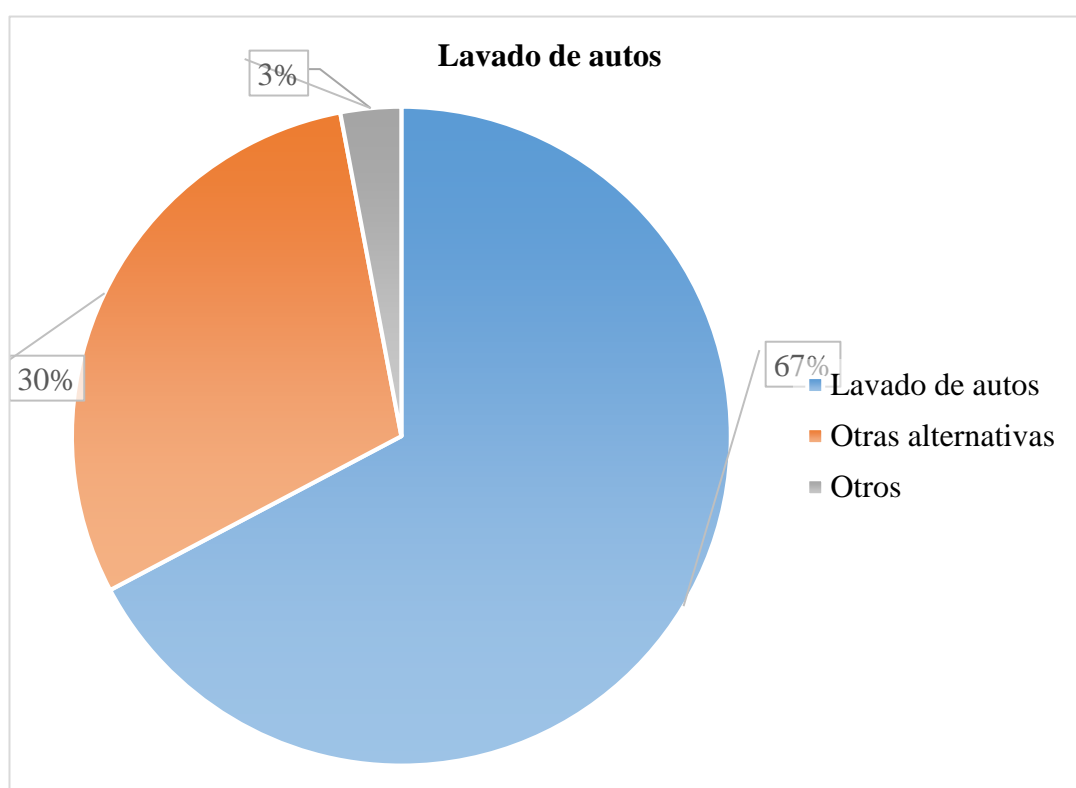


Figura 15. Lavada de autos

### Interpretación

El análisis de las respuestas de las 168 personas interesadas en contratar a una empresa de servicios de limpieza, las opciones de las actividades complementarios se definen que el 67% contrataría el lavado de autos a domicilio, el 30% eligieron otras alternativas del listado y el 3 % adicional agregaron otros servicios no incluidos y de los cuales están interesados en contratar.

Tabla 27

*Limpieza y purificación de cisternas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Limpieza y purificación de cisternas	89	53%
Otras alternativas	74	44%
Otros	5	3%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

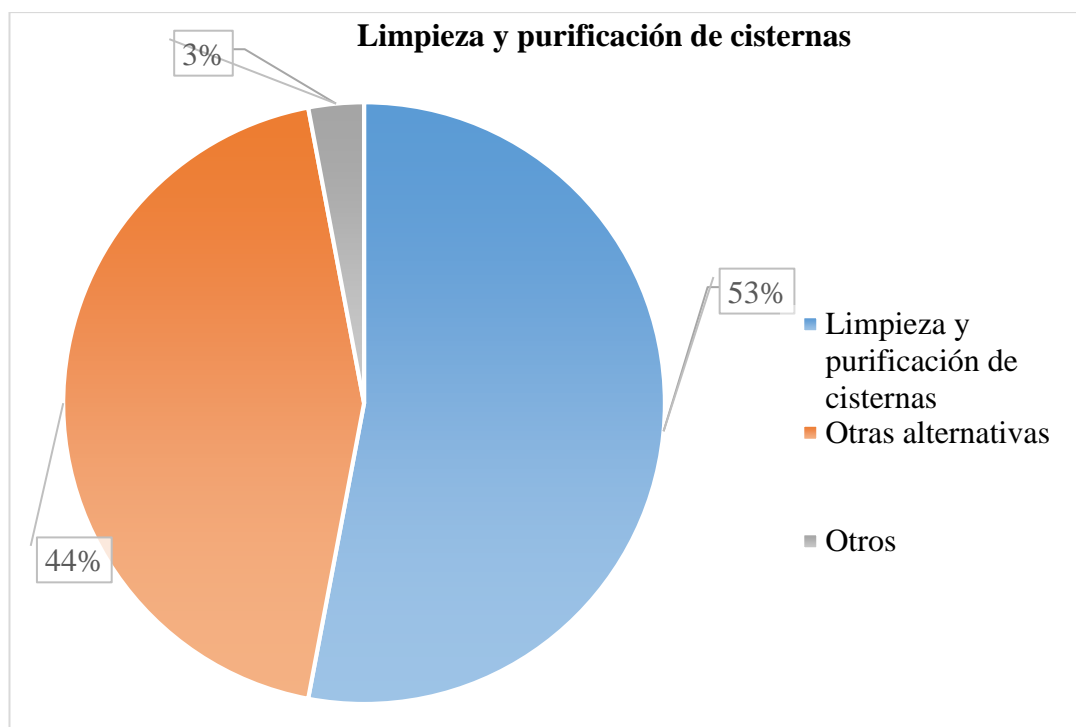


Figura 16. Limpieza y purificación de cisternas

**Interpretación**

El análisis de las respuestas de las 168 personas interesadas en contratar a una empresa de servicios de limpieza, las opciones de las actividades complementarios se definen que el 53% contrataría la limpieza y purificación de cisternas, el 44% eligieron otras alternativas del listado y el 3 % adicional agregaron otros servicios no incluidos y de los cuales están interesados en contratar.

Tabla 28

*Limpieza de terrazas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Limpieza de terrazas	75	45%
Otras alternativas	88	52%
Otros	5	3%
Total	168	100%

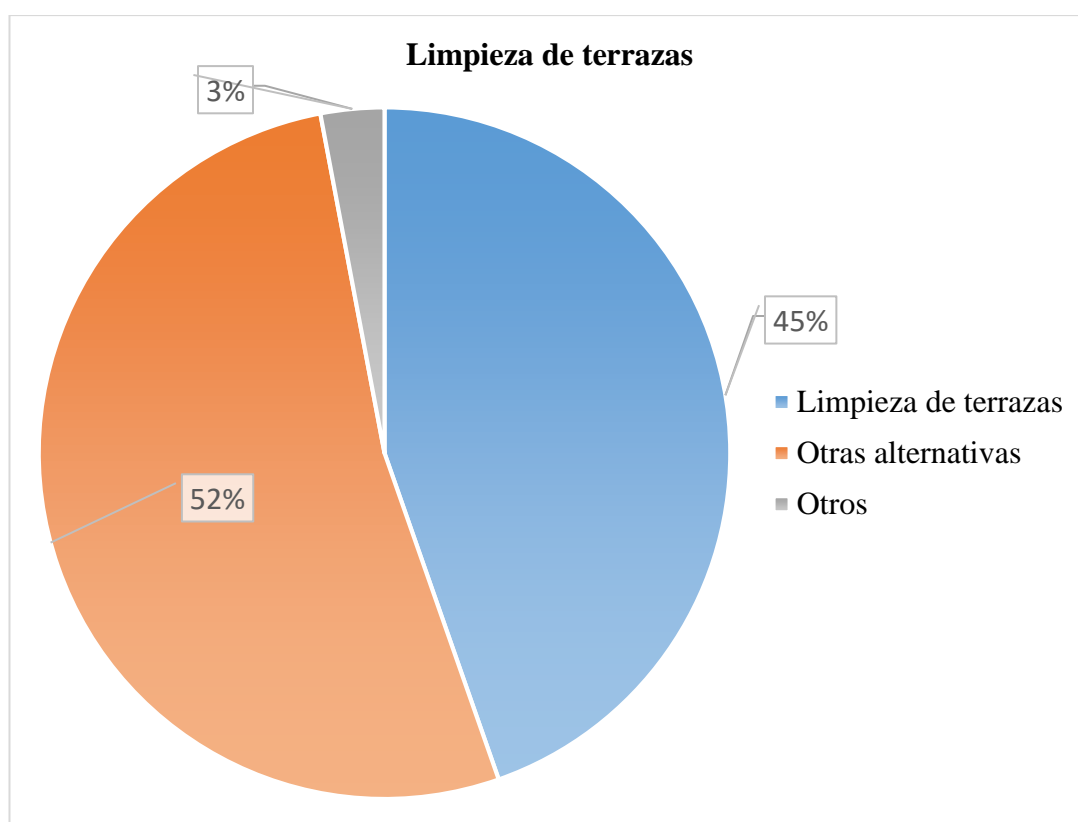


Figura 17. Limpieza y purificación de cisternas

**Interpretación**

El análisis de las respuestas de las 168 personas interesadas en contratar a una empresa de servicios de limpieza, las opciones de las actividades complementarios se definen que el 45% contrataría la limpieza de terrazas, el 52% eligieron otras alternativas del listado y el 3% adicional agregaron otros servicios no incluidos y de los cuales están interesados en contratar.

Tabla 29

*Mantenimiento de jardinería*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mantenimiento de jardinería	65	39%
Otras alternativas	98	58%
Otros	5	3%
Total	168	100%

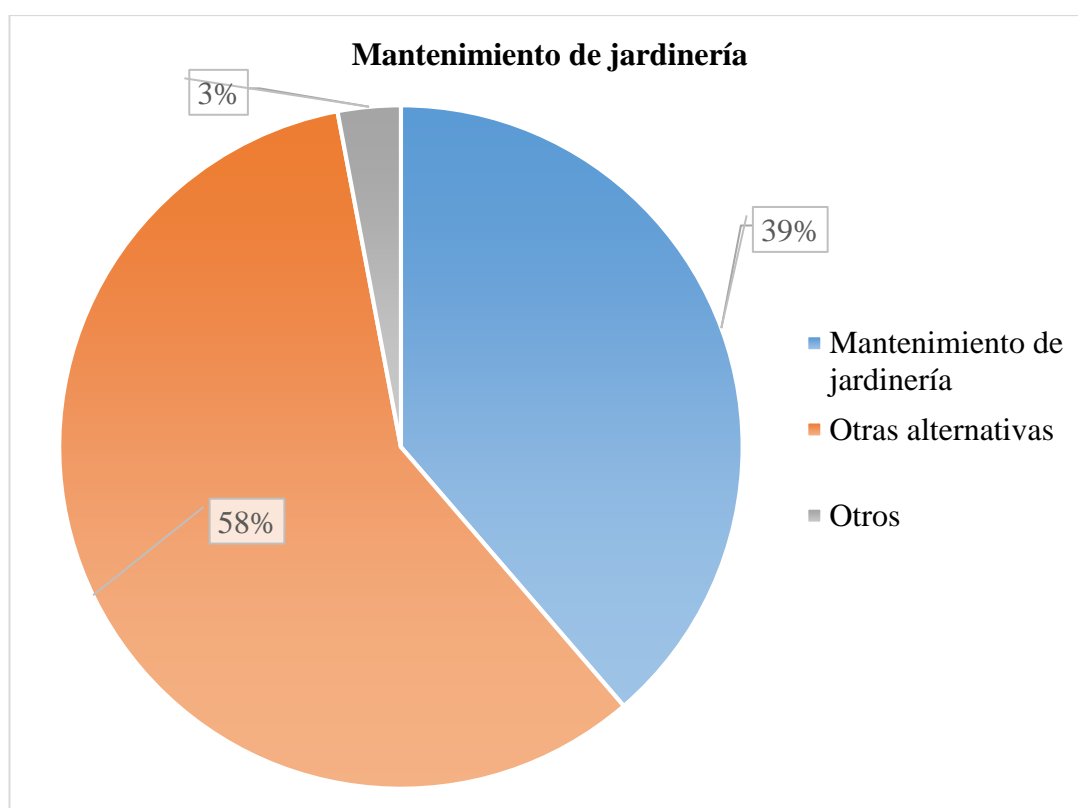


Figura 18. Mantenimiento de jardinería

**Interpretación**

El análisis de las respuestas de las 168 personas interesadas en contratar a una empresa de servicios de limpieza, las opciones de las actividades complementarios se definen que el 39% contrataría el mantenimiento de jardinería, el 58% eligieron otras alternativas del listado y el 3% adicional agregaron otros servicios no incluidos y de los cuales están interesados en contratar.



Tabla 30

*Limpieza y mantenimiento de piscinas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Limpieza y mantenimiento de piscinas	78	46%
Otras alternativas	85	51%
Otros	5	3%
Total	168	100%

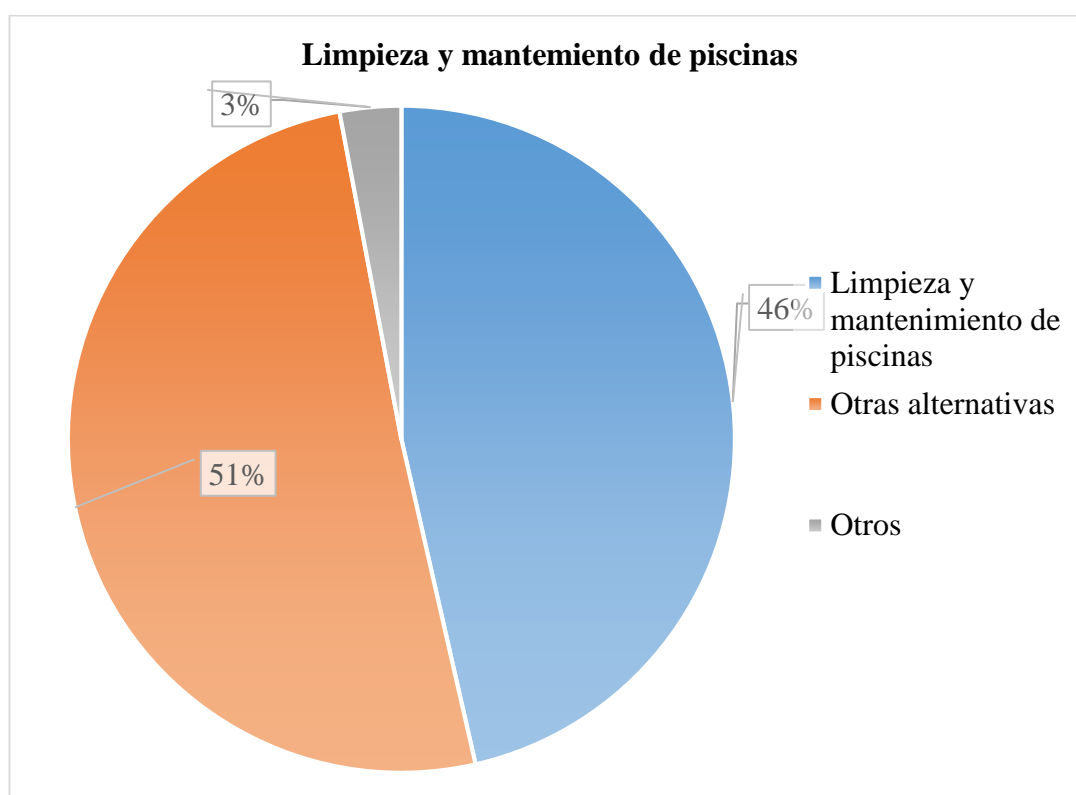


Figura 19. Limpieza y mantenimiento de piscinas

**Interpretación**

El análisis de las respuestas de las 168 personas interesadas en contratar a una empresa de servicios de limpieza, las opciones de las actividades complementarios se definen que el 46% contrataría la limpieza y mantenimiento de piscinas, el 51% eligieron otras alternativas del listado y el 3% adicional agregaron otros servicios no incluidos y de los cuales están interesados en contratar.

Tabla 31

*Organización de garajes y depósitos*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Organización de garajes y depósitos	79	47%
Otras alternativas	84	50%
Otros	5	3%
Total	168	100%

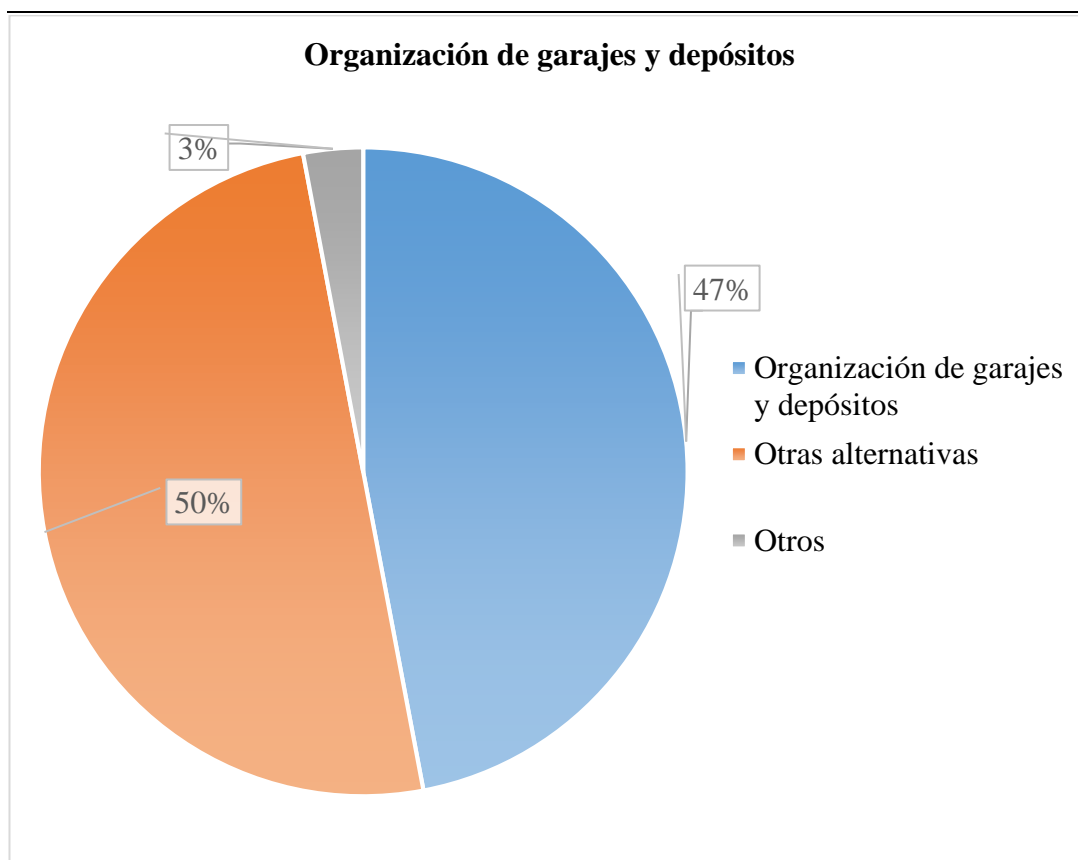


Figura 20. Organización de garajes y depósitos

**Interpretación**

El análisis de las respuestas de las 168 personas interesadas en contratar a una empresa de servicios de limpieza, las opciones de las actividades complementarios se definen que el 47% contrataría la organización de garajes y depósitos, el 50% eligieron otras alternativas del listado y el 3% adicional agregaron otros servicios no incluidos y de los cuales están interesados en contratar.

Tabla 32

*Limpieza y mantenimiento de muebles y enseres*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Limpieza y mantenimiento de muebles y enseres	32	19%
Otras alternativas	131	78%
Otros	5	3%
Total	168	100%

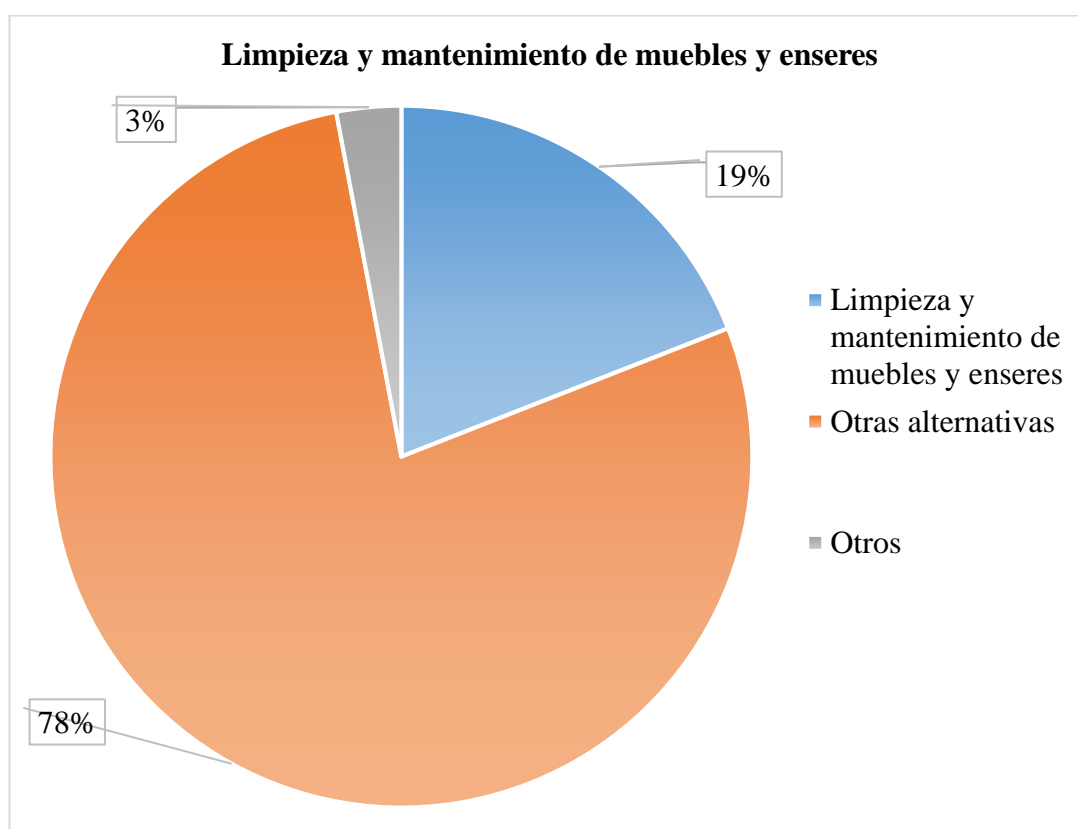


Figura 21. Limpieza y mantenimiento de muebles y enseres

**Interpretación**

El análisis de las respuestas de las 168 personas interesadas en contratar a una empresa de servicios de limpieza, las opciones de las actividades complementarios se definen que el 19% contrataría la limpieza y mantenimiento de muebles y enseres, el 78% eligieron otras alternativas del listado y el 3% adicional agregaron otros servicios no incluidos.

**Pregunta 7.** De las siguientes opciones de promoción, ¿Cuál considera usted que es la más beneficiosa?

Tabla 33

*Promociones - hogares*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Descuento por recomendación	15	9%
Descuento por paquetes de servicios	93	55%
Servicio gratuito por completar cartilla de consumo	60	36%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

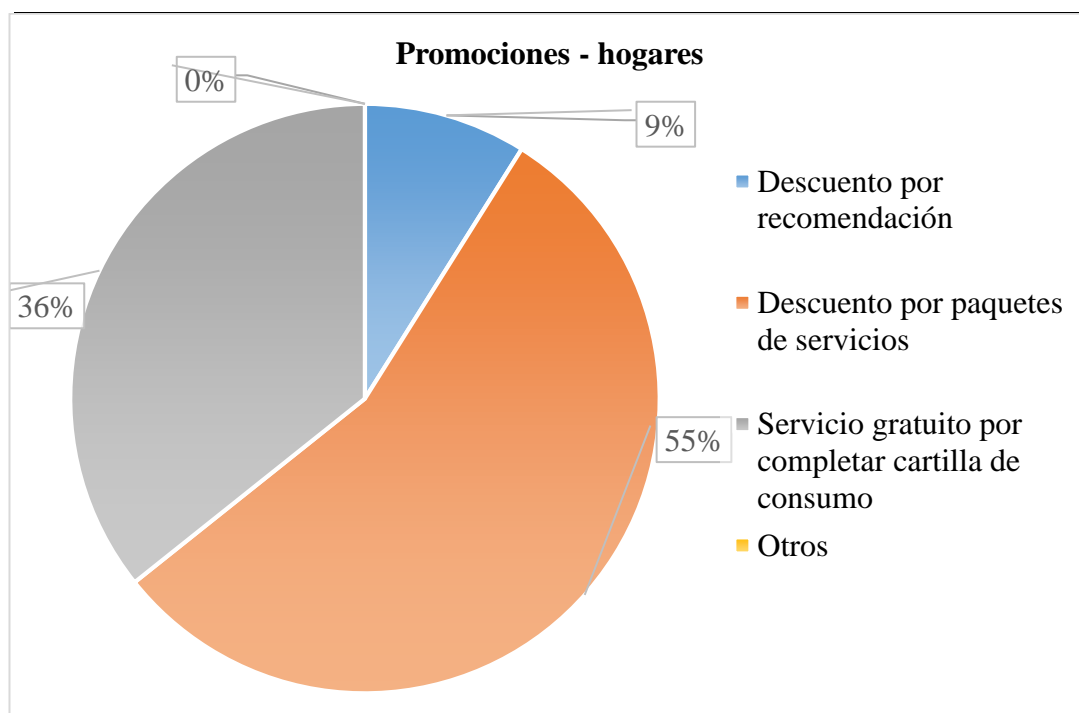


Figura 22. Promociones - hogares

### **Interpretación**

La tabulación correspondiente a la preferencia para el acceso de promociones, con un 55% determinaron que sería más beneficioso descuentos por paquetes de servicios que incluya las necesidades particulares de cada cliente, un 36% opinó que la promoción más beneficiosa sería premiar la fidelización del cliente a través de servicio gratuito por completar cartilla de consumo, y 9% indicó por recomendación.

**Pregunta 8.** ¿Dónde le gustaría a usted, recibir información acerca de los tipos de servicios?

Tabla 34

*Medios de difusión – hogares*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Volantes	13	8%
Prensa escrita (periódicos)	7	4%
Anuncios radiales	2	1%
Redes sociales (Facebook, Instagram)	69	41%
WhatsApp	42	25%
Correo electrónico	35	21%
Total	168	100%

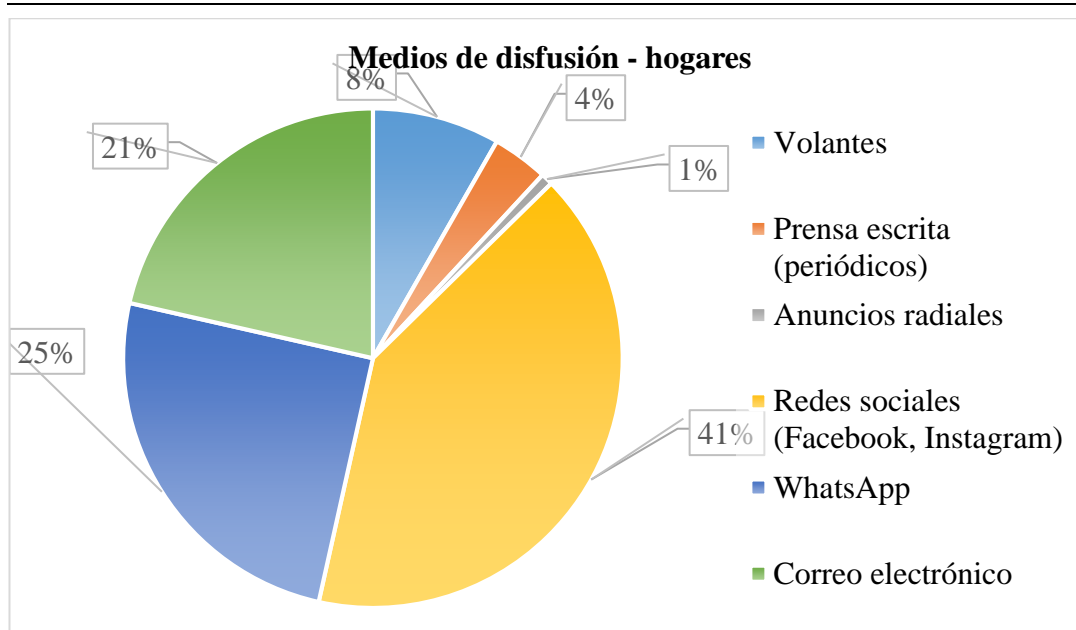


Figura 23. Medios de difusión - hogares

**Interpretación**

El análisis de la figura 23, muestra los medios que los usuarios prefieren para estar informados acerca de las opciones que brinda la empresa de servicios de limpieza complementarios, el 41% por redes sociales, 25% prefieren por WhatsApp, el 21% mediante correo electrónico y por métodos tradicionales el 8% por volantes, 4% prensa escrita y el 1% por anuncios radiales.

**Pregunta 9.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza general para su hogar diario, que incluya insumos, utensilios y maquinaria a utilizar?

Tabla 35

*Precios – hogares*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre \$ 15.00 - 20.00	18	11%
Entre \$ 20.00 - 25.00	21	13%
Entre \$ 30.00 - 35.00	42	25%
Entre \$ 35.00 - 40.00	87	52%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

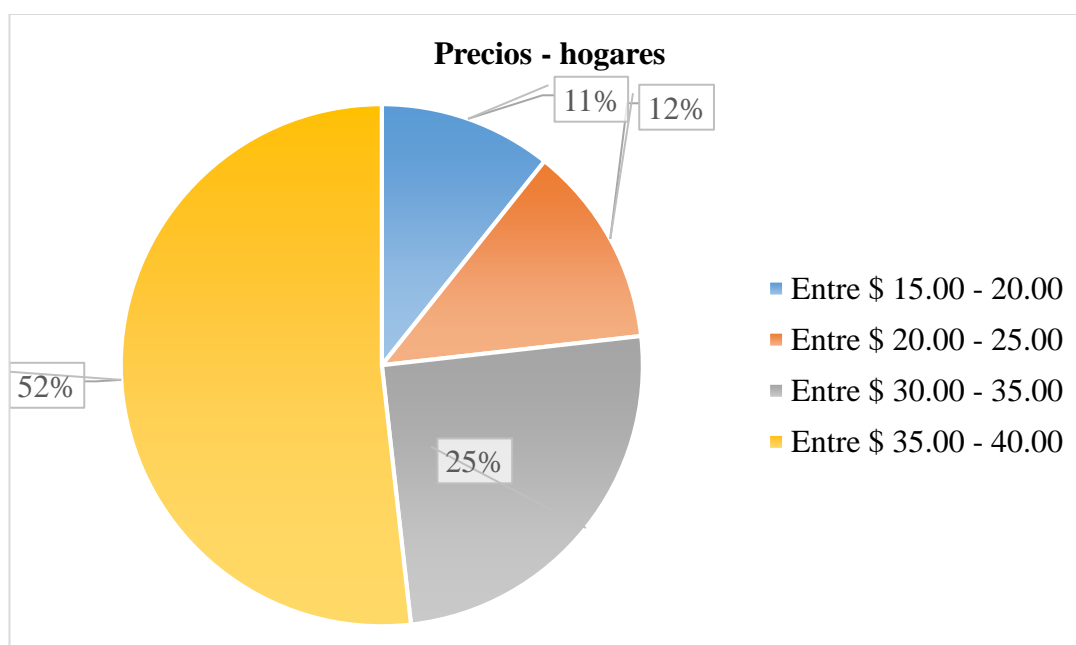


Figura 24. Precios - hogares

**Interpretación**

La figura 24, determina los precios que los interesados en adquirir los servicios de limpieza estarían dispuestos a pagar el 42% en un rango entre \$ 30.00 y \$ 35.00, el 52% entre \$ 35.00 y \$ 40.00, el 13% de los encuestados entre \$ 20.00 y \$ 25.00 y el 11% entre \$15.00 y \$ 20.00, permite conocer el poder adquisitivo de los futuros clientes, además ayudaran a definir los precios en la cartera de servicios principales y complementarios.

**Pregunta 10.** ¿Cuál sería su preferencia de pago del servicio de limpieza complementario?

Tabla 36

*Formas de pago – hogares*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Efectivo	58	35%
Cheque	11	7%
Tarjeta de crédito	99	59%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

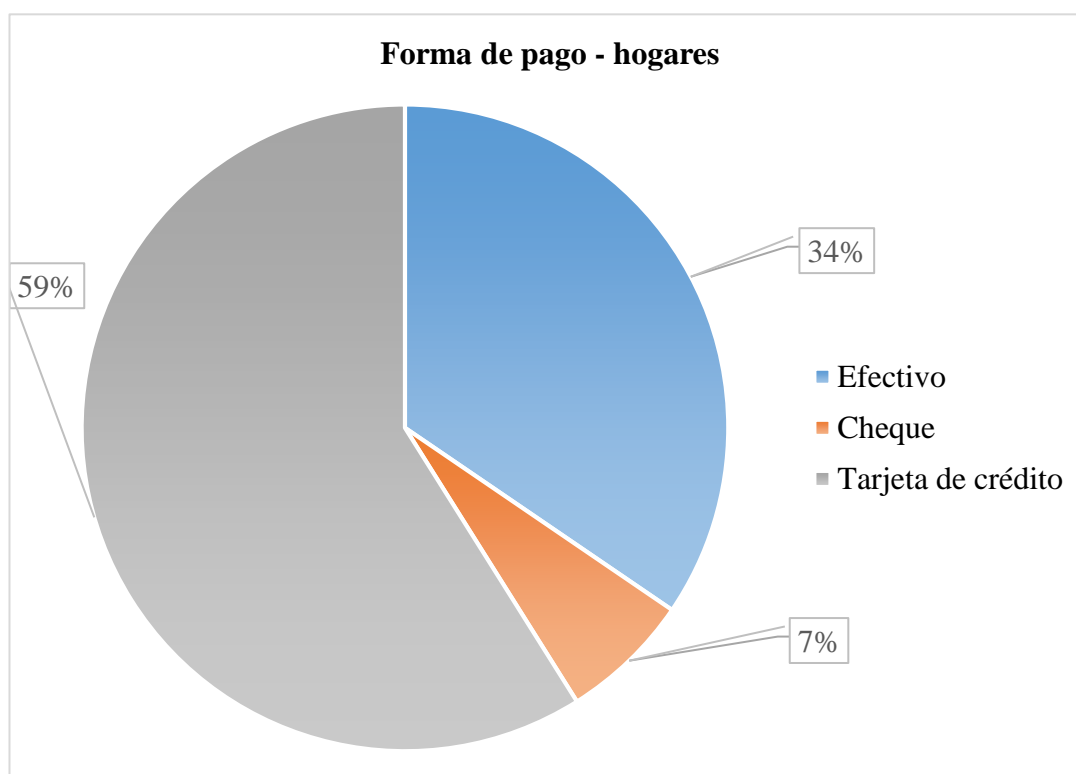


Figura 25. Formas de pago - hogares

### **Interpretación**

Los encuestados interesados en contratar los servicios de limpieza prefieren en la mayoría con un 59% realizar los pagos en efectivo, con un 34% prefieren en efectivo y una minoría representada por el 7%, prefieren pago con cheque, estos datos ayudarán para la elaboración de los flujos de cajas.

- **Sector empresarial**

La investigación de mercado es realizada mediante la encuesta a 203 empresas, en lugares aleatorios de la parroquia Ximena del cantón Guayaquil. Los resultados obtenidos de la tabulación servirán para realizar un correcto estudio, establecer la aceptación y la factibilidad de la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza.

**Pregunta 1.** ¿Contrata o ha contratado servicios de limpieza y mantenimiento para su empresa?

Tabla 37

*Contratación de servicios de limpieza - empresarial*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	19	9%
No	184	91%
Total	203	100%

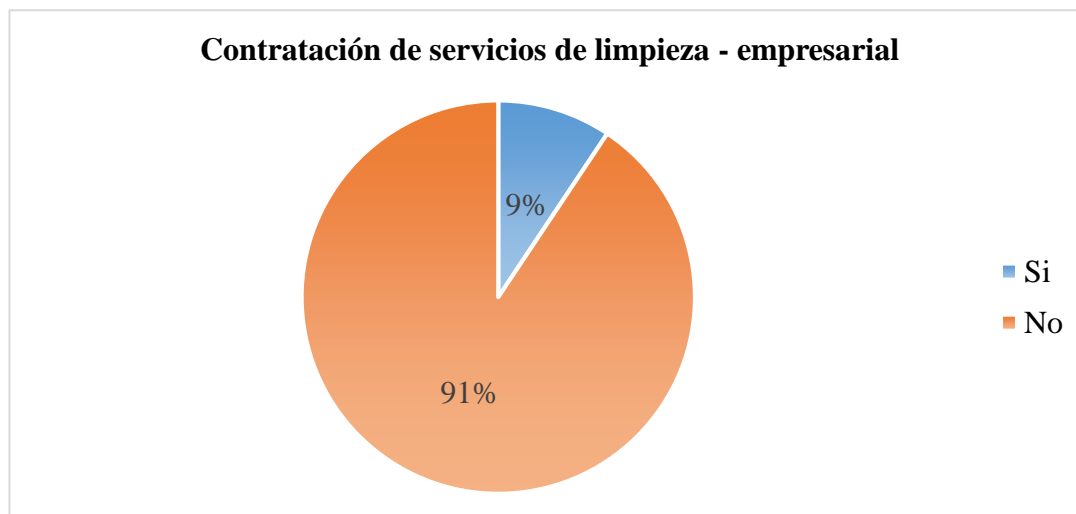


Figura 26. Contratación de servicios de limpieza - empresarial

### **Interpretación**

Mediante la investigación de campo realizada, indica que el 9% de los encuestados han contratado el servicio de limpieza para oficinas, mientras que el 91% indicó que nunca han contratado el servicio, las razones expuestas más concurrentes fueron porque cuentan personal de limpieza.



**Pregunta 2.** El servicio contratado fue:

Tabla 38

*Satisfacción de servicio de limpieza contratado – empresas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy Satisfactorio	2	1%
Satisfactorio	10	5%
Poco Satisfactorio	4	2%
Deficiente	3	1%
No ha contratado	184	91%
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>

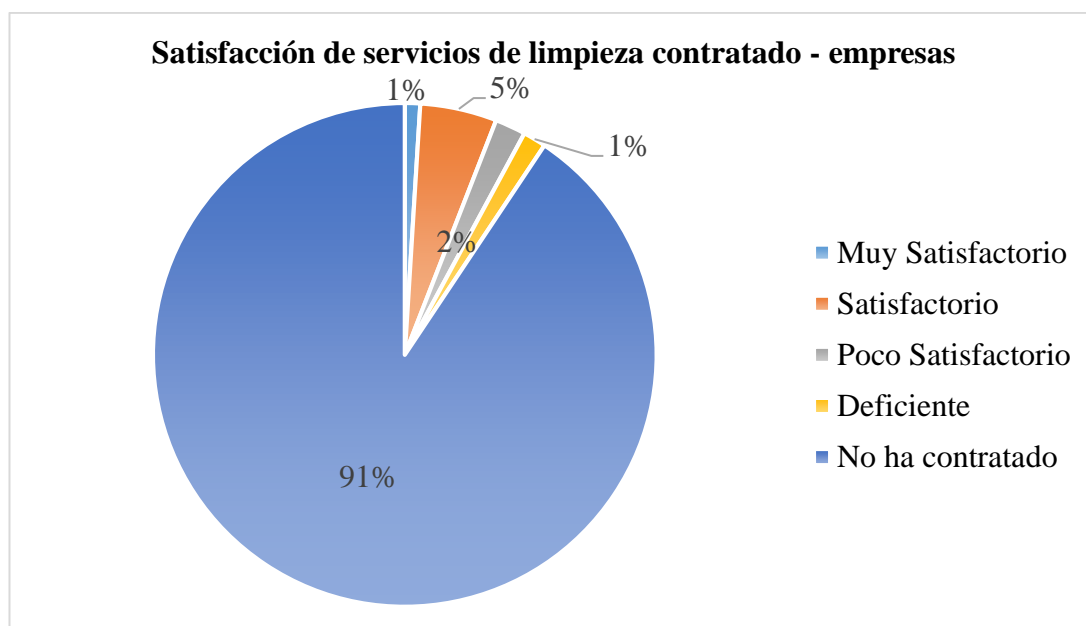


Figura 27. Satisfacción del servicio de limpieza contratado - empresas

**Interpretación**

Con relación a la información obtenida en las encuestas el nivel de satisfacción de las 19 personas que han contratado o actualmente contratan el servicio de limpieza el 1% indicó el servicio como deficiente, 2% indicó que es poco satisfactorio, 5% satisfactorio y solo el 1% muy satisfactorio, los resultados demuestran la incomodidad de los usuarios acerca de que no están satisfechos con el servicio brindado.

**Pregunta 3.** ¿Está usted interesado en contratar los servicios complementarios de limpieza, para empresas?

Tabla 39

*Interés de contratación del servicio de limpieza - empresas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	183	90%
No	20	10%
Total	203	100%

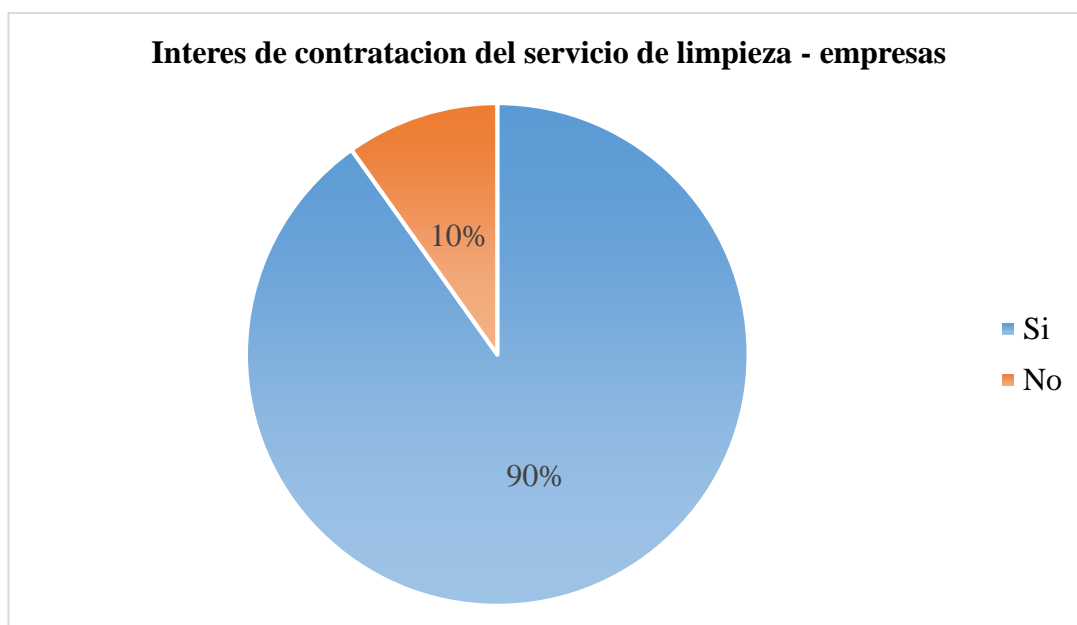


Figura 28. Interés de contratación del servicio de limpieza de empresas

### Interpretación

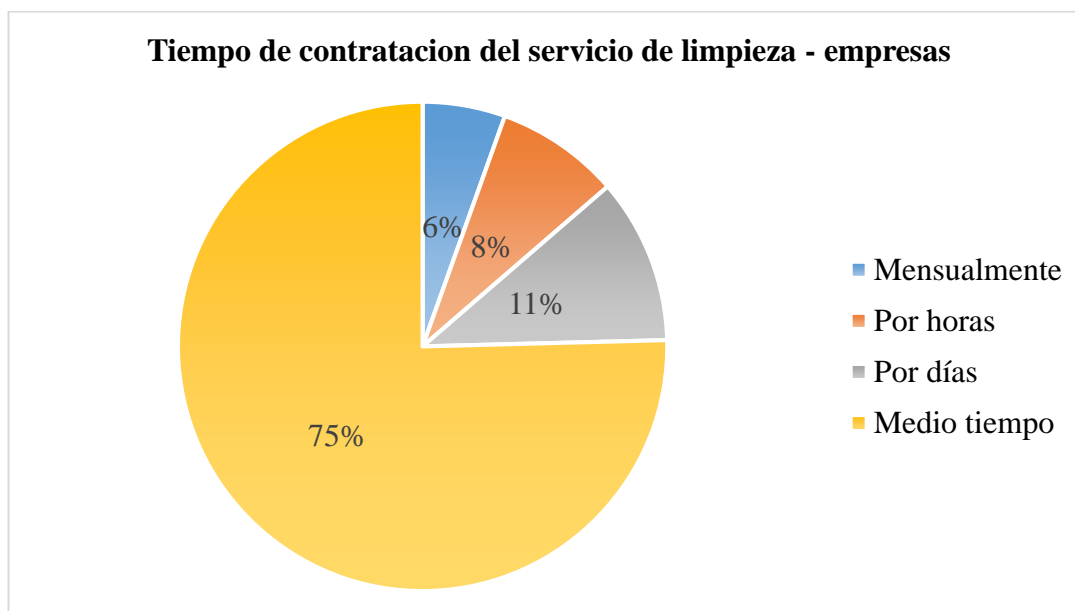
De acuerdo al análisis del gráfico de la figura 28, la mayoría de los encuestados están interesados en contratar el servicio de limpieza con una representación del 90%, mientras que el 10% no tiene ningún interés por contratar a una empresa, en la mayoría de los casos porque cuentan personal de limpieza o un conserje. Lo que muestra una oportunidad para la creación de la empresa, debido al alto nivel de aceptación.

**Pregunta 4.** ¿Si usted está interesado, cada que tiempo contrataría los servicios complementarios de limpieza?

Tabla 40

*Frecuencia de contratación del servicio de limpieza - empresas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mensualmente	10	5%
Por horas	15	8%
Por días	20	11%
Medio tiempo	138	75%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100%</b>



*Figura 29.* Frecuencia de contratación del servicio de limpieza – empresas

### **Interpretación**

De los 183 encuestados interesados en contratar una empresa de servicios de limpieza el 75% pretende realizar la contratación por medio tiempo, el 11% por días específicos, el 8% por horas definidas y el 5% de manera mensual, es decir de forma permanente. Lo que determina una proyección de ventas alentador en base a la frecuencia de contratación de los clientes, para la sostenibilidad de la creación de la empresa de limpieza.

**Pregunta 5.** De las siguientes opciones de promoción, ¿Cuál considera usted que es la más beneficiosa?

Tabla 41

*Promociones - empresas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Descuento por recomendación	12	7%
Descuento por paquetes de servicios	112	61%
Servicio gratuito por completar cartilla de consumo	59	32%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100%</b>

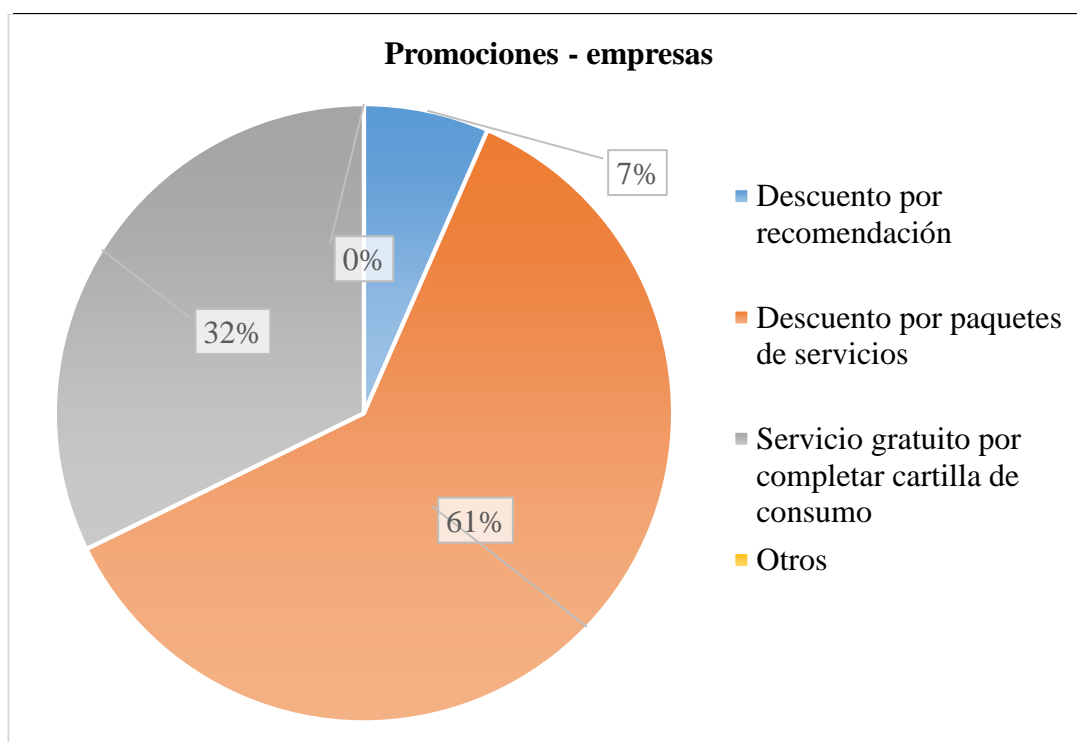


Figura 30. Promociones - empresas

**Interpretación**

La tabulación correspondiente a la preferencia para el acceso de promociones, con un 61% determinaron que sería más beneficioso descuentos por paquetes de servicios que incluya las necesidades particulares de cada cliente, un 32% opinó que la promoción más beneficiosa sería premiar la fidelización del cliente a través de servicio gratuito por completar cartilla de consumo, y 7% indicó por recomendación.

**Pregunta 6.** ¿Dónde le gustaría a usted, recibir información acerca de los tipos de servicios?

Tabla 42

*Medios de difusión - empresas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Volantes	9	5%
Prensa escrita (periódicos)	11	6%
Anuncios radiales	3	2%
Redes sociales (Facebook, Instagram)	73	40%
WhatsApp	50	27%
Correo electrónico	37	20%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100%</b>

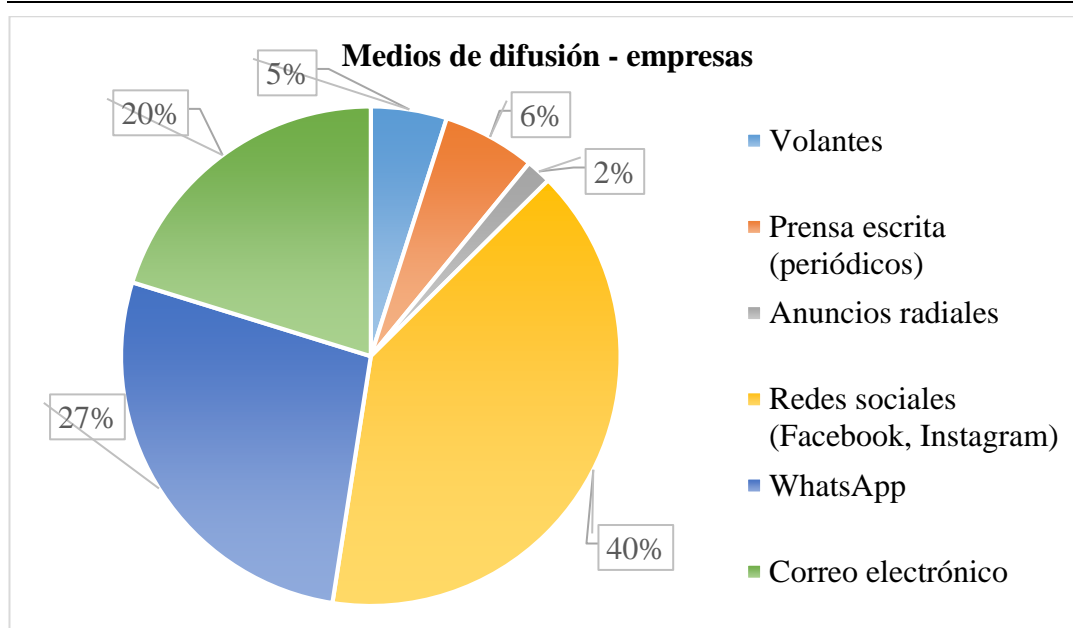


Figura 31. Medios de difusión - empresas

**Interpretación**

El análisis de la figura 31, muestra los medios que los usuarios prefieren para estar informados acerca de las opciones que brinda la empresa de servicios de limpieza complementarios, el 40% por redes sociales, 27% prefieren por WhatsApp, el 20% mediante correo electrónico y por métodos tradicionales el 5% por volantes, 6% prensa escrita y el 2% por anuncios radiales.

**Pregunta 7.** ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza general para su empresa, por medio tiempo, que incluya insumos, utensilios y maquinaria a utilizar?

Tabla 43

*Precios – empresas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Entre \$ 120.00 - 140.00	15	8%
Entre \$ 140.00 – 160.00	20	11%
Entre \$ 160.00 – 180.00	91	50%
Entre \$ 180.00 - 200.00	57	31%
Total	183	100%

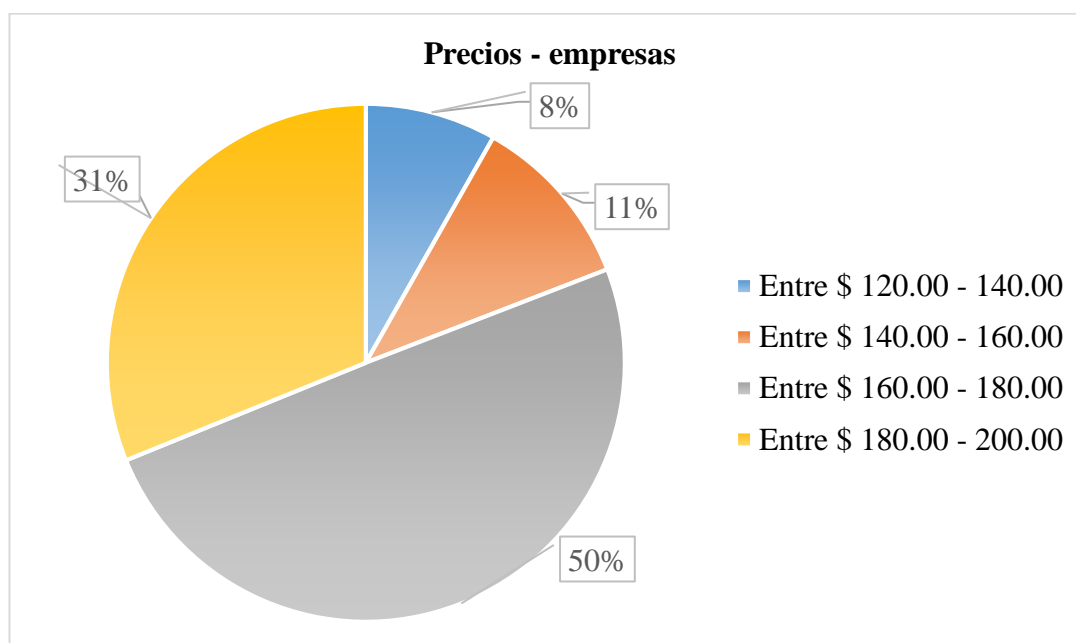


Figura 32. Precios - empresas

### **Interpretación**

La figura 32, determina los precios que los interesados en adquirir los servicios de limpieza estarían dispuestos a pagar el 50% entre \$160.00 y \$ 180.00, el 31% entre \$180 y \$200.00, el 11% entre \$140.00 y \$160.00 y el 8% entre \$ 120.00 y \$ 140.00 permite conocer el poder adquisitivo de los futuros clientes, además ayudaran a definir los precios en la cartera de servicios.

**Pregunta 8.** ¿Cuál sería su preferencia de pago del servicio de limpieza complementario?

Tabla 44

*Formas de pago – empresas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	11	6%
Cheque	81	44%
Tarjeta de crédito	16	9%
Transferencia bancaria	75	41%
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>100%</b>

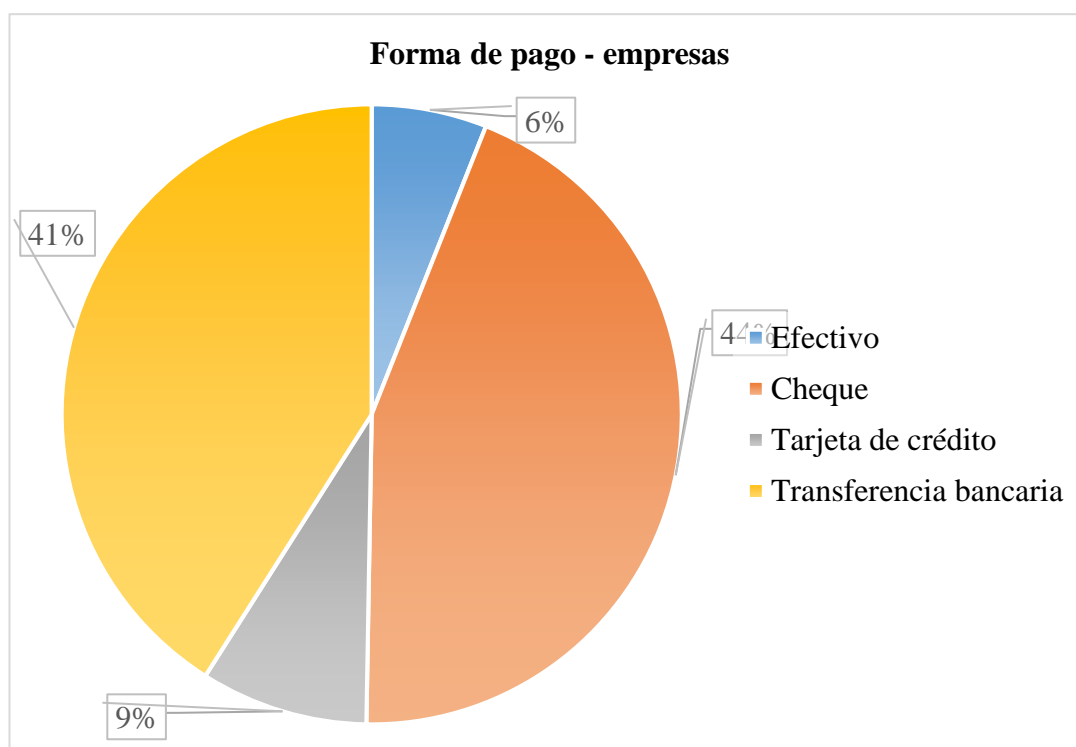


Figura 33. Formas de pago - empresas

### Interpretación

Los encuestados interesados en contratar los servicios de limpieza prefieren en la mayoría con un 44% realizar los pagos con cheque, el 41% prefiere en transferencia bancaria, el 9% con tarjeta de crédito y una minoría representada por el 6%, prefiere pago en cheques, estos datos ayudarán para la elaboración de los flujos de cajas.

### **Análisis general de las encuestas**

De los 203 encuestados, 42 viviendas han contratado en algún momento una empresa que brinda el servicio de limpieza, de las cuales 30 están insatisfechos por el servicio brindado y 161 viviendas no tienen ninguna experiencia en la contratación, de los 203 encuestados 168 están interesados en contratar el servicio, personas que continuarán con el resto del cuestionario y 35 no les interesa contratar, con quienes se da por lo culminada la encuesta.

Se determina que las 168 personas encuestadas, serían los posibles consumidores, quienes determinan en la gran mayoría que la frecuencia a contratar los servicios sería con un 49% dos veces al mes y con un 42% una vez por semana, y de las actividades principales más demandada los encuestados eligieron el 83%, el aseo completo, el 5% adicional eligieron otras opciones de la lista y el 12% otros servicios, seguida con un 48% por la limpieza y desinfección de baños, 40% seleccionaron otros servicios del listado y el 12% otros servicios como la limpieza de anaqueles, limpieza de colchones, clasificación y orden de closet de dormitorios. La información analizada en esta pregunta, muestra las alternativas que formarían parte de la cartera de servicios y cuáles serían los principales para mayor atención para la promoción y comercialización, además define que la empresa debe ofrecer una amplia gama de servicios, para satisfacer toda la demanda del mercado.

Los servicios de limpieza complementarios más solicitados por los usuarios son lavado de autos a domicilio con un 53%, el 44% eligieron adicionalmente otros servicios de la lista y el 3% eligieron otros servicios adicionales, seguido por un 53% de la limpieza y purificación de piscinas, 44% seleccionaron otras opciones de la lista y el 3% otros servicios. Los encuestados mostraron interés en contratación de limpieza de tumbados, clasificación y organización de despensas, además de



servicios integrales de plomería, albañilería, cerrajería, electricidad, pintura, mantenimientos, limpieza y purificación de aires acondicionados, normales y por ductos de ventilación.

Los medios a utilizar para la difusión y promoción son medios de comunicación actuales, el 87% de los encuestados prefieren redes sociales, WhatsApp y correo electrónico. Lo que determina la utilización de métodos modernos para la promoción de la empresa de servicios complementarios de limpieza en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.

De los 203 encuestados a nivel empresarial, 19 han contratado en algún momento una empresa que brinda el servicio de limpieza, de las cuales el 5% les pareció satisfactorio el servicio brindado y 184 empresas no tienen ninguna experiencia en la contratación, de los 203 encuestados 183 están interesados en contratar el servicio, personas que continuarán con el resto del cuestionario y 20 no les interesa contratar, con quienes se da por lo culminada la encuesta.

Se determina que las 183 empresas encuestadas, serían los posibles consumidores, quienes determinan en la gran mayoría que la frecuencia a contratar los servicios sería con un 75 % medio tiempo, 11% por días, 8% por horas, y 5% el servicio mensual.

Los medios a utilizar para la difusión y promoción son medios de comunicación actuales coinciden con los resultados de las encuestas del sector de los hogares, el 87% de los encuestados prefieren redes sociales, WhatsApp y correo electrónico. Lo que determina la utilización de métodos modernos para la promoción de la empresa de servicios complementarios de limpieza en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.

#### **4.1.2. Entrevista**

El proceso de la entrevista tiene como objetivo evidenciar si la creación de la empresa de servicios complementarios de limpieza es factible en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, mediante las respuestas de un formulario conformado de diez preguntas.

La entrevista fue realizada a tres personas que laboran en los cargos de administradores de empresas y asociaciones de limpieza del sector, con la finalidad de identificar los factores diferenciadores en cada una de las empresas en las que laboran, y que pueden compartir según la experiencia obtenida en el sector.

#### **Formulario**

##### **1. ¿Cuál es la experiencia que tiene dentro del negocio?**

Según el análisis de las tres entrevistas, la experiencia dentro del sector de limpieza es de tres, cinco y 10 años, las dos primeras corresponden a personas que forman parte de asociaciones y la tercera es una sociedad. Todos tienen experiencia en las instituciones públicas.

##### **2. ¿Cuáles son los factores externos más relevantes que considera usted, impactan para la sostenibilidad en el mercado del servicio de limpieza?**

Los tres entrevistados consideran tres factores importantes: primero el gobierno de turno, ya que de ello dependen las condiciones y requisitos para la contratación del sector público, segundo la competencia, la creación de nuevas empresas con precios más bajos y tercero la contratación informal de extranjeros.

##### **3. ¿Cuáles son los servicios que su empresa brinda y por qué?**

Las empresas entrevistadas brindan servicios similares como son: limpieza de oficinas, interiores amoblados, áreas operativas, baterías sanitarias, áreas de circulación, exteriores, parqueaderos, patios, limpieza y mantenimiento de vidrios,

piscinas, cisternas, entre otros. Porque consideran que se deben ofrecer todos los servicios que el sector demanda, para la satisfacción de los consumidores.

**4. ¿Cuáles son los medios para promocionar y dar a conocer a la empresa?**

Las asociaciones por ser empresas nuevas en el mercado no tienen un plan definido de marketing para darse a conocer, y se enfocan en el nicho de mercado de las entidades del estado mediante el portal de compras públicas. A diferencia de Lujo Clean, que por ser una empresa con muchos años en el mercado se mantienen presentes mediante redes sociales como Facebook, Instagram y Google.

**5. ¿Cuáles son los parámetros utilizados para establecer precios de servicios?**

Las opiniones de las tres personas entrevistadas de las diferentes empresas determinaron que los parámetros para establecer precios competitivos a los servicios son en base al análisis del servicio ofertado y el sector, incluye los materiales e insumos a utilizar, el tiempo y la mano de obra.

**6. ¿Realiza capacitaciones continuas al personal operativo, por qué?**

Las asociaciones no realizan capacitaciones continuas al personal, porque consideran que el personal contratado es especializado en cada área que se desenvuelven. Lujo Clean, que realiza capacitación continua al personal, porque considera que la calidad del servicio brindado es lo que los mantiene en el mercado, además cuentan con una certificación de calidad.

**7. ¿Qué importancia considera usted que tenga una capacitación previa al personal operativo, para darles a conocer las instrucciones a seguir y el uso correcto de los materiales y equipos de limpieza?**

En las tres empresas de servicios consideran que es de gran importancia una capacitación previa al personal operativo, donde se les da las instrucciones a seguir

con el adecuado uso de los materiales equipos e insumos, para un correcto desenvolvimiento del personal y mantener una buena imagen corporativa.

**8. ¿Han presentado inconvenientes con los clientes por el servicio brindado, nos puede compartir alguna experiencia?**

Solo una de las tres empresas compartió la experiencia con un cliente del sector público, el inconveniente surgió por la falta de un supervisor inmediato permanente, que asigne los recursos e insumos a tiempo de cada área, además de que vigile y estimule al personal operativo a cumplir con todas las actividades asignadas y el horario completo de la jornada laboral.

**9. ¿Qué dificultades se le han presentado en la parte operativa, y cuál ha sido la solución?**

Las asociaciones presentaron problemas, una de ellas por no respetar las jerarquías en el ámbito laboral, las preferencias con ciertos empleados, ocasiona molestias en los demás y los desmotiva a cumplir con las actividades asignadas, la solución planteada es el cambio del supervisor u miembro operativo a otro frente de trabajo. La otra asociación mantuvo problemas con la distribución de materiales, equipos e insumos en cada frente de trabajo, la solución fue la implementación de formatos semanales, de pedidos y entregas.

**10. ¿Qué recomendaciones daría usted, para brindar el servicio de limpieza?**

Las recomendaciones planteadas fueron similares entre los tres entrevistados que son contratar personal con experiencia, utilizar materiales e insumos de calidad amigables con el medio ambiente, costos accesibles según el sector, amplia gama de servicios, y un servicio personalizado para satisfacción del cliente y la fidelización de los mismos.

### **Análisis general de las entrevistas**

Mediante las repuestas del formulario del proceso de la entrevista realizada a tres administradores de empresas de servicios de limpieza establecidas en el mercado se determinó que los factores externos más relevantes que impactan en la sostenibilidad son el gobierno debido a que depende de los nuevos administradores para la contratación del sector público que es el principal cliente al que la mayoría de las empresas apunta, la creación de nuevas empresas como asociaciones que aumentan la competencia del sector y la contratación informal debido excesivo ingreso de extranjeros al país.

Además las tres empresas de servicios consideran que es de gran importancia una capacitación previa al personal operativo, para el correcto uso de materiales, insumos y herramientas, para optimizar costos y tiempo, además que fomenta mantener buenas relaciones laborales, debido a que cada uno tiene conocimiento de lo que debe hacer, además ayuda receptor pedidos y coordinar la logística de entrega para evitar inconvenientes de retrasos para lograr la satisfacción de los clientes por los servicios brindados y proyectar una buena imagen corporativa, que garanticen la seguridad al cliente.

Las recomendaciones de las empresas ya establecidas en el sector de servicios de limpieza para la factibilidad del presente proyecto fueron contar con un talento humano con experiencia, utilizar materiales e insumos de calidad y acorde al cuidado del medio ambiente, productos biodegradables, ofertar una amplia cartera de servicios a costos accesibles según el público objetivo, teniendo siempre en cuenta la satisfacción del cliente, formar un grupo de colaboradores sólido y con responsabilidad ambiental.

## 4.2. Estudio de mercado

La empresa de servicios complementarios de limpieza se encuentra en un mercado competitivo, para poder competir en el mercado actual y contra la crisis económica es necesario ofrecer servicios y tarifas flexibles para los clientes. La alta demanda y la variedad de empresas similares hacen que los precios tengan que ser más competitivos, para poder lograrlo se utilizará maquinarias y equipos que agilice la limpieza, además de la implementación de técnicas de aseo estándares que reduzcan el tiempo de trabajo, optimicen recursos, aumenten la productividad y eficacia, generando rentabilidad para la organización.

La empresa brindará a la clientela servicios que constan de la limpieza, sanitización, mantenimiento y desinfección para el sector empresarial y los hogares en forma periódica según la elección del usuario. El servicio será realizado por personal especializado según el sector contratante, uniformados correctamente y con elementos de seguridad e higiene adecuados.

En base en que el producto que se ofrece es intangible se pretende dar un servicio diferenciado, que se lograra con personal calificado, idóneo para cada servicio que ofrece, los insumos de productos de limpieza serán de calidad y comprometidos con el cuidado medio ambiente y suministrado de forma eficiente y los equipos a utilizar serán de última tecnología.

Para lograr que la clientela directa adquiera los servicios en el mercado competitivo en el que se desempeña el presente proyecto de prefactibilidad, se debe realizar un estudio exhaustivo para ofrecer un servicio diferenciado que capte la atención del cliente para contratar el servicio para luego fidelizarlo, y así poder lograr la sostenibilidad de la organización.

### 4.2.1. Micro ambiente

Tabla 45

*Análisis FODA*

<b>Análisis FODA</b>	
<p><b>FORTALEZAS-F</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tener costos más bajos que la competencia</li> <li>2. Costos bajos de herramientas y equipos</li> <li>3. Organización en la realización de actividades diarias.</li> <li>4. Recurso humano, se contará con personal calificado en todos los campos, proactivo, comprometido y unido</li> <li>5. Diversificación de servicios.</li> <li>6. Contar con local propio.</li> </ol>	<p><b>DEBILIDADES-D</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Empresa nueva, no cuenta con un nombre reconocido.</li> <li>2. Poca experiencia en el sector de servicios de limpieza</li> <li>3. La competencia es fuerte por la experiencia en el mercado.</li> <li>4. Como empresa nueva tiene un alto riesgo de sostenibilidad en el mercado.</li> <li>5. Falta de recursos económicos para la puesta en marcha del proyecto.</li> </ol>
<p><b>OPORTUNIDADES-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posibles alianzas estratégicas con proveedores de maquinarias, insumos, y herramientas de limpieza.</li> <li>2. Facilidad para créditos para microempresa de la CFN.</li> <li>3. Zona comercial e industrial, accesible que hace factible la ubicación de la empresa.</li> <li>4. Marketing digital, para dar a conocer y promocionar la empresa a un costo accesible.</li> <li>5. La implementación de un sistema integrado contable y operativo.</li> </ol>	<p><b>AMENAZAS-A</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inestabilidad política y económica, debido a los cambios en el sistema de gobierno.</li> <li>2. Cambios en las reformas tributarias – SRI, variaciones de impuestos.</li> <li>3. Reformas laborales de contratos y remuneraciones</li> <li>4. Variaciones en los porcentajes de las aportaciones al IESS de los empleados.</li> <li>5. Contratación de extranjeros de forma informal a costos más bajos.</li> </ol>

#### 4.2.2. Macro ambiente

##### Factores Político - Legal

- Cambios en el sistema de Gobierno, la situación política en el Ecuador desde hace varios años ha sido inestable y poco prometedora, sin embargo, el gobierno por medio de programas de apoyo incentiva a través de las entidades correspondientes para aportar mayormente con la parte financiera a que las pymes se formen y crezcan, por ejemplo, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversión, tiene un presupuesto de \$ 12 millones para financiar nuevos negocios en el país. Para que los emprendedores ecuatorianos desarrollen los negocios y estos sean sostenibles en el tiempo. Esta iniciativa se apalanca en dos compañías privadas especializadas en gestión y desarrollo de emprendimientos: Muyu y Master Game.
- Cambios en reformas tributarias – Servicio de Rentas Internas, SRI, en los últimos años el gobierno ha adoptado políticas que han afectado a las empresas en el campo tributario con variaciones en los impuestos que se puede traducir como un freno al sector productivo y un desincentivo a la inversión. En la actualidad se encuentra el análisis del proyecto de Ley de Crecimiento Económico que remitió el Ejecutivo a la Asamblea incluye 16 ajustes tributarios para las empresas privadas. Los cambios incluyen incentivos como eliminación del anticipo del impuesto a la renta con el objetivo de inyectar liquidez al sector, reducción de beneficios y nuevas cargas para el sector productivo del país.
- Normas del Código Orgánico de Ambiente, y Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial, quien tienen la facultad en la respectiva circunscripción territorial, ejercerán las competencias en materia ambiental



asignadas y de conformidad a la Constitución y la ley. Estarán sujetos al control y seguimiento de la Autoridad Ambiental Nacional (Art. 25)

- Afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS de los empleados, cambios en porcentajes de afiliación individual y patronal. El aporte personal corre a cargo del trabajador y es descontado de la remuneración mensual. Podrá también asumirlo el empleador. El Consejo Directivo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, mediante Resolución Transitoria 16 de la ley de Seguridad Social, vía resolución C.D. 501 de noviembre de 2015, Consolidación de tablas de distribución de las tasas de aportación al IESS, vigente determina, En el sector privado el aporte personal es del 9.45% y el patronal 11.15%, la aportación total a la seguridad social del 20.60%. Distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 46

*Distribución de las tasas de aportación del IESS*

<b>Concepto</b>	<b>Personal</b>	<b>Patronal</b>	<b>Total</b>
Seguro de Pensiones (Invalidez, vejez y muerte)	5.86	0.10	5.96
Seguro de Salud (Enfermedad y maternidad)	0.88	9.06	9.94
Seguro de Riesgo del trabajo	0.00	0.20	0.20
Seguro de Cesantía	2.00	1.00	3.00
Seguro Social Campesino	0.35	0.35	0.7
Gastos de Administración	0.36	0.44	0.8
<b>Total Aporte</b>	<b>9.45</b>	<b>11.15</b>	<b>20.6</b>

- Permisos de funcionamiento los cuales son: Permiso del Cuerpo de Bomberos, obtención del uso de suelo, patente municipal y tasa de habilitación que serán tramitados en el municipio de Guayaquil.

- Reformas en la Ley del Trabajador, en modalidades de contratos y remuneraciones  
  
Tipo de contrato del personal a aplicar en el Ministerio de Trabajo: Contrato por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio.
- Aumento del desempleo en el país por reformas o cambios políticos. La tasa de desempleo en marzo del presente año se ubicó en 4.6%; el subempleo en 18.7%; la tasa de otro empleo no pleno de 27.2% y el empleo no remunerado en 11.0%. La tasa de desempleo para las mujeres fue mayor a la de los hombres. Así, en marzo de 2019, a nivel nacional el 5.7% de las mujeres en la población económicamente activa (PEA) estuvieron en situación de desempleo, mientras que entre los hombres el desempleo fue de 3.8%, según datos del INEC 2019.

### **Factores Económicos**

- Acceso a entidades financieras, que fomentan el desarrollo de la microempresa CFN. Nuevo domicilio del Fondo Nacional de Garantías – Resolución Nro. CFN-B.P.-G.G.2018-0179-R, apoya el desarrollo productivo del país a través del otorgamiento de garantías adecuadas, facilitando el acceso al crédito a micro, pequeños y medianos empresarios, que no cuentan con financiamiento en el sistema financiero privado, debido a que no cuentan con garantías requeridas suficientes, con una tasa del 15.5% y 36 meses plazo.
- Costos de permisos municipales anuales, varían de acuerdo al área del establecimiento y de los balances del año anterior presentados en la Superintendencia de Compañías.

- Inflación, el IPC (Índice de Precio al Consumidor) de octubre de 2019 registró una variación mensual de 0.52%, que es el mayor porcentaje en lo que va del año. En seis de las 12 divisiones de bienes y servicios cuya ponderación agregada fue 55.86% se registraron valores positivos, siendo Transporte; y, Alimentos y bebidas no alcohólicas las de mayor variación. En las restantes 6 divisiones que ponderan 44.14% el resultado fue negativo, siendo Educación; y, Salud las agrupaciones de mayor porcentaje, según informe del Banco Central del Ecuador. La inflación anual a octubre del 2019 es de 0.50%, mientras el 2018 terminó con inflación de 0,27%

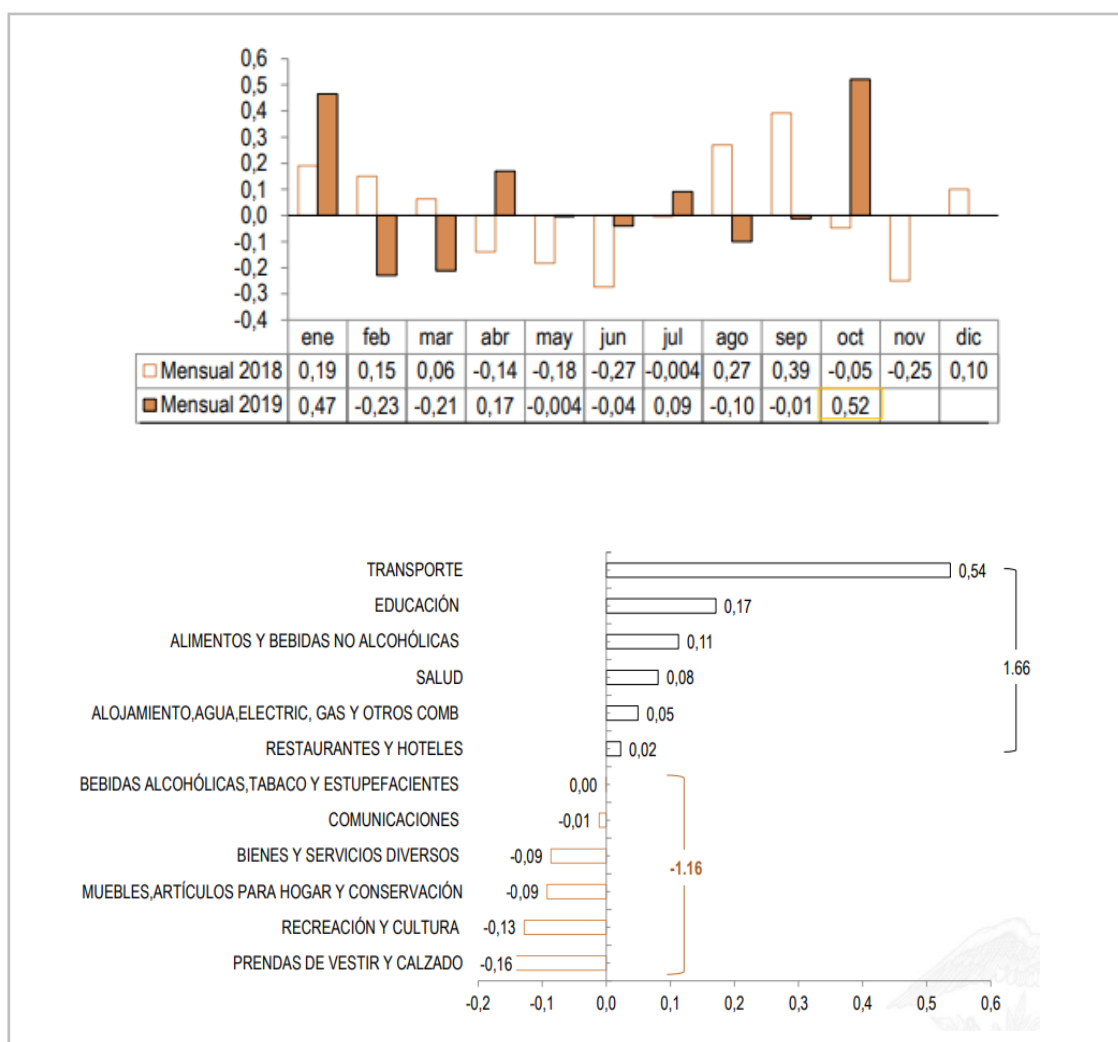


Figura 34. Inflación mensual del IPC y por divisiones de bienes y servicios

Nota. Tomado de Banco Central del Ecuador (2019)

- Variaciones en la economía de Ecuador, que afronta problemas que le han llevado a contraer deuda externa, la economía creció en 0.30 % en el segundo trimestre de 2,019 frente al mismo período de 2,018, según informó el Banco Central (BCE).
- Aumento de intereses en el sector financiero, los depósitos caen mientras crédito pierde fuerza. Los depósitos de las empresas se contraen al igual que las ventas, 4.50%. Los depósitos de los hogares comienzan a desacelerarse, 6.90% dan como resultado la venta total nacional del -3.50%, esto provoca el aumento de las tasas de interés, activa 9.00% y pasiva el 6.00%. Según informe de la Cámara de Comercio de Guayaquil. Fuente: Boletín monetario semanal Banco Central del Ecuador enero 2,019.

### **Factores Socio – Cultural**

- Dirigido al nivel económico, según la escala de estratificación del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, estrato A (Clase Alta), B (Clase media – alta), y C+ (Clase Media).
- Tendencia por contratar a personas por días y actividades específicas, Las prácticas de multiempleo y de trabajo por horas son una evidencia del aumento de la informalidad en este segmento de población que se observa desde el 2,014 cuando se inició la crisis económica en el país. Por otro lado, existe una presencia significativa de mujeres migrantes, que se insertan en este sector laboral en “condiciones de extrema vulnerabilidad”, agrega el informe de CARE. El 43% que se dedican a las labores de limpieza fueron asegurados en el 2,018, según datos del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Es decir, el 57% de ese segmento de la población no está asegurada.

- Estratificación socioeconómica, A (Clase Alta) 1.90%, B (Clase Media -Alta) 11.20%, C+ (Clase Media) 22.80%, con un total del 35.90%, en la parroquia Ximena, según datos del INEN y la estratificación del Nivel Socioeconómico 2,011.
- Tendencia a contratar a extranjeros de manera informal a un costo inferior. Según cifras del Ministerio del Interior, 267,261 venezolanos no registraron la salida entre el 2,015 y abril del 2,018. De esa cifra, entre 60,000 y 80,000 son personas que no está en edad de trabajar. Pese al alto número, apenas ocho de 617 ciudadanos de Venezuela tenían un contrato laboral debidamente registrado hasta agosto 2,018, según datos oficiales, según información del Ministerio de Trabajo
- Zona accesible para crear la empresa de servicios complementarios de limpieza, ubicados en la Pradera III, Mz. B Sl. nueve, sector comercial e industrial, además cuenta con servicio agua potable de Interagua, energía eléctrica y alumbrado público de CNEL EP, área urbana, con calles pavimentadas y adoquinadas, que hacen factible la ubicación de la empresa.

### **Factores Tecnológicos**

- Equipos nuevos y modernos, como aspiradoras, máquinas de vapor, hidrolavadoras a presión de 3,600 PSI, abrillantadora para pisos, que faciliten las labores de limpieza y brindar un servicio de calidad de marcas reconocidas Pacific, Alberti International, Nationwide, Vermop, Moerman, Norton, Tennan.
- Acceso a internet para los empleados para mantener al día la innovación con aplicación de nuevas técnicas, a través de capacitaciones continuas.

- Tendencia a la implementación del marketing digital. Para publicidad y promoción a un costo accesible, que permitirá dar a conocer a la empresa y ganar clientes. Publicidad por medio del Internet a través de redes sociales, Fan page, Instagram y WhatsApp, para llegar al público objetivo, que según los datos del INEC – Censo 2,010 del cantón Guayaquil, el 83.2 % tienen teléfono celular, 28.6% computador y el 17.1% tiene internet permanente.
- Implementación de sistema integrado contable, para el área administrativa y operativa, con la implementación de la facturación electrónica que es una forma de emisión de comprobantes de venta que cumple con los requisitos legales y reglamentarios exigibles para la autorización por parte del SRI.
- Cobros mediante tarjetas de débito y crédito por medio del Datafast, como sistema Auxiliar de Pagos para operar en el servicio de "Procesamiento Transaccional y de Pago a través de Puntos de Venta Electrónicos para mayor comodidad y seguridad del cliente. En Ecuador existen unos 76,628 dispositivos para cobrar cuando se compra con tarjetas de débito y de crédito. En estas máquinas, también conocidas como P.O.S. (Point of Sale), se realizaron USD 584.2 millones en transacciones de enero a agosto del año 2,017, un 11% más respecto de igual período del 2,016, según los últimos datos de la Superintendencia de Bancos.

#### **4.2.3. Análisis y proyección de la Oferta**

La oferta es el conjunto de empresas u organizaciones que conforman el mercado de un determinado sector, que se encuentran compitiendo constantemente por lograr la preferencia y aceptación de los consumidores mediante la satisfacción de las necesidades, gustos y preferencias.

La proyección de la oferta es en base a las estimaciones previstas por la competencia con respecto al número de hogares y empresas anuales a los que prestan los servicios de limpieza complementarios en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil. Entre las empresas que tienen el objeto social reconocido legalmente en el mercado se detallan las siguientes:

Tabla 47

*Oferta*

<b>Empresas</b>	<b>Clientes anuales</b>
Varetza	3,580
Maxicleaning S.A.	2,970
Suamolim S.A.	2,895
Total	9,445

Estas empresas, ofrecen servicios para toda la ciudad, por lo que está proyectada a un grupo objetivo distinto al cual se quiere llegar. Es importante mencionar que existe una ventaja de las empresas citadas, debido a que según los resultados de la pregunta número uno de la encuesta el 79% de los encuestados perteneciente al sector domiciliario y el 91% del sector empresarial no han contratado los servicios, las razones expuestas más concurrentes fueron porque cuentan con una empleada doméstica y porque no conocen una empresa que brinde todos los servicios para hogares y asumen que los precios no son accesibles para la contratación y en el sector empresarial las razones son porque cuentan con personal para la limpieza.

Esto genera motivación ya que, como resultado, la empresa que se desea emprender, será la única que ofrezca este tipo de servicios exclusivamente para el mercado para los habitantes y las microempresas y pequeñas empresas del sur de la ciudad de Guayaquil.

#### 4.2.4. Análisis y proyección de la Demanda

Para analizar la demanda es importante determinar los factores que influyen al mercado en relación al servicio a ofertar y las posibilidades de satisfacer las necesidades de la demanda. En el presente proyecto de servicios de limpieza complementarios, la demanda se determina de la población del cantón Guayaquil de la parroquia Ximena 546,254 habitantes.

Para delimitar la muestra de población objetiva se definió por número de hogares y se realizó la estratificación del Nivel Socioeconómico, la misma que sirvió para homologar las herramientas de estratificación, así como para una adecuada segmentación del mercado de consumo, considerando la variable socioeconómica que es para el nivel A del, 1.9%, el 11.2% en nivel B, el 22.8% en nivel C+. Como resultado la población objetiva es 49,026 hogares del sector.

Se estableció una muestra de 203 hogares; la cual se estableció mediante la tabulación de las encuestas, en la que se realizó un cuestionario de 10 preguntas. Es importante mencionar que en la pregunta 3 se pudo identificar la demanda activa, a través del resultado el 83% de los encuestados están interesados en contratar los servicios de limpieza complementarios, por lo que la demanda se reduce en:

Tabla 48

*Demanda – hogares*

<b>Total de hogares</b>	<b>% Intención de contratación</b>	<b>Demanda</b>
49,026	83%	40,692

Para el sector empresarial, se estableció una muestra de 203 empresas; la cual se estableció mediante la tabulación de las encuestas, en la que se realizó un cuestionario de ocho preguntas. Es importante mencionar que en la pregunta tres se



pudo identificar la demanda activa, a través del resultado el 90% de los encuestados están interesados en contratar los servicios de limpieza, por lo que la demanda se reduce en:

Tabla 49

*Demanda – empresas*

<b>Total de empresas</b>	<b>% Intención de contratación</b>	<b>Demanda</b>
26,569	90%	23,912

**4.2.5. Análisis y proyección de la Demanda Insatisfecha**

Es la demanda a la cual los clientes no han podido acceder al producto y/o servicio, o en el caso que accedió no está conforme con lo ofertado, la diferencia entre la oferta de la demanda da como resultado la demanda insatisfecha que es factible si el resultado es positivo.

El análisis de la oferta y la demanda proyectada permiten determinar la demanda insatisfecha, misma que refleja el objetivo del presente proyecto de prefactibilidad de la creación de una empresa de servicios de limpieza complementarios en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil. En la siguiente tabla se determinó la demanda insatisfecha actual de 31.247 hogares y para el sector empresarial la demanda insatisfecha actual de 17,124 empresas

Tabla 50

*Demanda Insatisfecha - hogares*

<b>Detalle</b>	<b>Hogares</b>
Proyección de la Demanda:	40,692
Proyección de la Oferta:	9,445
<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>31,247</b>

Tabla 51

*Demanda Insatisfecha - empresas*

<b>Detalle</b>	<b>No. Empresas</b>
Proyección de la Demanda:	26,569
Proyección de la Oferta:	9,445
<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>17,124</b>

Lo cual permitirá enfocar determinadas estrategias corporativas a esta demanda insatisfecha, para lograr la atención de los clientes, convencerlos de la contratación y lograr la fidelización con el tiempo, brindando un servicio que cumpla con las necesidades y expectativas de los demandantes y que generen la rentabilidad para la sostenibilidad y crecimiento de la organización.

#### **4.2.6. Producto**

##### **Naturaleza**

Los servicios de limpieza a ofrecer son de dos tipos. El primero son las limpiezas generales que son por tiempo y frecuencias definidos según el contrato, y están dirigidas tanto a domicilios particulares como al sector empresarial. El servicio de limpieza integral de instalaciones funciona de acuerdo a un plan de trabajo desarrollado a la medida de las necesidades del cliente. La segunda modalidad son las limpiezas sectoriales específicas que se denominan servicios complementarios, hay sectores que requieren planes de limpieza específicos, con materiales, técnicas, maquinarias y personal especializado.

##### **Composición**

Los diferentes tipos de limpieza lo realizan de forma cuidadosa para evitar la propagación de gérmenes en otras áreas. Inicia con una barredora de microfibras para

eliminar gran porcentaje de microorganismos al no levantar polvos. Luego utilizando coches utilitarios que contiene dos cubetas uno amarillo para iniciar la limpieza con detergente y otro rojo para realizar la esterilización con desinfectante, adicional incluye el escurridor para un uso adecuado de la mopa para evitar utilizar las manos, los paños y guantes los lavarán diariamente o desecharán según el uso.

La limpieza y desinfección de sanitarios será exhaustiva, con utilización de productos germicidas amigables con el medio ambiente y no tóxicos para el ser humano. De igual forma la limpieza y desinfección en general para la eliminación de gérmenes, de los servicios generales y complementarios.

En general, un equipo de limpieza debe contar con maquinarias, equipos, herramientas e insumos esenciales para la brindar los diferentes servicios, se detallan a continuación los principales con la descripción de la utilización:

### **Maquinarias y equipos**

- **Hidrolavadoras de alta presión.** Utilizada para la limpieza en general de pisos, jardines, vehículos entre otros, ahorrando tiempo, agua, detergente y energía eléctrica.
- **Pulidoras.** Sirve para pulir pisos con la rotación de un mono disco que se dirige con una manija y otros comandos. El tipo de pulidora a usar es el de baja velocidad, por el ahorro de energía y menor ruido.
- **Moto guadañas.** Es una maquina utilizada en jardinería, para cortar las malas hierbas y adecuación del césped
- **Aspiradora.** Para la eliminación de polvo y líquidos, funcionan con una bomba de aire que, luego de aspirar, pasa a un depósito para desechar lo aspirado.

- **Carros escurridores.** Son baldes, con escurridor, reducen los tiempos requeridos para cada tarea, cuenta con un escurridor lateral con palanca, que aumenta la eficiencia del escurrido y disminuye el esfuerzo, llantas que hacen de fácil movilidad, no generan ruidos y no dejan marcas en la superficie mediante el desplazamiento.
- **Coches utilitarios.** Carros de limpieza multiusos, donde se colocan una gran variedad de herramientas de limpieza, se desplazan en silencio y no dañan los pisos.
- **Lava alfombras y tapizados.** Esta herramienta mecánica es una aspiradora y lavadora a la vez, pero orientada a las alfombras y tapizados. Hace ambas cosas por la única boquilla, lo cual hace rápida la aplicación en los muebles y alfombras de las oficinas.
- **Bombas de fumigar a motor.** Adecuadas para realizar labores de fumigación en donde es necesario expulsar los biocidas a gran distancia.

### **Materiales e insumos**

- **Guantes.** Para lograr una buena destreza y tener seguridad en la manipulación de detergentes y otros líquidos durante la limpieza de oficinas, hogares o cualquier tipo de ambiente, se utilizan guantes de látex cómodos y con una textura grabada.
- **Escoba y pala.** Estas herramientas se complementan, ambas con mango de polícloruro de vinilo (PVC), por la resistencia, el material de las cerdas, es de tereftalato de políbutileno (PBT), por que resiste a una gran cantidad de químicos, no absorbe líquidos como el agua y aceite, y se puede esterilizar fácilmente.

- **Trapeador o escurridor y cubeta.** Sobre el trapeador, también es llamado secador de piso o mopa, y sirve para secar superficies mojadas que pueden causar accidentes por resbalones. En cuanto al escurridor, en ocasiones puede servir como alternativa al trapeador, debido a que no se atasca tanto y es más sencillo de desinfectar después del uso.
- **Cepillo de mano.** Se encuentran de varios tamaños, Cabe destacar que un cepillo con cerdas suaves es más efectivo en el polvo seco, mientras que las rígidas funcionan más para la suciedad incrustada.
- **Paño y microfibra.** Un paño multiuso es provechoso para absorber y secar pequeñas superficies. Debe tener una buena resistencia para que no se deteriore tanto al enjuagar antes y después de usarlo. La microfibra es también un paño, pero es conocido y diferenciado con el mismo nombre del material de fabricación. Dicho material sirve para la limpieza de vidrios y espejos, y es reutilizable si se lava con cuidado después del uso. Lo que permite ahorrar costos de fabricación.
- **Bolsas para basura.** Sirve para almacenar toda la suciedad recogida por todas las anteriores. Las bolsas multiuso están hechas de polietileno y con medidas desde los 45 cm x 60 cm hasta 100 cm y 120 cm, dependiendo del tamaño y desechos del lugar de limpieza.

### Químicos

- **Cloro.** El hipoclorito de sodio, también conocido simplemente como lejía o cloro es reconocido como desinfectante, acaba con el moho, bacterias y hongos o eliminar restos de suciedad. Como todo producto químico, debes manejarlo con precaución.

- **Limpiador de vidrios.** Es la solución práctica para lavar los vidrios de una manera más cómoda y eficiente. Hay limpiadores especiales con una pequeña esponja o almohadilla incluida para sumergir en agua con detergente para luego lavar los vidrios con facilidad, y también con mangos extensibles para limpiar vidrios altos.
- **Detergente líquido.** Suelen ser excelentes desengrasantes: una buena propiedad que ayudará en la limpieza de varias superficies. Incluso es usado para la limpieza de espejos y superficies vidriadas cuando es diluido en agua y vinagre.
- **Detergente bactericida.** Empleado para la limpieza y desinfección de los suelos. No es espumante, aromatizado y tiene el pH neutro. Puede ser empleado para la limpieza de pavimentos tratados con abrillantadores, y es activo frente a bacterias grampositivas y gramnegativas. Además, tiene poder desodorante y es biodegradable según la ley vigente.

### **Forma de uso**

Brindan un servicio, especializado y personalizado, al sector empresarial (oficinas, micro empresas, pequeñas y medianas empresas, entre otras) y doméstico, con tecnología apropiada, a costos razonables y en tiempos mínimos de servicios. Brindan paquetes personalizables que se acomodan a las necesidades de los usuarios, ofertando un portafolio de servicios diferente y variado que responda a cada necesidad.

Prestan un servicio óptimo, confiable y flexible diseñado específicamente para cada cliente con respuesta inmediata. Con precios justos, concentrados en buscar la economía, mejorar la calidad de vida del cliente y contribuyendo del cuidado del medio ambiente.

## **Presentación**

Serlingab, es una empresa dedicada en la prestación de servicios, de mantenimientos limpieza y sanitización de todo tipo de inmueble, ya sea empresas, instituciones comerciales, educativas, alimenticias y farmacéuticas, instalaciones, industrias, hogares entre otros; como también ofrecemos el respectivo asesoramiento en todos los aspectos de limpieza y aseo que esto conlleva.

La metodología y sistemas operativos han sido desarrollados y probados dentro del sector de servicio empresarial y de mantenimiento del hogar, por esta razón Serlingab, tiene una solución para cada tipo de necesidad de limpieza, ya que cuentan con personal y equipos calificados, que minimizan los efectos negativos para el entorno, personal suficiente para cumplir cualquier tipo de requerimiento, que se presentare en caso de emergencia o ausentismo, ya que por las características de este servicio, este no se puede suspender.

### **Servicio de limpieza para el área empresarial**

- Barrido y mapeado de pisos.
- Barrido de parqueaderos exteriores.
- Limpieza y desinfección de baños.
- Recolección y desalojo de basura de baños y oficinas.
- Limpieza de muebles, escritorios y paneles divisorios.
- Limpieza de computadoras y útiles de escritorio.
- Limpieza de perchas y archivadores.
- Limpieza interior y exterior de vidrios.
- Limpieza de puertas y rastreras.
- Limpieza de persianas y tumbados.

- Recolección de Basura en tachos y reposición de fundas.
- Encerado y pulido de pisos.

### **Servicio de limpieza para hogares**

- Limpieza de dormitorios
- Limpieza de cocinas
- Limpieza de salas
- Limpieza de comedores
- Limpieza y desinfección de baños
- Lavado de cristales
- Abrillantamiento de pisos
- Servicios completos

### **Servicios complementarios de limpieza**

- Limpieza y purificación de piscinas
- Limpieza y purificación de cisternas
- Lavado de vehículos
- Limpieza de terrazas
- Mantenimiento de jardinería
- Mantenimiento y limpieza de muebles y enseres

### **Tamaño**

Para satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes y a la capacidad de pago además de las actividades de limpieza principales y complementarias, se diseñarán combos de limpieza según el tamaño y la frecuencia de uso del servicio, que serán revisados y rediseñados de forma periódica.



## Marca

El nombre de la empresa es Serlingab, que significa “Servicios de limpieza Gabriela”, el eslogan que identificara a la empresa es “La limpieza es nuestra prioridad”, que da a conocer el compromiso de la empresa con los clientes, los colores utilizados clasifican a la empresa en el sector en el que se desarrolla la actividad en servicios de limpieza, que va a servir para posesionarse en el mercado.

## Isologo



*Figura 35. Isologo*

Porque el nombre de la marca “Serlingab” no se puede separar el texto de la parte gráfica y ambos funcionan juntos e indivisibles. El uno sin el otro, no funcionan, no tienen valor ni significado, están unidos por la imagen de una gota de agua que reemplaza al vocable “i”. La tipografía usada para el nombre de la marca es Tw Cen MT Condensed y la tipografía para el eslogan Eras Medium ITC.

**Tw Cen MT Condensed**

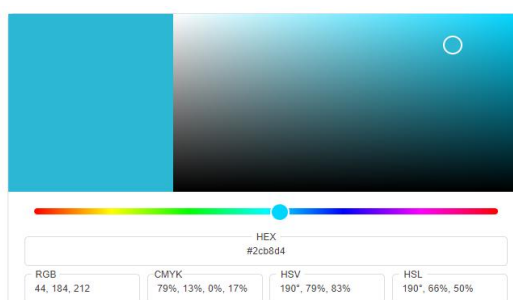
*Figura 36. Tipografía de la marca*

**Eras Medium ITC**

*Figura 37. Tipografía del Slogan*

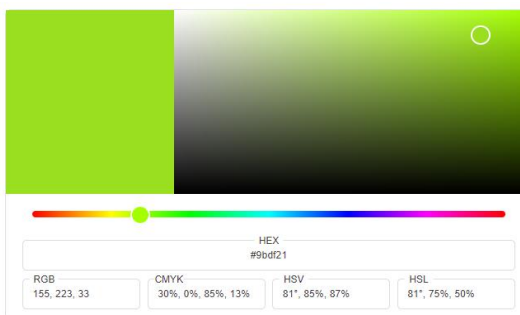
**Significado de los colores.** El Isologo está compuesto por dos colores: azul y verde.

- **Azul.** Es el color de la frescura, la espiritualidad, la libertad, la paciencia, la lealtad, la paz y la honradez. Utilizado para promocionar productos y servicios relacionados con la limpieza, además inspira responsabilidad y confianza. Los azules más oscuros implican autenticidad, confianza, seguridad, fidelidad y dignidad. Los azules más pálidos pueden implicar frescura y limpieza.



*Figura 38.* Color azul del Isologo

- **Verde.** Está asociado con la salud, la frescura, la paz y la solución de los problemas ambientales. También estabilidad y resistencia, en todo lo relacionado con la naturaleza como actividades al aire libre, servicios de jardinería, cuidado del medio ambiente y la ecología, la empresa se enfoca en utilizar insumos amigables con el medio ambiente.



*Figura 39.* Color verde del Isologo

### Productos sustitutos

No existen productos sustitutos que puedan reemplazar la satisfacción que otra persona realice las labores de limpieza, sin ninguna obligación legal y costos adicionales que genera la contratación directa. Sin embargo, existen productos sustitutos para realizar estas labores como las maquinarias y equipos de alta tecnología, materiales, insumos y químicos que ayudan con las labores de limpieza, sin embargo, no se los considera en el sector domiciliario, porque los integrantes de las familias no cuentan con tiempo disponible para realizar la limpieza y en el sector empresarial porque genera la contratación de personal de limpieza.

### Productos complementarios

Para brindar los diferentes servicios de limpieza es indispensable contar con maquinarias y equipos, materiales e insumos que ayuden a brindar un servicio eficaz y rápido, que faciliten las labores y permitan brindar un servicio de calidad, comprometidos con el cuidado del medio ambiente.

Tabla 52

#### *Productos complementarios*

<b>Maquinarias y equipos</b>	<b>Materiales e Insumos</b>	<b>Químicos</b>
Hidro lavadora	Cepillo de escoba	Alcohol
Pulidora	profesional	Desengrasante
Motoguarañas	Uniformes	Limpia vidrio
Aspiradora	Escobas	Líquido para escritorio
Escaleras	Mopas de trapeado	Cloro
Carros escurridores	Franelas Villeda	Desinfectante
Baldes limpiavidrios	Fundas de basura	Detergente
Dispensadores	Cepillo para sanitario	Aceite rojo
Bombas de Fumigar a motor	Atomizador	Ceras
	Guantes	Gel antibacterial
Coches utilitarios	Cepillos cerdas gruesas	

### **Servicios secundarios**

Los productos secundarios que brindara son de dos tipos: primero la limpieza en casos especiales antes y después de eventos corporativos (reuniones de trabajo, festejos, aniversarios, cenas) o familiares (matrimonios, cumpleaños, bautizos, graduaciones) y segundo servicios de limpieza por alguna eventualidad o emergencia ocurrida.

### **Valor agregado**

Un servicio rápido y eficiente, utilizando insumos, materiales y químicos biodegradables, de calidad amigables con el medio ambiente y con responsabilidad social, con un equipo de trabajadores capacitados que permiten garantizar un servicio de limpieza a tiempo y de calidad orientados a los resultados con productividad y eficiencia, capacitados para asesorar y colaborar con planes destinados a la conservación del medio ambiente. Además, el proceso de post venta, para medir la satisfacción del cliente.

#### **4.2.7. Precio**

Para establecer el precio de los servicios es necesario considerar los precios de los competidores, con la misma actividad económica principal, actividades de limpieza exterior e interior de edificios de todo tipo, como oficinas fábricas, establecimientos comerciales, instituciones y otros locales comerciales, profesional, edificios con múltiples unidades.

Como actividad económica secundaria la limpieza domiciliaria, los precios se establecerán de acuerdo al tamaño de los hogares o empresas, del tiempo que el personal de limpieza necesite para realizar el tipo de servicio contratado, los equipos e insumos a utilizar.

Tabla 53

*Precios de competencia*

Línea de Servicios	Precios			
	Serlingab	Varetza	Maxicleaning	Suamolim
Empresarial:				
Servicio de limpieza general: (Medio tiempo), incluye: Barrido y mapeado de pisos, limpieza oficinas, desinfección de baños.	\$ 170.00	\$ 250.00	\$ 200.00	\$ 220.00
Hogares:				
Servicio de limpieza general: Domicilio de dos plantas aprox. 100 m2, incluye: 3 dormitorios, sala, comedor, cocina y baños	\$ 30.00	\$ 40.00	\$ 35.00	\$ 38.00
Complementarios:				
Limpieza y purificación de piscinas	\$ 125.00	\$ 140.00	\$ 130.00	\$ 0.00
Lavado de vehículos completo (interior y exterior)	\$ 6.30	\$ 8.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Mantenimiento de jardinería	\$ 100.00	\$ 130.00	\$ 120.00	\$ 140.00

**4.2.8. Comercialización****Sector**

La ubicación de la empresa de servicios complementarios de limpieza es en la parroquia Ximena del Cantón Guayaquil, es una zona industrial y comercial, en su mayoría microempresas y pequeñas empresas, lo que permitirá ofrecer los servicios de limpieza complementarios al área empresarial, permitirán que los consumidores conozcan la empresa y genere mayor confianza, además que está rodeada por ciudadelas de un estrato socio económico alto, medio-alto y medio, donde va dirigido los servicios del sector domiciliario.

## **Tipos de empresas que integran el sector**

En el Cantón Guayaquil existen en la actualidad diversos tipos de empresas en los sectores: educativo, bancario, manufactura, fabricación, comercial entre otros, que operan en las diferentes empresas clasificadas por el tamaño y específicamente en MIPYMES y grandes, que ocupan un rol importante en la economía global.

## **Número de empresas**

En el ranking nacional, en el top 10 el 50% de empresas de mayores ingresos por ventas y el 30% con mayores utilidades están localizadas en Guayaquil, indica el reporte del organismo de control. Y es que esta ciudad generó en el 2017 alrededor del 35% del Producto Interno Bruto (PIB), y en el 2018 contribuyó con el 33%. En esos dos años Guayaquil representó el 34% de los ingresos por ventas reportados por las compañías a nivel país. (El Universo, 2018)

## **Distribución geográfica**

La empresa de servicios complementarios de limpieza “Serlingab” estará situada dentro de la parroquia Ximena del Cantón Guayaquil, en la Cdla. Pradera III, Mz. B. Villa 9, este sector es de alto impacto comercial y de desarrollo económico, encontrándose situado en un lugar estratégico.

El sector está rodeado de empresas públicas como Interagua y privadas de infraestructura, manufactura de productos, empresas de fabricación de plásticos y bodegas entre las principales están Conauto, el patio de contenedores PCL, la planta de Fabril S.A., la fábrica Fadesa, entre otros locales pequeños de comercio como tiendas, farmacias, y comedores.

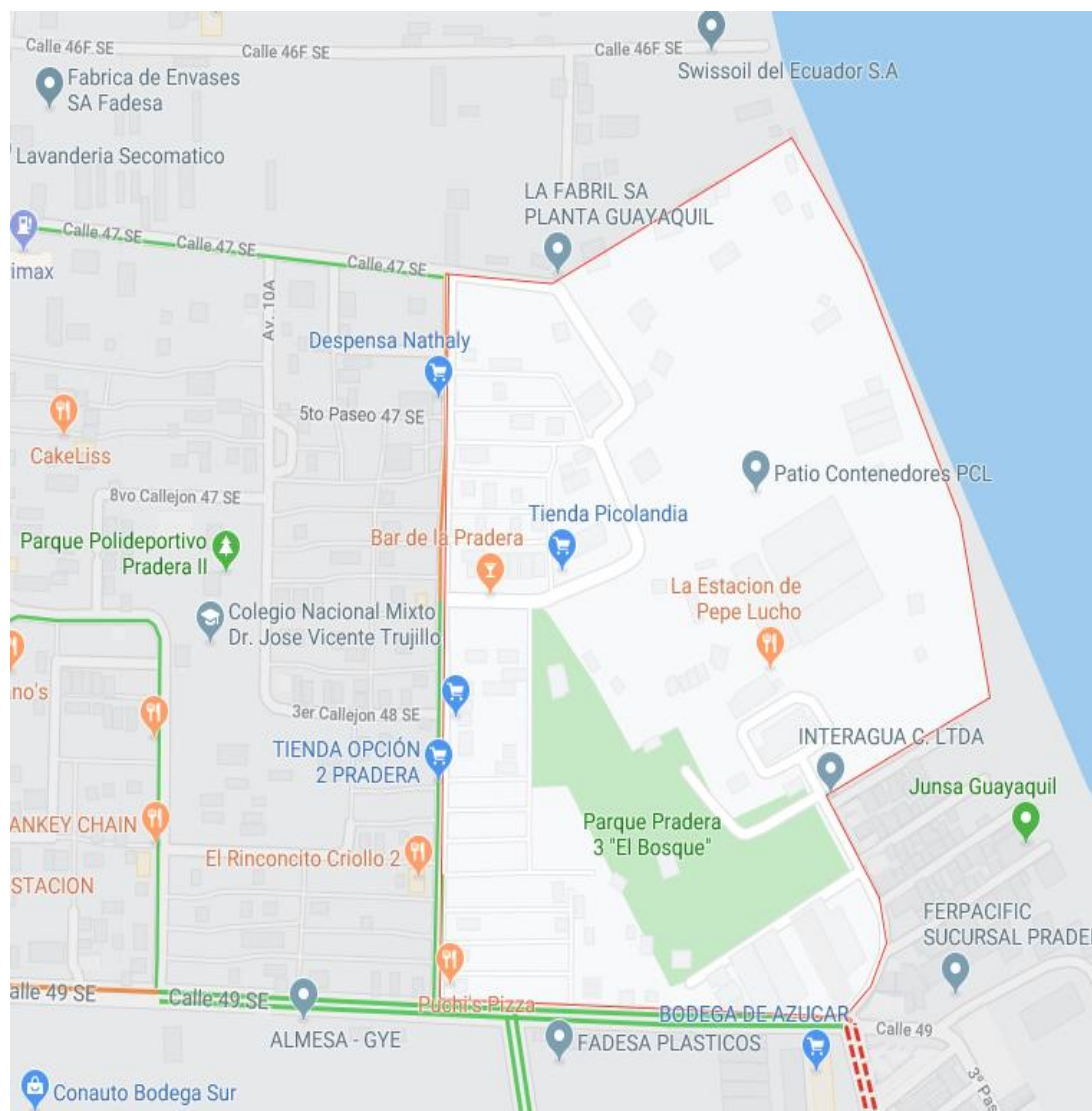


Figura 40. Distribución geográfica

Nota. Tomado de Google Maps. (2019)

### Volumen de facturación:

Tabla 54

#### Volumen de Facturación

Empresas	Valores de Facturación.
Varetza	\$ 368,756.33
Maxicleaning S.A.	\$ 228,616.18
Suamolim S.A.	\$ 222,420.04

Nota. Tomado de Superintendencia de Compañías (2018)

## **Población**

En la Parroquia Ximena del cantón Guayaquil se encuentran 546,254 habitantes, de acuerdo con la información obtenida del INEC al momento de realizar la estratificación de la muestra, especificando que el servicio ofrecido es a los hogares y tomando en consideración la Población dividida para miembros de una familia (cuatro), y según la estratificación Social Nacional del nivel socio económico: A (Clase Alta) 1.90%, B (Clase Media -Alta) 11.20%, C+ (Clase Media) 22.80%, la población objetiva se define en 49,026 hogares.

## **Actividad Económica de la Zona**

La zona está conformada por actividades de empresas industriales alimenticias, de plástico, hierro, y azúcar que mantienen las fábricas en el sector, bodegas de comercializadoras, además de un área con dos grandes centros comerciales, rodeada de restaurantes, farmacias, panaderías, locales comerciales entre otras, es una zona de fluidez con buena ubicación.

## **Equipamiento de la Zona**

La empresa estará ubicada en una zona rodeada de estrato socio económico a quienes está dirigido A (clase alta), B (Clase media -alta), C+ (clase media). El sector cuenta con servicio agua potable conectado de la red pública de alcantarillado de Interagua, energía eléctrica, medidor de uso exclusivo por vivienda y alumbrado público de CNEL EP, además cuenta con el carro recolector de basura. El área urbana, de la zona cuenta con calles pavimentadas y adoquinadas, con un parqueo público sin costo con una capacidad 20 vehículos y para los clientes y colaboradores que no poseen un transporte de movilización propio, la opción es la metrovía Río Daule, hasta la parada de la Pradera uno, para tomar el bus ruta alimentadora Estrella Maris, Pradera, lo expuesto hace factible la ubicación de las oficinas de Serlingab.



**Servicios básicos**

Tabla 55

*Procedencia del agua recibida*

Detalle	%
De red pública	85.43%
De pozo	1.24%
De río, vertiente, acequia o canal	0.20%
De carro repartidor	12.43%
Total	100%

*Nota.* Tomado de INEC-Censo 2010

Tabla 56

*Tipo de servicio higiénico o escusado*

Detalle	%
Conectado a red pública de alcantarillado	60.65%
Conectado a pozo séptico	29.49%
Conectado a pozo ciego	5.77%
Con descarga directa al mar, río, lago o quebrada	0.82%
Letrina	0.96%
No tiene	2.31%
Total	100%

*Nota.* Tomado de INEC-Censo 2010

Tabla 57

*Procedencia de luz eléctrica*

Detalle	%
Red de empresa eléctrica de servicio público	92.75%
Panel solar	0.35%
Generador de luz (planta eléctrica)	1.15%
No tiene	3.13%
Total	100%

*Nota.* Tomado de INEC-Censo 2010

Tabla 58

*Tenencia a medidor de energía eléctrica*

Detalle	%
De uso exclusivo	79.31%
De uso común a varias viviendas	7.83%
No tiene medidor	12.86%
Total	100%

*Nota.* Tomado de INEC-Censo 2010

Tabla 59

*Eliminación de la basura*

Detalle	%
Por carro recolector	92.73%
La arrojan en terreno baldío o quebrada	0.93%
La queman	4.53%
La entierran	0.09%
La arrojan al río, acequia o canal	0.50%
Total	100%

*Nota.* Tomado de INEC-Censo 2010

Tabla 60

*Disponibilidad de un teléfono convencional*

Detalle	%
Si	38.28%
No	61.72%
Total	100%

*Nota.* Tomado de INEC-Censo 2010

## **Competencia**

- **Competencia directa**

Como competencia directa están todos los establecimientos que cuentan con infraestructura, maquinarias, talento humano, recursos e insumos para desempeñar los diferentes tipos de servicios ofertados, entre esta competencia directa tenemos a Varetza, Maxicleaning S.A., y Suamolim S.A., estas empresas tienen el mismo objeto social que Serlingab, que son los servicios de limpieza para todo tipo de empresa y domicilio.

- **Competencia indirecta**

La competencia indirecta es aquella que satisface las mismas necesidades de la demanda del mercado con productos y servicios con características diferentes a los ofrecidos por una empresa. En el presente estudio de prefactibilidad, las trabajadoras de limpieza para el hogar (empleadas domésticas) son la principal competencia indirecta ya que satisface las mismas necesidades ofreciendo un similar servicio, pero de diferente forma o características.

Se podría determinar también, que las diferentes empresas de limpieza de colchones, alfombras y sofás son posible competencia indirecta, pero no lo son, ya que estas no satisfacen las mismas necesidades que una trabajadora de limpieza para el hogar, como lo es lavar, planchar, limpiar y ordenar.

## **Empresas Proveedoras**

Serlingab, contará con empresas proveedoras de suministros y productos que se necesitan para realizar los servicios de limpieza principales y complementarios:

equipos, herramientas, materiales e insumos, y químicos de limpieza, además contará con proveedores de internet, publicidad, materiales y útiles de oficinas, equipos de cómputo y muebles de oficina.

- **Proveedor de maquinarias y equipos de limpieza**

**Repraser S.A.** Es una compañía de ventas técnicas, distribuidor exclusivo de la firma norteamericana TENNANT, fabricantes de equipos innovadores para la limpieza comercial e industrial, además realizan el servicio técnico y post venta, están ubicados en la Av. Juan Tanca Marengo (Km. ½.).

**Karcher.** Los equipos de limpieza de la línea Home & Garden, son fundamentalmente, equipos de limpieza de menores dimensiones que los de gama profesional, adecuados para los servicios de limpieza domiciliarios, comprenden principalmente sistemas de riego que proporciona un alto rendimiento optimizando los recursos. Y para la línea profesional los equipos Karcher, ofrece una solución adecuada para una limpieza sostenible y respetuosa con el medio ambiente.

**Zinner Cía. Ltda.** Empresa con experiencia en la representación de las mejores marcas a nivel mundial (Pacific, Alberti International, Nationwide, Vermop, Moerman, Norton), en todo el campo de la limpieza, con asesoría personalizada y un gran grupo de colaboradores que son técnicos profesionales en el campo de la limpieza

- **Proveedor de utensilios de limpieza**

**Proquimec.** Cuentan con una amplia gama de implementos de limpieza profesional, dispensadores y equipos adecuados para las labores de higiene, limpieza

y desinfección, ubicados en el Km 21 Vía a la Costa Showroom -C. C. Plaza Valle Local 3, además los pedidos son entregados a domicilio.

**Proinza.** Empresa ecuatoriana, dedicada a la comercialización de suministros de limpieza, con las respectivas certificaciones y buena calidad, la distribución y entrega de productos es rápida y eficaz, cuentan con un stock de mercadería variada con disponibilidad inmediata, están ubicados en el Bosque Mz. S Villa 113, Durán

**Dimabru Cía. Ltda.** Familia empresarial, que brinda productos de limpieza excepcionales para los clientes como Megamaxi, Tía, Coral, Santa María, entre otros, ofreciendo precios competitivos y de excelente calidad, están ubicados en Santa Adriana Mz 12, Solar 1A de la parroquia Tarqui

- **Proveedor de insumos de limpieza**

**Kimberly-Clark.** Empresa líder en el mercado de limpieza industrial y científica, ofrecen soluciones de higiene y limpieza sostenibles y de vanguardia para el lugar de trabajo y los baños, cuentan con marcas globales y confiables como WypAll, Kleenex®, Scott®, Jackson Safety y KleenGuard. Los productos a proveer son: accesorios de baño, protección de manos y brazos (guantes), dispensadores para: jabón, papel higiénico, sanizante, toallas de mano, servilletas, ambientador y paños de limpieza.

**Proquimec.** Cuentan con una amplia gama de Productos Químicos, Biodegradables, adecuados para las labores de higiene, limpieza y desinfección. Los productos a adquirir son: detergente industrial biodegradable Wise, jabón líquido Biosolutions, arrasa grasa biodegradable, desinfectante Biosolutions, ambiental Biosolutions, limpiavidrios biodegradable, limpiador universal, detergente liquido

biodegradable, servilletas biodegradables, paños de limpieza reutilizables, paños de limpieza biodegradables, limpión reforzado biodegradable, toallas de mano Biosolutions en Z, papel higiénico jumbo biodegradable.

**Hogar verde.** Proveedor de insumos de limpieza ecológicos, productos de calidad sin utilizar químicos contaminantes para el medio ambiente. Insumos de limpieza biodegradables, libres de nitrógeno, fosforo y químicos contaminantes, están ubicados en Yanayacu, s/n y Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito, pero realizan las entregas a domicilio sin costo adicional.

- **Proveedor de insumos para jardinería**

**Agripac.** Ofrecen soluciones integrales a través de la provisión de insumos de alta calidad, además cuentan con la Licencia Ambiental que demuestra la responsabilidad de cumplir con las exigencias dadas en la normativa ambiental existente en nuestro país. Los productos a proveer son: fungicidas, pesticidas, jardinería.

**Plastigama.** Empresa con experiencia en el mercado, con gran variedad de productos, alta calidad ubicada en el Km 4,5 Vía Durán-Tambo, Guayas. Los productos a proveer son: tuberías y accesorios PVC, teflón y pega tubos, Codos PVC, sistemas de riego móvil.

**Almacenes Boyacá.** Ofrecen una amplia gama de productos para jardinería, se pueden realizar las compras desde la página web o por cualquiera de los locales a nivel nacional, con tarjeta de crédito o efectivo, y envío gratuito.

- **Proveedor de equipo de computación**

**Computron.** Ofrece una amplia gama de productos electrónicos, y accesorios de todas las marcas, brinda servicio personalizado y la facilidad de comprar con tarjeta de crédito, desde un punto físico o por la página web, con entrega a domicilio.

**Novicompu.** Dedicada a la venta al por menor y mayor de productos tecnológicos. Ofrece 25 marcas internacionalmente reconocidas por la calidad en tecnología. En el sitio web puede encontrar las mejores ofertas en productos de electrónica e informática, a un precio económico y con servicio de garantía.

**Compuzone Ecuador.** Cuya razón social es WBCOMPU S.A., es una empresa con un amplio conjunto de productos de tecnología, redes, móviles, hardware, partes y piezas de computación. Ofrece marcas con reconocimiento a nivel mundial. Brinda la facilidad de realizar las compras online y con envíos gratuitos en todo el país.

- **Proveedor de muebles de oficina**

**Muebles Ñatito.** Emprendimiento de Alonso Roque, encargada de adecuar la oficina con muebles, ubicados en la Cdla. Coviem Mz. C Sl. 75B, quienes están especializados en la adecuación y diseños de espacios para oficinas, con productos de calidad, lo que permitirá una buena imagen corporativa de la empresa.

**Mepal.** Empresa que ofrece soluciones integrales de amueblamiento y lugares arquitectónicos, creando espacios productivos y funcionales con más de 50 años de trayectoria, ubicados en la avenida Francisco de Orellana Edificio World Trade Center, Torre A, Piso 2, Oficina 210.

**Ce Muebles.** Es una empresa especializada en el asesoramiento, diseño y fabricación de espacios de trabajo para satisfacer las necesidades de los clientes, siempre pensando en el confort y la ergonomía, ubicados Mapasingue Oeste; Av. Primera # 307 entre Calle Segunda y Tercera.

- **Proveedor de suministros y útiles de oficina**

**Comsucre.** Distribuidor de papelería, útiles y suministros de oficina ubicados en la Av. de Las América y 7mo. Pasaje EC090110, ofrecen la mayor variedad de productos en las mejores marcas con los precios más competitivos del mercado y la entrega la realizan a domicilio.

**Educarmas S.A.** Proveedor confiable de suministros de oficina, que cumpla con calidad en los productos que distribuye de todo tipo de negocios ya que cuentan con un stock completo como: Epson, Canon, HP, BIC, Faber Castell, Norma, Pelikan, Artesco, Lancer, Alex, Eagle, Ideal. Brindan el servicio a domicilio sin costo alguno, crédito de, 15, 30 y 45 días, no le ponen un mínimo de pedido, solo para crédito solicitan que sea un pedido mínimo de \$50.00, están ubicados en Urdesa Norte.

**Surtiooffice.** Atiende requerimientos inmediatos de suministros oficina, de papelería, caracterizados por una entrega directa en el tiempo oportuno, que representa un valor agregado con relación a la competencia, con los más altos estándares de eficiencia y eficacia, ubicados en Km 11.5 Vía a Daule.

- **Proveedor de internet**

**Claro.** Amplia cobertura a nivel nacional, velocidad garantizada, dan opciones para personalizar el plan de servicios de internet, televisión y telefonía.

**CNT.** Ofrece planes de internet seguros y completos de antivirus más control parental, que permite la protección de banca y pagos en línea.

**Netlife.** Incluye equipo Wif Dual Band Premium, mas sistema de seguridad informática, instalación sin costo si la cancelación se la realiza con tarjeta de crédito y cuenta corriente.



- **Proveedor de Material Pop y medios impresos – Promoción**

**Promostore.** Empresa dedicada a la creación de artículos promocionales y merchandising. Imprimen directamente sobre el producto, lo que logra una calidad superior a la serigrafía, tampografía u otras técnicas de impresión sobre objetos. Realizan envíos a todo el país, asesoría personalizada, están ubicados en Av. Francisco de Orellana, Samanes 7

**Prosergraf.** Empresa dedicada a la conceptualización, creación y producción de artículos publicitarios, medios de exhibición y sistemas de empaque para el punto de venta, se han adaptado a los medios tradicionales y modernos. Están ubicados en la vía Daule Km. 10 ½ complejo Saibaba II.

**Offset Abad C.A.** Empresa líder del Grupo Grafico, especializada en impresiones de alta calidad que se plasman en diversos tipos de productos: libros, brochures, volantes, calendarios, revistas, material POP, catálogos, insertos y empaques. Ambientalmente responsables. Ubicados en Km 10,5 Vía a Daule

- **Proveedor de Roll Up y Publicidad Móvil – Promoción**

**Letgrafcar SA.** Ofrecen al mercado local soluciones y productos de impresión elaborados con tecnología de punta y bajo estrictos estándares de calidad lo que facilita que los clientes consoliden la imagen y se diferencien de la competencia. Ubicados en la Av. Juan Tanca Marengo Cdla. Guayaquil Mz. 20 Sl. 23.

**Publinnovación.** Empresa que brinda las oportunidades y servicios con estándares de alta calidad acorde a las tendencias y necesidades de los clientes, ofreciendo diversas alternativas publicitarias llegando a diferentes tipos de público

objetivo logrando alcanzar los éxitos comerciales. Ubicados en Samanes 4 MZ 401 Villa 7.

**Creativos Gared.** Dedicados a brindar soluciones publicitarias garantizadas siendo aliados de comunicación impreso en: Puntos de venta, oficinas, vehículos islas y locales comerciales, están ubicados en José Mascote 700 entre 1ero. de mayo y Quisquis

### **Clientela potencial**

Para mantener un servicio de calidad, realizaran encuestas para medir la satisfacción del servicio brindado y de los productos utilizados, con la finalidad de mejorar las falencias y tomar en cuenta nuevas sugerencias o recomendaciones, se crea un perfil del consumidor, se genera un vínculo de confianza con la empresa logrando así la fidelización del cliente.

#### **4.2.9. Promoción**

Esta variable del marketing mix, permite establecer un vínculo con el cliente, en este caso dándole a conocer los servicios de limpieza principales y complementarios que se ofrecen y las promociones, con la intención de incentivar al consumo y fidelizar al consumidor. Serlingab, utilizará como base los medios de publicidad y promoción, en referencia a los resultados de las opiniones de los posibles consumidores de las encuestas.

### **Estrategias promocionales**

Para el presente proyecto de prefactibilidad, el diseño de las estrategias de promoción se llevará a cabo mediante la publicidad en redes y publicidad tradicional, por ser los medios de preferencias del público objetivo tanto del sector domiciliario

como el empresarial, además por ser una empresa nueva que busca posesionarse en el mercado son los medios de promoción más accesibles.

Tabla 61

*Estrategias promocionales*

<b>Estrategia</b>	<b>Publicidad</b>		
<b>Objetivo</b>	Dar a conocer e incentivar, a la contratación de los servicios de limpieza por medio de la publicidad de redes sociales y publicidad tradicional a los habitantes de la parroquia Ximena y al sector empresarial de la ciudad de Guayaquil		
<b>Importancia</b>	Ayuda al posicionamiento de marca, a atraer más clientes, y a dar a conocer los beneficios de los servicios.		
		<b>¿Para qué?</b>	<b>¿Cómo?</b>
	Publicidad en redes	Para obtener un mayor alcance, mediante una segmentación avanzada que genera una fuente importante de oportunidades de venta.	Mediante promoción en redes sociales: Facebook e Instagram
<b>Acción</b>	Publicidad tradicional	Para mantener una relación directa con los clientes	Mediante promoción: publicidad móvil, tarjetas de presentación, ofertas y cupones de descuentos, planes acumulativos, artículos promocionales, roll up publicitarios.

- **Publicidad en redes sociales**

La herramienta a utilizar es el Internet, la empresa contará con una Fan Page, Instagram y WhatsApp, donde según un itinerario de publicaciones elaborado por el Community manager, persona encargada del manejo y contenido se publicarán las promociones, los servicios que se ofrecen y los equipos e insumos que se utilizan. Además, permite mantener un vínculo directo con los clientes. Este medio de publicidad es beneficioso por el bajo costo de inversión, además el 41% de los encuestados indicaron que es el medio más efectivo debido a que en la actualidad el internet es el medio más utilizado por las personas sobre todo en los estratos socioeconómicos a los cuales están enfocados el presente proyecto.

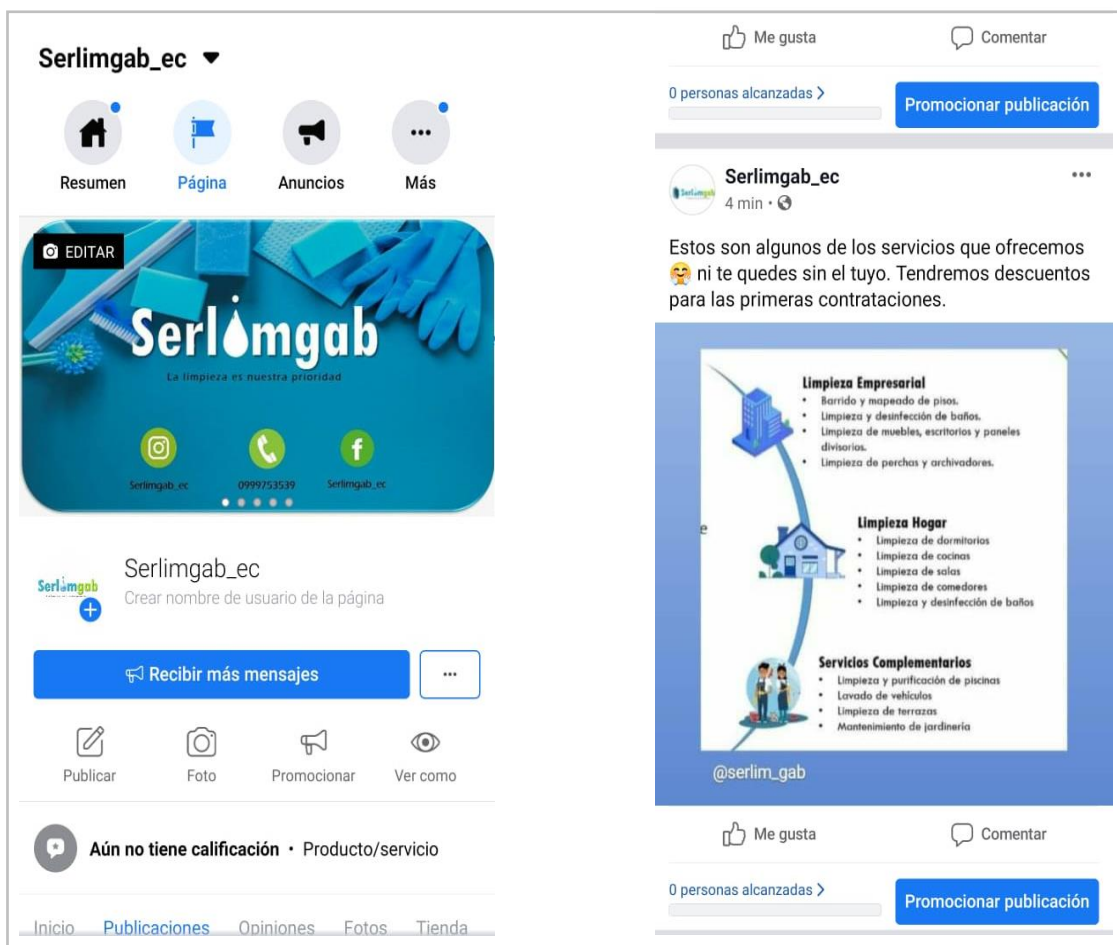


Figura 41. Fan Page portada

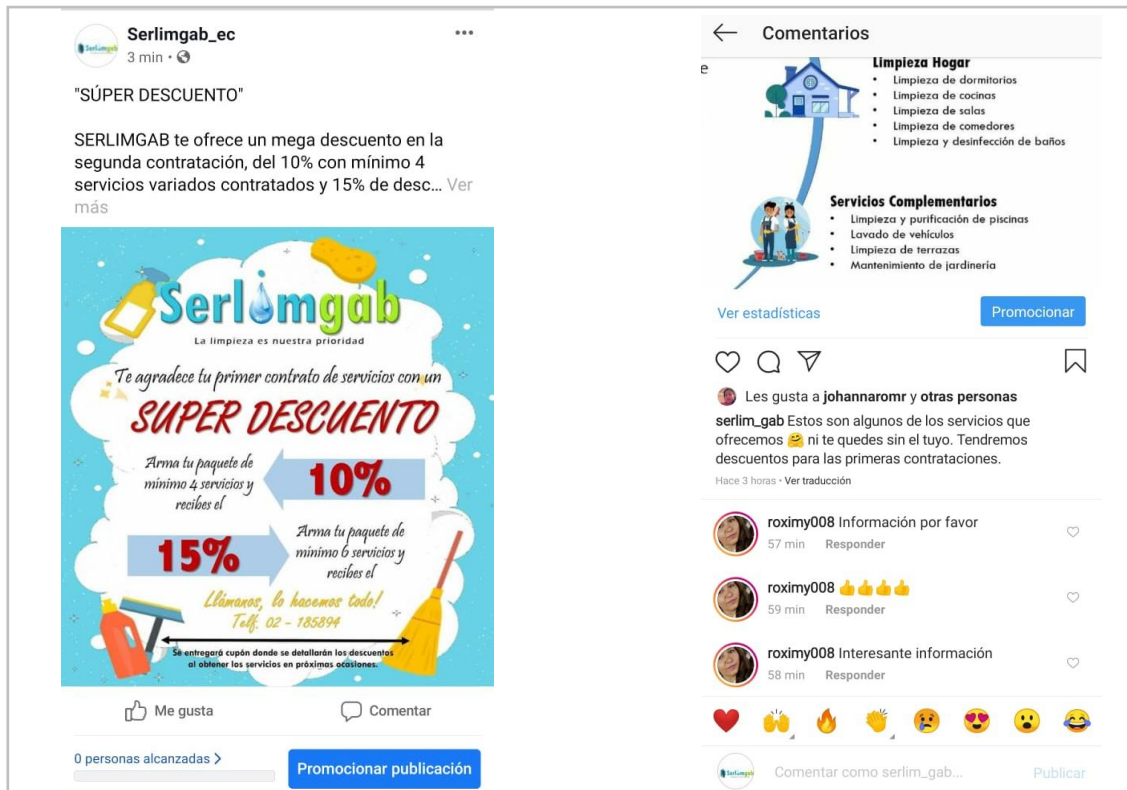


Figura 42. Fan Page promociones

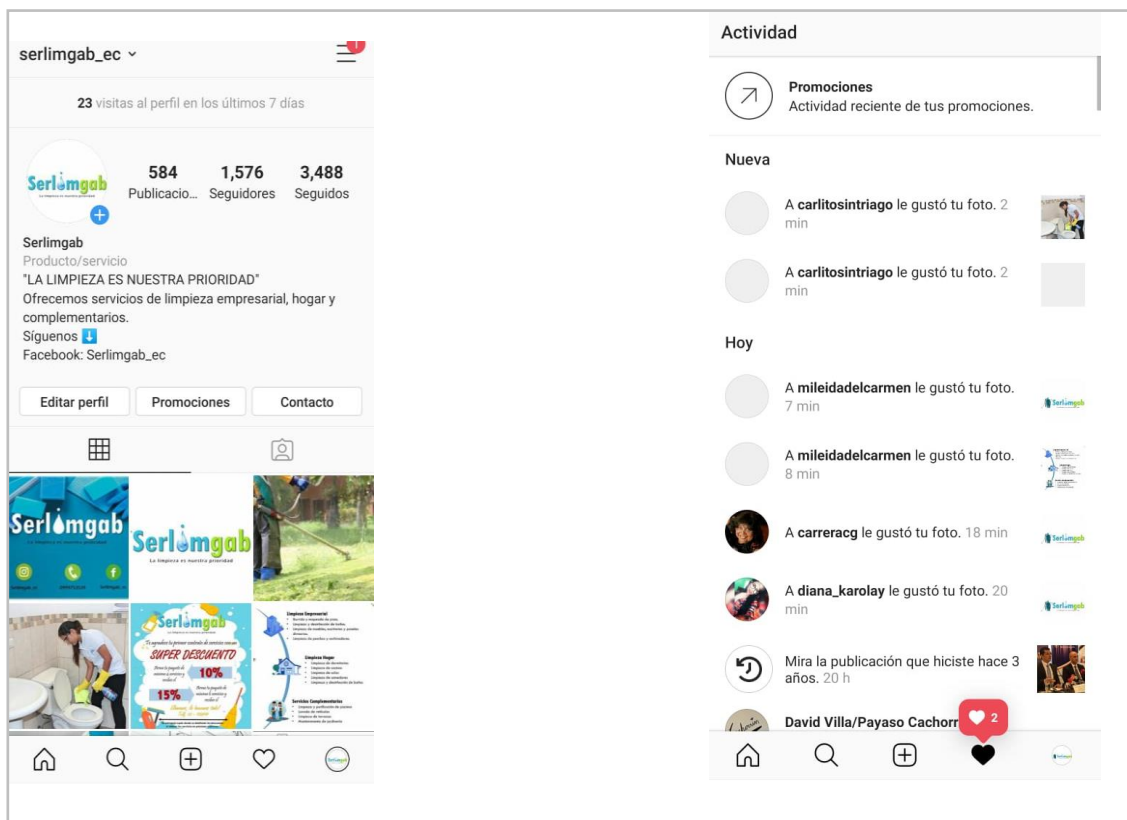


Figura 43. Instagram portada

La Fan Page e Instagram se basan en contenido visual sin importar el día, la hora o el lugar, por eso son una herramienta clave del marketing digital que acerca la marca a los usuarios, es decir, te brinda la posibilidad de mostrar el componente humano, a través de publicaciones que reflejen los valores y filosofía empresarial, así como para promover la cultura de empresa. Los comentarios y los likes hacen que una actualización en Instagram y/o Fan Page, sea más viral, que permite mayor alcance de promoción. Además de la facilidad de interactuar con las partes interesadas.

- **Publicidad móvil**

Se aplicará publicidad en el vehículo de la empresa donde se transportarán las maquinarias, herramientas, utensilios e insumos a utilizar en la ejecución de los servicios de limpieza, con la finalidad de dar a conocer la dirección, teléfonos, redes sociales y los servicios que la empresa ofrece, además da formalidad a la empresa.



Figura 44. Publicidad móvil

- **Tarjetas de presentación**

Se realizarán tarjetas de presentación para entregar en los domicilios y en las empresas, es indispensable para crear nuevas relaciones de negocios y posibles ventas de servicios, mediante la información que proporciona la tarjeta. Además, promociona el negocio de manera eficiente con un diseño sencillo y atractivo que permite proyectar una imagen exitosa del negocio a un costo económico. El diseño es el siguiente:



Figura 45. Tarjetas de presentación

- **Ofertas y cupones de descuento**

Las ofertas y cupones de descuento, son una estrategia que atrae nuevos clientes y fideliza a los actuales. Se publicarán por redes sociales, y se entregarán los cupones al finalizar el servicio contratado, con la finalidad de dar a conocer e incentivar a la contratación de las demás opciones de la cartera de servicios, dándole la opción al cliente a que arme el paquete según las necesidades con un descuento adicional.

**CUPÓN DE DESCUENTO**

Gracias a tu primera contratación de dos servicios de limpieza, has sido elegido para obtener descuentos en tus próximas contrataciones.

Arma tu paquete de **4 servicios**  
 LIMPIEZA EMPRESARIAL +  
 LIMPIEZA COMPLEMENTARIA

○

LIMPIEZA PARA HOGAR +  
 LIMPIEZA COMPLEMENTARIA

**Serlimgab**  
 La limpieza es nuestra prioridad

---

**CUPÓN DE DESCUENTO**

Gracias a tu primera contratación de dos servicios de limpieza, has sido elegido para obtener descuentos en tus próximas contrataciones.

Arma tu paquete de **6 servicios**  
 LIMPIEZA EMPRESARIAL +  
 LIMPIEZA COMPLEMENTARIA

○

LIMPIEZA PARA HOGAR +  
 LIMPIEZA COMPLEMENTARIA

**Serlimgab**  
 La limpieza es nuestra prioridad

Figura 46. Cupón de descuento



- **Cuidado del medio ambiente y Plan acumulativo**

El objetivo de esta herramienta de promoción es fidelizar la marca e incentivar al cuidado del medio ambiente, consiste en entregar una cartilla de frecuencia de consumo, donde el cliente que contrate mínimo 5 servicios de los ofertados, obtendrá un sticker que representa la clasificación de los desperdicios para concientizar a las personas que desechen correctamente, al llenar la cartilla el cliente será ganador de un servicio de limpieza gratuito

**Plan Acumulativo**  
*Reciclaje*

**Serlimgab**  
La limpieza es nuestra prioridad

Por cada contratación de 5 servicios mínimo de limpieza en Serlimgab, reclama tu **STICKER RECICLADOR**.

Llena la cartilla y gana 1 servicio de limpieza **GRATUITO**.

PAPEL Y CARTÓN    PLASTICOS    VIDRIO    DESECHOS EN GENERAL

PAPEL Y CARTÓN    PLASTICOS    VIDRIO    DESECHOS EN GENERAL

Figura 47. Cartilla de plan acumulativo

- **Artículos promocionales**

Estos productos personalizados impresos con el nombre e Isologo de la empresa, se utilizarán como regalos gratis, se les denomina publicidad de especialidades. Los artículos de promoción son elementos prácticos que pueden ser utilizados por el receptor sobre una base diaria. Esto significa que el logotipo del anunciante y el mensaje se verán todos los días y es más probable que sea recordada, los productos para llevar a cabo la promoción serán camisetas, gorras y bolígrafos.



Figura 48. Artículos personalizados

- **Roll up publicitarios**

Es un espacio publicitario que se puede colocar en casi cualquier sitio y en el que se puede aportar mucha información, además es sencillo de transportar y de montar para la empresa. Los roll ups es la opción para que la información sobre los servicios ofertados esté en el mejor punto posible. De esta manera será mucho más fácil poder mostrar tus productos y servicios. A un costo accesible en relación- calidad precio de otros displays publicitarios y soportes gráficos disponibles en el mercado. El diseño es sencillo, claro e impactante, donde se detallan los servicios de limpieza.

**Serlimgab**  
La limpieza es nuestra prioridad

**Limpieza Empresarial**

- Barrido y mapeado de pisos.
- Limpieza y desinfección de baños.
- Limpieza de muebles, escritorios y paneles divisorios.
- Limpieza de perchas y archivadores.

**Limpieza Hogar**

- Limpieza de dormitorios
- Limpieza de cocinas
- Limpieza de salas
- Limpieza de comedores
- Limpieza y desinfección de baños

**Servicios Complementarios**

- Limpieza y purificación de piscinas
- Lavado de vehículos
- Limpieza de terrazas
- Mantenimiento de jardinería

[/Serlimgab\\_ec](#)      [/Serlimgab\\_ec](#)

Pradera 3 Mz. B villa 9      0999753579

"No vamos a tener una sociedad si destruimos el medio ambiente."

Figura 49. Roll up

- **Presupuesto de promoción**

Tabla 62

*Presupuesto*

<b>Medios publicitarios</b>	<b>Descripción</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo Unit.</b>	<b>Costo total</b>
<b>Medios impresos</b>					
Tarjetas de presentación	Cartulina Laminada Medida: 8.3x4.7 cm	Permanente	1000	\$ 0.04	\$ 40.00
Cartillas de promoción	Cartulina Hilo Medida: 13.5x9.5 cm	Permanente	100	\$ 0.08	\$ 8.00
Sticker para cartillas de promoción	Adhesivos pequeños	Permanente	400	\$ 0.05	\$ 20.00
Cupones de descuentos	Cartulina Hilo Medida: 8.3x4.7 cm	Permanente	100	\$ 0.05	\$ 5.00
Roll up	Lona Medida: 100x205 cm	Permanente	1	\$ 48.00	\$ 48.00
Revestimiento de vehículo	Vinil full color	Permanente	1	\$1,200.00	\$1,200.00
<b>Medios digitales</b>					
Facebook	Fan page	Permanente	0		\$ 0.00
Instagram	Cuenta empresarial	Permanente	0		\$ 0.00
WhatsApp	Número empresarial	Permanente	0		\$ 0.00
Community manager	Manejo de redes y contenido	Permanente	1	\$ 200.00	\$ 200.00
<b>Material POP</b>					
Camisetas	Color blanco, talla S,M,L,XL, con Isologo	Permanente	100	\$ 4.00	\$ 400.00
Gorras	Color blanco. Isologo de la compañía	Permanente	100	\$ 5.00	\$ 500.00
Bolígrafos	Isologo de la compañía	Permanente	350	\$ 0.20	\$ 70.00
<b>TOTAL</b>					<b>\$2,491.00</b>

### **4.3. Estudio Técnico**

El presente estudio técnico permite el análisis de las diferentes alternativas tecnológicas que Serlingab requiere para brindar el servicio de limpieza, a través de verificación de la factibilidad técnica, en relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto. Este análisis identifica los equipos, insumos, herramientas e instalaciones, y talento humano necesarios para determinar los costos de inversión y de operación requerida. Los componentes del estudio técnico del presente proyecto son los siguientes:

Dimensión y características, es el análisis de la infraestructura donde se llevarán a cabo las actividades de la organización, mediante la observación del espacio físico, para una adecuada distribución, según las medidas del establecimiento y las áreas de trabajo que se desempeñarán, mediante el estudio de los planos del establecimiento.

Localización del proyecto, el objetivo de este punto es, llegar a establecer la ubicación más adecuada donde se instalará la empresa, mediante el estudio de los aspectos de macro localización y micro localización para determinar una localización óptima y rentable del proyecto.

Tecnología del proceso productivo, es el análisis de los pasos a seguir con el adecuado uso de los recursos tecnológicos de software y hardware para llevarlos a cabo, mediante la optimación de los recursos técnicos y talento humano de la organización para brindar un servicio óptimo.

Ingeniería del proyecto, el objetivo principal es determinar el funcionamiento de la empresa mediante la descripción secuencial del proceso, plasmados en el manual de procedimientos. Como último componente las maquinarias y equipos, se refiere a la inversión de equipamiento necesario para la operación normal de la empresa.

### 4.3.1. Dimensión y características

#### Infraestructura

La infraestructura es el conjunto de elementos como instalaciones, estructuras y servicios básicos necesarios conforme a la actividad de la empresa, el número de empleados y los equipos, que son necesarios para llevar al cabo las actividades de la organización.

#### Espacio

El local donde funcionará la empresa de servicios de limpieza complementarios “Serlingab”, debe contar con una superficie mínima de 80.25 m<sup>2</sup>, para lograr un espacio adecuado para el personal, clientes y para el almacenamiento de los equipos, insumos y materiales.

#### Distribución

Tabla 63

##### *Distribución*

<b>Lugar</b>	<b>Descripción</b>
Gerencia general	Espacio determinado para llevar el control de la empresa
Administración	Espacio establecido para el control, distribución del personal.
Contabilidad	Espacio destinado para el control contable
Sala de reuniones	Espacio adecuado para reuniones del personal
Sala de espera	Espacio establecido para la espera de los clientes.
Bodega de insumos y utensilios de limpieza	Espacio destinado para el almacenamiento de equipos, materiales e insumos.
Baño	Espacio de uso del personal y de clientes.
Área de Mantenimiento y almacenamiento de maquinarias equipos	Espacio destinado para el mantenimiento y bodegaje de los equipos y maquinarias, además para la sanitización de los utensilios de limpieza.

### Descripción de la distribución

Para el funcionamiento de Serlingab, es necesario adquirir muebles y equipos de oficina que se distribuirán de forma adecuada para acondicionar las instalaciones donde se llevara a cabo las actividades de la empresa. A continuación, el detalle del presupuesto que se requieren para la adecuación del establecimiento:

Tabla 64

#### *Presupuesto de muebles y enseres*

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Mesa para computo Work	3	\$ 124.00	\$ 372.00
Silla de oficina yedel	3	\$ 32.90	\$ 98.70
Librero alto kantor 3 puertas	1	\$ 154.00	\$ 154.00
Archivador aereo kantor 1 puerta	2	\$ 64.00	\$ 128.00
Mesa de reuniones Kantor	1	\$ 210.00	\$ 210.00
Sillas para mesas de reuniones Darrel	6	\$ 24.00	\$ 144.00
Sillas de espera	6	\$ 18.00	\$ 108.00
Sillas de espera por 3 unidades	1	\$ 60.00	\$ 60.00
Dispensador de agua Indurama. DAI-3GCR	1	\$ 126.99	\$ 126.99
Estantes metálicos	10	\$ 29.30	\$ 293.00
<b>Total</b>			<b>\$1,167.96</b>

Tabla 65

#### *Presupuesto Equipos de computación*

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Computadora HP all in one 22C027LA   Negro	2	\$ 490.66	\$ 981.32
Impresora EPSON L3150 ECOTANK   Negro	1	\$ 238.96	\$ 238.96
Sistema contable	1	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00
Datafast móvil	1	\$ 120.00	\$ 120.00
<b>Total</b>			<b>\$ 2,390.28</b>

Tabla 66

*Presupuesto Equipos de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Aire Acondicionado Indurama - Split Asi-123I 12000 BTU	2	\$ 488.98	\$ 977.96
Cámara Seguridad Bolide Hd	2	\$ 95.00	\$ 190.00
<b>Total</b>			<b>\$ 1,167.96</b>

Tabla 67

*Presupuesto útiles de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Tintas para impresoras	12	\$ 12.00	\$ 144.00
Resmas de Hojas XEROX 75 GRAMOS –INEN	12	\$ 3.20	\$ 38.40
Archivador sucre t/of negro	24	\$ 1.63	\$ 39.12
Archivador t/memo negro	24	\$ 1.14	\$ 27.36
Cuadernos universitarios	12	\$ 1.10	\$ 13.20
Esferos azul, negro y rojo	24	\$ 0.27	\$ 6.48
Grapadora	2	\$ 2.75	\$ 5.50
Perforadora	2	\$ 3.25	\$ 6.50
Carpetas manilas con File Fastener	30	\$ 0.30	\$ 9.00
Cinta 3m 810 mágica 18mmx25m	12	\$ 1.30	\$ 15.60
Cajas de grapas	6	\$ 0.75	\$ 4.50
Lápiz lancer grafito hb verde	6	\$ 0.52	\$ 3.12
Cinta empaque 3m transp 82ydasx48mm	6	\$ 0.81	\$ 4.86
Clip Lancer 33mm az-03	12	\$ 0.11	\$ 1.32
Sobre manila f1 75gr 16x23cm	24	\$ 0.03	\$ 0.72
Sobres 56 gr. T/carta	24	\$ 0.07	\$ 1.68
<b>Total</b>			<b>\$ 321.36</b>



Los muebles y equipos de oficina, serán distribuidos de una forma apropiada para garantizar las mejores condiciones de trabajo, apropiado utilización del espacio, para una adecuada movilización y para dar una buena imagen corporativa. Se detalla la distribución de bienes según el espacio de trabajo:

Tabla 68

*Descripción de la distribución – Áreas principales*

Espacio	Descripción
<b>Gerencia General</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa para computo Work</li> <li>• Silla de oficina yedel</li> <li>• Dos sillas de espera</li> <li>• Materiales de oficina</li> <li>• Un equipo de computación</li> <li>• Teléfono</li> <li>• Librero alto kantor de 3 puertas</li> <li>• Un tacho para basura</li> </ul>
<b>Administración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa para computo Work</li> <li>• Silla de oficina yedel</li> <li>• Dos sillas de espera</li> <li>• Materiales de oficina</li> <li>• Un equipo de computación</li> <li>• Impresora</li> <li>• Datafast</li> <li>• Archivador aéreo de 1 puerta</li> <li>• Un tacho para basura</li> </ul>
<b>Contabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa para computo Work</li> <li>• Silla de oficina yedel</li> <li>• Dos sillas de espera</li> <li>• Materiales de oficina</li> <li>• Un equipo de computación</li> <li>• Archivador aéreo de 1 puerta</li> <li>• Un tacho para basura</li> </ul>
<b>Sala de reuniones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesa de reuniones</li> <li>• 6 sillas para mesas de reuniones</li> <li>• Aire acondicionado</li> </ul>

Tabla 69

*Descripción de la distribución – Áreas secundarias*

Espacio	Descripción
<b>Sala de espera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sillas de espera por 3 unidades</li> <li>• Dispensador de agua</li> <li>• Un tacho de basura</li> <li>• Aire acondicionado</li> </ul>
<b>Bodega de insumos y utensilios de limpieza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8 estantes metálicos</li> <li>• Materiales</li> <li>• Insumos de limpieza</li> <li>• Utensilios de limpieza</li> <li>• Uniformes</li> <li>• Herramientas</li> </ul>
<b>Baño</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un inodoro</li> <li>• Un lavamanos</li> <li>• Un dispensador de jabón</li> <li>• Un tacho de basura</li> </ul>
<b>Área de Mantenimiento y almacenamiento de maquinarias equipos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un inodoro</li> <li>• Un lavamanos</li> <li>• Un dispensador de jabón</li> <li>• Un tacho de basura</li> <li>• Una ducha</li> <li>• 2 estantes metálicos</li> <li>• Maquinarias y Equipos</li> </ul>

**Distribución en planos**

A continuación, se muestra el plano de la distribución de los espacios físicos, conformado por el plano eléctrico, con su respectiva simbología y el plano arquitectónico con la distribución de cada uno de los espacios con los equipos de oficinas distribuidos de forma adecuada. Se determina el presupuesto eléctrico para la adecuación del local, las medidas del establecimiento y la capacidad de personas por cada área de trabajo.

- Plano eléctrico

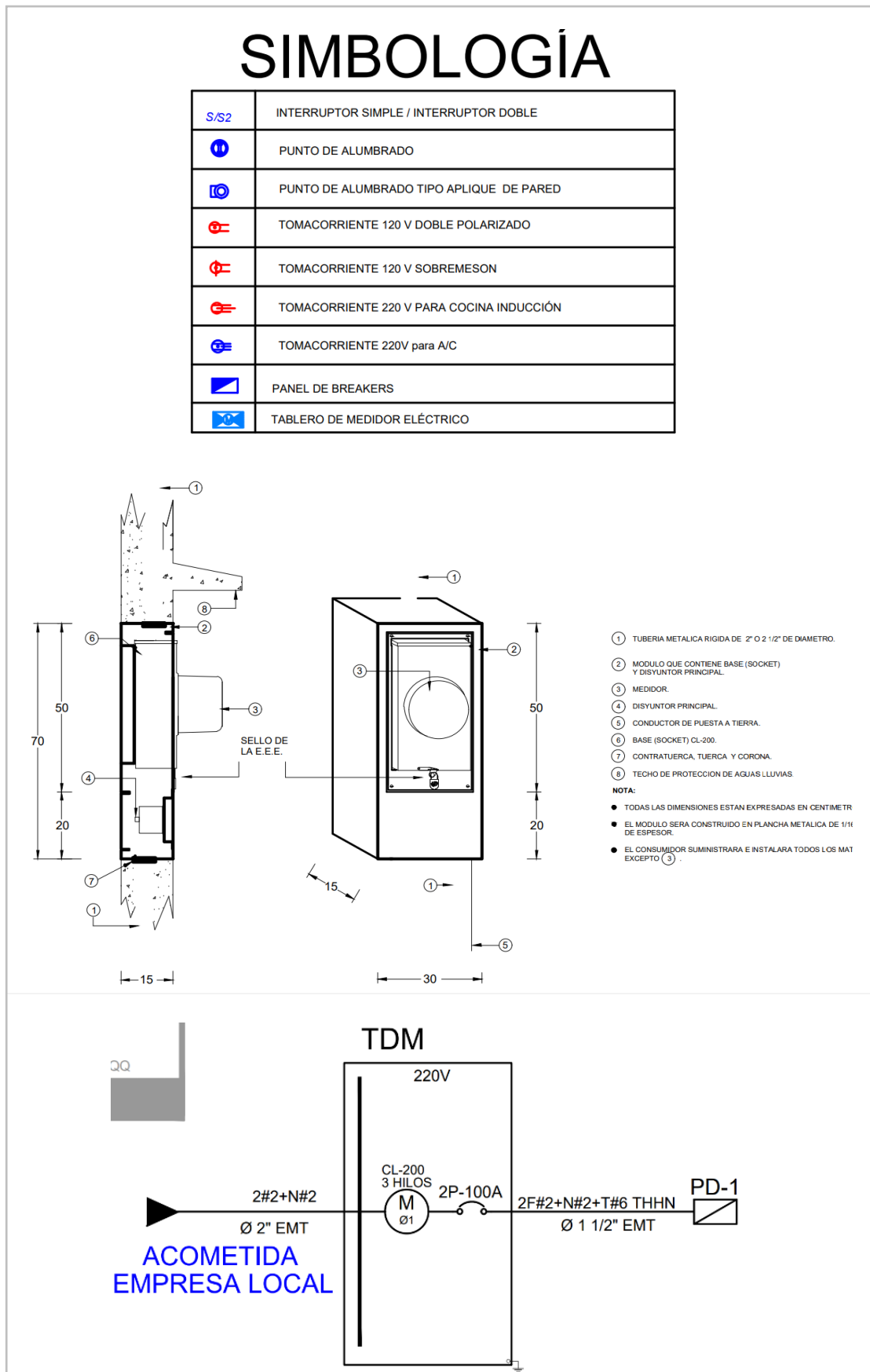


Figura 50. Simbología plano eléctrico

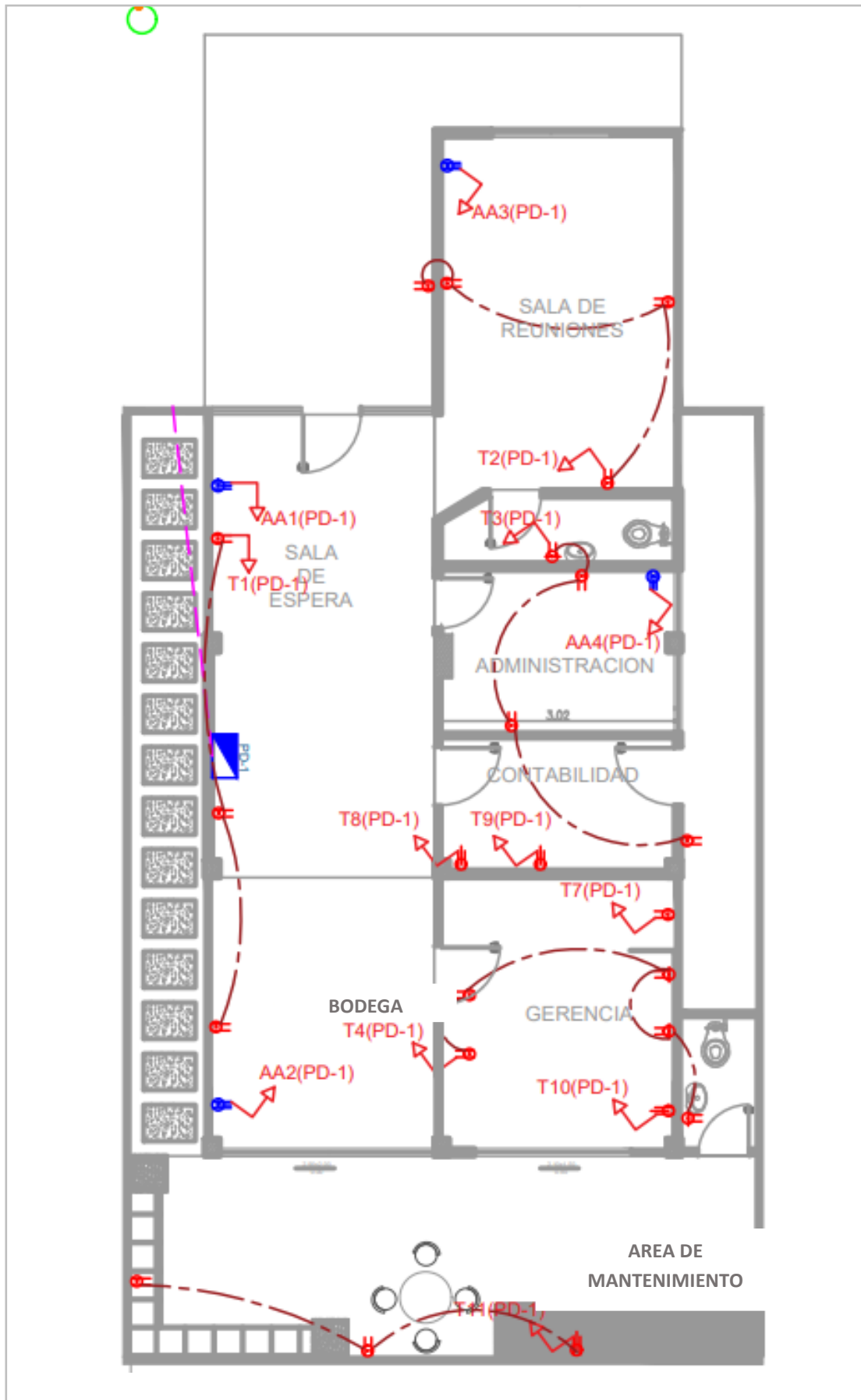


Figura 51. Plano eléctrico 1

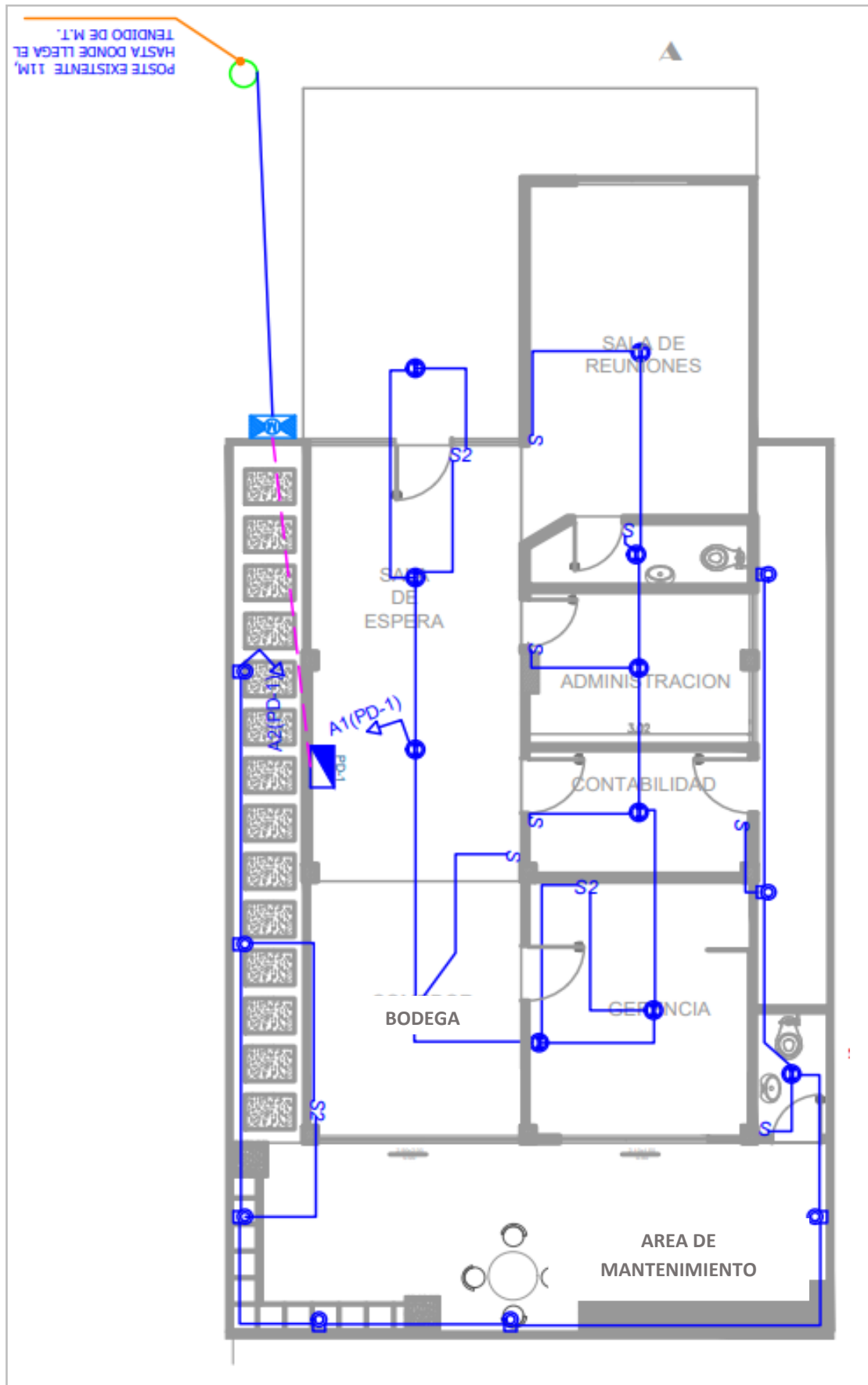


Figura 52. Plano eléctrico 2

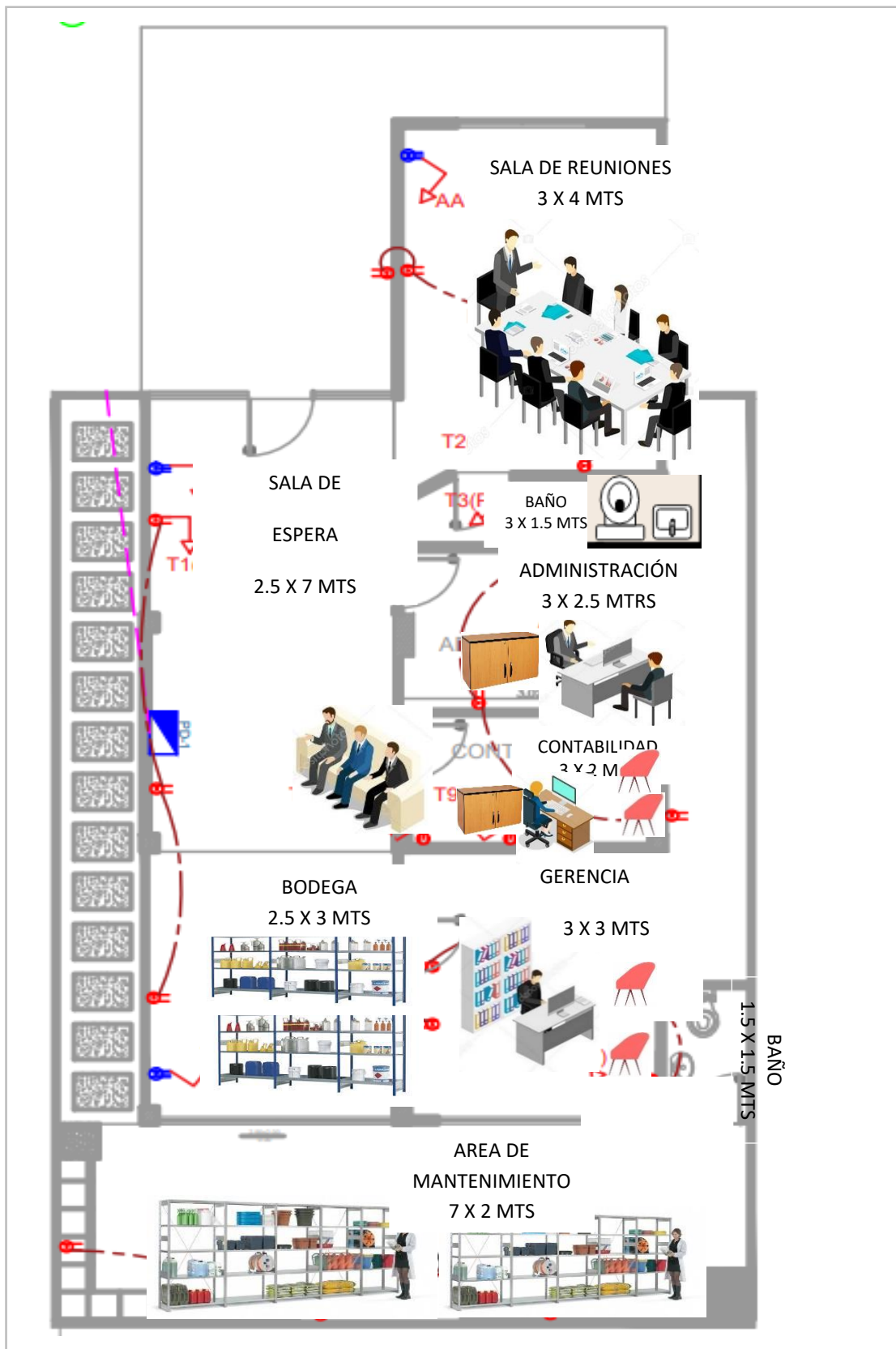


Figura 53. Plano arquitectónico

Tabla 70  
Presupuesto eléctrico

Detalle	Cant.	Precio Unitario	Total
<b>Área: Gerencia General</b>			
Interruptores	1	20.00	20.00
Rosetones para focos	1	15.00	15.00
Tomacorriente doble de 110v	2	20.00	40.00
Punto de teléfono fijo	1	15.00	15.00
Punto de internet	1	10.00	10.00
<b>Área: Administración</b>			
Interruptores	1	20.00	20.00
Rosetones para focos	1	15.00	15.00
Tomacorriente doble de 110v	1	20.00	20.00
Punto de internet	1	10.00	10.00
<b>Área: Contabilidad</b>			
Interruptores	1	20.00	20.00
Rosetones para focos	1	15.00	15.00
Tomacorriente doble de 110v	1	20.00	20.00
Punto de internet	1	10.00	10.00
<b>Área: Sala de reuniones</b>			
Interruptores	1	20.00	20.00
Instalación de lámpara industrial	1	60.00	60.00
Tomacorriente doble de 110v	2	20.00	40.00
<b>Área: Sala de espera</b>			
Instalación de lámpara industrial	1	60.00	60.00
Tomacorriente doble de 220v	1	25.00	25.00
Tomacorriente doble de 110v	1	20.00	20.00
Rosetones para focos	1	15.00	15.00
<b>Área: Bodega de insumos y utensilios de limpieza</b>			
Instalación de lámpara industrial	1	60.00	60.00
Tomacorriente doble de 220v	1	20.00	20.00
Tomacorriente doble de 110v	1	20.00	20.00
Rosetones para focos	1	15.00	15.00
<b>Área: Baño</b>			
Rosetones para focos	1	15.00	15.00
<b>Área: Mantenimiento y almacenamiento de maquinarias equipos</b>			
Instalación de lámpara industrial	1	60.00	60.00
Tomacorriente doble de 220v	1	25.00	25.00
Tomacorriente doble de 110v	1	20.00	20.00
Rosetones para focos	1	15.00	15.00
<b>Total</b>			<b>720.00</b>

### Medidas del establecimiento

A continuación, se detallan las medidas de la infraestructura de cada área de trabajo:

Tabla 71

#### *Medidas del establecimiento*

<b>Áreas</b>	<b>Medidas</b>
Gerencia general	9.00 m <sup>2</sup>
Administración	7.50 m <sup>2</sup>
Contabilidad	6.00 m <sup>2</sup>
Sala de reuniones	12.00 m <sup>2</sup>
Sala de espera	17.50 m <sup>2</sup>
Bodega de insumos y utensilios de limpieza	7.50 m <sup>2</sup>
Baño	4.50 m <sup>2</sup>
Área de mantenimiento y almacenamiento de maquinarias y equipos	14.00 m <sup>2</sup>
Baño para área de mantenimiento	2.25 m <sup>2</sup>
Total	80.25 m <sup>2</sup>

### Capacidad de personas por áreas

Se detallan la capacidad máxima de números de personas por áreas de trabajo.

Tabla 72

#### *Capacidad de personas por área*

<b>Áreas</b>	<b>Capacidad</b>
Gerencia general	Tres personas
Administración	Tres personas
Contabilidad	Tres personas
Sala de reuniones	Diez personas
Sala de espera	Tres personas
Bodega de insumos y utensilios de limpieza	Tres personas
Baño	Una persona
Área de mantenimiento y almacenamiento de maquinarias y equipos	Tres personas
Baño para área de mantenimiento	Una persona



### Instalaciones de servicios

Para un uso óptimo del establecimiento es necesario que el local cuente con las instalaciones adecuadas para un mejor rendimiento laboral, por lo que es indispensable que la empresa cuente con los servicios básicos de energía eléctrica, instalación de agua, línea telefónica e Internet.

#### 4.3.2. Localización del proyecto

Se refiere al proceso de encontrar un lugar idóneo para establecer una empresa, mediante el análisis de los factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos. El estudio de la localización del proyecto tiene como objetivo seleccionar una zona para llevar al cabo la actividad de la empresa y obtener rentabilidad. Para el análisis de la localización se debe analizar los factores de macro y micro localización.

#### Macro localización

Establece las características de la zona específica donde se establecerá la empresa: país, ciudad y sector. Se define que la empresa de servicios de limpieza complementarios se establecerá en el sector sur de la ciudad de Guayaquil, con una población de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

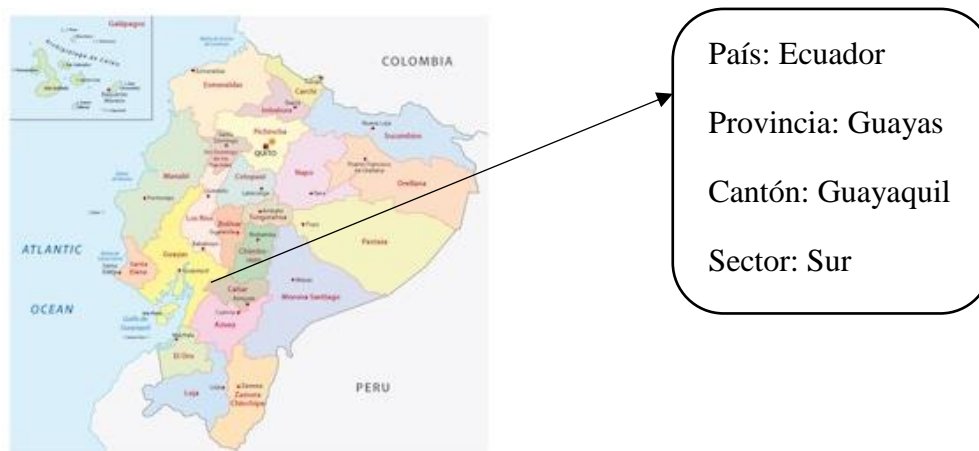


Figura 54. Mapa político de Ecuador

### **Micro localización**

Luego del análisis de la macro localización se realiza el análisis de los factores de la micro localización que consiste en ubicar en el lugar adecuado al proyecto, tomando como referencia las ciudadelas que componen la parroquia Ximena del cantón Guayaquil. La factibilidad de la zona es el resultado del análisis de las variables, que se detallan a continuación:

- El sector sur de la ciudad de Guayaquil comprende las ciudadelas: Pradera, Almendros, Saiba y Centenario.
- La parroquia Ximena cuenta con los servicios básicos: agua potable, energía eléctrica, teléfono e Internet.
- Estratificación socioeconómica: media, media alta y alta.
- Sector con alto flujo de actividad comercial.

#### **4.3.3. Tecnología del proceso productivo**

Para el presente proyecto se implementará el uso de la tecnología para crear procesos más productivos a través de la optimización de recursos y que sean de ayuda y soporte para el talento humano, con la finalidad de mejorar el clima laboral, aumentar la productividad, y lograr una mayor satisfacción al cliente

Con el propósito que la empresa de servicios de limpieza complementarios Serlingab sea un establecimiento rápido y eficaz, se utilizaran herramientas informáticas para facilitar labores específicas administrativas, contables, de control y de inventarios, logrando una gestión más eficiente y de calidad con la optimización de tiempo y evitando errores. Las herramientas a implementar son:

**Sistema ERPTI contable.** Es un sistema financiero – contable completo, avanzado y confiable, totalmente integrado, no necesita interfaces ni procesos

manuales para el funcionamiento, es un sistema multiempresarial, multiusuario, se adquiere licencia de uso indefinido, sin límite de máquinas (siempre y cuando todas estén conectadas a un mismo servidor). El servicio contable, cubrirá el control y manejo de la contabilidad, el control tributario de la misma y la presentación de balances depurados y optimizados.

**Internet.** Permitirá mantener una relación activa con los clientes mediante las redes sociales, y con los proveedores mediante el uso del correo electrónico, además es indispensable para la declaración de impuestos, registro de novedades en el IESS y Ministerio de Trabajo.

**Microsoft Office 2016.** es la última versión de la suite de productividad de Microsoft. Está destinada a escritorios informáticos para instalaciones en local y es la aplicación de referencia ofimática para cualquier profesional y empresa, entre los programas a utilizar se detallan:

- **Excel.** Mediante el uso de la herramienta se podrá exportar los reportes del sistema contable, donde se podrán tabular según la necesidad. Además, se podrá realizar los reportes para el control de inventarios, elaboración de proformas, y registros de citas.
- **Word.** Se utilizará para la elaboración de cartas, oficios, memorándums del área administrativa, para clientes, proveedores, colaboradores y/o entidades relacionadas con el giro de la organización.

**Datafast.** Con la implementación se podrán realizar las transacciones de cobro por los servicios brindados con todas las marcas de tarjetas de crédito y débito, brindándoles a los clientes la solución más completa, segura y ágil a la hora de realizar las transacciones electrónicas.

Tabla 73

*Presupuesto Equipos de computación*

Detalle	Cant.	P.U.	Total
Computadora HP All in one 22C027LA   Negro	2	\$ 490.66	\$ 981.32
Impresora EPSON L3150 ECOTANK   Negro	1	\$ 238.96	\$ 238.96
Sistema contable	1	\$ 1,050.00	\$ 1,050.00
Datafast móvil	1	\$ 120.00	\$ 120.00
<b>Total</b>			<b>\$ 2,390.28</b>

**4.3.4. Ingeniería del proyecto**

Para establecer el proceso clave del establecimiento se procede a definir los procesos estratégicos, operativos y de soporte, que empieza con el requerimiento del cliente y termina con la satisfacción del mismo, con la finalidad de crear un manual de procesos, en el cual se establecen los procedimientos a seguir, especificando los alcances y limitaciones de cada cargo.

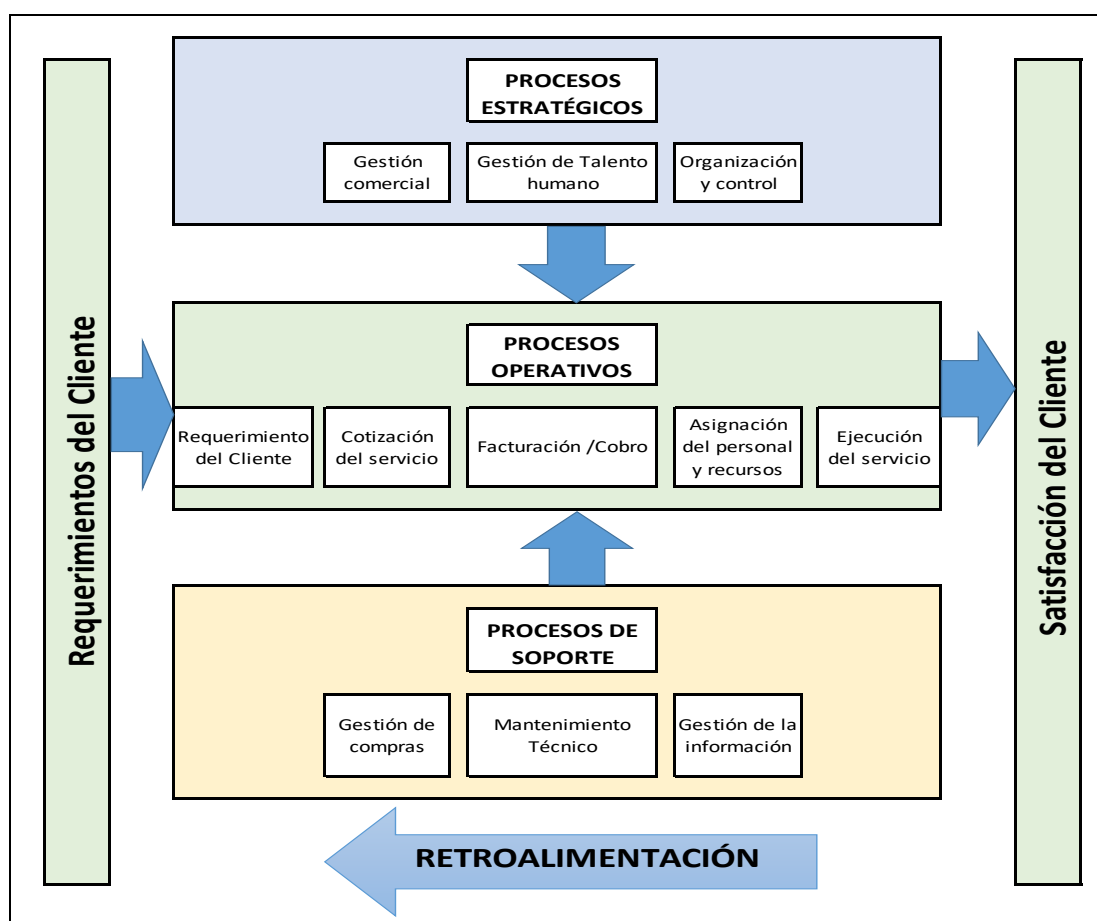


Figura 55. Proceso clave

	<b>EMPRESA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LIMPIEZA "SERLIMGAB"</b>	
	<b>MANUAL DE PROCESO DE SERVICIOS DE LIMPIEZA</b>	Versión Página

## 1. Lineamientos del proceso

El manual de proceso de Serlimgab, requiere considerar las siguientes políticas dentro del proceso:

- Con base al control de inventario, se deberá mantener la existencia adecuada de artículos de oficina, materiales e insumos de consumo de uso continuo que requieran las áreas para el desarrollo de las funciones.
- Anualmente se deberá revisar, actualizar y difundir el manual de procesos.
- Se ingresará a bodega productos, materiales e insumos, que cumplan con las especificaciones, cantidad y fecha estipuladas en las políticas del proveedor.
- Se deberá realizar la revisión trimestral del Inventario físico de existencias de artículos y materiales de oficina y bienes de consumo e informar al administrador
- El administrador deberá notificar cualquier movimiento de personal o cambio en los frentes de trabajo.


## 2. Glosario de términos y abreviaturas

**Normas:** son estándares nacionales que siempre deben cumplirse.

**Procedimiento:** Conjunto de pasos que permite desarrollar tareas, generalmente, de carácter universal, para un determinado sector de organizaciones.

**Recomendaciones:** propuesta de acciones determinadas para ser evaluadas localmente, sobre la conveniencia o no de ponerlas en práctica.

**Inventario:** Procedimiento que se efectúa para conocer la existencia de materiales, artículos de oficina, bienes de consumo y/o activo fijo.

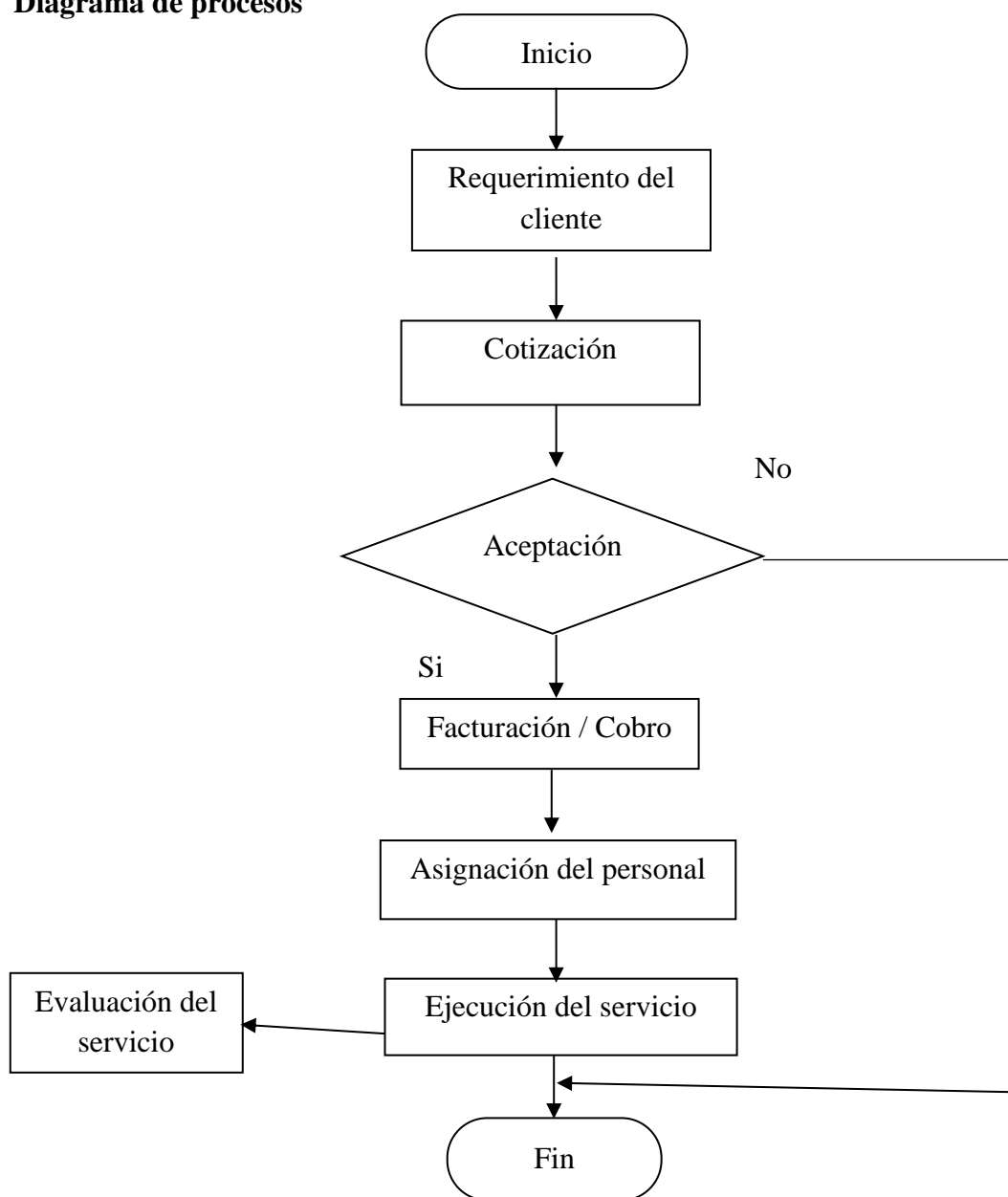
	<b>EMPRESA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LIMPIEZA "SERLIMGAB"</b>	
	<b>MANUAL DE PROCESO DE SERVICIOS DE LIMPIEZA</b>	Versión Página

### 3. Ficha de procesos

<b>Proceso:</b>	<b>Contratación de servicio de limpieza</b>
<b>Descripción:</b>	<p><b>Propósito:</b> Estandarizar los procesos de contratación de limpieza y desinfección de los diferentes servicios que ofrece "Serlimgab", mediante la distribución eficiente y racional de insumos, procurando un mejor aprovechamiento de los bienes.</p> <p><b>Alcance:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Detectar los procesos para estandarizarlos</li> <li>❖ Requerimientos de clientes</li> </ul> <p><b>Entradas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Requerimiento del cliente</li> </ul> <p><b>Detalle del Procedimiento:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Requerimiento del cliente</li> <li>2. Cotización del servicio</li> <li>3. Aceptación de la proforma</li> <li>4. Facturación / Pago del servicio</li> <li>5. Asignación del personal para el servicio</li> <li>6. Ejecución del servicio – Evaluación del servicio</li> <li>7. Fin del proceso</li> </ol>
<b>Responsable del Proceso:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Gerente – propietario</li> <li>❖ Operarios de limpieza</li> </ul>
<b>Marco Legal:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Manual de funciones</li> <li>❖ Políticas institucionales</li> </ul>

	<b>EMPRESA DE SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LIMPIEZA "SERLIMGAB"</b>	
	<b>MANUAL DE PROCESO DE SERVICIOS DE LIMPIEZA</b>	Versión: 1.0 Página

**4. Diagrama de procesos**



<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Aprobado por:</b>

#### 4.3.5. Maquinarias y equipos

A continuación, se detallan los presupuestos de las maquinarias, equipos, insumos y utensilios para llevar a cabo la actividad de la empresa, que es el servicio de limpieza, además del vehículo que se utilizará para el traslado de los materiales antes mencionados y del personal.

Tabla 74

*Presupuesto de vehículo*

Detalle	Cant.	Precio	
		Unitario	Total
Vans Chevrolet - N300 Max Cargo 1.2 4x2			
TM	1	\$ 15,499.00	\$ 15,499.00
<b>Total</b>			<b>\$ 15,499.00</b>

Tabla 75

*Presupuesto de maquinarias y equipos*

Detalle	Cant.	Precio	
		Unitario	Total
Limpiadora de alta presión K5	1	\$ 439.00	\$ 439.00
Limpiadora de alta presión K2*MK	2	\$ 149.00	\$ 298.00
Aspirador multiuso WD 3	2	\$ 189.00	\$ 378.00
Limpiadoras a vapor SC 1 EasyFix Premium	2	\$ 129.00	\$ 258.00
Bomba De Fumigar Manual 20Lt Sp53Bpe			
SHINDAIWA	2	\$ 100.68	\$ 201.36
Desmalezadora 27.2 C.c. C270 –			
SHINDAIWA	1	\$ 410.82	\$ 410.82
Cortacésped DLM 5300 - DUCATI	1	\$ 594.59	\$ 594.59
Hidrolavadoras con ruedas de transporte			
1800S – Ducati	2	\$ 243.56	\$ 487.12
<b>Total</b>			<b>\$ 3.066.89</b>



Tabla 76

*Presupuesto de insumos de limpieza – Biodegradables y Químicos*

<b>Detalle</b>	<b>Present.</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
<b>Productos Biodegradables</b>				
Detergente industrial Biodegradable	20 Kl	2	\$ 38.00	\$ 76.00
Jabón Líquido Biosolutions	Galón	6	\$ 5.50	\$ 33.00
Desinfectante Biosolutions	Galón	6	\$ 6.00	\$ 36.00
Ambiental Biosolutions	Galón	6	\$ 6.00	\$ 36.00
Arrasa grasa Biodegradable	Galón	6	\$ 15.00	\$ 90.00
Limpiavidrios Biodegradable	Litro	6	\$ 8.00	\$ 48.00
Limpiador universal todo tipo de superficies	Galón	6	\$ 18.00	\$108.00
Detergente Líquido Biodegradable	2 Litros	6	\$ 8.00	\$ 48.00
Fundas de basura biodegradable 90x75 de 10 Und.	Paquete	12	\$ 1.05	\$ 12.60
<b>Productos Químicos</b>				
Ácido líquido concentrado que elimina por completo el sarro en todo tipo de superficies	Galón	6	\$ 12.00	\$ 72.00
Shampoo para carro y todo tipo de vehículo	Galón	6	\$ 10.00	\$ 60.00
Desinfectante fungicida y bactericida de origen natura	3785 ml	3	\$ 15.00	\$ 45.00
Cloro en pastillas.	50 kls.	1	\$180.00	\$180.00
Cloro líquido de uso doméstico presentación	Galón	6	\$ 2.00	\$ 12.00
Para dispensador o uso general Gel alcohol antiséptico ,desinfecta y sanetiza tus manos completamente.	Galón	6	\$ 15.00	\$ 90.00
<b>Total</b>				<b>\$ 934.60</b>

Tabla 77

*Presupuesto de insumos de limpieza – Otros*

Detalle	Present.	Cant.	Precio Unitario	Total
<b>Contenedores</b>				
Contenedor tapa plana y ruedas. Varios colores según el tipo de desechos. capacidad 120 Ltr.	Und	6	\$ 108.00	\$ 648.00
Contenedor para residuos corto punzantes. Capacidad 1 Ltr.	Und	6	\$ 3.30	\$ 19.80
<b>Dispensadores</b>				
Dispensador de jabón líquido, Línea Aquarame Blanco Arenado, 480 ml.	Und	6	\$ 12.00	\$ 72.00
Dispensador para Papel higiénico jumbo Stand Blanco marca Elite	Und	6	\$ 16.00	\$ 96.00
Dispensador - toallas de mano Elite	Und	6	\$ 18.00	\$ 108.00
<b>Productos Absorbentes</b>				
Servilletas Biodegradables Biosolutions medidas: 24x24. Paquete x 100	Paquete	6	\$ 2.00	\$ 12.00
Paños de limpieza reutilizables y biodegradables. Medidas 34x35 cm.	Paquete	6	\$ 10.00	\$ 60.00
Paños de limpieza reutilizables y biodegradables	Rollo	6	\$ 16.00	\$ 96.00
Limpión reforzado blanco doble hoja Completamente higiénico 20 cm x 80 cm Paquete x 2	Paquete	6	\$ 16.00	\$ 96.00
Toalla de manos doble hoja, extra absorbente de 23 x 23 cm. 150 Und	Paquete	6	\$ 2.15	\$ 12.90
Papel higiénico de 1 hoja con 550 m. 4 Und x paquete	Paquete	6	\$ 20.00	\$ 120.00
<b>Total</b>				<b>\$ 1,352.70</b>

Tabla 78

*Presupuesto Utensilios de limpieza*

<b>Detalle</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>
Coche de Limpieza con exprimidor multifuncional. Marca Estra Balde de 81 litros Largo: 92.00 cm Ancho: 52.00 cm Alto: 98.00 cm	3	\$ 205.00	\$ 615.00
Coche exprimidor para limpieza Doble balde 60 Ltr. de capacidad	3	\$ 103.00	\$ 309.00
Recogedor de basura profesional con escoba	9	\$ 14.80	\$ 133.20
Balde escurridor plástico	9	\$ 4.50	\$ 40.50
Mopa Plana de 55 Cms en Microfibra. Resistente al cloro y a alta temperatura de lavado. Densidad 1100 gsm. Medidas: 55 Cms * 12 Cms.	9	\$ 25.00	\$ 225.00
Paños de Microfibra	9	\$ 3.50	\$ 31.50
Mopa plana de algodón con mango de aluminio. Medidas : 80 -100- 120 cms	9	\$ 13.90	\$ 125.10
Coche de limpieza sencillo 30 lts de capacidad	6	\$ 65.00	\$ 390.00
Señalizador preventivo de piso mojado	9	\$ 15.00	\$ 135.00
Escoba para jardinería	6	\$ 12.00	\$ 72.00
Tijeras para jardinería	6	\$ 24.90	\$ 149.40
Tijeras para ramas altas jardinería	6	\$ 36.50	\$ 219.00
Rastrillo	6	\$ 18.00	\$ 108.00
<b>Total</b>			<b>\$ 2,552.70</b>

**4.4. Estudio Administrativo**

Consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una empresa para la creación y funcionamiento, mediante un estudio que permita obtener la información pertinente para el análisis de los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto a ejecutar.

Para la determinación de los aspectos organizacionales, la planeación estratégica, la estructura organizacional, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos, que sirven de guía para la administración del presente proyecto de prefactibilidad que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar las operaciones y lineamientos.

El estudio administrativo, muestra los elementos administrativos que son: Planeación estratégica que define las directrices y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, donde se definen la misión, visión, valores institucionales y las políticas empresariales en relación a los clientes, proveedores y colaboradores; Tipo de sociedad que muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico. Atiende a la personalidad jurídica de la empresa según lo cual articulará la legislación y fiscalidad, según el organismo competente, el aspecto laboral, que se refiere al tipo de contrato de trabajo, y reglamentos a cumplir y el aspecto ecológico, que muestra el compromiso con el cuidado del medio ambiente que las empresa deben adquirir en la actividad.; Organigrama, representan los puestos de la organización, niveles jerárquicos, líneas, autoridad y responsabilidad y; Planificación de los recursos humanos, con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales definir los puestos, lo que dará claridad a la administración del proyecto, son las personas quienes ejecutarán el trabajo para lograr los objetivos empresariales alineados con la misión, visión y los valores institucionales.

#### **4.4.1. Análisis situacional**

Identifica el horizonte de la empresa desde la creación hasta donde desea llegar, analizando las directrices del mercado en el cual se va a establecer, como los factores

económicos, políticos, sociales y tecnológicos. Definida la planeación estratégica se plantea la manera de alcanzar la visión planteada, a través de la aplicación de los componentes de la planeación, que se detallan a continuación:

### **Misión**

Serlingab es una empresa de servicios complementarios de limpieza, dedicada al aseo y mantenimiento en general del sector empresarial y doméstico, de todo tipo de inmuebles e instalaciones, mediante la eficiencia de los procesos y con recursos biodegradables, comprometidos con el medio ambiente.

### **Visión**

Ser una referencia líder local en el sector de servicios complementarios de limpieza de empresas y hogares con soluciones personalizadas eficientes de calidad y con el compromiso del cuidado del medio ambiente.

### **Valores Institucionales**

- **Compromiso.** De cada colaborador de la empresa, en base al pleno conocimiento de responsabilidades, alcances y limitaciones, valorando cada aportación a la organización. Es un valor que nos ayuda a crear un ambiente de trabajo de armonía, cordialidad, aceptación.
- **Honestidad.** Pilar fundamental de nuestra empresa para nuestros colaboradores, clientes y proveedores, en cada uno de los procesos siendo la plataforma de buenas relaciones.
- **Puntualidad.** Habito de cada uno de los colaboradores que conforman la organización para brindar un servicio oportuno, valorando el tiempo de cada uno de nuestros clientes.

- **Trabajo en equipo.** Brindando soluciones rápidas y eficaces, fomentando el compañerismo y buen ambiente laboral. Fundamental para crecer como persona y empresa, y contribuye a mejorar las relaciones laborales.
- **Innovación.** Como base para mejorar los procesos de manera constante, creando nuevas estrategias y aporten valor añadido a nuestros clientes.
- **Responsabilidad con el medio ambiente.** Compromiso con el cuidado del medio ambiente mediante el uso de productos biodegradables que ayuden a la conservación.

### **Políticas - Clientes**

1. Brindar una atención personalizada a todos los clientes en las llamadas, solicitudes o reclamos.
2. Los pagos para el sector doméstico de los servicios contratados se realizarán con el 50% de anticipo y la diferencia una vez culminado el servicio.
3. Las devoluciones del anticipo del servicio se realizarán luego de 15 días laborales.
4. El pago para el sector empresarial, serán mediante los términos del contrato.
5. El horario de atención al público será de 8:00 a 17:00 p.m., las órdenes recibidas a partir de las 16:00 serán consideradas para el día siguiente.
6. Las retenciones de las facturas serán receptadas hasta 5 días posteriores a la emisión de la factura, caso contrario el cliente asumirá el valor.
7. Si el cliente no está satisfecho con el servicio brindado según los términos del contrato se enviará otro grupo de trabajo sin ningún costo.
8. Los medios de contratación de servicios domésticos serán mediante vía telefónica, WhatsApp, Fan page o visita en el local comercial, el pago del anticipo podrá ser en efectivo, transferencia bancaria, tarjeta de crédito o debito

9. Los medios de contratación para empresas serán mediante firma de contrato.
10. Llenará la ficha del servicio brindado, con la finalidad de fidelizar al cliente y mantener una mejora continua (Apéndice D).

- **Políticas - Proveedores**

1. Todo proveedor deberá llenar la ficha, para registrar los datos de la empresa, que será sometida a verificación. (Apéndice E).
2. Todo proveedor será evaluado trimestralmente. (Apéndice F).
3. Los pagos en cheques serán solamente a nombre del titular de la factura y se realizarán los días viernes de 14:00 a 17:00 p.m., y podrán ser retirados por el titular de la factura o con carta de autorización firmada por el mismo.
4. Los pagos por medio de transferencias bancarias serán solamente al titular de la factura y se realizarán de acuerdo a la ficha de registro del cliente.
5. Relaciones exclusivas con proveedores que ofrecen productos biodegradables y amigables con el medio ambiente.
6. Se terminará la relación comercial con los proveedores que no cumplan con los plazos de entrega
7. Los productos que no cumplan con las especificaciones serán devueltos.
8. No influyen las relaciones personales o por el interés del empleado para la compra o servicio
9. Ofrecer una comunicación adecuada que favorezcan la gestión y toma de decisiones, para una consolidada relación comercial de ambas partes.
10. El plazo de pago de las facturas a crédito, contarán a partir de la entrega de los productos o servicio.
11. El horario de atención a proveedores será de 8:00 a 17:00 p.m.

- **Políticas - Colaboradores**

1. Asistencia de curso de capacitación obligatorio al personal nuevo que formará parte de la organización.
2. El colaborador debe responder oportunamente con respeto y eficiencia las necesidades del cliente.
3. El colaborador deberá ofrecer un óptimo servicio teniendo en cuenta y siendo responsable de todas las herramientas de trabajo que tiene a disposición
4. Los supervisores son responsables de dar seguimiento a la operación y verificar el cumplimiento de las actividades contratadas.
5. Brindar a los colaboradores un entorno laboral amigable de confianza para el cumplimiento de las actividades
6. Capacitación anual de todo el personal operativo para actualizar conocimientos promoviendo una mejora continua.
7. Evaluación de desempeño para identificar áreas de mejora para así motivar a los trabajadores a lograr mejores resultados
8. Todos los colaboradores, deberán vestir correctamente el uniforme entregado según el área de trabajo y el cargo, para promover una buena imagen corporativa
9. Se prohíben el comportamiento discriminatorio de los supervisores y empleados por motivo de raza, genero, creencias religiosas u orientación sexual.
10. Se prohíben el uso de celulares o aparatos electrónicos en horas laborales.
11. Reuniones y reconocimiento trimestral a los tres mejores puntajes de la evaluación de desempeño de los colaboradores de la empresa por cada área.
12. Todo supervisor o encargado deberá fomentar en los empleados a cargo el espíritu de trabajo, orientar las actividades a lograr una mayor interacción entre las distintas áreas de la empresa para lograr el mejoramiento continuo.



#### 4.4.2. Organigrama

Dado que el tamaño inicialmente será microempresa, según el reglamento del Código de la Producción, son microempresas aquellos negocios que tiene de uno a 15 empleados con ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores a USD 300,000.00 Se necesita de una estructura organizacional simple, clara y de bajo costo, que permita a cada empleado cumpla con las responsabilidades asignadas y no exista conflicto de autoridad. Se establecerá la estructura organizativa lineal – staff que es el resultado de la combinación de la organización lineal y funcional formando una organización jerárquica consultiva. Que permite la separación entre órganos operacionales y órganos de apoyo.

Las principales funciones del staff son: servicios, consulta y asesoría, monitorear, planeación y control. La principal función es que permite una asesoría especializada y mantiene el principio de autoridad única. A continuación, el organigrama que tendrá la empresa:

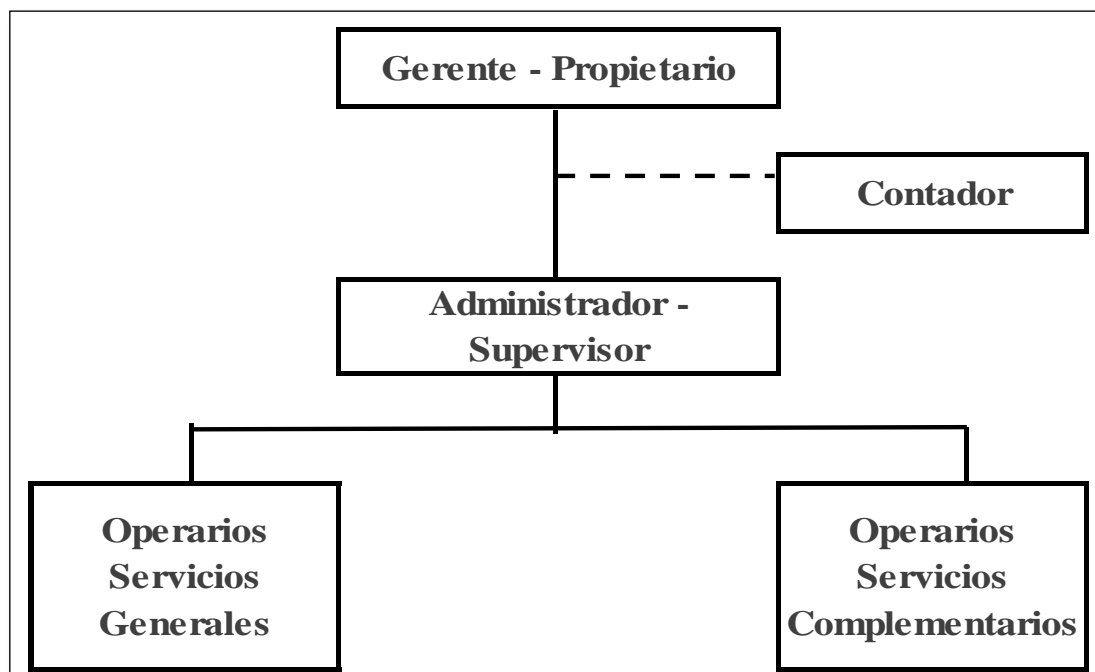


Figura 56. Organigrama

#### **4.4.3. Funciones del talento humano**

- **Nivel Ejecutivo**

Es el de mayor grado de autoridad, es el encargado de tomar decisiones y políticas generales, además de planificar, orientar, y dirigir las actividades de la misma, aquí se encuentra el Gerente – Propietario de la empresa.

- **Nivel de Apoyo - Staff**

El nivel de apoyo – Staff, se encargará de realizar las siguientes actividades, llevar un registro contable, realizar documentos de compras, ingresos y egresos, aquí se encuentra el contador, que será contratado mediante facturación mensual, es decir no formará parte de la nómina de empleados de la compañía.

- **Nivel Administrativo**

El nivel operativo es el encargado de ejecutar las actividades básicas de la organización, como son: atención al cliente, poseer al arte de vender, supervisar, controlar, para detectar presencia de errores en la entrega de los servicios aquí se encuentra, el Administrador – Supervisor.

- **Nivel Operativo**

El nivel operativo es el encargado de ejecutar las actividades básicas de la organización, como son las actividades de servicios generales y servicios complementarios, en este nivel se encuentran los operarios de servicios de limpieza según la rama de especialización. No se necesitará variedad de puestos ni cantidad extrema de empleados, a medida que la demanda incrementa, la empresa incorporará los empleados necesarios para el funcionamiento.

## 4.4.3 Funciones del talento humano


	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA</b> <b>"SERLIMGAB"</b> <b>PROFESIOGRAMA</b>	Fecha: ___/___/___			
		Página: 1/5			
<b>Puesto de Trabajo:</b>	<b>Gerente - Propietario</b>	<b>Grados de competencia:</b> A Alto B Bueno C Medio exigido D Insatisfactorio			
RASGOS	DESCRIPCIÓN	Niveles			
		A	B	C	D
<b>Formación Académica:</b>	Técnico en Administración de empresas	X			
	Ingenieros o licenciados en carreras afines a la administración de	X			
<b>Conocimientos:</b>	Habilidades gerenciales	X			
	Conocimientos informáticos		X		
	Conocimientos tributarios		X		
	Conocimientos contables			X	
	Conocimientos financieros		X		
<b>Competencias:</b>	Resolución de problemas	X			
	Capacidad de organización	X			
	Administración y control de insumos	X			
	Liderar los procesos de planeación estratégica de la organización		X		
	Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas		X		
	Representar judicial y extrajudicialmente a la sociedad ante terceros, autoridades de policía y/o autoridades fiscales.		X		
	Definir las políticas administrativas, financieras, operacionales de la organización.		X		
	Planificar y controlar la ejecución de proyectos disponiendo de todas las medidas y recursos para el cumplimiento de los objetivos de la empresa		X		
<b>Habilidades:</b>	Relaciones interpersonales.			X	
	Habilidad técnica.			X	
	Habilidad humanista.			X	
	Habilidad conceptual.			X	
	Inteligencia emocional.		X		
	Innovación.			X	
	Creatividad.			X	
<b>Experiencia:</b>	Mínimo un año en cargos similares	X			

Figura 57. Profesiograma Gerente - Propietario



 <p>La limpieza es nuestra prioridad</p>	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA</b> <b>"SERLIMGAB"</b> <b>MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del Cargo:	Gerente - Propietario
Nivel:	Ejecutivo
Supervisa a:	Contador, Administrador y Operios de limpieza
Reporta a:	Junta de Accionistas.
<b>Requisitos mínimos</b>	
Formación:	Titulo tercer nivel - Administración de empresas o careras afines.
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia profesional en cargos similares
<b>Objetivo Principal</b>	
<p>Ser responsable ante los accionistas por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional; planea, dirige, organiza y controla las actividades, demuestra liderazgo involucrados en la empresa de limpieza. La gerencia actúa como soporte de la organización a nivel general y de los colaboradores, asesora el manejo de cada área funcional.</p>	
<b>Funciones Esenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</li> <li>* Liderar los procesos de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa.</li> <li>* Presentar cuentas comprobadas de su actividad.</li> <li>* Aprobar nómina y pago de comisiones del personal administrativo y producción.</li> <li>* Representar judicial y extrajudicialmente a la sociedad ante terceros, autoridades de policía y/o autoridades fiscales</li> <li>* Realizar visitas con el propósito de coordinar actividades y procesos.</li> <li>* Analizar la selección de los concursos para ofertar, del sector público y privado.</li> <li>* Crear y difundir las normativas de la empresa.</li> <li>* Dirigir y supervisar las actividades y trabajo de los colaboradores de la empresa.</li> <li>* Celebrar contratos públicos y/o privados dentro del giro de actividades de la empresa.</li> <li>* Gestionar y desarrollar planes de expansión, posicionamiento de la empresa a nivel nacional.</li> <li>* Controlar el presupuesto, a través de las partidas presupuestarias.</li> </ul>	
<b>Tipo de contrato</b>	
<p>Contrato de trabajo de tiempo indefinido</p>	

Figura 58. Manual de funciones Gerente – Propietario

	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA</b> <b>"SERLIMGAB"</b> <b>PROFESIOGRAMA</b>	Fecha: __/__/____
		Página: 2/5

<b>Puesto de Trabajo:</b>	<b>Contador</b>	<b>Grados de competencia:</b> A Alto B Bueno C Medio exigido D Insatisfactorio
---------------------------	-----------------	--

RASGOS	DESCRIPCIÓN	Niveles			
		A	B	C	D
<b>Formación Académica:</b>	Título de tercer nivel	X			
	CPA - Contaduría Pública Autorizada	X			
<b>Conocimientos:</b>	Manejo de programa Office, internet.		X		
	Conocimientos informáticos, tributarios, contables y financieros		X		
	Normas y leyes vigentes financieras, contables y de auditoría.		X		
	Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.		X		
	Ley Reformatoria a la Ley de Seguridad Social.		X		
	Código civil.		X		
	Código de Trabajo.		X		
	Leyes tributarias.		X		
<b>Competencias:</b>	Preparación y presentación de información financiera bajo	X			
	Auditoría de la información financiera y de gestión empresarial	X			
	Aplicación de tributos y transacciones económicas	X			
	Gestión financiera		X		
	Aplicación de la regulación tributaria de las organizaciones	X			
	Analiza la contabilidad para la gestión como elemento esencial en la medición de las condiciones económicas y administrativas de las organizaciones	X			
	Resolución de problemas		X		
<b>Habilidades:</b>	Relaciones interpersonales.			X	
	Comunicación efectiva.		X		
	Gestión contable.	X			
	Pensamiento estratégico.		X		
	Planeación estratégica.		X		
	Análisis de Indicadores.		X		
	Creatividad.			X	
<b>Experiencia:</b>	Mínimo dos año en cargos similares	X			

Figura 59. Profesiograma Contador


 <p>La limpieza es nuestra prioridad</p>	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA "SERLIMGAB" MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del Cargo:	Contador
Nivel:	Apoyo - Staff
Supervisa a:	Ninguno
Reporta a:	Gerente - Propietario
<b>Requisitos mínimos</b>	
Formación:	Título profesional en Contaduría Pública
Experiencia:	Mínimo 2 años de experiencia profesional en cargos similares
<b>Objetivo Principal</b>	
<p>Dirigir, analizar, evaluar y presentar la información contable y tributaria a través de los estados financieros y declaraciones mensuales en forma clara, completa, fidedigna y de acuerdo a los principios y/o normas de contabilidad vigentes normas tributarias y políticas administrativas.</p>	
<b>Funciones Esenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Elaborar estados financieros para fines contables, fiscales y financieros.</li> <li>* Operar cualquier sistema de Contabilidad, utilizando la computadora en el proceso Contable-Financiero.</li> <li>* Organizar, controlar y registrar las operaciones contables</li> <li>* Informe trimestral financiero</li> <li>* Declaraciones de retenciones en la fuente e IVA, mensuales según calendario establecido por el SRI.</li> <li>* Asesorar en materia contable, fiscal y financiera</li> <li>* Fundamentar toma de decisiones basados en el análisis de la información financiera.</li> <li>* Verificar los documentos contables.</li> <li>* Verificación del cálculo de impuestos.</li> <li>* Presentación de concilaciones bancarias mensuales</li> <li>* Velar por que la contabilidad se lleve de acuerdo a la legislación vigente del país</li> <li>* Declaración anual de Impuesto a la Renta</li> </ul>	
<b>Tipo de contrato</b>	
<p>El contador sera contratado mediante la presentación de facturas mensuales, y medio tiempo 20 horas semanales.</p>	

Figura 60. Manual de funciones Contador

	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA</b> <b>"SERLIMGAB"</b> <b>PROFESIOGRAMA</b>	Fecha: __/__/____
		Página: 2/5

<b>Puesto de Trabajo:</b>	<b>Administrador - Supervisor</b>	<b>Grados de competencia:</b> A Alto B Bueno C Medio exigido D Insatisfactorio
---------------------------	-----------------------------------	--

RASGOS	DESCRIPCIÓN	Niveles			
		A	B	C	D
<b>Formación Académica:</b>	Técnico en Administración de empresas	X			
	Bachiller	X			
<b>Conocimientos:</b>	Habilidades Administrativas		X		
	Conocimientos informáticos		X		
	Conocimientos de limpieza de todo tipo de bienes inmuebles			X	
	Conocimientos de jardinería, limpieza de piscinas y demás servicios complementarios			X	
	Formación técnica: para saber los productos, maquinaria y técnicas de limpieza.			X	
	Formación de relaciones públicas: Clientes, empresa y personal			X	
	Formación comercial: para el contacto directo que hay con el cliente. Contacto negociador y de cierre del presupuesto.			X	
<b>Competencias:</b>	Resolución de problemas		X		
	Capacidad de organización		X		
	Administración y control de insumos		X		
	Liderar los procesos de planeación estratégica de la organización		X		
	Ser buen negociador para debatir el presupuesto con el cliente.	X			
	Saber dirigir, no mandar al personal.	X			
	Capacidad de planificar y organizar.	X			
	La coordinación de equipos	X			
	La comunicación humana	X			
<b>Habilidades:</b>	Relaciones interpersonales.		X		
	Habilidad técnica.		X		
	Habilidad humanista.		X		
	Habilidad conceptual.		X		
	Inteligencia emocional.		X		
	Innovación.		X		
	Creatividad.		X		
<b>Experiencia:</b>	Mínimo un año en cargos similares	X			

Figura 61. Profesiograma Administrador – Supervisor



 <p>La limpieza es nuestra prioridad</p>	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA "SERLIMGAB" MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del Cargo:	Administrador - Supervisor
Nivel:	Administrativo
Supervisa a:	Operios de limpieza
Reporta a:	Gerente - Propietario
<b>Requisitos mínimos</b>	
Formación:	Titulo tercer nivel - Administración de empresas o carreras afines.
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia profesional en cargos similares
<b>Objetivo Principal</b>	
<p>Planificar, organizar, gestionar y controlar, utilizando los recursos existentes, para satisfacer las necesidades de todos los frentes de trabajo, para lograr los objetivos propuestos.</p>	
<b>Funciones Esenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Designación de los diferentes equipos técnicos de la obra.</li> <li>* Velar porque los colaboradores cumplan los requisitos establecidos en la normativa aplicable referente a la contratación (cumplimiento de la seguridad, organización preventiva, etc.).</li> <li>*Planificación del proyecto en todos sus aspectos, identificando las actividades a realizar, los recursos, los plazos y los costes previstos.</li> <li>* Mantenimiento permanente de las relaciones externas del proyecto: clientes, proveedores, subcontratistas, otras direcciones, etc.</li> <li>* Seguimiento y evaluación de las funciones de las personas a su cargo.</li> <li>* Dirección y coordinación de todos los recursos empleados en el proyecto.</li> <li>* Estudio previo del proyecto, la oferta y el contrato, en particular las cláusulas particulares que lo rigen.</li> <li>* Previsión de recursos para la ejecución de obras.</li> <li>* Optimizar las condiciones técnicas y económicas de las compras</li> <li>*Y funciones inherentes a la naturaleza del cargo que sean asignadas por el gerente-propietario</li> </ul>	
<b>Tipo de contrato</b>	
<p>Contrato de trabajo de tiempo indefinido</p>	

Figura 62. Manual de funciones Administrador – Supervisor



	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA</b> <b>"SERLIMGAB"</b> <b>PROFESIOGRAMA</b>	Fecha: __/__/____
		Página: 4/5

RASGOS	DESCRIPCION	Niveles			
		A	B	C	D
<b>Puesto de Trabajo:</b>	<b>Operador de Servicios de Limpieza Generales</b>	<b>Grados de competencia:</b> A Alto B Bueno C Medio exigido D Insatisfactorio			
<b>Formación Académica:</b>	Bachiller	X			
<b>Conocimientos:</b>	Conocimientos de limpieza de todo tipo de bienes inmuebles	X			
	Conocimientos de desechos de residuos.	X			
	Medidas de seguridad para manejar acidos y demás quimicos.	X			
	Métodos de seguridad	X			
	Conocimientos sobre productos y equipamiento de limpieza y de técnicas empleadas en este tipo de trabajo.	X			
<b>Competencias:</b>	Resolución de problemas		X		
	Administración y control de insumos		X		
	Controlar y conservar en buen estado las herramientas y equipos de trabajo a su cargo.		X		
	Uso adecuado de herramientas, equipos e insumos quimicos	X			
	Capaz de seguir instrucciones	X			
	Capaz de seguir métodos de seguridad.	X			
	Capaz de seguir procedimientos establecidos	X			
	Sigue estándares estrictos de higiene, salud y seguridad.	X			
	Meticuloso con su higiene personal.	X			
<b>Habilidades:</b>	Relaciones interpersonales.		X		
	Capacidad de trabajar de manera independiente y como parte de un equipo.	X			
	Capacidad para desarrollar el trabajo físico y completar las tareas a su cargo.	X			
	Organización y manejo de tiempo.	X			
	Habilidades de comunicación	X			
	Honesto	X			
	Discreto	X			
	<b>Experiencia:</b>	Mínimo un año en cargos similares	X		

Figura 63. Profesiograma Operador de Servicios de limpieza general



 <p>La limpieza es nuestra prioridad</p>	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA "SERLIMGAB" MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del Cargo:	Operarios de limpieza de servicios generales
Nivel:	Operativo
Supervisa a:	Ninguno
Reporta a:	Administrador - Supervisor
<b>Requisitos mínimos</b>	
Formación:	Bachiller
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia profesional en cargos similares
<b>Objetivo Principal</b>	
<p>Mantener limpias todas las zonas en las que debe realizar su trabajo, mantener un ambiente limpio y ordenado, cuidando las maquinarias y herramientas asignada, con el uso correcto de los insumos de limpieza</p>	
<b>Funciones Esenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Limpieza de suelos: incluye las actividades de barre, fregar y pasar mopa</li> <li>* Limpieza de cristales: quitar el polvo y suciedad, con el uso correctos de productos especializados en cristales.</li> <li>* Vaciado de papeleras: de acuerdo al reciclaje pertinentes.</li> <li>* Limpieza de muebles: desengrasado, limpieza de polvos.</li> <li>* Reposición de materiales: de acuerdo al lugar de trabajo, papel higiénico, jabón de manos, servilletas, entre otros.</li> <li>* Desinfección de todo tipo de superficies</li> <li>* Limpieza y desinfección de baños.</li> <li>* Limpieza de áreas internas y externas.</li> <li>* Pulir pisos</li> <li>* Uso correcto de uniforme</li> <li>* Limpieza de diferentes áreas de trabajo.</li> </ul>	
<b>Tipo de contrato</b>	
<p>Contrato de trabajo por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio</p>	

Figura 64. Manual de funciones Operador de Servicios de limpieza general

	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA</b> <b>"SERLIMGAB"</b> <b>PROFESIOGRAMA</b>	Fecha: __/__/____
		Página: 5/5

RASGOS	DESCRIPCION	Niveles			
		A	B	C	D
<b>Puesto de Trabajo:</b>	<b>Operador de Servicios de Limpieza Complementarios</b>	<b>Grados de competencia:</b> A Alto B Bueno C Medio exigido D Insatisfactorio			
<b>Formación Académica:</b>	Bachiller	X			
<b>Conocimientos:</b>	Conocimientos de limpieza de todo tipo de bienes inmuebles		X		
	Conocimientos de desechos de residuos.		X		
	Medidas de seguridad para manejar acidos y demás químicos.	X			
	Métodos de seguridad	X			
	Conocimientos sobre productos y equipamiento de limpieza y de técnicas empleadas en este tipo de trabajo.	X			
	Conocimientos sobre botánica	X			
	Identificación de diferentes tipos de plantas	X			
	Funcionamiento de equipamiento de piscinas: filtros, bomba, motor, valvulas, entre otros	X			
	Análisis del PH del agua	X			
	Análisis del nivel de desinfectante (cloro, bromo, sal, oxígeno líquido).	X			
<b>Competencias:</b>	Resolución de problemas	X			
	Administración y control de insumos	X			
	Controlar y conservar en buen estado las herramientas y equipos de trabajo a su cargo.	X			
	Uso adecuado de herramientas, equipos e insumos químicos	X			
	Capaz de seguir instrucciones	X			
	Capaz de seguir métodos de seguridad.	X			
	Capaz de seguir procedimientos establecidos	X			
	Sigue estándares estrictos de higiene, salud y seguridad.	X			
	Meticuloso con su higiene personal.	X			
	Mantenimiento de piscinas		X		
	Mantenimiento de cisternas		X		
<b>Habilidades:</b>	Relaciones interpersonales.		X		
	Capacidad de trabajar de manera independiente y como parte de un equipo.	X			
	Capacidad para desarrollar el trabajo físico y completar las tareas a su cargo.		X		
	Organización y manejo de tiempo.		X		
	Habilidades de comunicación		X		
	Honesto	X			
	Discreto	X			
<b>Experiencia:</b>	Mínimo un año en cargos similares	X			

Figura 65. Profesiograma Operador de Servicios de limpiezas complementarias


 <p>La limpieza es nuestra prioridad</p>	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA "SERLIMGAB" MANUAL DE FUNCIONES</b>
<b>Identificación del cargo</b>	
Nombre del Cargo:	Operarios de limpieza de servicios complementarios
Nivel:	Operativo
Supervisa a:	Ninguno
Reporta a:	Administrador - Supervisor
<b>Requisitos mínimos</b>	
Formación:	Bachiller
Experiencia:	Mínimo 1 año de experiencia profesional en cargos similares
<b>Objetivo Principal</b>	
<p>Un correcto mantenimiento según su especialidad, además de servir de apoyo con los operarios de limpieza de servicios generales cuando lo ameriten, cuidando las maquinarias y herramientas asignada, con el uso correcto de los insumos de limpieza</p>	
<b>Funciones Esenciales</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>* Actividades del manual de funciones de Operarios de servicios generales</li> <li>* Mantenimiento de áreas verdes, corte de césped, poda de plantas, eliminación de malezas y basura</li> <li>* Mantenimiento de piscinas</li> <li>* Plantación y riego.</li> <li>* La pulverización con productos químicos para proteger las plantas contra las plagas.</li> <li>* Desinfección de áreas de alto riesgo.</li> <li>* Lavado de vehículos</li> <li>* Limpieza y purificación de cisternas</li> <li>* Mantenimiento y limpieza de muebles y enseres</li> <li>* Limpieza y purificación de cisternas</li> <li>* Limpieza de terrazas</li> <li>* Apoyo a operarios de limpieza de servicios generales, cuando se lo asigne sus superiores</li> </ul>	
<b>Tipo de contrato</b>	
<p>Contrato de trabajo por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio</p>	

Figura 66. Manual de funciones Operador de Servicios de limpieza complementarios

## Rol

En el presente proyecto de prefactibilidad, existen dos tipos de contratos a aplicar para el sistema de remuneración y compensación del personal que son: Contrato de trabajo de tiempo indefinido (Apéndice G) y Contrato de trabajo por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio (Apéndice H), en ambos casos con período de prueba de tres meses.

En los dos casos los beneficios de ley son: décimo tercer sueldo, décimo cuarto sueldo (mensualizado o acumulado a elección del empleado) y vacaciones. Además de la afiliación de cada colaborador al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS. La aplicación del sistema de remuneración fijo en la empresa:

Tabla 79

*Sistema de remuneración*

<b>Cargo</b>	<b>Tipo de contrato</b>	<b>Remuneración</b>
Gerente Propietario	Tiempo indefinido	\$ 550.00 + Beneficios de ley
Administrador – Supervisor	Tiempo indefinido	\$ 450.00 + Beneficios de ley
Operario de Limpieza de servicios generales.	Por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio	\$ 400.00 + Beneficios de ley
Operario de Limpieza de servicios complementarios.	Por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio	\$ 430.00 + Beneficios de ley

**Provisión sueldos y salarios**

Serlingab S.A.

**Base: Salario básico \$ 400.00**

**Provisión sueldos y salarios**

Conceptos	N. de colaboradores	Sueldos	Beneficios Sociales					Aporte al IESS			Costo mensual	Costo Anual
			Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva 8.33%	Total Beneficios	Individual 9.45%	Patronal 12.15%	Total Aporte 21.60%		
Gerente General	1	\$ 550.00	\$ 45.83	\$ 33.33	\$ 22.92	\$ 45.82	\$ 102.08	\$ 51.98	\$ 66.83	\$ 118.80	\$ 600.11	\$ 7,201.30
Administrador	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 33.33	\$ 18.75	\$ 37.49	\$ 89.58	\$ 42.53	\$ 54.68	\$ 97.20	\$ 497.06	\$ 5,964.70
Operador A	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.32	\$ 83.33	\$ 37.80	\$ 48.60	\$ 86.40	\$ 445.53	\$ 5,346.40
Operador B	1	\$ 430.00	\$ 35.83	\$ 33.33	\$ 17.92	\$ 35.82	\$ 87.08	\$ 40.64	\$ 52.25	\$ 92.88	\$ 476.45	\$ 5,717.38
Operador C	1	\$ 430.00	\$ 35.83	\$ 33.33	\$ 17.92	\$ 35.82	\$ 87.08	\$ 40.64	\$ 52.25	\$ 92.88	\$ 476.45	\$ 5,717.38
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>\$ 2,260.00</b>	<b>\$ 188.33</b>	<b>\$ 166.67</b>	<b>\$ 94.17</b>	<b>\$ 188.26</b>	<b>\$ 449.17</b>	<b>\$ 213.57</b>	<b>\$ 274.59</b>	<b>\$ 488.16</b>	<b>\$ 2,495.60</b>	<b>\$ 29,947.16</b>

*Figura 67. Provisión de sueldos y salarios*

### Esquema de proceso de selección de personal

El proceso de selección de personal o reclutamiento es importante porque el talento humano es la base de cualquier empresa, para la sostenibilidad y crecimiento. Fijar las fases será de utilidad porque delimita el perfil del puesto, se hace un estudio adecuado para buscar a la persona que cumpla con los requerimientos para el desempeño eficiente de las actividades asignadas y que se adapte para formar parte de la empresa. Este proceso se compone de las siguientes etapas:

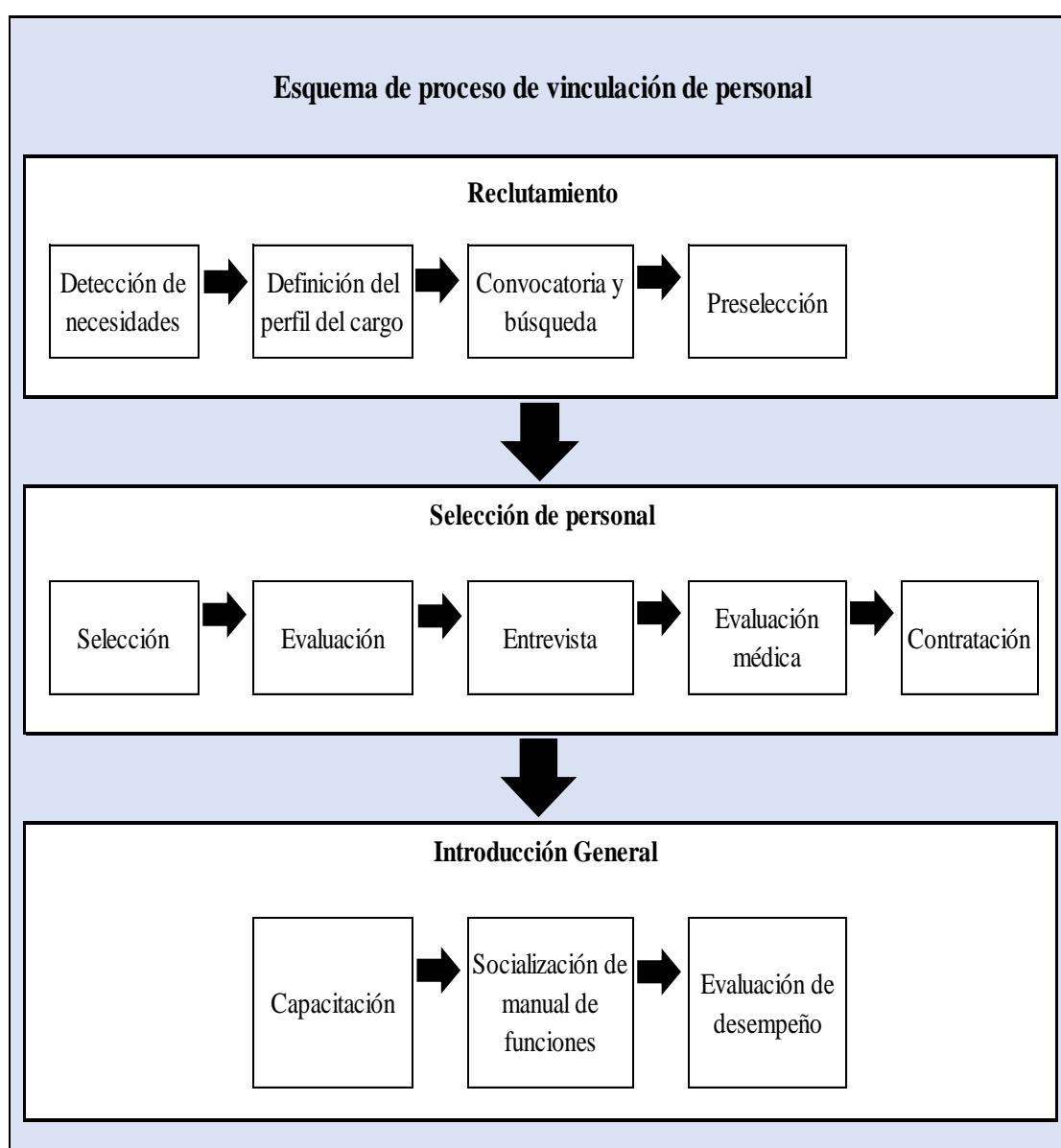


Figura 68. Esquema de proceso de selección de personal

## **1. Proceso de reclutamiento**

En esta etapa se realizará el reclutamiento externo, los medios a utilizar serán las redes sociales oficiales de la empresa Instagram y Fan Page, las fuentes serán mediante la recepción de carpetas físicas en el local o vía electrónica mediante el correo institucional. Esta etapa incluye las siguientes fases:

- 1.1 Detección de necesidades. Se identifica las necesidades de personal en la empresa, mediante el análisis de cada puesto de trabajo para definir la contratación de personal nuevo o cubrir las necesidades con una mejor distribución del recurso humano. Esta etapa estará a cargo del Administrador.
- 1.2 Definición del perfil del cargo. En base a la necesidad del personal, se define las cualidades del candidato, capacidades para aplicar al cargo y las actividades a cumplir que están establecidos en el manual de funciones de la empresa y profesiograma de cargo. Esta etapa estará a cargo del administrador y la aprobación será responsabilidad del gerente – propietario.
- 1.3 Convocatoria y búsqueda. En esta etapa se establece los medios para la convocatoria y búsqueda del personal, los medios de difusión de publicación de la oferta de trabajo serán las redes sociales de la empresa, mediante Instagram y Fan Page, este proceso lo realizará el Community Manager, supervisado por el Administrador. La recepción de los currículos podrá ser realizada en la oficina o por medio del correo electrónico de la empresa.
- 1.4 Preselección. El administrador, realiza el análisis de las hojas de vida de los aspirantes, para separar los que cumple con los requerimientos establecidos en el perfil de cargo a desempeñar.



## **2. Proceso de selección de personal**

En esta etapa realizarán las entrevistas telefónicas de los candidatos preseleccionados, además de la verificación de la información presentada en las hojas de vida, evaluaciones de conocimientos para seleccionar en relación de los requerimientos del puesto, exámenes médicos y la contratación. Los pasos a continuación se detallan:

2.1 Selección. El administrador contacta vía telefónica a los candidatos seleccionados que cumplen con los requerimientos del cargo. Luego de la verificación de la información presentadas en los currículos como son la trayectoria laboral, antecedentes penales, estudios formales y otros conocimientos.

2.2 Evaluación. Los candidatos seleccionados, deberán llenar una ficha de conocimientos general según el cargo a desempeñar, donde se evaluará los conocimientos y habilidades. El administrador seleccionará 3 personas por cada vacante de trabajo disponible. (Apéndice I)

2.3 Entrevista. Los tres candidatos seleccionados serán entrevistados por el gerente – propietario de la empresa, quien es el responsable de elegir entre los postulantes a la mejor opción, además de definir las condiciones de contratación, horarios, remuneración y beneficios.

2.4 Evaluación médica. Según el artículo 4 de la Resolución 2346 del 2007 del Ministerio de Protección Social, las evaluaciones médicas pre-ocupacionales o de ingreso son aquellas que se realizan para determinar las condiciones de salud física, mental y social del trabajador antes de la contratación. Se

realizan para identificar las condiciones de salud que estando ya presentes puedan agravarse en el desarrollo del trabajo.

2.5 Además, indica que el empleador tiene la obligación de informar al médico que realice las evaluaciones médicas pre – ocupacionales sobre los perfiles del cargo, describiendo en forma breve las tareas y el medio en el que se desarrollará la labor. El médico debe respetar la reserva de la historia clínica ocupacional y solo tiene que remitir al empleador el certificado médico, indicando las restricciones existentes y las recomendaciones o condiciones que se requiere adaptar para que el trabajador pueda desempeñar la labor.

2.6 Contratación. El contador de la empresa, ingresará al IESS, mediante la página web al nuevo trabajador, con la fecha de ingreso, remuneración, cargo y horario establecidos por el gerente – propietario, luego realizará el contrato en base a la modalidad establecida por el gerente (Apéndice G y H), para la respectiva firma de las partes interesadas, transformar el archivo en PDF y proceder a la subida del mismo en el portal del Ministerio Trabajo.

### **3. Proceso de introducción general**

Apoyo profesional para aclarar dudas, inquietudes o sugerencias que puedan surgir durante la incorporación y adaptación del candidato seleccionado al puesto de trabajo. Además de reunión de seguimiento con el candidato para valorar el cumplimiento de las expectativas laborales y la adaptación al puesto y al equipo de trabajo.

3.1 Capacitación. El administrador o gerente – propietario, será el encargado de capacitar al personal nuevo operativo, en materia técnica, sobre el uso

adecuado de las maquinarias, implementos e insumos a utilizar y el gerente propietario, será el encargado para el personal administrativo y de apoyo. En caso de ausencia de alguno de los dos capacitadores, el otro cubrirá las funciones.

3.2 Socialización de manual de funciones. El administrador o gerente - propietario, socializará el manual de funciones según el cargo, donde incluye la misión, visión, valores corporativos, políticas establecidas en la empresa y las actividades que debe cumplir.

3.3 Evaluación de desempeño. El gerente trimestralmente, evaluará al personal a cargo, para medir el cumplimiento de las funciones a través de indicadores de rendimiento y desempeño, según el análisis de los resultados tomar las decisiones pertinentes con relación al talento humano.

#### **4.5. Estudio Legal**

El presente estudio permite el análisis de los aspectos legales para la constitución, requisitos y procedimientos a seguir para los permisos de funcionamiento de la creación de la empresa, para determinar la factibilidad según las leyes vigentes estatales y órganos de control del país.

El estudio legal permite comprender la importancia que tiene en un proyecto la definición del tipo de empresa a crear desde la vista jurídica, el marco legal de constitución y operación. El presente estudio está compuesto por el tipo de sociedad, los tramites de legalización y requisitos tributarios.

Se define el tipo de sociedad, para la constitución de la empresa, a través del portal web de la Superintendencia de Compañías y Valores, organismo técnico, con

autonomía administrativa y económica, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades, bajo los parámetros establecidos en la Ley de Compañías, que según el tipo de sociedad define las características generales (naturaleza, capacidad, socios, responsabilidad, capital, constitución, aportaciones) , acciones, y administración que se debe seguir.

Los permisos de funcionamientos los establecen las entidades municipales quienes son los órganos de control. El permiso de funcionamiento de prevención contra incendios a través del Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, y los permisos de uso de suelo, tasas de habilitación y control de establecimientos de activos y patentes, mediante el Municipio de Guayaquil que trabaja como Gobierno Autónomo Descentralizado.

Los requisitos tributarios y cobro de impuestos a través del Servicio de Rentas Internas (SRI), que es la entidad encargada de gestionar y vigilar el cumplimiento de la política tributaria del país, en el marco de los principios constitucionales, asegurando la suficiencia recaudatoria destinada al fomento de la cohesión social, a través de la asignación del Registro Único de Contribuyentes (RUC), que dispone las obligaciones tributarias.

#### **4.5.1. Tipo de sociedad**

En Ecuador existen diferentes tipos de compañías para constituir empresas, La Ley de Compañías del Ecuador reconoce cinco tipos de empresas que pueden establecerse en el país. Cada tipo de compañías responde a distintas necesidades, estructuras, beneficios y responsabilidades. Los tipos de compañías permitidas según la ley en el Ecuador son las siguientes:

- Compañía en nombre colectivo.
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- Compañía de responsabilidad limitada Cía. Ltda.
- Sociedad Anónima S.A.
- Compañía de economía mixta

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. Este tipo de personas tienen ciertas obligaciones generales que cumplir como son el tener representación legal en el país, domicilio fiscal en Ecuador, declarar mensual y anualmente impuestos y tener un capital mínimo de apertura.

El presente proyecto de prefactibilidad será constituida como una sociedad anónima, que es una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de las acciones.

La denominación para la creación de esta compañía, deberá contener la indicación de la compañía anónima o la sociedad anónima o las correspondientes siglas. La Sociedad Anónima está regulada a partir del Art. 143 de la Ley de Compañías.

**Art. 143.** 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 las acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. (Ley de compañías, 2017)

Tabla 80

*Características de la Sociedad Anónima*

<b>Características</b>	<b>Detalle</b>
<b>Naturaleza</b>	Para efectos fiscales y tributarios esta compañía es una sociedad de capital
<b>Capacidad</b>	Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.
<b>Socios</b>	La sociedad anónima requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución. En aquellas en que participen instituciones de derecho público o derecho privado con finalidad social, podrán constituirse o subsistir con un solo accionista. Puede continuar funcionando con un solo accionista, sin que por ello incurra en causal de disolución.
<b>Responsabilidad</b>	Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones.
<b>Constitución</b>	La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previa Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.
<b>Capital</b>	Está integrado con los aportes de los accionistas. Debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante Notario Público y pagado por lo menos el veinte y cinco de cada acción y el saldo pagado en un máximo de dos años.
<b>Capital autorizado</b>	La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. No podrá exceder del doble del capital suscrito. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.
<b>Capital mínimo</b>	El monto mínimo de capital, será el que determine la Superintendencia de Compañías. (800,00 USD actualmente). El capital de las compañías debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América. (Ley de compañías, 2017)

Tabla 81

*Acciones de la Sociedad Anónima*

<b>Características</b>	<b>Detalles</b>
<b>Aportaciones</b>	Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en éste último caso, consistir en bienes muebles e inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía
<b>Aportaciones en especie</b>	<p>En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.</p> <p>Los bienes aportados serán valuados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato.</p> <p>En la constitución sucesiva los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.</p>
<b>Características de las acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las acciones serán nominativas.</li> <li>- La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no estén totalmente pagadas.</li> <li>- Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas.</li> <li>- El derecho de negociar las acciones libremente no admite limitaciones.</li> <li>- Acciones ordinarias o preferidas</li> <li>- Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto.</li> <li>- Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas.</li> <li>- Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía.</li> </ul>
<b>Adquisición de acciones por la propia compañía</b>	La compañía anónima puede adquirir sus propias acciones por decisión de la junta general, en cuyo caso empleará en tal operación únicamente fondos tomados de las utilidades líquidas y siempre que las acciones estén liberadas en su totalidad.
<b>Transferencia de la propiedad de las acciones</b>	La propiedad de las acciones se transfiere mediante nota de cesión firmada por quien la transfiere o la persona o casa de valores que lo represente. La cesión deberá hacerse constar en el título correspondiente o en una hoja adherida al mismo; sin embargo, para los títulos que estuvieren entregados en custodia en un depósito centralizado de compensación y liquidación, la cesión podrá hacerse de conformidad con los mecanismos que se establezcan para tales depósitos centralizados.

Tabla 82

*Inscripción de Acciones de la Sociedad Anónima*

<b>Características</b>	<b>Detalle</b>
<b>Inscripción de la transferencia de acciones</b>	<p>La transferencia del dominio de acciones no surtirá efecto contra la compañía ni contra terceros, sino desde la fecha de su inscripción en el libro de Acciones y Accionistas.</p> <p>Esta inscripción se efectuará válidamente con la sola firma del representante legal de la compañía, a la presentación y entrega de una comunicación firmada conjuntamente por cedente y cesionario; o de comunicaciones separadas suscritas por cada uno de ellos, que den a conocer la transferencia; o del título objeto de la cesión. Dichas comunicaciones o el título, según fuere del caso, se archivarán en la compañía. De haberse optado por la presentación y entrega del título objeto de la cesión, éste será anulado y en su lugar se emitirá un nuevo título a nombre del adquirente.</p> <p>La Ley de Compañías prohíbe establecer requisitos o formalidades para la transferencia de acciones, que no estuvieren expresamente señalados en la ley, y cualquier estipulación estatutaria o contractual que los establezca no tendrá valor alguno.</p>
<b>Percepción de utilidades</b>	<p>El certificado provisional y las acciones darán derecho al titular o accionistas a percibir dividendos en proporción a la parte pagada del capital suscrito a la fecha del balance.</p>
<b>Obligaciones</b>	<p>Las Compañías Anónimas pueden emitir obligaciones, esto es, títulos valor que crean una obligación a cargo de la compañía emisora.</p> <p>Las obligaciones son valores de corto, mediano y largo plazo, emitidas por compañías anónimas que reconocen o crean una deuda a cargo de las mismas; se encuentran inscritas en el Registro del Mercado de Valores y están representadas por títulos impresos en papel de seguridad, en serie, con numeración continua y sucesiva o anotaciones en cuenta.</p>



Tabla 83

*Administración de la Sociedad Anónima*

<b>Características</b>	<b>Detalle</b>
<b>Junta General</b>	La Junta General formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.
<b>Junta General de Accionistas</b>	En nuestra legislación y de conformidad con nuestra Ley de Compañías, Art. 230, la Junta General formada por los accionistas, legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.
<b>Atribuciones de la Junta General de Accionistas</b>	El Art. 231 de la Ley de Compañías establece que la Junta General tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.
<b>Competencia de la junta general:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo.</li> <li>2. Conocer anualmente las cuentas, el balance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría ex terna en los casos que proceda. No podrán aprobarse ni el balance ni las cuentas si no hubiesen sido precedidos por el informe de los comisarios.</li> <li>3. Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario.</li> <li>4. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;</li> <li>5. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones,</li> <li>6. Resolver acerca de la amortización de las acciones,</li> <li>7. Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,</li> <li>8. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía, nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerarlas cuentas de liquidación.</li> </ol>
<b>Clases de juntas generales</b>	Las Juntas Generales de Accionistas son ordinarias o extraordinarias; adicionalmente pueden constituirse éstas como universales si concurre la totalidad del capital pagado.

Tabla 84

*Juntas de la Sociedad Anónima*

<b>Características</b>	<b>Detalle</b>
<b>Junta Ordinaria</b>	<p>El Art. 234 de la Ley de Compañías establece que las juntas generales ordinarias se reunirá n por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para conocer anualmente las cuentas, el balance los informes de administradores, directores y los comisarios, igualmente conocerá de los informes de auditoría externa.</p> <p>Adicionalmente resolverá acerca de la distribución de los beneficios sociales y fijará la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo, y cualquier otro asunto del día, de acuerdo con la convocatoria.</p>
<b>Junta Extraordinaria de Accionistas</b>	<p>El Art. 238 de la Ley de Compañías establece como juntas extraordinarias aquellas que se reúnen en cualquier época, en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.</p>
<b>Junta Universal de Accionistas</b>	<p>El Art. 238 de la Ley de Compañías establece que la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la Junta.</p>

**4.5.2 Tramites de legalización****Superintendencia de Compañías y valores**

Se podrá constituir compañías de manera electrónica a través del portal web, con minuta estándar o con minuta propia. Para constitución electrónica de compañías con minuta estándar se considera a las Compañías de tipo anónima o de responsabilidad limitada. Los pasos son los siguientes:

1. Ingrese a [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec), dar clic en Portal de Constitución de Compañías y registro en el sitio.

2. Reservar la denominación, que es el nombre de la compañía. Demora entre 30 segundos y un minuto.
3. Llenar el formulario online en el que se debe indicar quienes serán los accionistas, la dirección, información referente a la compañía que le solicita el SRI. Una vez que llene toda la información se le da la proforma de aproximadamente \$ 400.00, el costo de registro mercantil y de notarios. Plazo de 30 días para pagar el valor en el Banco del Pacífico.
4. Después del pago, el notario que el usuario seleccionó lo cita para la firma de las escrituras; si hubiese observaciones, el notario manda a hacer una corrección.
5. Una vez firmada la escritura el notario la desmaterializa, es decir, la convierte a formato digital a través de un documento con firma electrónica y lo envía al sitio web de la Supercías.
6. La Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros pasa el documento al Registro Mercantil; luego al SRI, que en cinco o 10 segundos otorga el número de Registro Único de Contribuyentes (RUC). Luego, la Supercías notifica al usuario que la compañía se ha constituido, a través del correo electrónico registrado.



Figura 69. Entidades

### **Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil**

1. Si el trámite lo realiza personalmente, adjuntar copia de la cédula de ciudadanía, o autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntando fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quién autoriza y del autorizado.
2. Copia completa y actualizada del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con la respectiva dirección y actividad.
3. En caso de compañías deberán adjuntar copia del nombramiento del Representante Legal.
4. Adjuntar a la documentación la copia del pago de Predios Urbanos o Planilla de servicio básico de agua, a fin de registrar el número del Código Catastral.
5. Plan de Emergencia y Evacuación realizado por un profesional inscrito en el Registro de Profesionales de Seguridad y Salud del Ministerio de Relaciones Laborales, para los establecimientos que disponga la entidad bomberil.
6. Copia de Uso de Suelo.

Una vez emitida la orden de pago en el Centro de Atención al Usuario, se podrá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, se paga el valor en la totalidad. La inspección se realizará entre uno a 10 días laborables.

### **Municipio de Guayaquil**

- **Uso de suelo**

Ingresar a la página web del Municipio en los servicios en Línea, con el código catastral ingresas el mismo que puedo conocerlo del pago impuesto predial.

1. Ingresa a la página Web: [www.guayaquil.gob.ec](http://www.guayaquil.gob.ec) “Servicios en Línea”

2. Elegir la opción "Uso de Suelo"
3. Ingresar el código catastral, incluir Ciudad, Parroquia y digitar clave proporcionada
4. Dar un clic en la opción de Uso de Suelo
5. Se encontrarán las actividades permitidas para el predio
6. Una vez escogido el uso requerido, descárgalo en PDF para continuar con el trámite en tasa de habilitación

- **Patente Municipal**

Requisitos únicos para la obtención de Registro de Patente Municipal:

1. Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que la persona natural o jurídica posea dentro del Cantón Guayaquil.
2. La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (RUC). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de ciudadanía y certificado de votación del mismo.
3. Formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).

Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar la fotocopia de cédula de ciudadanía y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio.

- **Tasa de Habilitación y Control**

Se establecen los siguientes requisitos únicos para la obtención de la Tasa de Habilitación y Control, determinados en el Art 7 de la Reforma a la Ordenanza que regula la emisión de la Tasa de Habilitación y Control de actividades económicas en establecimientos. Todos los Documentos deben ser vigentes, y deben contener siempre la dirección exacta del local y el nombre del solicitante ya sea persona natural o jurídica.

1. Copia de Patente Municipal del año exigible
2. Tasa por Servicio Contra Incendios (Certificado del Cuerpo de Bomberos) del año en curso, provisional vigente o definitiva. Presentar original y copia.
3. Se exige la Tasa Definitiva en el caso de establecimientos de alta afluencia de público, tales como: centros comerciales, bares, discotecas, así como para los sitios de almacenamiento y expendio de combustible.
4. Consulta de Uso de Suelo No Negativa
5. Copia de última actualización del RUC
6. Tasa de trámite y Formulario de Tasa de Habilitación (comprar en las ventanillas municipales ubicadas en Clemente Ballén y Malecón)
7. Copia del Nombramiento, Cédula y Certificado de Votación del representante legal (si el solicitante es una persona jurídica)
8. Local sea arrendado o concesionado, deberá presentar Copia simple del contrato de arriendo o concesión con sus respectivas copias de cédulas.
9. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio deberá presentar la copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio notariada.

Tabla 85

*Tramites de legalización*

<b>Regulador</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Documento</b>
<b>Municipio de Guayaquil.</b>	La consulta de USO DE SUELO permite conocer sobre la actividad o actividades comerciales, industriales que se pueden desarrollar en el predio.	Gratuito	Uso de Suelo
<b>Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil</b>	El departamento de Prevención de Incendios se encarga de ejecutar actividades de inspección y asesoramiento técnico sobre normas contra incendios.	\$ 3.00	Permiso de Funcionamiento de Prevención Contra Incendios
<b>Municipio de Guayaquil.</b>	Para establecimientos que van a aperturar las operaciones o que se encuentran en funcionamiento y nunca han obtenido la Tasa de Habilitación	0.60% sobre el capital	Tasa de Habilitación y Control de Establecimientos Activos
<b>Municipio de Guayaquil.</b>	Determinados en el Art 7 de la Reforma a la Ordenanza que regula la emisión de la Tasa de Habilitación y Control de actividades económicas en establecimientos	\$ 120.00 aprox.	Patente Municipal

### 4.5.3 Requisitos tributarios

La inscripción en línea del Registro Único de Contribuyentes (RUC), permitirá realizar este trámite a través de internet, además optimizará el tiempo y no tendrá que acudir a las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI). Pasos para inscribir el RUC en línea:

1. **Ingrese.** A la opción “SRI en Línea / RUC / Registro” del portal web institucional [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).
2. **Aceptar términos y condiciones.** Al seleccionar la opción “Registro” visualizará una pantalla con información importante (términos y condiciones), que deberá leer y aceptar para continuar. Adicionalmente, podrá descargar el Clasificador Industrial Internacional Uniforme (CIIU), archivo que contiene el desglose de las actividades económicas permitidas para la inscripción en línea.
3. **Información general del contribuyente.** La herramienta desplegará la información personal, proporcionada por el Registro Civil, en la que se incluye la foto y firma. También podrá seleccionar títulos profesionales registrados en la Senescyt y calificaciones artesanales emitidas por la Junta Nacional de Defensa del Artesano. Para continuar presione el botón “Siguiente”.
4. **Medios de contacto.** En la sección "Contacto" visualizará la información que proporcionó al SRI al momento de solicitar la clave electrónica. No podrá editar o eliminar esos medios de contacto. Puede registrar medios de contacto adicionales, seleccionando “Tipo de medio” y completando la información en el campo “Medio de contacto”. Para agregar el nuevo contacto, presione “Aceptar”.
5. **Dirección de domicilio.** En la sección "Residencia" ingrese la información correspondiente a la dirección de la vivienda habitual. Digite el “Código Único Eléctrico Nacional (CUEN)”, en el caso de tener alguna duda para encontrar este



dato, acérquese al icono (i), aparecerá un ejemplo de factura de servicio de energía eléctrica con las especificaciones del lugar en el cual se ubica al código CUEN. Si el código ingresado es correcto, el campo “Dirección CUEN” mostrará la dirección del suministro eléctrico. Verifique la información y complete los campos que se muestran en la pantalla.


6. **Dirección del establecimiento matriz.** Ingrese y/o complete la dirección del establecimiento matriz. Adicionalmente escoja el tipo de lugar donde desarrolle la actividad económica: “Embarcación”, “Local Comercial”, “Oficina” o “Vivienda” y describa una referencia de ubicación. La fecha de inicio de actividades corresponderá al ingreso de la solicitud de inscripción en el RUC, no deberá ser posterior a la fecha de inscripción, ni anterior a la fecha de nacimiento. La modificación de este dato afectará a las obligaciones tributarias.
7. **Actividades económicas.** Para registrar actividades económicas presione “Agregar actividades económicas”
8. **Actividad económica principal.** En la sección "Actividad principal" se desplegará un listado con todas las actividades económicas registradas, seleccione la actividad que considera como principal.
9. **Resumen.** Le permite visualizar el resumen de la información que ingresó. Podrá cambiar los datos en la opción "Modificar". Si está de acuerdo con la información ingresada, presione el botón “Enviar”.
10. **Confirmación.** Debe confirmar la solicitud de inscripción en el RUC que le llegará al correo electrónico. Una vez confirmada, recibirá la notificación del resultado de la transacción en el correo, la cual puede ser exitosa o fallida. De igual manera recibirá la notificación del resultado de la solicitud exitosa al buzón de “SRI en Línea”. De ser exitosa la solicitud se le remitirá el siguiente mensaje:

**SRI** **Solicitud en línea exitosa**  
Registro Único de Contribuyentes (RUC)





Estimado (a) contribuyente

El registro en línea fue **exitoso**.

Su número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) es: **0900846767001**.  
Deberá presentar: **DECLARACION SEMESTRAL IVA**.

 **Imprima su certificado**  
de RUC aquí

**Conozca sus deberes y derechos**  
como contribuyente en los siguientes enlaces:

 **Facturación**     **Declaraciones**     **Pagos**     **Derechos**

**Nota:** El envío de este correo es automático, **por favor no responda**. Si tiene alguna inquietud o requiere asesoría para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias acérquese a nuestras oficinas, comuníquese al 1700-SRI-SRI (1700-774-774) o visite nuestro sitio web [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec).

"Cláusula de Confidencialidad: La información contenida en el presente mensaje es confidencial y está dirigida exclusivamente a su destinatario. El Servicio de Rentas Internas no se responsabiliza por su uso y deja expresa constancia que en los registros de la institución consta la información originalmente enviada.

Este mensaje está protegido por la Ley de Propiedad Intelectual, Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de datos, reglamentos y acuerdos internacionales relacionados. Si usted no es el destinatario de este mensaje, recomendamos su eliminación inmediata. La distribución o copia del mismo, está prohibida y será sancionada de acuerdo al Código Penal y demás normas aplicables.

La transmisión de información por correo electrónico, no garantiza que la misma sea segura o esté libre de error, por consiguiente, se recomienda su verificación. Toda solicitud de información requerida de manera oficial al SRI debe ser ingresada por Secretaría General y dirigida a la máxima autoridad de la Institución, conforme a la Ley y demás normas vigentes."



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS  

Figura 70. Confirmación del SRI

**Impresión del certificado del RUC.** Una vez que haya confirmado la solicitud en el correo electrónico, recibirá la notificación del resultado de la solicitud (exitoso o fallido), si el procesamiento es exitoso podrá imprimir el certificado de RUC en “SRI en Línea” en la sección: Servicios en Línea, opción: RUC / Reimpresión de RUC / Generar Certificado.

**Validación de certificados.** El enlace para validar el código impreso en el certificado de RUC estará disponible en el portal web institucional [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec), ubicado en el menú “Certificados”. No necesita clave para acceder a la “Validación de documentos – Código QR”, en esta opción puede comprobar si el documento ha sido otorgado por el SRI, ingresando el código del certificado, el número de RUC del contribuyente y seleccionando la imagen de seguridad.

#### 4.6. Conclusiones

Realizado el estudio de mercado, se logró obtener información mediante la tabulación estadística de los resultados, que permitió conocer las necesidades insatisfechas de los habitantes del cantón Guayaquil, parroquia Ximena, acerca de los servicios de limpieza complementarios para los hogares y sector empresarial, el presente proyecto propone una alternativa diferente con productos biodegradables, personal capacitado y a un costo accesible.

Mediante el análisis del estudio técnico, se realizó la cuantificación de los costos de inversión y de operación, con una adecuada optimización de los recursos, se determinó el capital, el recurso humano, la infraestructura y equipos necesarios para la ejecución de los diferentes servicios propuestos del proyecto, con la finalidad de brindar un servicio oportuno y de calidad

La evaluación del estudio administrativo mediante el análisis de las variables organizacionales, definió la planeación estratégica del proyecto que da las directrices para alcanzar los objetivos corporativos, estableciendo el organigrama y las funciones de cada perfil. Además, dio a conocer los aspectos legales, tributarios, fiscales y laborales, para la apertura e inicio de operaciones de la empresa de servicios complementarios de limpieza Serlingab.

El estudio financiero, sistematizó de manera monetaria los estudios de mercado, técnico y administrativo, dando a conocer la viabilidad y rentabilidad del presente proyecto, mediante la evaluación económica, que da como resultado la prefactibilidad de la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza para satisfacer la demanda en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.

#### **4.7. Recomendaciones**

Para asegurar la permanencia de la empresa, es necesario estudios de mercado mediante encuestas con frecuencia semestral, para conocer las necesidades de los habitantes del sector, debido a que a medida que el mundo va evolucionando las necesidades de los consumidores son más exigentes y cambiantes, por lo que es indispensable estar pendientes de las sugerencias para mantener un servicio de calidad que cubra las necesidades de los demandantes.

Implementación de manuales preventivos para equipos y maquinarias, además de la participación anual de cursos de aprendizaje que permitan la actualización de conocimientos del personal administrativo y operativo de la empresa, en los ámbitos correspondientes de cada área, con la finalidad de evaluar los procesos y procedimientos para mantenerlos o mejorarlos para optimizar recursos y brindar un servicio completo y oportuno.

Dar seguimiento al cumplimiento del manual de funciones de cada perfil mediante la evaluación trimestral del talento humano que conforma la organización, para reconocer al personal e incentivar a una mejora continua. Además, el proceso de selección y vinculación del personal debe estar acorde al profesiograma para conseguir el perfil idóneo para el cargo a desempeñar y un desarrollo eficiente de las actividades asignadas. Conjuntamente con la revisión anual del profesiograma y manual de funciones para la actualización y socialización.

Informes de ingresos y gastos mensuales para el monitoreo de la pérdida o ganancia de la empresa, para la toma de decisiones adecuadas pertinentes mediante evaluaciones financieras periódicas para definir las estrategias a implementar con la finalidad de dar cumplimiento a las metas empresariales.

## **Capítulo V**

### **5. Propuesta**

#### **5.1. Título de la propuesta**

Proyecto de prefactibilidad para determinar la rentabilidad económica en la creación de empresa de servicios complementarios de limpieza, en la parroquia Ximena del cantón Guayaquil.

#### **5.2. Autor de la propuesta**

Gabriela Belén Reyes Beltrán

#### **5.3. Empresa auspiciante**

Ninguna

#### **5.4. Área que cubre la propuesta**

Parroquia Ximena del Cantón Guayaquil

#### **5.5. Fecha de presentación**

Marzo 2019

#### **5.6. Fecha de terminación**

Octubre 2020

#### **5.7. Duración del proyecto**

El presente proyecto tiene una proyección de cinco años.

#### **5.8. Participantes del proyecto**

Los participantes del presente proyecto de prefactibilidad se dividen en internos y externos. Los participantes internos son todos los que trabajan en la empresa como son el gerente – propietario, socios, colaboradores, necesarios para ejecutar la actividad de la empresa mientras que los participantes externos corresponden a los

que son afectados de alguna manera por el funcionamiento de la empresa y son los entes reguladores, proveedores, y clientes.

### **5.9. Objetivo general de la propuesta**

Implementar un estudio financiero, que permita demostrar la rentabilidad económica para la factibilidad de la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, dirigidos a las familias de estratos socioeconómicos alto, medio alto y medio, y al sector empresarial que conforman parroquia Ximena del cantón Guayaquil.

### **5.10. Objetivos específicos**

- Calcular los niveles de rentabilidad a ser obtenidos en función de la actividad y de la inversión realizada.
- Validar la viabilidad del proyecto de prefactibilidad, con proyección de cinco años.
- Generar un beneficio económico, ofreciendo servicios de limpieza con productos ecológicos de óptima calidad y contribuir a la vez, con la preservación del medio ambiente.
- Desarrollar estados proyectados de ventas, determinando los costos y gastos del estudio de prefactibilidad que permitan mostrar una percepción real del proyecto.
- Determinar las inversiones y el capital de trabajo necesarios para la creación y operación de la empresa.
- Elaborar balances que permitan analizar los resultados posteriores a la ejecución del proyecto.

### **5.11. Beneficiarios directos**

Los beneficiarios directos son el gerente – propietario, socio y colaboradores por las fuentes de empleo que genera una nueva empresa, y los posibles clientes que son los habitantes de la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, que participarán directamente en el proyecto, y se beneficiarán de la implementación.

### **5.12. Beneficiarios indirectos**

- Competencia
- Estado Ecuatoriano mediante el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Proveedores.

### **5.13. Impacto de la propuesta**

El nivel de impacto que produce el proyecto en la parte económica es positivo, se crean fuentes de trabajo, que a su vez permite formalizar el trabajo informal del sector, y disminuir el desempleo, que son factores que aportan a dinamizar la economía de la provincia del Guayas.

El proyecto de servicios de limpieza complementarios dentro del ámbito social influye positivamente en los hogares de estrato socio económico medio, medio alto y alto, al igual que al sector empresarial, satisface necesidades básicas de la sociedad guayaquileña, como el hecho de proporcionar un ambiente limpio para que las personas puedan desarrollar las actividades de manera eficaz, obteniendo como resultado una mejora notable en la calidad de vida de la población, y al bienestar social.

Referente al impacto ambiental el proyecto incide positivamente, porque aporta a mejorar el entorno ambiental a través de la actividad económica a desarrollar, mediante el manejo eficiente de los residuos, y con el uso de productos ecológicos

amigables con el medio ambiente que aportan de manera significativa a la preservación ambiental; es transcendental que se desarrollen proyectos de este tipo que contribuyan al desarrollo socio económico de una región, comprometidos con el cuidado del medio ambiente e impulsen a una cultura ambiental dentro de la provincia.

El uso de tecnología es de vital importancia en la implementación y desarrollo del proyecto, porque ayuda a satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes con respecto al servicio, a través del uso de tecnologías para los procesos de las diferentes áreas de limpieza, colaborando con la producción local de insumos, implementos y maquinarias, necesarias para el desarrollo de la actividad, el uso de la tecnología permitirá estar a la vanguardia de las últimas innovaciones en maquinaria de limpieza e insumos, además permite la comunicación con los clientes de manera ágil, y se emplea como un medio de publicidad y marketing mediante el uso de las herramientas tecnológicas.

#### **5.14.Descripción de la propuesta**

El proyecto de prefactibilidad está proyectado a 5 años, el precio de venta es un costo promedio de los 5 servicios que se van a ofertar: limpieza de hogares, limpieza de oficina, mantenimiento de piscinas, lavadas de autos y jardinería. Los flujos de caja, balances y estados de resultados están expresados en moneda dólar. Las ventas presentan una demanda con tendencia lineal creciente del 10%. Los activos fijos se depreciarán según el ciclo de vida útil.

Los costos de inversión inicial están constituidos por las aportaciones que se tendrán que realizar para adquirir los bienes y servicios necesarios para la implementación de la unidad productiva del proyecto, constituyendo en dos



categorías: activos fijos y capital de trabajo. El proyecto será financiado en el 25% con capital propio, así como un 75% por una entidad bancaria.

### 5.14.1. Ingresos

La proyección de las ventas o ingresos para el presente proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza se considera de mediano plazo, con el fin de lograr la recuperación de la inversión, la proyección de los ingresos se ha determinado mediante un 2% de la demanda total que se desea captar. La proyección de las ventas está determinada por el factor constante de crecimiento, el cual fue calculado en base al modelo de regresión lineal simple. Se estima crecer a partir del segundo año en 10%; se estima vender en el primer año 1,200 servicios, el precio promedio de los cinco servicios ofrecidos es de \$ 51.63, lo cual representa en dólares \$ 61,956.44.

Tabla 86

*Ingresos por ventas estimados*

Ingresos por ventas					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Unidades Vendidas</b>	1,200	1,320	1,452	1,597	1,757
<b>Precio Unitario</b>	\$ 51.63	\$ 56.79	\$ 62.47	\$ 68.72	\$ 75.59
<b>Ventas Mensuales</b>	\$ 5,163.04	\$ 6,247.27	\$ 7,559.20	\$ 9,146.63	\$11,067.43
<b>Ventas Anuales</b>	\$ 61,956.44	\$ 74,967.29	\$ 90,710.42	\$109,759.60	\$132,809.12
<b>Unidades Mensuales</b>	100	110	121	133	146
<b>Unidades Diarias</b>	5	6	6	7	7

En la tabla 83, se detallan las unidades vendidas, el precio unitario y los ingresos previstos que se generaran por cada servicio ofertado que son: limpieza de hogares

\$30.00, limpieza de oficinas (medio tiempo) \$170.00, limpieza de piscinas \$ 125.00, lavada de autos \$6.30 y el mantenimiento de jardinería \$ 100.00

Tabla 87

*Ingresos por servicios*

<b>Ingresos por servicios</b>					
	<b>Servicio 1 Limpieza hogares</b>	<b>Servicio 2 Limpieza oficina</b>	<b>Servicio 3 Limpieza de piscinas</b>	<b>Servicio 4 Lavado autos</b>	<b>Servicio 5 Jardinería</b>
Unidades Vendidas	500	100	110	350	140
Precio Unitario	\$ 30.00	\$ 170.00	\$ 125.00	\$ 6.30	\$ 100.00
Ventas Anuales	\$ 15,000.61	\$ 16,999.96	\$ 13,750.10	\$ 2,205.25	\$ 14,000.52
Total Ventas	\$ 61,956.44	Total Unidades	1200	Precio Promedio	\$ 51.63

**Inversión Inicial**

La inversión total requerida para la implementación del presente proyecto para la creación de la empresa de servicios complementarios de limpieza es de \$ 38,260.00, que corresponde a las aportaciones que se tendrán que realizar, para poner en funcionamiento el proyecto.

El costo de inversión total está compuesto por activos fijos \$ 26,371.52 que representa el 68.93% de la inversión, los gastos de constitución \$ 1,620.00, que es el 4.23% y el capital de trabajo \$ 10,268.48 que es el 26.84% del total de la inversión. El 25% será financiado con capital propio que equivale al valor de \$ 9,565.00 y el 75% restante con financiamiento con una entidad bancaria por el monto de \$28,695.00

Tabla 88

*Inversión inicial*

<b>Inversión</b>	<b>Año 0</b>	<b>% participación</b>
<b>Activos</b>	<b>\$ 38,260.00</b>	
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 10,268.48</b>	26.84%
<b>Activo fijo</b>	<b>\$ 26,371.52</b>	68.93%
Equipos de Oficina	\$ 1,167.96	
Muebles y Enseres	\$ 1,694.69	
Vehículo	\$ 15,499.00	
Equipos de Computación	\$ 2,390.28	
Maquinarias y Equipos	\$ 3,066.89	
Herramientas	\$ 2,552.70	
<b>Activo diferido</b>	<b>\$ 1,620.00</b>	4.23%
Gastos de Constitución	\$ 1,620.00	
<b>Otros activos</b>		
<b>Inversión total</b>	<b>\$ 38,260.60</b>	100.00%

La depreciación es un mecanismo que se emplea para permitir la recuperación de la inversión en los activos fijos. Los gastos de depreciación sólo se efectúan para la adquisición de dichos activos, no implica flujos de efectivo, solo registros contables que reportan reducciones en el pago de impuestos anuales.

Es importante diferenciar los activos dedicados para el proceso operativo, y para la administración. Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos se utilizará los porcentajes establecidos en el artículo 21 numeral 6 de la Ley de Régimen Tributario Interno, en la cual determina los porcentajes para el efecto; el cálculo se lo realizará por el método de línea recta.

Tabla 89

*Depreciación de activos*

<b>Activos fijos</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Valor</b>	<b>Operativo</b>	<b>Administración</b>
Equipos de Oficina	10%	10	\$ 116.80	\$ 0.00	\$ 116.80
Muebles y Enseres	10%	10	\$ 169.47	\$ 29.30	\$ 140.17
Vehículo	20%	5	\$ 3,099.80	\$ 3,099.80	\$ 0.00
Equipos de Computación	33%	3	\$ 788.79	\$ 39.60	\$ 749.19
Maquinarias y Equipos	10%	10	\$ 306.69	\$ 306.69	\$ 0.00
Herramientas	10%	10	\$ 255.27	\$ 255.27	\$ 0.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4,736.82</b>	<b>\$ 3,730.66</b>	<b>\$ 1,006.16</b>

La inversión en capital de trabajo es el conjunto de recursos que son necesarios para realizar la operación normal del proyecto durante un ciclo operativo, con los cuales la empresa desarrolla normalmente las actividades para financiar los desfases de caja que puedan presentarse durante la operatividad del proyecto. Para el cálculo del Capital de Trabajo se tomará en cuenta los costos de producción, gastos administrativos y gastos de ventas; por lo que el capital de trabajo estaría compuesto por el valor de \$ 10,268.48, para la cobertura de dos meses.

Tabla 90

*Capital de trabajo*

<b>Capital de trabajo</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Anual</b>	<b>Mensual</b>
Costos de producción	\$ 38,258.56	\$ 3,188.21
Gastos administrativos	\$ 21,610.54	\$ 1,800.88
Gastos de ventas	\$ 1,741.80	\$ 145.15
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 61,610.90</b>	<b>\$ 5,134.24</b>
	Por 2 meses	<b>\$ 10,268.48</b>

### 5.14.2. Costos de materiales directos

Constituyen los materiales con los que los operarios de limpieza utilizarán para la entrega del servicio para los hogares y oficinas, estos costos corresponden a los insumos que se necesitará para ejecutar las actividades, el cálculo esta presentado de manera anual.

Tabla 91

#### *Costos de materiales directos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Trimestral</b>	<b>Anual</b>
Detergente industrial Biodegradable Wise	24	\$ 29.50	\$ 708.00	\$ 708.00	\$ 2,832.00
Cloro líquido de uso doméstico presentación	24	\$ 2.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 192.00
Desinfectante Biosolutions Ambiental Biosolutions	24	\$ 5.50	\$ 132.00	\$ 132.00	\$ 528.00
	22	\$ 5.50	\$ 121.00	\$ 121.00	\$ 484.00
Ácido líquido concentrado, todo tipo de superficies	22	\$ 12.00	\$ 64.00	\$ 64.00	\$ 1,056.00
Cera	17	\$ 5.00	\$ 85.00	\$ 85.00	\$ 340.00
Limpiador universal	22	\$ 15.40	\$ 338.80	\$ 338.80	\$ 1,355.20
Limpiavidrios Biodegradable	22	\$ 8.00	\$ 176.00	\$ 176.00	\$ 704.00
Fundas de basura biodegradable 90x75 - 10 Und	53	\$ 0.90	\$ 47.70	\$ 47.70	\$ 190.80
Cloro granulado	5	\$ 150.00	\$ 750.00	\$ 750.00	\$ 3,000.00
Cobre	5	\$ 10.00	\$ 50.00	\$ 50.00	\$ 200.00
Shampoo para carro y todo tipo de vehículo	6	\$ 8.25	\$ 49.50	\$ 49.50	\$ 198.00
Cera para carros	6	\$ 6.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 144.00
Limpia aros	6	\$ 5.50	\$ 33.00	\$ 33.00	\$ 132.00
Global extreme fertilizante e insecticida para plantas	30	\$ 7.50	\$ 225.00	\$ 225.00	\$ 900.00
Abono fertilizante bioprotector	30	\$ 5.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 600.00
Abono fertilizante para cactus y suculentas	30	\$ 4.50	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 540.00
Plant-prod fertilizante soluble huertos y jardín	30	\$ 2.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 240.00
Fertilizante para desarrollo y crecimiento jardinería	30	\$ 4.50	\$ 135.00	\$ 135.00	\$ 540.00
<b>Total</b>			<b>\$ 3,544.00</b>	<b>\$ 3,544.00</b>	<b>\$ 4,176.00</b>

Los costos indirectos de operación, son aquellos que provienen de actividades no directamente relacionadas con la producción del servicio, pero que son necesarios para el funcionamiento de la empresa, pero no son principales. Los servicios básicos y suministros de oficina se distribuyen: el 60% como operación y el 40% como administrativo. El mantenimiento del vehículo, Datafast, combustible para el traslado del personal, equipos e insumos y los uniformes de los operarios se consideran en la totalidad.

Tabla 92

*Costos indirectos de operación*

<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Total</b>	<b>Costo Total</b>	<b>Costo Anual</b>
Servicios básicos	1	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 87.00	\$ 1,044.00
Suministros oficina	1	\$ 16.07	\$ 16.07	\$ 16.07	\$ 192.84
Mantenimiento de vehículo	1	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 320.00
Mantenimiento Datafast	1	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 96.00
Combustible	1	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 1,440.00
Uniformes	1	\$ 477.90	\$ 477.90	\$ 477.90	\$ 477.90
<b>Total</b>			<b>\$ 788.97</b>	<b>\$ 788.97</b>	<b>\$ 3,570.74</b>

Para el cálculo de la indumentaria de los operarios de limpieza se repondrá, en el caso de buzos, pantalones, gorras y botas industriales cada año; las mallas para el cabello y guantes cada tres meses y las mascarillas cada mes, se tomó en cuenta en base a los tres empleados del área operativa.

Tabla 93

*Uniformes*

<b>Descripción</b>	<b>Cant.</b>	<b>P.U.</b>	<b>Total</b>
Buzos impresos	3	\$ 5.00	\$ 15.00
Pantalones	2	\$ 13.00	\$ 26.00
Gorras bordadas	1	\$ 3.80	\$ 7.60
Botas industriales	1	\$ 28.90	\$ 28.90
Mallas para cabello	4	\$ 1.30	\$ 5.20
Guantes	4	\$ 4.75	\$ 19.00
Mascarillas	12	\$ 4.80	\$ 57.60
		Subtotal	\$ 159.30
		No. Operarios	3
		Total anual	\$ 477.90

Serlimgab, busca satisfacer la demanda de los clientes que requieren los diferentes servicios complementarios de limpieza, tanto del sector empresarial como para el sector domiciliario del cantón Guayaquil, parroquia Ximena, para lo cual se ha pronosticado atender cinco clientes al día por cinco días a la semana, esto quiere decir que se atenderán 100 clientes al mes y 1,200 al año.

Tabla 94

*Capacidad para brindar servicios*

<b>Capacidad para brindar servicios</b>			
	<b>Servicios por día</b>	<b>Servicios por mes</b>	<b>Total Anual</b>
Servicio de limpieza	5	100	1,200

Tabla 95

*Gasto Administrativo*

Conceptos	N. de colaborador	Sueldos	Beneficios Sociales				Aporte al IESS			Costo mensual	Costo Anual	
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva 8.33%	Total Beneficios	Individual 9.45%	Patronal 12.15%			Total Aporte 21.60%
Gerente General	1	\$ 550.00	\$ 45.83	\$ 33.33	\$ 22.92	\$ 45.82	\$ 102.08	\$ 51.98	\$ 66.83	\$ 118.80	\$ 600.11	\$ 7,201.30
Administra	1	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 33.33	\$ 18.75	\$ 37.49	\$ 89.58	\$ 42.53	\$ 54.68	\$ 97.20	\$ 497.06	\$ 5,964.70
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,000.00</b>	<b>\$ 83.33</b>	<b>\$ 66.67</b>	<b>\$ 41.67</b>	<b>\$ 83.30</b>	<b>\$ 191.67</b>	<b>\$ 94.50</b>	<b>\$ 121.50</b>	<b>\$ 216.00</b>	<b>\$ 1,398.43</b>	<b>\$ 13,166.00</b>

Tabla 96

*Mano de Obra Directa*

Conceptos	N. de colaborador	Sueldos	Beneficios Sociales				Aporte al IESS			Costo mensual	Costo Anual	
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondos de Reserva 8.33%	Total Beneficios	Individual 9.45%	Patronal 12.15%			Total Aporte 21.60%
Operador A	1	\$ 400.00	\$ 33.33	\$ 33.33	\$ 16.67	\$ 33.32	\$ 83.33	\$ 37.80	\$ 48.60	\$ 86.40	\$ 445.53	\$ 5,346.40
Operador B	1	\$ 430.00	\$ 35.83	\$ 33.33	\$ 17.92	\$ 35.82	\$ 87.08	\$ 40.64	\$ 52.25	\$ 92.88	\$ 476.45	\$ 5,717.38
Operador C	1	\$ 430.00	\$ 35.83	\$ 33.33	\$ 17.92	\$ 35.82	\$ 87.08	\$ 40.64	\$ 52.25	\$ 92.88	\$ 476.45	\$ 5,717.38
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,260.00</b>	<b>\$ 105.00</b>	<b>\$ 100.00</b>	<b>\$ 52.50</b>	<b>\$ 104.96</b>	<b>\$ 257.50</b>	<b>\$ 119.07</b>	<b>\$ 153.09</b>	<b>\$ 272.16</b>	<b>\$ 1,398.43</b>	<b>\$ 16,781.16</b>



### 5.14.3. Prestamos del proyecto (tabla de amortización)

La inversión total para la implementación del presente proyecto de la empresa de servicios complementarios de limpieza es de \$ 38,260.00, corresponde a dos modalidades: 25% de capital propio que corresponde a \$ 9,565.00 y el 75% restante \$ 28,695.00 a través de financiamiento bancario, con la entidad pública Ban Ecuador.

El valor del crédito requerido para el financiamiento, con una tasa activa de 16,42% correspondiente para microcrédito para comercio y servicio, con un número de pago de 60 meses, que equivale a cinco años de financiamiento de los cuales se deben cancelar cuotas mensuales de \$ 690.21 con tasa fija.

La deuda adquirida por el financiamiento se reflejará al término del primer año contable en \$ 24,575.75, el segundo año la amortización del capital \$ 19,770.64, el tercer año \$ 14,165.48, el cuarto año \$ 7.627.06, y el quinto año la deuda a largo plazo obtenida para completar la inversión para la implementación, operatividad y puesta en marcha del presente proyecto queda cancelada.

Tabla 97

#### *Resumen tabla de amortización*

<b>Resumen de la Tabla de Amortización</b>				
Préstamo:	\$ 28,695.00			Período: 5 años
Tasa:	1.29%			
<b>Año</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Total Dividendo</b>	<b>Amortización del Capital</b>
1	\$ 4,119.26	\$ 4,163.22	\$ 8,282.48	\$ 24,575.75
2	\$ 4,805.11	\$ 3,477.37	\$ 8,282.48	\$ 19,770.64
3	\$ 5,605.16	\$ 2,677.32	\$ 8,282.48	\$ 14,165.48
4	\$ 6,538.42	\$ 1,744.06	\$ 8,282.48	\$ 7,627.06
5	\$ 7,627.06	\$ 655.42	\$ 8,282.48	\$ 0.00

Tabla 98  
Amortización

N	Capital	Interés	Total Dividendo	Amortización del Capital
				\$ 28,695.00
1	\$ 319.56	\$ 370.64	\$ 690.21	\$ 28,375.44
2	\$ 323.69	\$ 366.52	\$ 690.21	\$ 28,051.75
3	\$ 327.87	\$ 362.34	\$ 690.21	\$ 27,723.88
4	\$ 332.11	\$ 358.10	\$ 690.21	\$ 27,391.77
5	\$ 336.40	\$ 353.81	\$ 690.21	\$ 27,055.38
6	\$ 340.74	\$ 349.47	\$ 690.21	\$ 26,714.64
7	\$ 345.14	\$ 345.06	\$ 690.21	\$ 26,369.49
8	\$ 349.60	\$ 340.61	\$ 690.21	\$ 26,019.89
9	\$ 354.12	\$ 336.09	\$ 690.21	\$ 25,665.78
10	\$ 358.69	\$ 331.52	\$ 690.21	\$ 25,307.09
11	\$ 363.32	\$ 326.88	\$ 690.21	\$ 24,943.76
12	\$ 368.02	\$ 322.19	\$ 690.21	\$ 24,575.75
13	\$ 372.77	\$ 317.44	\$ 690.21	\$ 24,202.98
14	\$ 377.58	\$ 312.62	\$ 690.21	\$ 23,825.39
15	\$ 382.46	\$ 307.74	\$ 690.21	\$ 23,442.93
16	\$ 387.40	\$ 302.80	\$ 690.21	\$ 23,055.53
17	\$ 392.41	\$ 297.80	\$ 690.21	\$ 22,663.12
18	\$ 397.47	\$ 292.73	\$ 690.21	\$ 22,265.65
19	\$ 402.61	\$ 287.60	\$ 690.21	\$ 21,863.04
20	\$ 407.81	\$ 282.40	\$ 690.21	\$ 21,455.23
21	\$ 413.08	\$ 277.13	\$ 690.21	\$ 21,042.16
22	\$ 418.41	\$ 271.79	\$ 690.21	\$ 20,623.74
23	\$ 423.82	\$ 266.39	\$ 690.21	\$ 20,199.93
24	\$ 429.29	\$ 260.92	\$ 690.21	\$ 19,770.64
25	\$ 434.84	\$ 255.37	\$ 690.21	\$ 19,335.80
26	\$ 440.45	\$ 249.75	\$ 690.21	\$ 18,895.35
27	\$ 446.14	\$ 244.06	\$ 690.21	\$ 18,449.21
28	\$ 451.90	\$ 238.30	\$ 690.21	\$ 17,997.30
29	\$ 457.74	\$ 232.47	\$ 690.21	\$ 17,539.56
30	\$ 463.65	\$ 226.55	\$ 690.21	\$ 17,075.91
31	\$ 469.64	\$ 220.56	\$ 690.21	\$ 16,606.27
32	\$ 475.71	\$ 214.50	\$ 690.21	\$ 16,130.56
33	\$ 481.85	\$ 208.35	\$ 690.21	\$ 15,648.70
34	\$ 488.08	\$ 202.13	\$ 690.21	\$ 15,160.63
35	\$ 494.38	\$ 195.82	\$ 690.21	\$ 14,666.24
36	\$ 500.77	\$ 189.44	\$ 690.21	\$ 14,165.48
37	\$ 507.24	\$ 182.97	\$ 690.21	\$ 13,658.24
38	\$ 513.79	\$ 176.42	\$ 690.21	\$ 13,144.45
39	\$ 520.42	\$ 169.78	\$ 690.21	\$ 12,624.03
40	\$ 527.15	\$ 163.06	\$ 690.21	\$ 12,096.88

<b>N</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Total Dividendo</b>	<b>Amortización del Capital</b>
41	\$ 533.95	\$ 156.25	\$ 690.21	\$ 11,562.93
42	\$ 540.85	\$ 149.35	\$ 690.21	\$ 11,022.08
43	\$ 547.84	\$ 142.37	\$ 690.21	\$ 10,474.24
44	\$ 554.91	\$ 135.29	\$ 690.21	\$ 9,919.33
45	\$ 562.08	\$ 128.12	\$ 690.21	\$ 9,357.24
46	\$ 569.34	\$ 120.86	\$ 690.21	\$ 8,787.90
47	\$ 576.70	\$ 113.51	\$ 690.21	\$ 8,211.21
48	\$ 584.14	\$ 106.06	\$ 690.21	\$ 7,627.06
49	\$ 591.69	\$ 98.52	\$ 690.21	\$ 7,035.37
50	\$ 599.33	\$ 90.87	\$ 690.21	\$ 6,436.04
51	\$ 607.07	\$ 83.13	\$ 690.21	\$ 5,828.96
52	\$ 614.92	\$ 75.29	\$ 690.21	\$ 5,214.05
53	\$ 622.86	\$ 67.35	\$ 690.21	\$ 4,591.19
54	\$ 630.90	\$ 59.30	\$ 690.21	\$ 3,960.29
55	\$ 639.05	\$ 51.15	\$ 690.21	\$ 3,321.23
56	\$ 647.31	\$ 42.90	\$ 690.21	\$ 2,673.93
57	\$ 655.67	\$ 34.54	\$ 690.21	\$ 2,018.26
58	\$ 664.14	\$ 26.07	\$ 690.21	\$ 1,354.12
59	\$ 672.72	\$ 17.49	\$ 690.21	\$ 681.40
60	\$ 681.40	\$ 8.80	\$ 690.21	\$ 0.00

#### **5.14.4. Estados financieros**

Los estados financieros permiten visualizar detalladamente los resultados del proyecto de los ingresos y egresos en el período establecido que permitirá conocer la viabilidad financiera del mismo. Se proyectarán las ventas de cada uno de los años, el costo de venta de los servicios y cada uno de los gastos como son: Administrativo y Operativo, la utilidad antes de la participación de los trabajadores, el impuesto a la renta y la reserva legal.

El balance general y estados de resultados, se proyectan a cinco años, con un crecimiento en ventas del 10% anual, los estados financieros proporcionan la información financiera para evaluar el desempeño financiero del presente proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza.

Tabla 99

*Estado de resultados*

<b>ESTADO DE RESULTADO ROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS</b>	<b>\$ 61,956.44</b>	<b>\$ 74,967.29</b>	<b>\$ 90,710.42</b>	<b>\$ 109,759.60</b>	<b>\$ 132,809.12</b>
(-) Costo de venta	\$ 38,258.56	\$ 38,602.89	\$ 38,950.31	\$ 39,300.86	\$ 39,654.57
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 23,697.88</b>	<b>\$ 36,364.40</b>	<b>\$ 51,760.11</b>	<b>\$ 70,458.74</b>	<b>\$ 93,154.55</b>
<b>(-) GASTOS</b>					
<b>Gastos Administrativos:</b>					
Sueldos y Salarios	\$ 13,166.00	\$ 13,284.49	\$ 13,404.05	\$ 13,524.69	\$ 13,646.41
Alquiler del local	\$ 3,600.00	\$ 3,632.40	\$ 3,665.09	\$ 3,698.08	\$ 3,731.36
Suministros de Oficina	\$ 128.54	\$ 129.70	\$ 130.87	\$ 132.05	\$ 133.23
Servicios Básicos	\$ 696.00	\$ 702.26	\$ 708.58	\$ 714.96	\$ 721.40
Servicios prestados	\$ 2,400.00	\$ 2,421.60	\$ 2,443.39	\$ 2,465.38	\$ 2,487.57
Depreciación	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16
Amortización	\$ 1,620.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 22,616.70</b>	<b>\$ 21,176.62</b>	<b>\$ 21,358.15</b>	<b>\$ 21,541.32</b>	<b>\$ 21,726.13</b>
<b>Gastos de Ventas:</b>					
Publicidad	\$ 1,741.80	\$ 1,757.48	\$ 1,773.29	\$ 1,789.25	\$ 1,805.36
Sueldos y Salarios	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 1,741.80</b>	<b>\$ 1,757.48</b>	<b>\$ 1,773.29</b>	<b>\$ 1,789.25</b>	<b>\$ 1,805.36</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 24,358.50</b>	<b>\$ 22,934.09</b>	<b>\$ 23,131.44</b>	<b>\$ 23,330.57</b>	<b>\$ 23,531.49</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(\$ 660.62)</b>	<b>\$ 13,430.31</b>	<b>\$ 28,628.66</b>	<b>\$ 47,128.17</b>	<b>\$ 69,623.06</b>
Gastos Financieros	\$ 4,163.22	\$ 3,477.37	\$ 2,677.32	\$ 1,744.06	\$ 655.42
<b>Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	<b>(\$ 4,823.85)</b>	<b>\$ 9,952.94</b>	<b>\$ 25,951.34</b>	<b>\$ 45,384.11</b>	<b>\$ 68,967.64</b>
Participación Trabajadores <b>15%</b>	(\$ 723.58)	\$ 1,492.94	\$ 3,892.70	\$ 6,807.62	\$ 10,345.15
<b>Utilidad antes de Impuesto a la Renta</b>	<b>\$ 1,944.25</b>	<b>(\$ 4,100.27)</b>	<b>\$ 8,460.00</b>	<b>\$ 22,058.64</b>	<b>\$ 38,576.49</b>
Impuesto a la Renta <b>22%</b>	(\$ 902.06)	\$ 1,861.20	\$ 4,852.90	\$ 8,486.83	\$ 12,896.95
<b>Utilidad antes de Reserva legal</b>	<b>(\$ 3,198.21)</b>	<b>\$ 6,598.80</b>	<b>\$ 17,205.74</b>	<b>\$ 30,089.66</b>	<b>\$ 45,725.55</b>
Reserva legal <b>10%</b>	(\$ 319.82)	\$ 659.88	\$ 1,720.57	\$ 3,008.97	\$ 4,572.55
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(\$ 2,878.39)</b>	<b>\$ 5,938.92</b>	<b>\$ 15,485.17</b>	<b>\$ 27,080.70</b>	<b>\$ 41,152.99</b>

Tabla 100

*Balance General proyectado*

<b>ESTADO DE SITUACION FINANCIERA PROYECTADO</b>						
<b>ACTIVOS</b>	<b>BG Inicial</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>CORRIENTE</b>						
Caja – Bancos	\$ 10,268.48	\$ 3,951.54	\$ 11,731.16	\$ 29,729.37	\$ 60,835.61	\$107,887.91
Cuentas por Cobrar	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Inventarios Materia Prima y Materiales	\$ 0.00	\$ 3,188.21	\$ 3,216.91	\$ 3,245.86	\$ 3,275.07	\$ 3,304.55
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 10,268.48</b>	<b>\$ 7,139.75</b>	<b>\$ 14,948.07</b>	<b>\$ 32,975.22</b>	<b>\$ 64,110.68</b>	<b>\$111,192.45</b>
<b>FIJO</b>						
Equipos de Oficina	\$ 1,167.96	\$ 1,167.96	\$ 1,167.96	\$ 1,167.96	\$ 1,167.96	\$ 1,167.96
Muebles y Enseres	\$ 1,694.69	\$ 1,694.69	\$ 1,694.69	\$ 1,694.69	\$ 1,694.69	\$ 1,694.69
Vehículo	\$ 15,499.00	\$ 15,499.00	\$ 15,499.00	\$ 15,499.00	\$ 15,499.00	\$ 15,499.00
Equipos de Computación	\$ 2,390.28	\$ 2,390.28	\$ 2,390.28	\$ 2,390.28	\$ 2,390.28	\$ 2,390.28
Maquinarias y Eq.	\$ 3,066.89	\$ 3,066.89	\$ 3,066.89	\$ 3,066.89	\$ 3,066.89	\$ 3,066.89
Herramientas	\$ 2,552.70	\$ 2,552.70	\$ 2,552.70	\$ 2,552.70	\$ 2,552.70	\$ 2,552.70
(-) Depreciación Acumulada	\$ 0.00	(\$ 1,006.16)	(\$ 2,012.31)	(\$ 3,018.47)	(\$ 4,024.63)	(\$ 5,030.79)
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$ 26,371.52</b>	<b>\$ 25,365.36</b>	<b>\$ 24,359.21</b>	<b>\$ 23,353.05</b>	<b>\$ 22,346.89</b>	<b>\$ 21,340.73</b>
<b>DIFERIDO</b>						
Otros Activos	\$ 1,620.00	\$ 1,620.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
(-) Amortización Acumulada		(\$ 1,620.00)	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>\$ 1,620.00</b>	<b>\$ 0.00</b>				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 38,260.00</b>	<b>\$ 32,505.12</b>	<b>\$ 39,307.28</b>	<b>\$ 56,328.27</b>	<b>\$ 86,457.57</b>	<b>\$132,533.19</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>CORRIENTE</b>						
Cuentas por pagar proveedores		\$ 3,188.21	\$ 3,216.91	\$ 3,245.86	\$ 3,275.07	\$ 3,304.55
Participación Trabajadores		(\$ 723.58)	\$ 1,492.94	\$ 3,892.70	\$ 6,807.62	\$ 10,345.15
Impuesto a la Renta		(\$ 902.06)	\$ 1,861.20	\$ 4,852.90	\$ 8,486.83	\$ 12,896.95
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		<b>\$ 1,562.58</b>	<b>\$ 6,571.05</b>	<b>\$ 11,991.46</b>	<b>\$ 18,569.52</b>	<b>\$ 26,546.64</b>
<b>OTROS PASIVOS</b>						
Deuda a Largo Plazo	\$ 28,695.00	\$ 24,575.75	\$ 19,770.64	\$ 14,165.48	\$ 7,627.06	\$ 0.00
<b>TOTAL OTROS PASIVOS</b>	<b>\$ 28,695.00</b>	<b>\$ 24,575.75</b>	<b>\$ 19,770.64</b>	<b>\$ 14,165.48</b>	<b>\$ 7,627.06</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 28,695.00</b>	<b>\$ 26,138.32</b>	<b>\$ 26,341.69</b>	<b>\$ 26,156.94</b>	<b>\$ 26,196.58</b>	<b>\$ 26,546.64</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
Aporte socios	\$ 8,765.00	\$ 8,765.00	\$ 8,765.00	\$ 8,765.00	\$ 8,765.00	\$ 8,765.00
Reserva Legal		(\$ 319.82)	\$ 340.06	\$ 2,060.63	\$ 5,069.60	\$ 9,642.15
Utilidad Neta del Ejercicio		(\$ 2,878.39)	\$ 5,938.92	\$ 15,485.17	\$ 27,080.70	\$ 41,152.99
Utilidades Acumuladas			(\$ 2,878.39)	\$ 3,060.53	\$ 18,545.70	\$ 45,626.40
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 9,565.00</b>	<b>\$ 6,366.79</b>	<b>\$ 12,965.59</b>	<b>\$ 30,171.33</b>	<b>\$ 60,261.00</b>	<b>\$105,986.54</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 38,260.00</b>	<b>\$ 32,505.12</b>	<b>\$ 39,307.28</b>	<b>\$ 56,328.27</b>	<b>\$ 86,457.57</b>	<b>\$132,533.19</b>

## 5.14.5. Flujo de caja

Tabla 101  
Flujo de caja

<b>Flujo de Caja</b>						
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>						
<b>INGRESOS</b>	<b>\$ 61,956.44</b>	<b>\$ 74,967.29</b>	<b>\$ 90,710.42</b>	<b>\$ 109,759.60</b>	<b>\$ 132,809.12</b>	
(-)Costos de ventas	\$ 38,258.56	\$ 38,602.89	\$ 38,950.31	\$ 39,300.86	\$ 39,654.57	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 23,697.88</b>	<b>\$ 36,364.40</b>	<b>\$ 51,760.11</b>	<b>\$ 70,458.74</b>	<b>\$ 93,154.55</b>	
	<b>38%</b>	<b>49%</b>	<b>57%</b>	<b>64%</b>	<b>70%</b>	
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>						
Gastos administrativos	\$ 22,616.70	\$ 21,176.62	\$ 21,358.15	\$ 21,541.32	\$ 21,726.13	
Gastos de Venta	\$ 1,741.80	\$ 1,757.48	\$ 1,773.29	\$ 1,789.25	\$ 1,805.36	
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>\$ 24,358.50</b>	<b>\$ 22,934.09</b>	<b>\$ 23,131.44</b>	<b>\$ 23,330.57</b>	<b>\$ 23,531.49</b>	
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(\$ 660.62)</b>	<b>\$ 13,430.31</b>	<b>\$ 28,628.66</b>	<b>\$ 47,128.17</b>	<b>\$ 69,623.06</b>	
(-)Gastos Financieros	(\$ 4,163.22)	(\$ 3,477.37)	(\$ 2,677.32)	(\$ 1,744.06)	(\$ 655.42)	
<b>Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	<b>(\$ 4,823.85)</b>	<b>\$ 9,952.94</b>	<b>\$ 25,951.34</b>	<b>\$ 45,384.11</b>	<b>\$ 68,967.64</b>	
Pago Participación Trabajadores	\$ 0.00	\$ 723.58	(\$ 1,492.94)	(\$ 3,892.70)	(\$ 6,807.62)	
Pago Imp. a la Renta	\$ 0.00	\$ 902.06	(\$ 1,861.20)	(\$ 4,852.90)	(\$ 8,486.83)	
<b>(=) Utilidad de ejercicio</b>	<b>(\$ 4,823.85)</b>	<b>\$ 11,578.58</b>	<b>\$ 22,597.20</b>	<b>\$ 36,638.51</b>	<b>\$ 53,673.20</b>	
(+) Ajustes de Depreciación	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16	\$ 1,006.16	
(+) Ajustes por Amortización	\$ 1,620.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	
<b>(=) EFECTIVO ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>	<b>(\$ 2,197.69)</b>	<b>\$ 12,584.74</b>	<b>\$ 23,603.36</b>	<b>\$ 37,644.66</b>	<b>\$ 54,679.35</b>	
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>						
Activos Fijos	\$ 27,991.52					
Activos Intangibles	\$ 0.00					
Capital de Trabajo	\$ 10,268.48					
<b>FLUJO DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 38,260.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>	<b>\$ 0.00</b>
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>						
Préstamo Bancario	\$ 28,695.00					
Amortización de Capital	(\$ 4,119.26)	(\$ 4,805.11)	(\$ 5,605.16)	(\$ 6,538.42)	(\$ 7,627.06)	
<b>FLUJO DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>(\$ 4,119.26)</b>	<b>(\$ 4,805.11)</b>	<b>(\$ 5,605.16)</b>	<b>(\$ 6,538.42)</b>	<b>(\$ 7,627.06)</b>	
<b>(=) FLUJO NETO</b>	<b>\$ 9,565.00</b>	<b>(\$ 6,316.94)</b>	<b>\$ 7,779.63</b>	<b>\$ 17,998.20</b>	<b>\$ 31,106.25</b>	<b>\$ 47,052.29</b>
<b>FLUJO DEL PRESTAMO</b>	<b>(\$ 28,695.00)</b>	<b>\$ 1,965.53</b>	<b>\$ 16,062.10</b>	<b>\$ 26,280.68</b>	<b>\$ 39,388.72</b>	<b>\$ 55,334.77</b>
<b>FLUJO DEL PROYECTO</b>	<b>(\$ 38,260.00)</b>	<b>(\$ 6,316.94)</b>	<b>\$ 7,779.63</b>	<b>\$ 17,998.20</b>	<b>\$ 31,106.25</b>	<b>\$ 47,052.29</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>(\$ 38,260.00)</b>	<b>(\$44,576.95)</b>	<b>(\$36,797.32)</b>	<b>(\$ 18,799.12)</b>	<b>\$ 12,307.12</b>	<b>\$ 59,359.42</b>

El flujo de efectivo proyectado a cinco años, permite visualizar los flujos de ingresos y egresos de dinero, la diferencia da a conocer el saldo o flujo neto del presente proyecto de prefactibilidad, los saldos son positivos a partir del cuarto año proyectado. Este informe financiero, también es presentado como requisito para conseguir la inversión para la creación de la empresa por medio de una entidad financiera o por un inversionista.

#### 5.14.6. Evaluación Económica

El modelo de valoración de activos de capital CAPM, permite definir de forma técnica y objetiva la fijación de la tasa de descuento o costo de capital es del 16.19%, para valorar el proyecto de prefactibilidad. Está compuesto por: la tasa de libre riesgo según la industria donde se va a desarrollar el proyecto es de 9.03%, la tasa de mercado es del 18.57% y la beta es de 0.75%.

El costo promedio ponderado de capital CPPC, es de 15.67%, que es la tasa mínima exigida, para determinar el costo de la inversión del presente proyecto, para así lograr fijar una tasa superior a la CPPC, y lograr hacer atractivo el proyecto para llamar la atención de los inversionistas.

Tabla 102

#### *Rentabilidad del proyecto*

TASAS DE DESCUENTO	INDICADOR	TASA
<b>MONTO</b>		
Evaluar la inversión - capital propio	\$ 9,565.00	<b>CAPM</b> Modelo de fijación de precios de activos de capital
Evaluar capacidad de pago	\$ 28,695.00	Tasa de interés préstamo
Evaluar rentabilidad del proyecto	(+) Ajustes por Amortización	<b>CPPC</b> Costo Promedio Ponderado de Capital
		16.19%
		15.50%
		15.67%

Tabla 103

*Formula del CAPM*

$R_f + b (R_m - R_f)$	
Tasa de libre riesgo ( $R_f$ )	9.03%
Tasa de mercado ( $R_m$ )	18.57%
Beta ( $b$ )	0.75

A través del punto de equilibrio se puede determinar el nivel de producción en que los ingresos son iguales a los costos totales. Es el punto donde el nivel de ventas que debe realizarse para no obtener al final del ejercicio una pérdida ni una ganancia, es decir es cuando se logra un equilibrio entre los costos y los ingresos, cuando el ingreso es igual al costo de producción. Es el punto en el cual los servicios empiezan a generar utilidades. Del análisis se determina que en el año que con los ingresos que generan 1,411 servicios entregados, cubrirían los costos totales de la empresa.

Tabla 104

*Punto de equilibrio*

	<b>Punto de Equilibrio</b>				
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Precio de Venta	\$ 51.63	\$ 56.79	\$ 62.47	\$ 68.72	\$ 75.59
(-) Costo Variable	<b>\$ 28.77</b>	<b>\$ 29.64</b>	<b>\$ 30.53</b>	<b>\$ 31.44</b>	<b>\$ 32.38</b>
(=) Contribución marginal	\$ 22.86	\$ 27.16	\$ 31.95	\$ 37.28	\$ 43.21
Costos fijos	\$ 32,252.38	\$ 32,409.20	\$ 32,477.11	\$ 32,437.84	\$ 32,270.01
Punto de equilibrio anual unidad	1411	1193	1017	870	747
Punto de equilibrio mensual unidad	118	99	85	73	62
Punto de equilibrio anual \$	\$ 72,852.69	\$ 67,777.44	\$ 63,508.98	\$ 59,796.31	\$ 56,456.80
Punto de equilibrio mensual \$	<b>\$ 6,071.06</b>	<b>\$ 5,648.12</b>	<b>\$ 5,292.41</b>	<b>\$ 4,983.03</b>	<b>\$ 4,704.73</b>



Tabla 105

*Costo total/ ingresos por ventas*

CANTIDAD	COSTO TOTAL	INGRESO	UTILIDAD
0	\$ 32,252.38	\$ 0.00	(\$ 32,252.38)
100	\$ 35,129.71	\$ 5,163.04	(\$ 29,966.67)
200	\$ 38,007.03	\$ 10,326.07	(\$ 27,680.96)
300	\$ 40,884.36	\$ 15,489.11	(\$ 25,395.25)
400	\$ 43,761.68	\$ 20,652.15	(\$ 23,109.54)
500	\$ 46,639.01	\$ 25,815.18	(\$ 20,823.82)
600	\$ 49,516.33	\$ 30,978.22	(\$ 18,538.11)
700	\$ 52,393.66	\$ 36,141.25	(\$ 16,252.40)
800	\$ 55,270.98	\$ 41,304.29	(\$ 13,966.69)
900	\$ 58,148.31	\$ 46,467.33	(\$ 11,680.98)
1,000	\$ 61,025.63	\$ 51,630.36	(\$ 9,395.27)
1,100	\$ 63,902.96	\$ 56,793.40	(\$ 7,109.56)
1,200	\$ 66,780.28	\$ 61,956.44	(\$ 4,823.85)
1,300	\$ 69,657.61	\$ 67,119.47	(\$ 2,538.13)
1,400	\$ 72,534.93	\$ 72,282.51	(\$ 252.42)
1,500	\$ 75,412.26	\$ 77,445.54	\$ 2,033.29
1,600	\$ 78,289.58	\$ 82,608.58	\$ 4,319.00
1,700	\$ 81,166.91	\$ 87,771.62	\$ 6,604.71
1,800	\$ 84,044.23	\$ 92,934.65	\$ 8,890.42
1,900	\$ 86,921.56	\$ 98,097.69	\$ 11,176.13
2,000	\$ 89,798.88	\$ 103,260.73	\$ 13,461.84

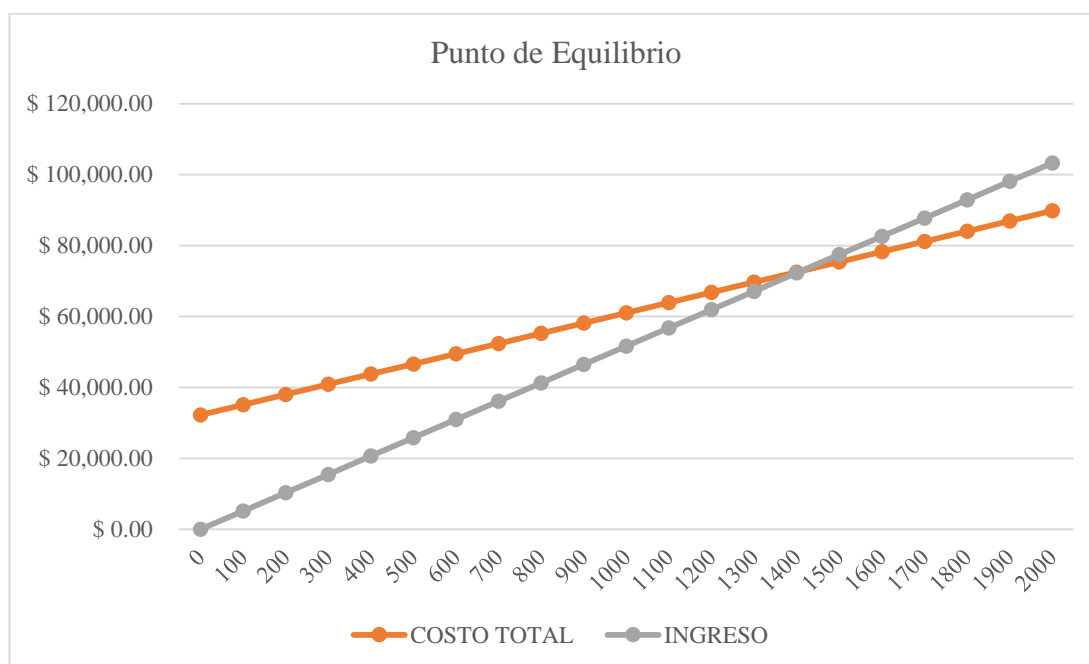


Figura 71. Punto de equilibrio

Los costos fijos son aquellos que causan repartición en cantidades constantes, para un mismo tamaño o capacidad instalada del proyecto, independiente del número de unidades que se estén produciendo. Dentro del presente proyecto los costos fijos son los siguientes:

Tabla 106

*Costos fijos*

<b>Costos Fijos</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos administrativos	\$ 22,616.70	\$ 23,295.20	\$ 23,994.06	\$ 24,713.88	\$ 25,455.30
Gastos de venta	\$ 1,741.80	\$ 1,794.05	\$ 1,847.88	\$ 1,903.31	\$ 1,960.41
Gastos financieros	\$ 4,163.22	\$ 3,477.37	\$ 2,677.32	\$ 1,744.06	\$ 655.42
Costos fijos de producción	\$ 3,730.66	\$ 3,842.58	\$ 3,957.86	\$ 4,076.59	\$ 4,198.89
<b>Total anual</b>	\$ 32,252.38	\$ 32,409.20	\$ 32,477.11	\$ 32,437.84	\$ 32,270.01
<b>Total mensual</b>	\$ 2,687.70	\$ 2,700.77	\$ 2,706.43	\$ 2,703.15	\$ 2,689.17

Los costos variables, no dependen del tiempo, son aquellos que se relacionan directamente con el proceso productivo, es decir que aumentan o disminuyen en proporción directa al volumen de actividad de la empresa. Los costos variables para la producción de los diferentes servicios son:

Tabla 107

*Costos variables*

<b>Costos Variables</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
MOD	\$ 16,781.16	\$ 17,284.59	\$ 17,803.13	\$ 18,337.23	\$ 18,887.34
MPD	\$ 14,176.00	\$ 14,601.28	\$ 15,039.32	\$ 15,490.50	\$ 15,955.21
CIF V	\$ 3,570.74	\$ 3,677.86	\$ 3,788.20	\$ 3,901.84	\$ 4,018.90
<b>Total anual</b>	\$ 34,527.90	\$ 35,563.74	\$ 36,630.65	\$ 37,729.57	\$ 38,861.46
<b>Total mensual</b>	\$ 2,877.33	\$ 2,963.64	\$ 3,052.55	\$ 3,144.13	\$ 3,238.45

### 5.14.7. Evaluación Financiera

El VAN dentro de un proyecto de inversión es la suma actualizada de flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida de operación. Es decir, es igual a “la diferencia entre el valor actual de los cobros y el valor actual de los pagos”. Se lo puede definir como una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión. El cálculo del VAN se realizó con la siguiente fórmula:

Siendo:

FC: Flujo de caja de cada periodo

D: Desembolso inicial

K: Tasa

$$\text{VAN} = -D_0 + \frac{FC_1}{(1+K)^1} + \frac{FC_2}{(1+K)^2} + \frac{FC_3}{(1+K)^3} + \frac{FC_4}{(1+K)^4} + \frac{FC_5}{(1+K)^5}$$

Tabla 108

VAN

Saldo Neto	2019	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(\$ 38,260.00)		(\$ 6,316.94)	\$ 7,779.63	\$ 17,998.20	\$ 31,106.25	\$ 47,052.29
(\$ 38,260.00)						
	1					
	N°	FNE	(1+I)^	FNE (1+I)^		
	0	(\$ 38,260.00)	100%	(\$ 38,260.00)		
	1	(\$ 6,316.94)	1.10	(\$ 5,742.68)		
	2	\$ 7,779.63	1.21	\$ 6,429.44		
	3	\$ 17,998.20	1.33	\$ 13,522.31		
	4	\$ 31,106.25	1.46	\$ 21,245.98		
	5	\$ 47,052.29	1.61	\$ 29,215.77		
			<b>VAN</b>	\$ 26,410.83		
				\$ 26,410.83		

La Tasa Interna de Retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor

presente de los flujos de fondos que genere el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada. Es la máxima rentabilidad del proyecto en las condiciones propuestas.

El proyecto se considerará viable si la tasa interna de retorno es superior a la Tasa Mínima aceptable de Rendimiento 18.57%, puesto que garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una inversión alternativa. La TIR determina que la inversión de este proyecto es más atractiva que invertir en productos financieros con una tasa pasiva mayor. Comparando con la tasa de descuento y la tasa TIR del proyecto que es 24%, se concluye que el proyecto es factible, pues supera dicha tasa.

Tabla 109

*TIR*

<b>Tasa de descuento</b>	<b>VAN</b>
0%	\$26,410.83
5%	\$40,785.62
10%	\$ 26,410.83
15%	\$15,142.03
20%	\$6,204.36
25%	\$-960.31
30%	\$-6,759.98
35%	\$-11,496.94
40%	\$-15,397.95
45%	\$-18,635.07
50%	\$-21,340.26
55%	\$-23,615.73
60%	\$-25,541.39
<b>TIR</b>	24%

#### **5.14.8. Relación beneficio – costo**

La relación beneficio/costo expresa el rendimiento, en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida. El análisis de la razón

consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TMAR y luego el total se divide para los egresos, con lo cual se obtiene, en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión. En la tabla 106, se puede observar la razón beneficio costo es de 1.30; esto significa, que por cada dólar que se invierta, pueden generar \$0.30, de utilidad pudiendo recuperar la inversión a mediano plazo, en tres años, cuatro meses.

Tabla 110

*Relación costo beneficio*

<b>Relación Costo Beneficio</b>				
<b>Años</b>	<b>Inversión</b>	<b>Ingresos</b>	<b>Egresos</b>	<b>Flujo Caja</b>
0	\$ (38,260.00)	\$ -	\$ -	\$ (38,260.00)
1		\$ 61,956.44	\$ 66,780.28	\$ (4,823.85)
2		\$ 74,967.29	\$ 65,014.34	\$ 9,952.94
3		\$ 90,710.42	\$ 64,759.07	\$ 25,951.34
4		\$ 109,759.60	\$ 64,375.50	\$ 45,384.11
5		\$ 132,809.12	\$ 63,841.48	\$ 68,967.64
Suma de Ingreso		\$ 470,202.87		
Suma de Egresos		\$ 324,770.68		
Costos-Inversión		\$ 363,030.68		
		\$ 1.30		
<b>Relación Beneficio /Costo</b>				

**5.14.9. Tiempo de recuperación de la inversión**

El plazo de recuperación real de la inversión del presente proyecto de prefactibilidad para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, se basa en los flujos que genera en cada período de vida útil. El análisis del periodo de recuperación muestra que el tiempo para el retorno de la inversión es de tres años, cuatro meses.

Tabla 111

*Periodo de recuperación de la inversión*

<b>PRI</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Flujo Neto</b>	(\$ 38,260.00)	(\$ 6,316.94)	\$ 7,779.63	\$ 17,998.20	\$ 31,106.25	\$ 47,052.29
<b>Flujo Acumulado</b>	(\$ 38,260.00)	(\$ 44,576.95)	(\$ 36,797.32)	(\$18,799.12)	\$ 12,307.12	\$ 59,359.42

**5.14.10. Análisis de sensibilidad**

Para tomar decisiones respecto a las inversiones a futuro y mejorar las estimaciones del proyecto a implementar, se consideran tres escenarios el pesimista, esperado y optimista, esto permitirá evidenciar la operatividad de la empresa en cada escenario. Esta técnica estudia el impacto que tendrá el aumento o disminución del valor sobre el resultado financiero del proyecto. A continuación, se presenta el análisis de los tres escenarios antes mencionado:

Escenario pesimista: Se considera una disminución del 5% en el precio, sin embargo, los costos se mantienen. Esto genera que los ingresos bajen afectando el flujo neto de la operación, da como resultado un VAN de \$ 36,031.81 y un TIR del 15%.

Escenario esperado: mediante el cálculo aplicado da como resultado el VAN de \$ 50,714.36 y el TIR de 24%, con una tasa del 15.67% de descuento, lo cual permite evidenciar que el proyecto es factible.

Escenario optimista: La participación en el mercado aumenta un 5%, del esperado por ende se incrementa el margen de ganancias y las ventas, los costos se mantienen. Como resultado el VAN aumenta a \$ 65,396.90 y el TIR a 33%, esto quiere decir que el proyecto de implementación es factible.

Tabla 112

*Análisis de sensibilidad*

	<b>Pesimista</b>	<b>Esperado</b>	<b>Optimista</b>
	<b>-5%</b>		<b>5%</b>
Precio	\$ 49.05	\$ 51.63	\$ 54.21
Costo variable		\$ 28.77	
Costo fijo		\$ 3,730.66	
VAN	\$ 36,031.81	\$ 50,714.36	\$ 65,396.90
TIR	15%	24%	33%

**Indicadores de Análisis Financieros**

**Indicadores de Liquidez.** La liquidez de una organización es conceptuada por la capacidad para cumplir las obligaciones a corto plazo que se han adquirido a medida que éstas se vencen. No se refieren solamente a las finanzas totales de la empresa, sino a la habilidad para convertir en efectivo determinados activos y pasivos corrientes.

- **Razón corriente.** Indica la capacidad que tiene la empresa para cumplir con las obligaciones financieras, deudas o pasivos a corto plazo. El resultado de la operación indica que la empresa por cada dólar que debe, tiene \$ 4,56 dólares para pagar o respaldar la deuda. Los datos fueron tomados de la información financiera del primer año.

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{\$ 7,139.75}{\$ 1,562.58} = \$ 4,56$$

**Indicadores de Rendimiento.** Calculan el grado de cumplimiento de los objetivos fijados en el modelo de negocio.

- **Rotación de Activos:** Índice de productividad que expresa el número de veces que el activo genera ventas. El resultado de la operación indica que los activos rotan 2 veces al año, lo que indica que rotan cada 180 días (360 días/2 veces).

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo total}} = \frac{\$ 61,956.44}{\$ 32,505.12} = 2$$

- **Margen Bruto de Utilidad.** Índice que permite analizar por cada dólar vendido, cuanto genera para cubrir los gastos operacionales y no operacionales. El resultado indica que la empresa cuenta con el 38% del margen de utilidad bruta, que demuestra la eficacia operativa del proyecto.

$$\text{Margen Bruto de utilidad} = \frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \frac{\$ 23,697.88}{\$ 61,956.44} * 100 =$$

Margen Bruto de utilidad = 38%

- **Rentabilidad sobre Ventas.** Es la relación que existe de las utilidades después de ingresos y egresos no operacionales e impuestos, el 24.67% es la capacidad de producir rentabilidad sobre las ventas. Se tomó como referencia los datos del estado de resultado proyectado del cuarto año, que es el período donde ya se recuperó la inversión inicial.

$$\text{Rentabilidad sobre ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \frac{\$ 27,080.70}{\$ 109,759.60} * 100 =$$

Rentabilidad sobre ventas = 24,67%



- **Rentabilidad sobre activos.** Mide el beneficio generado por el activo de la empresa. Los datos referenciales para el cálculo fueron tomados de la proyección del cuarto año de los estados financieros, el resultado indica que por cada dólar invertido en activos la empresa obtiene \$ 0.31 de utilidad.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo total}} = \frac{\$ 27,080.70}{\$ 86,457.57} = \$ 0.31$$

- **Rentabilidad sobre patrimonio.** Mide la rentabilidad que obtienen los accionistas de las inversiones. Los datos referenciales para el cálculo fueron tomados de la proyección del cuarto año de los estados financieros, el resultado indica que el proyecto genera 45% de rentabilidad.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio total}} * 100 = \frac{\$ 27,080.70}{\$ 60,261.00} = 45\%$$

### 5.15.Importancia

Es esencial, la creación y operación de una empresa de servicios de limpieza complementarios en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, debido a que se pudo determinar que las condiciones actuales no son favorables para dedicar tiempo a las tareas básicas, tanto en los hogares como en los lugares de trabajo; por lo cual en gran mayoría están dispuestos a contratar una empresa de servicios auxiliares, responsables con el ecosistema y el entorno, para que satisfagan este tipo de necesidades, manteniendo así una buena calidad de vida y contribuyendo al cuidado y conservación del medio ambiente.

### **5.16. Metas del proyecto**

La introducción en el mercado de servicios de limpieza, para satisfacer la demanda insatisfecha de los sectores de empresarial y domiciliarios, satisfaciendo las necesidades y requerimientos del mercado objetivo, superando las expectativas de los consumidores.

Aportar con la economía del país y al desarrollo social, a través de la generación de empleo, debido a que la oferta laboral en la provincia del Guayas es amplia, lo que facilita la contratación de personal calificado para el área administrativa y operativa de la empresa, que a la vez asegura entregar un servicio de calidad.

Causar un impacto positivo en el entorno ya que actuará indirectamente a favor del ambiente, impulsando a la utilización de insumos de limpieza sin contaminantes, ni exceso de químicos, con la utilización de productos biodegradables y amigables con el medio ambiente.

### **5.17. Finalidad de la propuesta**

La finalidad de la propuesta de la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, en la parroquia Ximena, del cantón Guayaquil, es comprobar mediante el análisis de la evaluación económica financiera; la determinación de la viabilidad y rentabilidad del proyecto, a través de los resultados de las técnicas financieras como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Punto de Equilibrio, el cálculo del Costo Beneficio y demás indicadores financieros que influyen en el desarrollo del presente proyecto, y que demuestran la factibilidad del mismo, que además se convierta en una fuente de empleo, incentive la producción nacional, generando un impacto positivo a la economía del país y contribuya al desarrollo de la provincia.

### **5.18. Conclusiones**

La rentabilidad para el proyecto de la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza (TIR), es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversores (TMAR o Tasa de Descuento) y el VAN es mayor a 0; los mencionados resultados demuestran que el proyecto es rentable y atractivo para la ejecución.

En la evaluación financiera, la inversión inicial cubre la demanda de recursos económicos para la operatividad al igual que los costos fijos del proyecto. El retorno del capital, es de tres años y cuatro meses, está dentro de los plazos para determinar que es un proyecto atractivo.

La relación costo beneficio, es de \$ 1.30 lo que indica que, de cada dólar invertido, la ganancia es de \$ 0.30, lo que fundamenta la viabilidad del presente proyecto, y determina las condiciones óptimas para la puesta en marcha y rentabilidad.

Los criterios del análisis de sensibilidad de los diferentes escenarios, presentan escenarios positivos, en los cuales la empresa de servicios complementarios de limpieza, obtendrá beneficios económicos superiores al costo de oportunidad del capital; demuestra que es conveniente la ejecución del proyecto en función de la viabilidad y rentabilidad.

En la evaluación de los indicadores financieros del proyecto, el VAN es de \$26,410.83, que expresa el capital de utilidad en el valor actual, la TIR es de 24%, que pertenece al porcentaje de ganancia del proyecto, en flujos. En conclusión, el análisis de la evaluación financiera, se puede determinar que el proyecto es viable desde el punto de vista financiero, porque genera utilidad

## Referencias

- Amat, O., Bastons, J., Cornejos, J., Domenech, X., Martínez, J., & Roqueta, Á. (2010). *El plan de viabilidad. Guía práctica para su elaboración y negociación*. Barcelona: Profit Editorial.
- Arias, M., Barreno, C., & Tobar, G. (2018). NIC 16 y su efecto fiscal en Ecuador. Caso: Diario Rotativo Regional. *Universidad de los Andes*.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos. Sexta edición*. México: Mc Graw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos. Sexta Edición*. México: The McGraw - Hill.
- Balestrini, M. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigacion*. Caracas, República Bolivariana de Venezuela: BL Consultores Asociados.
- Begazo Villanueva Alejandra Ronilda, Flores Gonzalez Bertha Roxana & Mogollón Daza Vanessa Leticia. (2014). *PLAN DE NEGOCIOS PARA EL LANZAMIENTO DE SAFETY CLEAN, SERVICIO PROFESIONAL DE LIMPIEZA ESPECIALIZADA EN DEPARTAMENTOS EN LIMA METROPOLITANA DE LA EMPRESA VAR SAC*. Lima.
- Bengoechea, B. (1999). *Diccionario de Marketing*. España: Ed. Cultural., Madrid.
- Bujan, A. (13 de Junio de 2018). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de <https://www.encyclopediainanciera.com/gestioncarteras/capm.htm>
- Bunge, M. (2017). El planteamiento científico. *Revista cubana de salud pública*, Vol. 43 No. 3.
- Cañedo, M. (2 de Julio de 2013). Urge una "limpia" a la industria de la limpieza y mantenimiento. (A. Uribe, Entrevistador)
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos. Segunda edición*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Díaz, M. (2012). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. España: EUMED.
- Fernandez, J. (3 de Agosto de 2018). *Diccionario Social | Enciclopedia Jurídica Online*. Obtenido de <https://diccionario.leyderecho.org/gastos-financieros/>
- Franklin, E. (1998). *Organización de empresas. Análisis, diseño y estructura*. México: McGraw-Hill.
- Gitman, L., & Joehnk, M. (2009). *Fundamentos de inversiones. Décima edición*. México: Pearson Educación.

- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera. Décima segunda edición*. México: Pearson Educación.
- Gómez, V., & Jiménez, A. (2015). Corresponsabilidad familiar y el equilibrio trabajo-familia: medios para mejorar la equidad de género. *Polis*, 1.
- Gómez Benavides Vivian Paola. (2016). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A SERVICIO DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOS HOGARES UBICADA EN LA CIUDAD DE TULCAN*. Quito.
- Gómez, G. (11 de Enero de 2001). *La administración del capital de trabajo*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/administracion-capital-trabajo/>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. México: McGraw-Hill.
- Hidalgo, F. (2016). Lo sucio y lo limpio a través de la historia. *Revista Mundo Diners*.
- Klotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales. Primera edición*. Paidós Ibérica S.A.
- Kotler, P., Cámara, D., Grande, I., & Cruz, I. (2000). *Dirección de Marketing*. Pentice Hall.
- Landaure, C. (28 de Junio de 2016). *Costos de inversión y de operación en la formulación de un proyecto*. Obtenido de Conexionesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/06/costos-de-inversion-y-de-operacion-en-la-formulacion-de-un-proyecto/>
- Ley de compañías*. (2017).
- Leyva, O., Ganga, F., Tejada, J., & Hernández, A. (2018). *La formación por competencias en la educación superior: Alcances y limitaciones desde referentes de México, España y Chile*. México: Tirant lo Blanch.
- Luna, R., & Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala: Proarca/Capas.
- Maldonado, J. (2018). *Gestión de proyectos*. [https://issuu.com/joseangelmaldonado8/docs/gesti\\_n\\_de\\_proyectos\\_\\_2018\\_](https://issuu.com/joseangelmaldonado8/docs/gesti_n_de_proyectos__2018_)
- Manzo Nazate, Abigail Abisag; Pincay Pincay, Luis. (2017). “*CREACION DE EMPRESA DE SERVICIO DE LIMPIEZA EN EL SECTOR SURESTE DE GUAYAQUIL*”. *GUAYAQUIL*. Guayaquil.

- Martínez, A. (2000). *Bases Metodológicas para Evaluar la Viabilidad y el Impacto de Proyectos de Telemedicina*. Washington, D.C: PAHO Library Cataloguing in Publication Data.
- Miranda, J. (2010). *Gestión de proyectos : identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Bogotá: MM Editores.
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Guía didáctica*. Neiva: Universidad Surcolombiana.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. México: The McGraw Hill.
- Moreno, D. (14 de Marzo de 2018). *Finanzas para mortales*. Obtenido de <https://www.finanzasparamortales.es/que-es-la-rentabilidad/>
- Norma Internacional de Contabilidad. NIC*. (2018).
- Organización Internacional de Trabajo. (2017). *Panorama laboral 2017, América Latina y el Caribe*. Lima: OIT / Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2017. 156 p: Organización Internacional del Trabajo.
- Parella, S., & Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Caracas: Fedupel.
- Promove Consultoría e Formación SLNE. (2012). *Atraer y fidelizar clientes. Cuadernos prácticos. Gestión empresarial*. Santiago de Compostela.
- Raffino, M. (26 de Mayo de 2020). *Higiene*. Obtenido de <https://concepto.de/higiene/>
- Ramírez, C., García, M., & Pantoja, C. (2010). *Fundamentos y técnicas de costos*. Cartagena de Indias, Colombia: Universidad Libre, Sede Cartagena.
- Reglamento aplicación de la ley de régimen tributario interno*. (s.f.).
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017 ). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *EAN*, pp. 179-200.
- Rojas, R. (2007). *Sistema de costos. Un proceso para su implementación*. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Romanos, S. (2000). *Guía de fuentes de información especializadas: humanidades y ciencias sociales. Segunda edición*. Buenos Aires: Grebyd.
- Rueda Barbosa Jessica Liceth & Luna Reyes Monica Patricia. (2016). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LIMPIEZA E HIGIENIZACIÓN DE ESPACIOS EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER*. Ocaña, Colombia.

- Salas Sandoval Adriana Isabel. (2015). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DE CASAS, OFICINAS, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS SERLIMCO S.A EN LA CIUDAD DE QUITO*. Quito.
- Sánchez, A. (1994). La rentabilidad económica y financiera de la gran empresa española. Analisis de los factores determinantes. *Revista española de financiación y contabilidad Vol. XXIV, n. 78, 161.*, 159-179.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (1989). *Preparación y evaluación de proyectos, Segunda Edición*. México: McGRAW-HILL .
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión formulación y evaluación. Segunda Edición*. Chile: Pearson.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos. Quinta edición*. Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill Educación.
- Sapag, S. (2011). *Proyectos de inversión, 2da Edición*. México: Pearson.
- Sevilla, A. (2012). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Solomon, M. (2008). *Comportamiento del consumidor. Séptima edición*. México: Pearson Prentice Hall.
- Valor, F. (3 de Junio de 2019). *Dif Broker*. Obtenido de <https://www.difbroker.com/es/articulos/rentabilidad-financiera-concepto-y-calculo/#:~:text=La%20idea%20de%20rentabilidad%20financiera,utilidades%20que%20reciben%20los%20inversionistas>.
- Vigo, V., Vigil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). *Manual de diseños de proyectos de proyectos sostenibles*. Cajamarca - Perú: Asociación Los Andes de Cajamarca.

## Apéndice A. Entrevista



### UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

#### Entrevista

##### Datos Informativos

**Nombre del Entrevistado:** .....

**Nombre de la Empresa:** .....

**Cargo dentro de la empresa:** .....

**Nombre del Entrevistador:** .....

**Fecha:** ...../...../..... **Lugar:** .....

**Horario de Inicio:** ..... **Horario de Finalización:** .....

**Objetivo:** Identificar los factores diferenciadores para sustentarse en el mercado de servicio de limpieza.

#### Formulario

1. ¿Cuál es la experiencia que tiene dentro del negocio?

.....  
.....

2. ¿Cuáles son los factores externos más relevantes que considera usted, impactan para la sostenibilidad en el mercado del servicio de limpieza?

.....  
.....

3. ¿Cuáles son los servicios que su empresa brinda y por qué?

.....  
.....

4. ¿Cuáles son los medios para promocionar y dar a conocer a la empresa?

.....  
.....  
.....



5. ¿Cuáles son los parámetros utilizados para establecer los precios de los servicios?

.....  
.....  
.....

6. ¿Realiza capacitaciones continuas al personal operativo, por qué?

.....  
.....  
.....

7. ¿Qué importancia considera usted que tenga una capacitación previa al personal operativo, para darles a conocer las instrucciones a seguir y el uso correcto de los materiales y equipos de limpieza?

.....  
.....  
.....

8. ¿Han presentado inconvenientes con los clientes por el servicio brindado, nos puede compartir alguna experiencia?

.....  
.....  
.....

9. ¿Qué dificultades se le han presentado en la parte operativa, y cuál ha sido la solución?

.....  
.....  
.....

10. ¿Qué recomendaciones daría usted, para brindar el servicio de limpieza?

.....  
.....  
.....

Gracias por la atención prestada.

## Apéndice B. Encuesta de hogares



### UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL Encuesta

Reciba un cordial saludo, se presenta la siguiente encuesta para su efectiva realización, dirigida a los habitantes de la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, en sus diferentes opiniones sobre la creación de una empresa de servicio de limpieza complementarios, de limpieza.

La encuesta tiene un tiempo estimado de cinco a diez minutos, el presente cuestionario es de carácter anónimo, por lo que usted está en la libertad de responder sin ningún inconveniente ni compromiso.

#### Instrucciones:

- Lea con atención las preguntas
- escoja una sola alternativa por pregunta, a excepción de la pregunta No. 6, puede elegir varias opciones.
- Marque con un (x) su respuesta.
- No se permite tachones.
- Si desea realizar una pregunta al encuestador, no dude en hacerla.
- Responder con honestidad.
- Al terminar, favor entregar la hoja a la encuestadora.

#### Objetivo:

Identificar las necesidades para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, en el cantón Guayaquil.

#### 1. ¿Contrata o ha contratado servicios de limpieza y mantenimiento para su hogar?

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

Si la respuesta (1) fue afirmativa PASE A LA PREGUNTA 2 si no pregunte ¿por qué?

-----

**2. El servicio contratado fue:**

Muy satisfactorio <input type="checkbox"/>	Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Poco satisfactorio <input type="checkbox"/>	Deficiente <input type="checkbox"/>	No ha contratado <input type="checkbox"/>
---	---	--	--	--

**3. ¿Está usted interesado en contratar los servicios complementarios de limpieza, para hogares?**

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

Si la respuesta (3) fue afirmativa PASE A LA PREGUNTA 4, si no pregunte ¿por qué? Y finaliza la encuesta.

-----

-----

**4. ¿Si usted está interesado, cada que tiempo contraría los servicios complementarios de limpieza?**

Una vez a la semana <input type="checkbox"/>	Una vez al mes <input type="checkbox"/>	Dos veces al mes <input type="checkbox"/>	Más de cinco veces al mes <input type="checkbox"/>
---	--	--	---

**5. ¿En el siguiente listado, señale las actividades de limpieza que le gustaría contratar?**

<input type="checkbox"/> Aseo por ambientes (cocina, comedor, sala, dormitorios)	<input type="checkbox"/> Lavado de cortinas
<input type="checkbox"/> Lavado y aspirado de alfombras	<input type="checkbox"/> Abrillantamiento de pisos.
<input type="checkbox"/> Limpieza y desinfección de baños	<input type="checkbox"/> Aseo completo
<input type="checkbox"/> Lavado de cristales	Otros: _____

**6. ¿En el siguiente listado, que servicio adicional le gustaría contratar?**

<input type="checkbox"/> Lavado de autos	<input type="checkbox"/> Limpieza y mantenimiento de piscinas
<input type="checkbox"/> Limpieza y purificación de cisternas	<input type="checkbox"/> Organización de garajes y depósitos
<input type="checkbox"/> Limpieza de terrazas	<input type="checkbox"/> Limpieza y mantenimiento de muebles y enseres
<input type="checkbox"/> Mantenimiento de jardinería	Otros: _____

**7. De las siguientes opciones de promoción, ¿Cuál considera usted que es la más beneficiosa?**

Descuento por recomendación <input type="checkbox"/>	Descuentos por paquetes de servicios <input type="checkbox"/>	Servicio gratuito por complementar cartilla de consumo <input type="checkbox"/>	Otros: ----- -----
---	--	--	--------------------------

**8. ¿Dónde le gustaría a usted, recibir información acerca de los tipos de servicios?**

<input type="checkbox"/> Volantes	<input type="checkbox"/> Redes sociales (Facebook, Instagram)
<input type="checkbox"/> Prensa escrita (periódicos)	<input type="checkbox"/> WhatsApp
<input type="checkbox"/> Anuncios radiales	<input type="checkbox"/> Correo electrónico

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza general para su hogar diario, que incluya insumos, utensilios y maquinaria a utilizar?**

Entre \$ 15 - \$20 <input type="checkbox"/>	Entre \$ 20 - \$25 <input type="checkbox"/>	Entre \$ 30 - 35 <input type="checkbox"/>	Entre \$ 35 - 40 <input type="checkbox"/>
--	--	--	--

**10. ¿Cuál sería su preferencia de pago del servicio de limpieza complementario?**

Efectivo <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Tarjeta de crédito <input type="checkbox"/>
--------------------------------------	------------------------------------	--

Agradecemos su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario, su participación permitirá medir su valiosa percepción acerca de las empresas de servicios complementarios de limpieza, en el cantón Guayaquil, parroquia Ximena.

**Gabriela Belén Reyes Beltrán**

**C.C. 0930006325**

## Apéndice C. Encuesta de empresas



### UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL Encuesta

Reciba un cordial saludo, se presenta la siguiente encuesta para su efectiva realización, dirigida a los habitantes de la parroquia Ximena del cantón Guayaquil, en sus diferentes opiniones sobre la creación de una empresa de servicio de limpieza complementarios, de limpieza.

La encuesta tiene un tiempo estimado de cinco a diez minutos, el presente cuestionario es de carácter anónimo, por lo que usted está en la libertad de responder sin ningún inconveniente ni compromiso.

#### Instrucciones:

- Lea con atención las preguntas
- Escoja una sola alternativa por pregunta, a excepción de la pregunta No. 6, puede elegir varias opciones.
- Marque con un (x) su respuesta.
- No se permite tachones.
- Si desea realizar una pregunta al encuestador, no dude en hacerla.
- Responder con honestidad.
- Al terminar, favor entregar la hoja a la encuestadora.

#### Objetivo:

Identificar las necesidades para la creación de una empresa de servicios complementarios de limpieza, en el cantón Guayaquil.

**1. ¿Contrata o ha contratado servicios de limpieza y mantenimiento para su empresa?**

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

Si la respuesta (1) fue afirmativa PASE A LA PREGUNTA 2 si no pregunte ¿por qué?

-----

**2. El servicio contratado fue:**

Muy satisfactorio <input type="checkbox"/>	Satisfactorio <input type="checkbox"/>	Poco satisfactorio <input type="checkbox"/>	Deficiente <input type="checkbox"/>	No ha contratado <input type="checkbox"/>
---	---	--	--	--

**3. ¿Está usted interesado en contratar los servicios complementarios de limpieza, para empresas?**

<input type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
-----------------------------	-----------------------------

Si la respuesta (3) fue afirmativa PASE A LA PREGUNTA 4, si no pregunte ¿por qué? Y finaliza la encuesta.

-----

-----

**4. ¿Si usted está interesado, cada que tiempo contraría los servicios complementarios de limpieza?**

Mensualmente <input type="checkbox"/>	Por horas <input type="checkbox"/>	Por días <input type="checkbox"/>	Medio tiempo <input type="checkbox"/>
--	---------------------------------------	--------------------------------------	--

**5. De las siguientes opciones de promoción, ¿Cuál considera usted que es la más beneficiosa?**

Descuento por recomendación <input type="checkbox"/>	Descuentos por paquetes de servicios <input type="checkbox"/>	Servicio gratuito por complementar cartilla de consumo <input type="checkbox"/>	Otros: ----- -----
---	--	--	--------------------------

**6. ¿Dónde le gustaría a usted, recibir información acerca de los tipos de servicios?**

<input type="checkbox"/> Volantes	<input type="checkbox"/> Redes sociales (Facebook, Instagram)
<input type="checkbox"/> Prensa escrita (periódicos)	<input type="checkbox"/> WhatsApp
<input type="checkbox"/> Anuncios radiales	<input type="checkbox"/> Correo electrónico

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza general de medio tiempo, para su empresa, que incluya insumos, utensilios y maquinaria a utilizar?**

Entre \$120 - \$140 <input type="checkbox"/>	Entre \$ 140 - \$ 160 <input type="checkbox"/>	Entre \$ 160 - 180 <input type="checkbox"/>	Entre \$ 180 - 200 <input type="checkbox"/>
---	---	--	--

**8. ¿Cuál sería su preferencia de pago del servicio de limpieza complementario?**

Efectivo <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>	Tarjeta de crédito <input type="checkbox"/>
--------------------------------------	------------------------------------	--

Agradecemos su respuesta con la mayor transparencia y veracidad a las diversas preguntas del cuestionario, su participación permitirá medir su valiosa percepción acerca de las empresas de servicios complementarios de limpieza, en el cantón Guayaquil, parroquia Ximena.

**Gabriela Belén Reyes Beltrán**

**C.C. 0930006325**

**Apéndice D. Encuesta de satisfacción del servicio de limpieza**

	<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIO DE LIMPIEZA "SERLIMGAB"</b>	Fecha: __/__/____

**ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO DE LIMPIEZA**

<b>Servicio contratado:</b>		<b>Grados de competencia:</b> A    Muy Satisfactorio B    Satisfactorio C    Poco Satisfactorio D    Insatisfactorio
-----------------------------	--	--

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que considere conveniente:

DESCRIPCIÓN	Niveles			
	A	B	C	D
El servicio contratado fue:				
Responsabilidad del trabajador:				
Puntualidad del trabajador:				
Calidad de los insumos de limpieza utilizados:				
Productividad de los equipos de limpieza utilizados:				
Actitud del servicio del trabajador:				

Del 1 al 10, siendo 1 el mas bajo y 10 excelente. Cómo calificaría el servicio brindado?

**Comentarios:**

---



---



---



---



## Apéndice E. Ficha de registro de proveedores



### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LIMPIEZA "SERLINGAB"

#### Ficha de Registro de Proveedores

<b>Sección 1: Detalles de la empresa</b>	
Nombre comercial:	Ruc:
Dirección: (Adjuntar planilla servicio básico)	Tipo de sociedad:
Teléfono:	Celular:
Correo electrónico:	Página Web:
Razón social:	
Actividad Principal:	
Representante Legal:	Celular:
Nombre de Contacto:	Celular:
<b>Nota:</b> <b>Adjuntar copia del RUC, Nombramiento y Cedula del Representante Legal.</b>	
<b>Sección 2: Información Financiera</b>	
Volumen de ventas anuales de los últimos 3 años:	
Año 1: _____ \$ _____ Año 2: _____ \$ _____ Año 3: _____ \$ _____	
<b>Nota: Adjuntar copias de los estados financieros</b>	
Si le confirma la contratación, datos de la cuenta bancaria:	
Entidad Bancaria: _____ No. Cta.: _____	



<b>Política de devolución:</b>
<b>Política de créditos:</b>
<b>Medio ambiente:</b>
Tiene su empresa alguna política de medio ambiente: (Si la respuesta es SI, anexe una copia) SI _____ NO _____
Los productos que ofrece son biodegradables: SI _____ NO _____
<b>Otros:</b>
Favor detallar si su empresa ha sido vinculada con algún asunto legal con algún tipo de organismo nacional y/o internacional los últimos 5 años:  _____  _____  _____
<b>Certificación:</b>
Yo, el/la abajo firmante acepto las condiciones y términos generales básicos, copia disponible junto a este formulario, bajo los que la información suministrada en este formulario es correcta, y que si en futuro hay cambios se proveerá los detalles con brevedad.
<b>Nombre:</b> _____ <b>C.I.</b> _____
<b>Cargo:</b> _____ <b>Fecha:</b> _____
_____ <b>Firma</b>
<b>Favor entregar este formulario y anexos en las oficinas o al correo institucional:</b>  <a href="mailto:serlingab@gmail.com"><u>serlingab@gmail.com</u></a>

## Apéndice F. Ficha de evaluación de proveedores



### SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LIMPIEZA "SERLIMGAB"

#### Ficha Evaluación de Proveedores

Nombre Proveedor:

Producto:

		CRITERIOS	ESCALA					PUNTAJE
			1 = Insatisfactorio	2	3	4	5 = Muy satisfactorio	
ASPECTOS	ESTRATÉGICO	Experiencia						
		Disponibilidad						
		Calidad						
		Imagen						
		Mejora						
	TÉCNICO	Infraestructura						
		Personal						
		Equipo						
		Operación						
	COMERCIAL	Servicio al cliente, cumplimiento de plazo de entrega						
		Comunicación con el cliente						
		Planificación						
		Precio						
		Respuesta frente a reclamos						
	<b>TOTAL</b>							

PUNTAJE	EVALUACIÓN	ACCIÓN A SEGUIR
60 - 70	Muy confiable	Aceptable - Revisar puntos débiles
40 - 60	Condicional	Trabajar en un plan de mejora
MENOR A 40	No confiable	No aceptable

## Apéndice G. Contrato de trabajo a plazo indefinido

### CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO INDEFINIDO

En la ciudad de GUAYAQUIL, a los [REDACTED], comparecen, por una parte el Sr(a) [REDACTED], portador de la cédula de ciudadanía [REDACTED], en calidad de EMPLEADOR/A; y por otra parte, el/la señor(a) [REDACTED], portador(a) de la cédula de ciudadanía N°. [REDACTED] en calidad de TRABAJADOR/A. Los comparecientes son capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este CONTRATO INDEFINIDO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

#### PRIMERA.- ANTECEDENTES:

EL/LA EMPLEADOR/A para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un(a) [REDACTED]. Revisados los antecedentes del/la señor(a) [REDACTED] declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, EL/LA EMPLEADOR/A y EL/LA TRABAJADOR/A proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

#### SEGUNDA.- OBJETO:

EL/LA TRABAJADOR/A se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del/la EMPLEADOR/A en calidad de [REDACTED] con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta EL/LA EMPLEADOR/A, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado.

#### TERCERA.- JORNADA ORDINARIA:

EL/LA TRABAJADOR/A se obliga a laborar en la jornada legal máxima establecida en el artículo 47 del Código del Trabajo, de [REDACTED] en el horario de labores de [REDACTED], con descanso [REDACTED], de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo. Las Partes podrán convenir de mutuo acuerdo que el/la TRABAJADOR/A labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código. Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del código de la materia.

#### CUARTA.- REMUNERACIÓN:

EL/LA EMPLEADOR/A, de acuerdo a los artículos 80, 81 y 83 del Código del Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de USD [REDACTED], mediante [REDACTED]. Además, el/la EMPLEADOR/A cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 111 y 113 del Código del Trabajo tomando en consideración la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa. Es así mismo, el/la EMPLEADOR/A reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código del Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

#### QUINTA.- DURACIÓN DEL CONTRATO:

EL/LA TRABAJADOR/A inicialmente ingresará a un periodo de prueba de 90 días concluido dicho período automáticamente el contrato será indefinido. Este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169, 172 y 173 del Código del Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato.

#### SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

EL/LA TRABAJADOR/A desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en la calle [REDACTED], de la ciudad de [REDACTED] provincia de [REDACTED], para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.



## Apéndice H. Contrato de trabajo por obra o servicio determinado dentro del giro de negocio

### CONTRATO TRABAJO POR OBRA O SERVICIO DETERMINADO DENTRO DEL GIRO DEL NEGOCIO

En la ciudad de GUAYAQUIL, a los [REDACTED], comparecen, por una parte el Sr(a) [REDACTED] representante legal de [REDACTED] con ruc [REDACTED] en calidad de EMPLEADOR/A; y por otra parte, el/la señor(a) [REDACTED], portador(a) de la cédula de ciudadanía N°. [REDACTED] en calidad de TRABAJADOR/A. Los comparecientes son capaces para contratar, libre y voluntariamente convienen en celebrar este CONTRATO DE TRABAJO POR OBRA O SERVICIO DETERMINADO DENTRO DEL GIRO DEL NEGOCIO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

#### PRIMERA: ANTECEDENTES:

EL/LA EMPLEADOR/A para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un(a) [REDACTED]. Revisados los antecedentes del/la señor(a) [REDACTED] declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, EL/LA EMPLEADOR/A y EL/LA TRABAJADOR/A proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

Este contrato se suscribe con fundamento en lo establecido en Art. 4 la Ley para La Justicia Laboral, publicada en R.O. 3er Suplemento N° 483 de 20 de Abril del 2015, mismo que crea el Art. 16.1 del Código del Trabajo, que trata sobre el contrato de trabajo por obra o servicio determinado dentro del giro del negocio.

#### SEGUNDA: OBJETO DEL CONTRATO:

EL/LA EMPLEADOR/A, por la naturaleza de las actividades de la empresa a la cual representa, realiza la contratación de un/a [REDACTED] EL/LA TRABAJADOR/A se compromete a prestar sus servicios lícitos y personales bajo la dependencia del/la EMPLEADOR/A en calidad de [REDACTED] con responsabilidad y esmero, que los desempeñará de conformidad con la Ley, las disposiciones generales, las órdenes e instrucciones que imparta EL/LA EMPLEADOR/A, dedicando su mayor esfuerzo y capacidad en el desempeño de las actividades para las cuales ha sido contratado.

#### TERCERA: JORNADA DE TRABAJO:

EL/LA TRABAJADOR/A se obliga a laborar en la jornada legal máxima establecida en el artículo 47 del Código del Trabajo, de [REDACTED] en el horario de labores de [REDACTED], con descanso [REDACTED], de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir de mutuo acuerdo que EL/LA TRABAJADOR/A labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

#### CUARTA.- REMUNERACIÓN:

EL/LA EMPLEADOR/A, de acuerdo a los artículos 80, 81 y 83 del Código del Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma USD [REDACTED], mediante [REDACTED].

Además, EL/LA EMPLEADOR/A cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 111 y 113 del Código del Trabajo tomando en consideración la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa. Asimismo, EL/LA EMPLEADOR/A reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código del Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

#### **QUINTA: DURACIÓN DEL CONTRATO:**

Este contrato fenecerá una vez terminado el giro del negocio objeto del contrato; sin embargo, los contratantes estipulan un período de prueba de 90 días.

Además este contrato podrá terminar por las causales establecidas en el Art. 169, 172 y 173 del Código del Trabajo en cuanto sean aplicables para este tipo de contrato. En caso de que exista otra producción de éste bien, EL/LA EMPLEADOR/A se compromete a llamar al/la TRABAJADOR/A para el servicio convenido, conforme lo establecido en el Acuerdo Ministerial MDT-2015-0242.

#### **SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:**

EL/LA TRABAJADOR/A desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en la calle [REDACTED], de la ciudad de [REDACTED] provincia de [REDACTED], para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

#### **SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR Y EMPLEADOR:**

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del/la empleador/a y trabajador/a, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código del Trabajo en su Capítulo IV De las obligaciones del Empleador y del Trabajador, a más de las estipuladas en este contrato.

#### **OCTAVA.- CONFIDENCIALIDAD DE DATOS:**

EL/LA TRABAJADOR/A mantendrá confidencialidad absoluta durante y después de la vigencia de este contrato respecto de hechos, situaciones, y sobre todo información, bases de datos y documentos en general relativos a EL/LA EMPLEADOR/A o que EL/LA TRABAJADOR/A hubiera obtenido o accedido en función de la relación laboral.

EL/LA TRABAJADOR/A tiene totalmente prohibido para acceder a la información, sistemas, documentos, entre otros, así como también alterar, grabar, copiar, retirar de la empresa todo tipo de información documentada o sistemáticamente sin la debida autorización de EL/LA EMPLEADOR/A.

EL/LA TRABAJADOR/A declara conocer y aceptar que los derechos patrimoniales de toda creación, documento informe o producto originado en la relación laboral con EL/LA EMPLEADOR/A le pertenecen con exclusividad a este último.

#### **NOVENA.- PROPIEDAD INTELECTUAL:**

Los descubrimientos e invenciones, las mejoras en los procedimientos, así como los trabajos y resultados de las actividades que desarrolle EL/LA TRABAJADOR/A, mientras preste sus servicios, quedarán de propiedad exclusiva de EL/LA EMPLEADOR/A, la cual podrá patentar o registrar a su nombre tales inventos, descubrimientos o mejoras. La violación de esta prohibición conlleva a la terminación del Contrato de Trabajo, previo el trámite legalmente previsto, y el ejercicio por parte de la Compañía de las acciones legales correspondientes.



**DÉCIMA.- ACEPTACIÓN DE MEDIOS ELECTRÓNICOS:**

EL/LA EMPLEADOR/A asume la responsabilidad total de la vigencia, veracidad y coherencia de la información ingresada en el SISTEMA ÚNICO DE TRABAJO SUT, en cumplimiento de sus obligaciones laborales.

EL/LA EMPLEADOR/A acepta recibir notificaciones de cualquier índole que realice el Ministerio del Trabajo, tal como lo permite el Art. 1461 del Código Civil, en aplicación del Art. 52 y Art. 56 de la Ley de Comercio Electrónico, Firmas y Mensajes de Datos; y, acepta que el Ministerio del Trabajo podrá ejecutar todos los actos de notificación a través del SISTEMA UNICO DE TRABAJO SUT.

**DÉCIMA PRIMERA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:**

En todo lo no previsto en este Contrato, cuyas modalidades especiales las reconocen y aceptan las partes, éstas se sujetan al Código del Trabajo.

**DÉCIMA SEGUNDA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:**

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

**DÉCIMA TERCERA.- SUSCRIPCIÓN:**

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor, en la ciudad de [REDACTED], el día [REDACTED].

**EL/LA EMPLEADOR/A**

[REDACTED]  
[REDACTED]

C.C. [REDACTED]

**EL/LA TRABAJADOR/A**

[REDACTED]  
[REDACTED]

C.C. [REDACTED]

## Apéndice I. Test para personal



### Test específico para personal de servicios de limpieza

Nombre: \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

**Seleccione la o las respuestas correctas a las siguientes preguntas:**

**1.- ¿Cuál de las siguientes afirmaciones no es cierta con relación a la lejía?**

- a) Si denomina hipoclorito sódico o hipoclorito de sodio
- b) No ataca el color de las prendas aunque nos salpique por accidente
- c) El uso es apropiado no sólo para la limpieza sino también para la desinfección
- d) Todas son correctas

**2.- Si estamos en una cocina, ¿con cuál de las siguientes alternativas de respuesta asociarías la acción de dar brillo a una preparación con jalea, yema de huevo, manteca o gelatina, que generalmente se realiza antes hornear?**

- a) Pulir
- b) Lijar
- c) Alisar
- d) Abrillantar

**3.- En el envasado de productos de limpieza hemos de evitar ...**

- a) El uso de recipientes que llevan tapones herméticos
- b) El empleo de envases no identificados una vez llenos
- c) La reutilizados de envases que originariamente eran de productos alimenticios como por ejemplo un brik de leche
- d) Todo ello

**4.- ¿Qué clase de suelo es el linóleo?**

- a) Blando
- b) Duro
- c) Húmedo y resbaladizo
- d) Inexistente

**5.- ¿Cómo se limpia una ventana cuyo marco es de aluminio?**

- a) Con un estropajo metálico empapado de agua jabonosa
- b) Con vapor de agua lanzado a presión sobre una previa impregnación alcalina
- c) Con una bayeta mojada con agua jabonosa
- d) Con un paño limpio impregnado en alcohol

**6.- ¿Cómo se limpian los cristales?**

- a) De abajo a arriba
- b) De arriba abajo
- c) De izquierda a derecho
- d) De derecha a izquierda

**7.- ¿Qué es lo último que debe limpiarse en una habitación?**

- a) Las ventanas
- b) El techo
- c) Las paredes
- d) El suelo

**8.- ¿Cuál de los siguientes productos te parece el más adecuado para la limpieza de los baños?**

- a) Chocolate
- b) Minio
- c) Lejía
- d) Cloruro Sódico

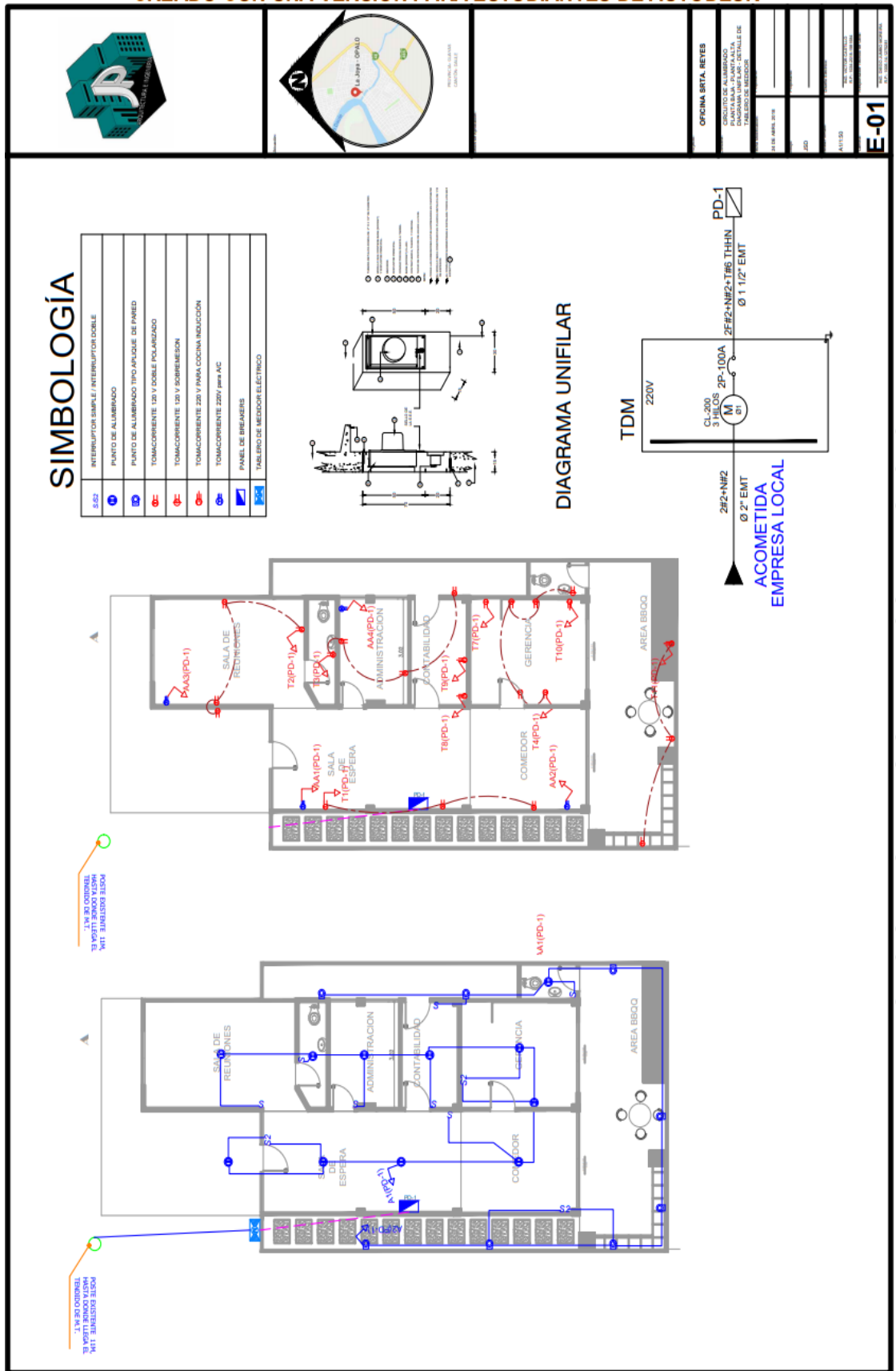
**9.- El debido mantenimiento del cepillo para barrer requiere...**

- a) Lavarlo en agua caliente jabonosa y dejarlo secar con las cerdas hacia arriba
- b) Lavarlo en agua caliente jabonosa y dejarlo secar con las cerdas hacia abajo
- c) Lavarlo en agua fría o muy fría y dejarlo secar con las cerdas hacia arriba
- d) Lavarlo en agua fría o muy fría y dejarlo secar con las cerdas hacia abajo

**10.- ¿Con cuál de los siguientes tipos de persianas bastaría con pasar el aspirador para la limpieza?**

- a) Aluminio
- b) Cadmio
- c) Esterilla
- d) Starlux

# Apéndice J. Plano general



## Apéndice K. Revisión del fiscal revisor

<b>RUBRICA PARA LA REVISIÓN DEL FISCAL REVISOR</b>		
<b>Ítem</b>	<b>Descripción</b>	
1	Los márgenes superior, inferior, derecho deben ser de una extensión de 2.54 cm e izquierdo 4cm	
2	Las páginas se numeran en la parte superior derecha	
3	No enumerar la primera hoja de cada capítulo	
4	Justificar el texto sólo a la izquierda	
5	El tipo y tamaño de letra debe ser Times New Roman 12	
6	No se deben generar “párrafitos” innecesarios. Un párrafo debe tener por lo menos tres puntos seguidos y siempre la primera línea debe comenzar con sangría. Justificar el texto sólo a la izquierda, contemplando excepciones en el caso de encabezamientos.	
7	En cuanto a la estructura gramatical del texto, cuando se hace referencia a lo dicho por un autor se cita en pasado Ej: Porter (1980) indicó	
8	No se redacta en primera persona, ni en singular, ni en plural	
9	Los números menores a 10 se expresan en letras, mientras que 10 y las cifras mayores a 10 se colocan en números.	
10	El punto se usa para decimales y la coma para miles. Para millones se usa (').	
<b>PAGINAS PRELIMINARES</b>		
11	Enumerar todas las páginas excepto en la primera hoja de los capítulos de tesis	
12	Enumerar las páginas introductorias con números romanos en minúsculas	
13	La Tabla de Contenidos con la numeración de las páginas debe estar indicada desde el comienzo del trabajo	
14	Las Listas de Tablas y Figuras deben ir después de la Tabla de Contenidos	
15	La sección se denomina Apéndices, no Anexos. se denominarán Apéndice A, Apéndice B, Apéndice C, etc	
16	Cada Apéndice comienza en una nueva hoja	
17	Formato para los niveles	
<b>Nivel</b>	<b>Formato</b>	
1	Centrado, Negritas, Mayúsculas y Minúsculas	
2	Justificado a la Izquierda, Negritas, Mayúsculas y Minúsculas	
3	Sangría, negritas, la primera letra de la primera palabra en mayúsculas y las restantes en minúsculas	
4	Sangría, negritas, cursivas, minúsculas con punto seguido.	
5	Sangría, cursivas, minúsculas con punto seguido.	

Ítem	Descripción	
18	La parte final de todo trabajo, previa a los Apéndices (si los hubiera), es la de Referencias	
19	En la sección Referencias solo se deben indicar aquellas que han sido citadas en el documento.	
20	La página de Referencias debe ser desarrollada citando correctamente las mismas, utilizando sangría francesa	
21	Para referir el número de páginas consultadas como fuente en Referencias o citas se usa p. si es una hoja en específico. Se usa pp. si se refiere a un rango de páginas en la fuente referida. Por ejemplo: p. 60, mientras que pp. 68-90	
22	No se usa Fuente: Elaboración propia, ni similares.	
23	Numerar correctamente las Tablas y Figuras. Las Tablas y Figuras se numeran correlativamente Tabla 1, Tabla 2, Tabla 3, Tabla 4, etc. Nunca se usa N°. Es correcto Tabla 7 y no Tabla No. 7. Las Tablas se titulan arriba y las Figuras debajo con su respectiva leyenda, si la hubiera. La fuente siempre se cita debajo de las Tablas y Figuras y alineada al lado izquierdo.	
24	No se deben dejar títulos “viudos”, es decir, encabezados que se quedan al final de la hoja mientras que su contenido textual se coloca en la siguiente hoja	
25	No se deben cortar Tablas.	
26	Para el caso de Figuras, el tamaño de letra será 12 y el tipo de letra será aquella que concuerde con el resto del texto. Las Figuras tienen tres partes: (a) el pie, (b) la leyenda, y (c) el gráfico	