



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

*ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA*

*CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE  
LIMPIEZA Y ASEO PARA LA CIUDAD DE ZAMORA,  
PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE INGENIERA  
COMERCIAL

**AUTORA:**

**Neiroby Viviana Mejía Encalada**

**DIRECTOR:**

**Dr. Mauricio Aguirre Aguirre**

Loja - Ecuador

2012

## CERTIFICACIÓN

Dr. Mauricio Aguirre Aguirre

### **DIRECTOR DE TESIS:**

### **CERTIFICA:**

Que el presente trabajo de investigación, previo a la obtención del Título de Ingenieros Comerciales denominado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de limpieza y aseo para la ciudad de Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe”**, realizado por la Srta. Neuroby Viviana Mejía Encalada, ha sido orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección; por lo tanto autorizo su presentación, sustentación y disertación.

Loja, Noviembre del 2012.

Dr. Mauricio Aguirre Aguirre

**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA**

Las opiniones, juicios y demás criterios vertidos en el presente documento que corresponden al proceso de investigación para la elaboración y presentación de la tesis para la graduación y obtención del título de ingeniera comercial son exclusiva responsabilidad del autor.

-----  
Neiroby Viviana Mejía Encalada

## **AGRADECIMIENTO**

Una vez culminado mis estudios superiores, quiero dejar mi especial agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja a su personal docente quien, a través de los años de estudios y preparación me ha sabido inculcar los conocimientos necesarios en la carrera de administración de empresas, así también al personal administrativo de la Universidad en razón que es el complemento para brindar una educación superior de calidad.

Así también dejo constancia de mi agradecimiento a todas las personas que han estado a mi lado y que me han apoyado en esta ardua tarea de educación.

Neiroby Viviana Mejía Encalada

## **DEDICATORIA**

Con el más noble sentimiento dejo constancia de mi agradecimiento y gratitud sincera:

A mis padres y hermanos que han sabido apoyarme a lo largo de mi formación, para culminar con éxito mi carrera.

A todos y cada uno de mis seres queridos, quienes han sido mi fuente de inspiración en mi vida, y a todas aquellas persona que contribuyeron de una u otra forma en la construcción de mi perfil profesional.

**Neiroby Viviana Mejía Encalada**

TÍTULO

**a. TÍTULO**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA DE SERVICIO DE LIMPIEZA Y ASEO PARA LA CIUDAD  
DE ZAMORA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE.**

# RESUMEN



## **b. RESUMEN**

La ciudad de Zamora en los últimos años ha experimentado un considerable crecimiento poblacional, al ser capital de la provincia de Zamora Chinchipe, necesita ser atendida en todos sus servicios, es por ello que una empresa de aseo y limpieza de hogares, es una de las opciones empresariales a través de las cuales se pueda generar recursos económicos, que vayan en beneficio de los socios, como del recurso humano que dependerá de forma directa e indirecta, de las actividades efectuadas por esta empresa.

Es por esto que las nuevas generaciones de profesionales tenemos que realizar esfuerzos en pro de crear pequeñas empresas innovadoras, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y con productos que pueden salir al mercado en condiciones óptimas, de calidad y precio, compitiendo con otros similares que vienen de otras provincias o ciudades del país, ocasionando aún más la desocupación y fuentes de trabajo.

De aquí la real necesidad de producir bienes y servicios, siendo emprendedores y afrontando la grave crisis que atraviesa nuestro país, siendo conveniente realizar y ejecutar nuestro proyecto de tesis denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LIMPIEZA Y ASEO PARA LA CIUDAD DE ZAMORA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, el mismo que contribuya al desarrollo del cantón Zamora y a la provincia de Zamora Chinchipe.

Para determinar la factibilidad del proyecto se abordó el estudio de mercado mediante la investigación de campo, utilizando técnicas de investigación científica como: bibliográficas, observación, encuestas y entrevistas, las mismas que permitieron obtener información fidedigna relacionada con la demanda y la oferta.

Luego en el Estudio técnico se destaca el tamaño y la localización de la empresa, el proceso para la implementación del servicio, descripción y distribución de procesos, determinación de áreas a ocupar y el lugar donde estará ubicada la empresa. Además se realizó la Ingeniería de Procesos acoplando los siguientes criterios: distribución del local, características del producto, proceso de comercialización, flujo grama de procesos, materiales y equipos para su normal funcionamiento.

La organización jurídica y administrativa se realizó aplicando los principios jurídicos que demanda la ley, y se determinó el manual de funciones para cada uno de los puestos de trabajo existentes en la empresa, así mismo se realizó la razón social como empresa de compañía limitada "LIMPIA MÁS"

Posteriormente se realizó el estudio financiero que establece las inversiones del proyecto requiriéndose de \$ 84759,75 para su iniciación, luego se determinó la estructura de Costos, el estudio de pérdidas y ganancias, obteniéndose una utilidad neta para el primer año de \$ 54.136,51 mientras que el flujo de caja es de \$ 66893, También se plantea la evaluación financiera con el objeto de conocer cuan factible es el proyecto, donde se calcula el Valor Actual Neto (VAN) que asciende a

\$325.449,89, la Tasa Interna de Retorno (TIR) 80,68% mayor a la tasa de oportunidad; la relación Beneficio Costo (RB /C)es de \$1.90, el Periodo de Recuperación de Capital (PR/C) se logra en 1 años y 3 mes y en el análisis de sensibilidad se evidencia que el proyecto permite un incremento del 53.70 % en los costos y un 28.30% de disminución en los ingresos.

Finalmente se elaboran las conclusiones con las respectivas recomendaciones obtenidas en la elaboración del proyecto.

## **SUMMARY**

The city of Zamora in recent years has experienced considerable population growth, being the capital of the province of Zamora Chinchipe, needs to be addressed in all its services, which is why a company toiletries and household cleaning, is one of the business options through which to generate economic resources to the benefit of the members, and the human resources that depend directly and indirectly on the activities undertaken by this company.

That is why the new generation of professionals we have to make efforts to create small innovative companies, occupying the local workforce, with resources in the area and with products that may hit the market in top condition, quality and price, competing with the like who come from other provinces or cities, causing even more unemployment and jobs. From here the real need to produce goods and services, being enterprising and facing the grave crisis facing our country, being convenient to carry out and execute our thesis project called "PROJECT FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY AND TOILET CLEANING SERVICE CITY OF ZAMORA province of Zamora Chinchipe", it contributes to the development of the county and the province of Zamora Zamora Chinchipe.

To determine the project's feasibility study addressed the market through field research, scientific research using techniques such as literature, observation, surveys and interviews, which allowed them to obtain reliable information related to demand and supply.

Then in the Technical Study highlights the size and location of the company, the process for the implementation of the service description and distribution processes, identifying areas to occupy and where the company is located. We also carried out the coupling process engineering the following criteria: Local distribution, product features, marketing process flow chart of processes, materials and equipment for normal operation.

The legal and administrative organization was performed by applying the legal principles of the Law, and determined the operating functions for each of the existing jobs in the company and it was the company name as a limited company "CLEAN MORE"

Subsequently, the study establishes financial investments requiring project of \$ 84,759.75 for initiation, then determined the cost structure, the study of income, yielding a net profit for the first year of \$ 54,136.51 while cash flow is \$ 66,893, also raises the financial evaluation in order to know how the project is feasible, which calculates the Net Present Value (NPV) amounting to \$ 325,449.89, the Internal Rate of Return (IRR) 80.68% higher than the rate of opportunity, the cost-benefit ratio (RB / C) is \$ 1.90, the period Capital Recovery (PR / C) is achieved in one year and three months and in the sensitivity analysis shows that the project will allow an increase of 53.70% in costs and a 28.30% decrease in revenue. Finally conclusions are drawn with respective recommendations obtained in developing the project.

# INTRODUCCIÓN

### **c. INTRODUCCIÓN**

El desarrollo de nuevas empresas es uno de los ejes principales para el crecimiento de la economía y su principal generadora de trabajo, es muy importante que exista una amplia información sobre cómo crear empresas que impulsen el desarrollo, a través de una correcta administración y de esta manera contribuir a un mejor estilo de vida.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para implementar una empresa de servicios de limpieza y aseo en la ciudad de Zamora que ofrezca servicios de buena calidad y a un precio asequible para el consumidor.

En el proyecto de mención se ha tomado en consideración varios aspectos importantes que han permitido analizar cualitativa y cuantitativamente la conveniencia de emprender un proyecto de inversión.

Para el desarrollo de dicho proyecto de inversión se aplicó el presente proceso:

En la exposición de resultados se procederá a redactar los referentes del producto y materiales a utilizar, así como también se describirá y representara el estudio de mercado, el mismo que me servirá para realizar el análisis de oferta y demanda de nuestro servicio en la ciudad de Zamora, a través de encuestas directas aplicadas a las familias y una entrevista aplicada a los oferentes, de cuyos análisis se obtendrá la cuantificación de la demanda y oferta, obteniendo así la oportunidad en el

mercado, además se determinara las posibilidades del proyecto en el mercado, los canales de comercialización, precios y publicidad.

Una vez obtenida la oportunidad de mercado se procederá a determinar el tamaño del proyecto sobre la base del análisis de ciertos factores como son: demanda, oferta, tecnología requerida, la distribución de la planta, como también establecer la macro y micro localización.

El estudio organizacional se propone la organización legal, estructura organizativa y manual de funciones de la empresa, las mismas que serán una base para el normal funcionamiento de la empresa.

Seguidamente se procedió a realizar el estudio financiero, en donde se determina las inversiones y financiamiento del proyecto, también se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizo los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto de 325.449,89; Tasa Interna de Retorno de 80,68%; Relación Beneficio Costo es de \$1,90 por cada dólar invertido la empresa gana 0,90 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 1 años y 3 meses; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 53,70% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 28,30% dando un total del 0.99% por lo cual el proyecto es factible.

Una vez realizados los estudios necesarios para la elaboración del proyecto se formulo las debidas conclusiones y recomendaciones de la investigación.



# REVISIÓN DE LITERATURA

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **d.1 MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

**Empresa.-** “Grupo social en el que a través de la administración de capital y el trabajo se producen bienes y servicios y los servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad” <sup>1</sup>.

**Empresario.-** Actividad de un individuo u organización que implica producción, comercio / o servicio.

**Organización.-** La transformación de una organización es la utilización plena del poder intelectual del empleo, la sistemática eliminación del desperdicio y el retroceso, la apreciación de la variación inherente de un proceso, todos los esfuerzos son parte de un sistema; no se puede cambiar una parte sin que se afecten las otras.

**Empleado.-** Vocablo de sentido general que abarca todas aquellas personas que trabajan por un sueldo o salario, que presta sus servicios a un empresario.

### **PROYECTO DE INVERSIÓN**

Los proyectos surgen de las necesidades individuales y colectivas de las persona. Es ella la que importa, son sus necesidades las que deben satisfacer a través de una demanda asignación de recursos, teniendo en cuenta la realidad social, cultural y política en la que el proyecto pretende desarrollarse. Un proyecto puede ser variable tanto por tener un mercado asegurado como por ser técnicamente factibles.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Microsoft® Encarta® 2008. © 1993-2007 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

## **Etapas de la Factibilidad de un Proyecto de Inversión.**

El análisis completo de un proyecto requiere de cinco estudios complementarios: del mercado técnico, organizacional administrativo, económico-financiero y evaluación económica, social y ambiental. Mientras los tres primeros proporcionan información económica de costos y beneficios, el último además de generar información, contribuye los flujos de caja y evalúa el proyecto.

### **ESTUDIO DE MERCADO**

“El estudio de mercado es aquella etapa de un proyecto que tiene por objeto estimar la demanda, es decir la cantidad de bienes y servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir en determinados precios y en cierto período de tiempo”<sup>2</sup>

#### **Objetivos**

- Conocer lo que está sucediendo y que se espera que suceda en el sector de la economía al cual se pretende incursionar con el producto.
- Establecer las fortalezas y debilidades de los competidores para aprovechar oportunidades en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Verificar que los clientes previstos existen realmente.
- Medir la potencialidad de esta demanda.
- Determinar el precio del producto o servicio.

---

<sup>2</sup> [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) “ESTUDIO DE MERCADO”; © Agence Pour la Création d’Entreprises (APCE)

- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios, venta, comunicación, distribución, etc.

### **Comportamiento del Mercado**

Un mercado se confluyen productos y consumidores para realizar intercambios de compra y venta. Para conocer el comportamiento del mercado, es preciso conocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir las estrategias comerciales.

Para realizar el presente estudio se determinará cinco tipos de mercado:

- Mercado proveedor (quienes nos abastecen)
- Mercado distribuidor (intermediarios)
- Mercado consumidor (los clientes)
- Mercado competidor (la competencia)
- Mercado externo (fuentes externas de abastecimiento)

### **Análisis de la Demanda (clientes)**

Definición.- “La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio y una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir”<sup>3</sup>.

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un estudio de mercado, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a qué precio.

Para realizar el análisis de la demanda se debe tomar en cuenta:

- Los tipos de consumidores.

---

<sup>3</sup>[www.google.com](http://www.google.com) “Diccionario De Economía Y Finanzas” Factores De Producción.

- Segmentarlos por actividad, edad, sexo, ubicación geográfica, ingresos.
- Conocer los gustos y preferencias.

### **Demanda Potencial**

La demanda potencial es la cantidad global de las familias lojanas de la provincia que corresponden al porcentaje de la población total de la provincia, dividida por cuatro miembros por hogar, independientemente de los medios y preferencias para la adquisición del producto.

Para determinar la demanda potencial se considera:

1. La tasa de crecimiento poblacional
2. Población urbana
3. Cuatro miembros por familia

### **Demanda Real**

Se denomina demanda real a la demanda verdaderamente ejercida en los mercados. En sí, la demanda real es el número absoluto de familias que están dispuestas a adquirir el producto.

Para obtener la demanda real tomamos en consideración lo siguiente:

1. Demanda potencial
2. Porcentaje de las familias que no consumen
3. Porcentaje de familias que no apoyan al producto
4. Porcentaje de familias que no contestan.

## **Plan de Comercialización**

El propósito de plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de su posición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a las mismas los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción y
- Posventa

## **Análisis de la Oferta (competencia)**

Definición.- Es la cantidad de bienes y servicios que se pone a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para los que adquieran

Para realizar el análisis competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.
- Quienes están ofreciendo ese mismo bien o servicio.
- Las características de los bienes o servicios de la competencia y el precio.

## **ESTUDIO TÉCNICO**

Definición.- “Determina los requerimientos empresariales en función al tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos”<sup>4</sup>.

### **Tamaño de la Planta**

Tamaño.- Considera su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

### **Localización de la Planta**

Localización.- Para la elección de la localización adecuada se debe tomar en cuenta:

- a) La suma de los costos de transporte de insumos y productos.
- b) la disponibilidad y costos relativos de los recursos.
- c) Clima facilidades administrativas, Disposición de aguas residuales, olores y ruidos molestos, etc.

### **Ingeniería del Proyecto**

El estudio de la ingeniería del proyecto tiene como objeto, determinar el proceso de producción o el desarrollo del servicio óptimo que permita la localización efectiva y eficaz de los recursos.

En el estudio de ingeniería se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

1. Estudio del producto o servicio a ofrecer
  - Presentación, embalaje, normas de calidad

---

<sup>4</sup>“Elaboración Y Evaluación De Proyectos De Inversión”; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005.

- Características, usos
2. Estudio de los insumos
    - Selección del proceso
    - Descripción del proceso
    - Disponibilidad de tecnología
  3. Estudios de los insumos
    - materias primas principales
    - Materiales indirectos
    - Mano de obra
  4. Estudio de las instalaciones
    - Materia y equipo
    - Distribución de planta y edificio
    - Instalaciones principales y auxiliares
    - Montaje y cronograma

### **ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

Dar a conocer como se encuentra conformada la empresa en su área administrativa y los niveles jerárquicos que representan en la organización, además describe el papel que desempeña cada uno, como también se conoce le tipo de sociedad o compañía.

#### **Organización Legal**

Se refiere a la parte jurídica de la compañía que puede ser Sociedad Armónica, Limitada, Mixta, Comandita simple y Comandita por acciones.



## **Organización Administrativa**

“La organización administrativa se refiere al establecimiento preciso de los centros de autoría y rangos correspondientes de responsabilidad”<sup>5</sup>.

Es necesario diseñar una estructura administrativa a través del componente administrativo de la organización, el cual debe integrar tres componentes básicos.

- a. Unidades organizativas
- b. Recursos humanos técnicos y financieros
- c. Los planes de trabajo

### **Niveles Administrativos**

- 1) Nivel Legislativo –Directivo
- 2) Nivel Ejecutivo
- 3) Nivel Asesor
- 4) Nivel auxiliar o de Apoyo
- 5) Nivel Operativo

## **Manual de Funciones**

El manual de funciones constituye una fuente de información que revela las tareas, obligaciones y deberes que deben desarrollar y cumplir los diferentes puestos que integran la empresa, encaminados a la concesión de los objetivos planteados por la organización.

## **Organigramas**

Un organigrama es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa.

---

<sup>5</sup> [guias@economia.gob.mx](mailto:guias@economia.gob.mx), “Procedimientos Administrativos”; Secretaría de Economía, 22 de diciembre del 2004; México.

Existen dos tipos de organigramas, estructural y funcional.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

“La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiarlo, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarla”<sup>6</sup>.

### **Inversión y Financiamiento**

#### **Inversiones**

Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- Activo fijo
- Activo Diferido
- Activo circulante o Capital de trabajo

#### **Financiamiento**

Es la acción por la que una persona o sociedad consigue capital para su creación o funcionamiento. El financiamiento se lo puede efectuar con capital propio o capital ajeno.

a.- Capital Propio Son los que proviene de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especies de los costos y de las utilidades y reservas de la empresa.

b.- Capital Ajeno Son los que se obtienen de bancos y Financieras Privadas o de Fomento de Proveedores a través de la misión de obligaciones propias de la empresa.

### **Análisis de Costos**

El costo son los gastos que son producen para la elaboración de un producto durante el periodo. Se analizan 2 analizan 2 tipos de costos.

a.- Costos de fabricación

b.- Costos de operación

### **Costos de Fabricación**

Son los costos que se relacionan directamente con la actividad productiva de la organización, incluyendo en ellos el costo primo y los costos generales de fabricación.

a.- Costo primo

Comprende:

- Materia Prima Directa
- Mano de Odra Directa

b.- Costos Generales de Fabricación

Comprende:

- Materia de Obra Indirecta
- Mano Prima Indirecta
- Carga Fabril
- Depreciaciones

## **Elaboración de Presupuestos**

El presupuesto recoge una previsión de ingresos y costos que se van a producir en el desarrollo de una actividad en un determinado periodo.

### **Presupuesto de Ingresos**

Para la elaboración de este presupuesto se toma como referencia el costo unitario para el primer año de vida de proyecto, dato que se lo proyectará para el resto del año.

### **Presupuestos de Costos**

Para la elaboración de Presupuesto de Costo se considera igualmente la tasa inflacionaria y se proyecta los costos de fabricación y operación, excepto las depreciaciones ya que su valor es constante para la vida útil del proyecto igualmente la amortización del diferido.

### **Estado de Pérdidas y Ganancias**

Es uno de los costos financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El estado de pérdidas y ganancias llamando también Estado de Resultados me muestra cual es la utilidad y la pérdida durante un periodo económico.

### **Ingresos**

Están conformados por los resultados de las ventas u otros ingresos.

**Egresos**

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Producción Gastos de Operación y Gastos Financieros

**Determinación del Punto de Equilibrio**

Es un punto de balance entre ingresos y egresos, denominado como punto muerto porque no hay pérdida ni ganancias; Cuando los ingresos y gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio.

**Punto de Equilibrio en Función**

Este método permite conocer cuál debe ser el mismo nivel de ingreso que generen las ventas para no tener pérdidas.

**Punto de Equilibrio en Función de la Capacidad Instalada**

Permite conocer el porcentaje mínimo de la capacidad instalada que debe trabajar la empresa para producir, permite obtener sus ventas al nivel de ingresos que cubran los costos.

**Punto de Equilibrio en Función de la Producción**

Permite conocer el número de unidades que se debe producir y comercializar en un precio determinado para obtener ingresos en los cuales pueda cubrirse los costos.

**Evaluación Financiera**

“Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos” <sup>7</sup>.

Los criterios más utilizados son:

- Valor Actual neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Análisis de Sensibilidad
- Relación Beneficio Costo (B/C)
- Periodo de Recuperación de Capital

Para poder determinar estos indicadores primero se determina el Flujo de Caja.

### **Flujo de Caja**

“Representa el movimiento neto de caja durante cierto periodo que generalmente es de un año, permitiendo cubrir todos requerimientos de efectivo para el proyecto. Es importante recalcar que para la determinación del Flujo Neto de Caja se debe considerar solamente los ingresos reales y eficientes, es decir aquello que se producen por movimiento de dinero entre la empresa y el exterior.”<sup>6</sup>

### **Valor Actual Neto**

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos y ingresos a través de la vida útil del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontar una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener.

Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto bajo los siguientes fundamentos:

---

<sup>6</sup>ROSEMBERG, Jerry M. “DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2005.

- a.- Si el van es positivo se acepta la inversión
- b.- Si el VAN es igual a cero la decisión de invertir in indiferente
- c.- Si el van es negativo se rechaza la inversión

### **Formula**

VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión

### **Tasa de Retorno (TIR)**

Representa la tasa máxima de interés que se podría pagar por un préstamo de los ingresos provenientes del proyecto. Es también la tasa de rendimiento que ofrece el proyecto sobre la inversión a realizar.

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

- a) Si la TIR es mayor al costo de capital o al costo de oportunidad se acepta la inversión
- b) SI la TIR es igual al costo del capital o el costo de oportunidad, la decisión resulta indiferente
- c) Si la TIR es menor al costo de capital o al costo de oportunidad se rechaza la inversión.

### **Formula**

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor} \right)$$

### **Relación Costo – Beneficio**

Este indicador se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido en el proyecto. Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

- B/C > 1      Se debe ejecutar el proyecto
- B/C = 1      Es indiferente ejecutar el proyecto

B/C < 1      Se debe realizar el proyecto

### Formula

$$R\ B/C = \frac{\text{IngresosActualizados}}{\text{EgresosActualizados}}$$

### Periodo de Recuperación del Capital

Este indicador mide el número de años que transcurrirán desde la puesta en explotación de la inversión, para recuperar el capital invertido en el proyecto mediante las utilidades netas del mismo, considerando además la depreciación y los gastos financieros. En otros términos se dice que es el período que media entre el inicio de la explotación hasta que se obtiene el primer saldo positivo o período de tiempo de recuperación de una inversión.<sup>7</sup>

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primero Flujos}}{\text{Flujo Año que supera la inversión}}$$

### Análisis de Sensibilidad

Se lo realiza para determinar la vulnerabilidad del proyecto ante las alternativas futuras de mayor incidencia como son los ingresos y los costos, considerando que los demás se encuentren constantes.

### Formula

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ Menor}{VAN\ Menor - VAN\ Mayor} \right)$$

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = Dif. TIR / TIR del Proyecto

Coficiente de Sensibilidad = Porcent. Var. / Nueva TIR

---

<sup>7</sup> Administración Financiera.



## **d.2 MARCO REFERENCIAL**

### **ASEO Y LIMPIEZA**

Ayuda integral es un especialista en brindar apoyo integral a sus clientes en el área de servicios de aseo y limpieza, basándose en un concepto de alta calidad y satisfacción. Lo que ha permitido entregar un servicio diferenciado y garantizado con una estrategia moderna, flexible y la adecuada gestión del talento humano involucrado en la presentación del servicio.

### **Tipos de Aseo y Limpieza**

#### **Lavado de Alfombras**

Utilizamos sólo aspiradoras industriales de última generación para ofrecerle a usted la calidad y eficiencia que está buscando.

El mantenimiento y limpieza de alfombras, es un tema diverso y delicado, requiere tratamientos especiales para cada situación, ambiente y tipo de alfombra.

El tránsito diario dentro de su empresa, oficina u hogar, deterioran y manchan su alfombra, dando un mal aspecto visual.

Contamos con elementos y artículos orgánicos especiales, necesarios para la limpieza de alfombras en su empresa y domicilio, en la forma más eficiente y rápida.



### **Aseo en Casas**

Contamos con personal eficiente y confiable para apoyarlo en la compleja labor de mantener su hogar siempre limpio.

### **Limpieza en Oficinas**

Estamos preparados para atender todos los requerimientos de aseo y limpieza que su lugar de trabajo requiere.

**Aseo a Oficinas**, es un servicio complementario dentro de nuestra área Limpieza y aseo a Empresas.

Servicio que incluye, lavado y limpieza de vidrios, limpieza de alfombras y Limpieza de pisos.

De esta manera, efectuamos un servicio de aseo a su oficina detallado, para que disponga de un ambiente limpio y propicio en la labor de cada día.



## Servicios de Calidad

Son quince años de experiencia cuidando hasta los más mínimos detalles para ofrecer siempre el mejor servicio.



# MATERIALES Y MÉTODOS

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

### e.1 Materiales

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales:

#### **Materiales de Oficina**

- Computadora
- Esferos
- Lápices
- Flash Memory
- Papel
- CD's

### e.2 Métodos

La realización del presente trabajo investigativo: “Proyecto de Factibilidad para La Creación de una Empresa de Servicio de Limpieza y Aseo para la Ciudad de Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe”, exige el manejo de diversos métodos y técnicas para el desarrollo eficiente del tema. A continuación se describe los métodos y técnicas utilizadas:

- **Método descriptivo - analítico:** Este método se utilizó durante el desarrollo de toda la investigación, puesto que se realizó un proceso descriptivo – analítico. Permitió describir de forma real las diferentes circunstancias y situaciones que preceden a la creación y puesta en marcha de la empresa.

- **Método inductivo:** Que consiste en un proceso analítico- sintético del cual se parte para el estudio de hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general. Este método me permitió conocer la forma particular del servicio de aseo y limpieza en la ciudad de Zamora, a su vez me indico de forma general la situación del mercado en la ciudad.
  
- **Método deductivo:** Este método es un proceso sintético analítico que presenta, conceptos, principios, definiciones, leyes generales de las cuales se extrae conclusiones y consecuencias. Permitted obtener conclusiones validas para determinar si es viable o no la creación del proyecto, conociendo de forma real el entorno donde se ubica la empresa.

### **e.3 Técnicas**

Para el desarrollo del trabajo de investigación se utilizara algunas técnicas de investigación como: encuestas, observación directa, las mismas que sirven para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, como parte del diagnóstico a ejecutar en la presente investigación; así tenemos:

**Observación Directa:** permitió ponerme en contacto con los hechos y actos que permitieron registrar y valorar comportamientos observados, para obtener un conocimiento real

#### **Encuesta**

- Se aplicó una encuesta a 393 familias de la ciudad de Zamora

Provincia de Zamora Chinchipe, con la finalidad de conocer si el producto va a tener acogido en el mercado.

- Se aplicó una encuesta a 51 instituciones tanto públicas como privadas de la ciudad de Zamora Provincia de Zamora Chinchipe, con la finalidad de conocer si el producto va a tener acogido en el mercado.
- Aplicada a 2 oferentes del Servicio de Asea y Limpieza de la ciudad de Zamora Provincia de Zamora Chinchipe.

#### **e.4 Tamaño de la muestra**

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra, se utilizara los datos del censo poblacional en el año 2010 según el INEC, la cual se tomó la población de la ciudad de Zamora que es de 91376 habitantes con una tasa de crecimiento anual de 1,96% y se proyectó la información hasta el año 2012, dando un total de 94993 habitantes, cuya aplicación de la fórmula es la siguiente:

FORMULA

$$P_f = P_o (1+r)^n$$

$$P_{2012} = 91376(1 + 0.0196)^2$$

$$P_{2012} = 91376(1.0196)^2$$

$$P_{2012} = 94993 \text{ Personas}$$

La muestra poblacional proyectada para el año 2012, de habitantes, la dividimos para 4 miembros por familia, para obtener la población por familias, que me da un total de 23748 familias. Aplicando la fórmula del tamaño de la muestra se obtienen los siguientes datos:

## DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

**Formula:**

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

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de población

1 = constante

(e) = margen de error.

$$n = \frac{23748}{1 + 23748(0.05)^2}$$

n = 393 familias a encuestar

El número de encuestas a ser aplicadas son 393 a las familias de la ciudad de Zamora.

### DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Cuadro N° 1

POBLACIÓN	MUESTRA
<b>Hogares</b>	
23748 familias	393 familias
<b>Empresas públicas y privadas</b>	
51 empresas	51 empresas

**Elaboración:** La Autora



RESULTADOS

## f) RESULTADOS

### f.1 ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE

#### 1. ¿De cuántos miembros está conformada su familia?

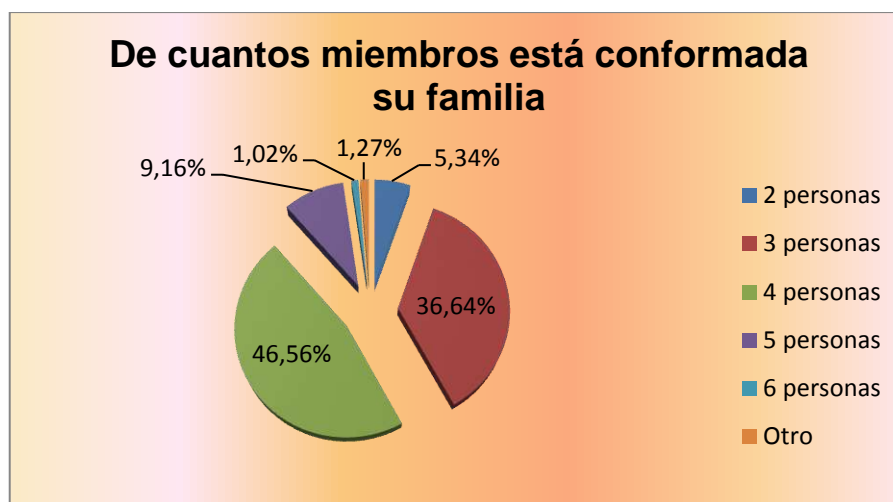
Cuadro N° 2

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 personas	21	5,34
3 personas	144	36,64
4 personas	183	46,56
5 personas	36	9,16
6 personas	4	1,02
Otro	5	1,27
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 1



**Interpretación:** De los resultados obtenidos, se aprecia que el 46,56% de la población de la ciudad de Zamora está conformada por 4 miembros; el 36,64% por tres personas, el 9,16% de familias tienen 5 miembros el 5,34% son 2 los miembros de las familias, el 1,02% manifiesta ser de 6 personas y el 1,27% de otra número de personas.

## 2. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales actualmente?

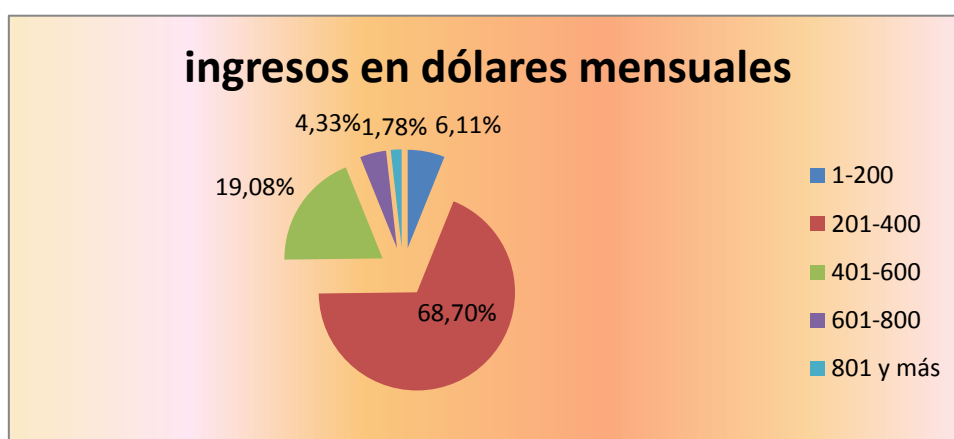
**Cuadro N° 3**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100-200	24	6,11
201-400	270	68,70
401-600	75	19,08
601-800	17	4,33
801 y más	7	1,78
<b>TOTAL</b>	<b>393</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 2**



**Interpretación:** Los ingresos de las personas en la Provincia de Zamora de acuerdo a la encuesta el 68,70% tiene sus ingresos mensuales de 201 a 400 dólares, el 19,08% manifestó que tiene ingresos mensuales que están entre los 401 a 600 dólares, el 6,11% manifiesta tener ingresos mensuales que están entre los 1 a 200 dólares, el 4,33% manifiesta tener ingresos mensuales entre los 601 a 800 dólares y tan solo el 1,78% manifiesta que tiene ingresos mensuales superiores a los 801 dólares. Los ingresos de las familias de la ciudad de Zamora están conformados por el sueldo básico que está en 264,00 dólares de ahí que la mayoría ha manifestado que sus ingresos están entre los 200 y 400 dólares, los que

reciben ingresos superiores a esto es por qué desempeñan funciones administrativas con mayor remuneración.

### **Cálculo de ingresos promedios**

Para determinar cuál es el ingreso promedio de los sueldos de las personas en la ciudad de Zamora se ha efectuado el siguiente proceso:

**Cuadro N° 4**

<b>INGRESO PROMEDIO MENSUAL</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
100	200	100,50	24	2412,00
201	400	300,50	270	81135,00
401	600	500,50	75	37537,50
601	800	700,50	17	11908,50
801		801,00	7	5607,00
<b>Total</b>			<b>393</b>	<b>138600,00</b>
<b>Ingr. Pdo. mensual x familia</b>				<b>352,67</b>

**Fuente:** cuadro N° 4

**Elaboración:** La Autora

Una vez determinados los totales se procede a dividir el total de X. m\*Fr. para F:

$$\text{Promedio} = \frac{138600,00}{393}$$

$$\text{Promedio} = 352,67$$

Lo que indica que en la ciudad de Zamora las personas tienen un ingreso promedio de 352,67 dólares mensuales. Esta pregunta me permite determinar el ingreso promedio, para determinar la posibilidad de pago por los servicios.

### 3. ¿Utiliza Ud. los servicios de limpieza y aseo en la Provincia de Zamora?

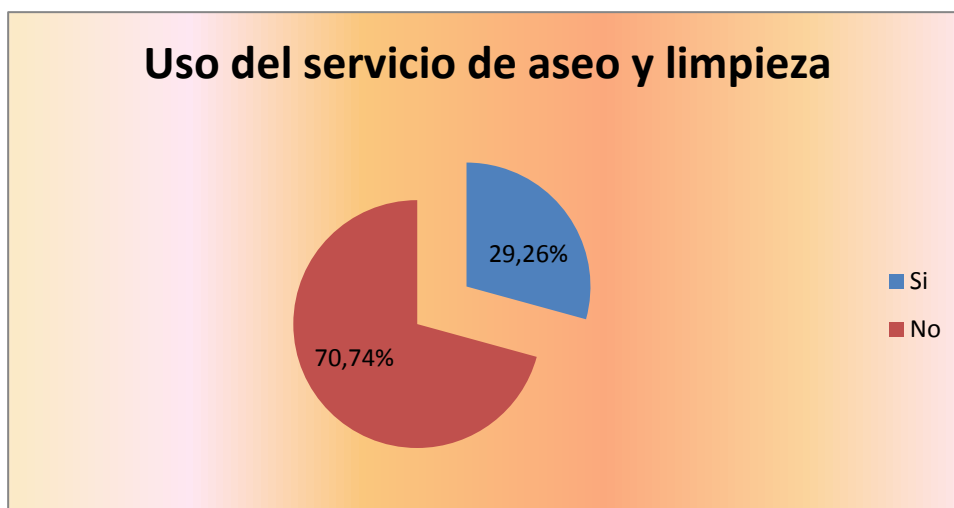
**Cuadro N° 5**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	115	29,26
No	278	70,74
TOTAL	393	100,00

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 3**



**Interpretación:** Según la encuesta realizada el 70,74% de las familia no utiliza este tipo de servicio; y tan solo un 29,26% de las familias manifestó que si utilizan esta clase de servicio de aseo y limpieza.

Estos resultados demuestran que son pocas las personas que hacen uso de éste tipo de servicio, en razón que no existen muchas empresas dedicadas a brindar esta atención.

4. ¿Según su criterio, en la actualidad el servicio de aseo y limpieza que se ofrece es?

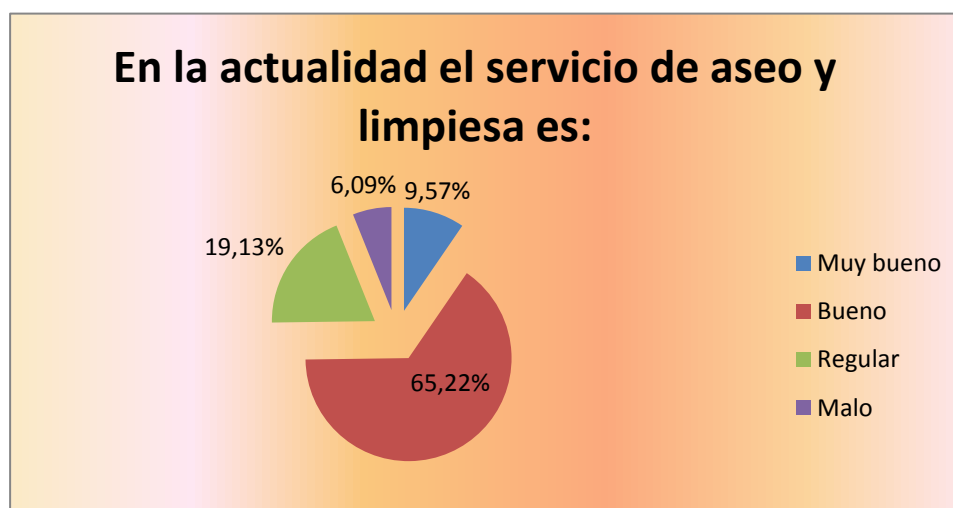
**Cuadro N° 6**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	11	9,57
Bueno	75	65,22
Regular	22	19,13
Malo	7	6,09
TOTAL	115	100,00

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 4**



**Interpretación:** De los resultados obtenidos, se logra determinar que el 65,22% de la población encuestada califica los actuales servicios de limpieza y aseo como buenos, el 19,13% da una calificación de ser un servicio regular, el 9,57% una calificación de muy bueno y el 6,09% lo califica como malos.

Las personas que hacen uso del servicio de limpieza y aseo dan una calificación de buena por cuanto cubre las expectativas de ellos en una forma media, debido a que muchas de las veces los servicio que brindan no son como ellos lo solicitan.

5. ¿Cuántos m<sup>2</sup> requiere de este servicio de aseo y limpieza en su hogar?

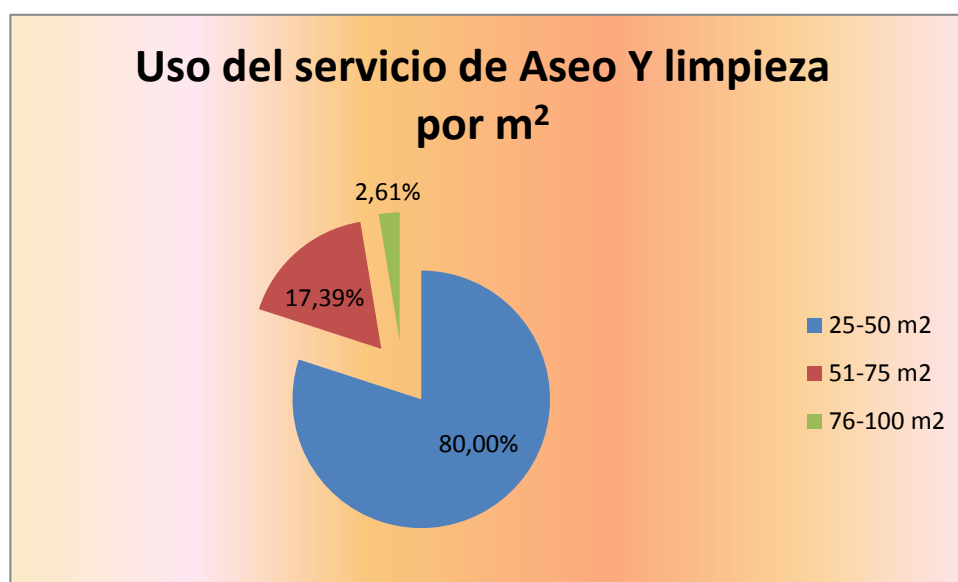
**Cuadro N° 7**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
25-50 m <sup>2</sup>	92	80,00
51-75 m <sup>2</sup>	20	17,39
76-100 m <sup>2</sup>	3	2,61
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 5**



**Interpretación:** De los encuestadas el 80,00% han manifestado que el uso de este servicio tiene una medida entre 25-50 m<sup>2</sup>, un 17,39% manifiesta que su medidas están entre 51-75 m<sup>2</sup>, y tan solo el 2,61% la medida que utilizaría para este servicio está entre 76-100 m<sup>2</sup>.

El cálculo del valor promedio de m<sup>2</sup> por el servicio de limpieza y aseo en casa se lo efectúa de la siguiente manera:

**Cuadro N° 8**

<b>m<sup>2</sup> promedios</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
25	50	38	92	3450
51	75	63	20	1260
76	100	88	3	264
<b>Total</b>			<b>115</b>	<b>4974</b>
<b>m<sup>2</sup>. Pdo. x familia</b>				<b>43</b>

**Fuente:** cuadro N° 10

**Elaboración:** La Autora

Con estos resultados se calcula los m<sup>2</sup> promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{4974}{115}$$

$$\text{Promedio} = 43$$

Lo que demuestra que los m<sup>2</sup> en promedio que la población desean servicio por el servicio de limpieza y aseo en casa es de 43 m<sup>2</sup>.

Para calcular del uso anual del servicio se multiplica 43 m<sup>2</sup> promedio por familia por las 52 semanas del año, dando un total aproximado de 2249 m<sup>2</sup> anual.



## 6. ¿Con que frecuencia utiliza este servicio de aseo y limpieza?

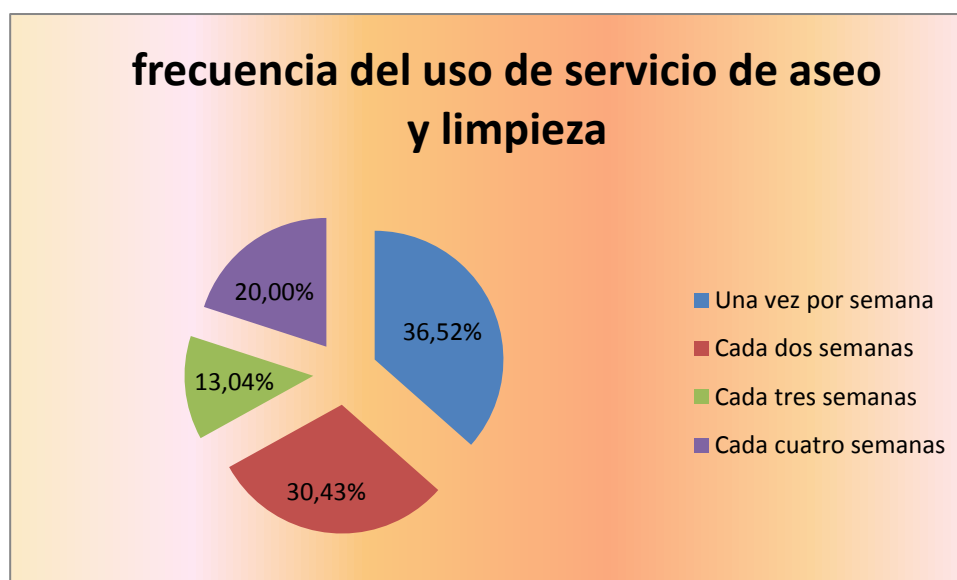
Cuadro N° 9

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez por semana	42	36,52
Cada dos semanas	35	30,43
Cada tres semanas	15	13,04
Cada cuatro semanas	23	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 6



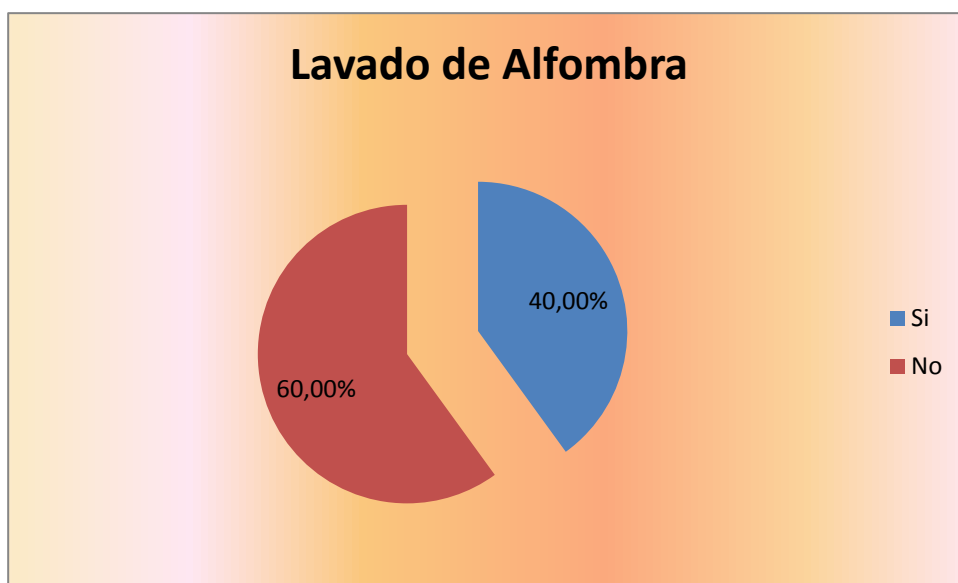
**Interpretación:** De los resultados determinados en la encuesta aplicada la frecuencia con la cual se hace uso de los servicios de limpieza y aseo es de un 36,52% una vez por semana, el 30,43% cada dos semanas, el 20,00% cada cuatro semanas, y un 13,04% cada tres semanas.

**7. ¿usted utiliza el servicio de lavado de alfombra?****Cuadro N° 10**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	46	40,00
No	69	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>115</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 7**

**Interpretación:** Según la encuesta realizada el 40,00% de las familia utiliza este tipo de servicio; y tan solo un 60,00% de las familias manifestó que no utilizan el servicio del lavado de alfombra.

## 8. ¿Con que frecuencia utiliza el servicio de lavado de alfombra?

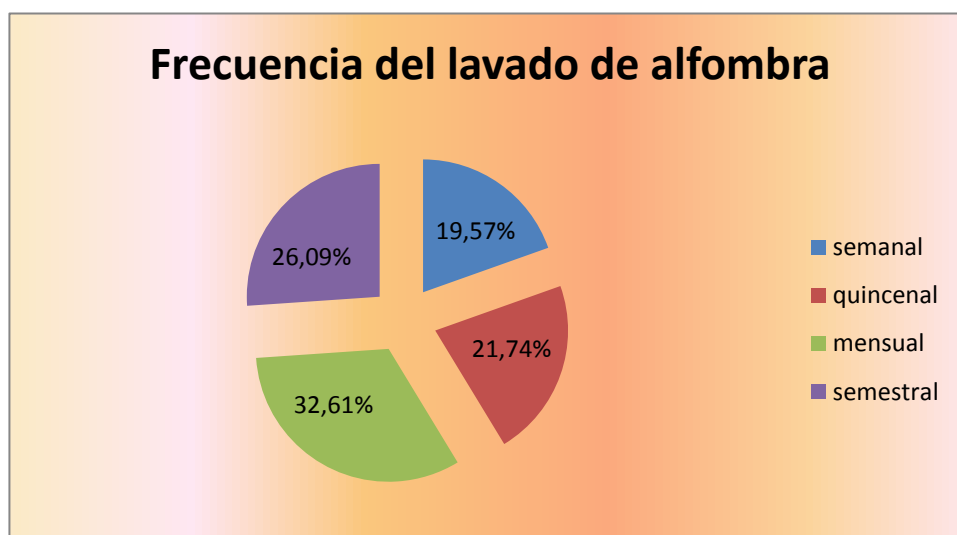
**Cuadro N° 11**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
semanal	9	19,57
quincenal	10	21,74
mensual	15	32,61
semestral	12	26,09
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 8**



**Interpretación:** De los resultados determinados en la encuesta aplicada la frecuencia con la cual se hace uso del servicio de lavado de alfombra es de un 32,61% mensual, el 26,09% semestral, el 21,74% quincenal y un 19,57% semanal.

### 9. ¿De cuantos m<sup>2</sup> es su alfombra?

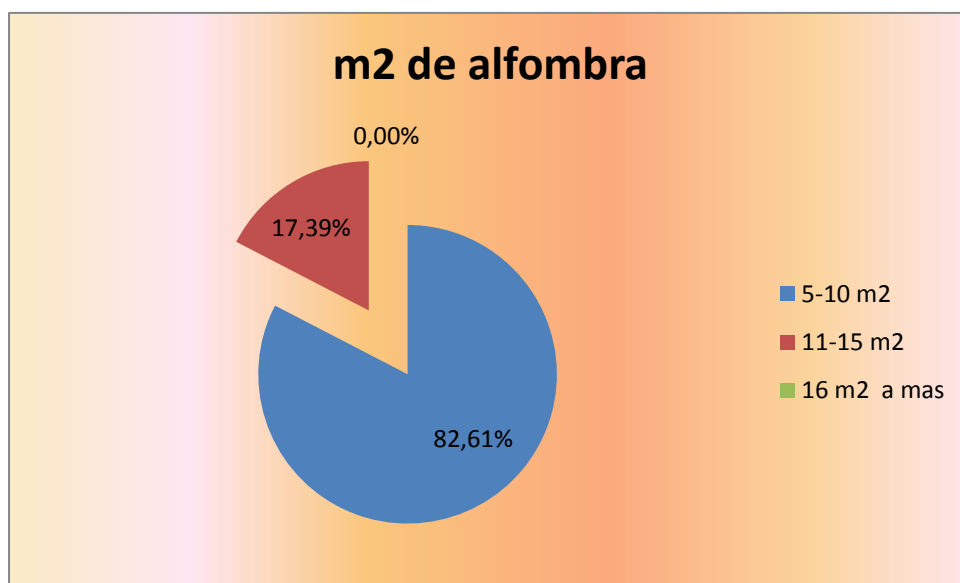
**Cuadro N° 12**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5-10 m <sup>2</sup>	38	82,61
11-15 m <sup>2</sup>	8	17,39
16 m <sup>2</sup> a mas	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 9**



**Interpretación:** De los encuestadas el 82,61% han manifestado que su la medida de sus alfombras están entre 50-10 m<sup>2</sup>, un 2,02% manifiesta que su medidas están entre 101- 150 m<sup>2</sup> y tan solo el 1,01% la medida de su casa está entre 151-200 m<sup>2</sup>.

El cálculo del valor promedio de  $m^2$  por el servicio de lavado de alfombra se lo efectúa de la siguiente manera:

**Cuadro N° 13**

<b>m<sup>2</sup> promedios</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
5	10	7,50	38	285
11	15	13,00	8	104
16	0	16,00	0	0
<b>Total</b>			<b>46</b>	<b>389</b>
<b>m<sup>2</sup>. Pdo. x familia</b>				<b>8</b>

**Fuente:** cuadro N° 10

**Elaboración:** La Autora

Con estos resultados se calcula los  $m^2$  promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{389}{46}$$

$$\text{Promedio} = 8$$

Lo que demuestra que los  $m^2$  en promedio de la medida de sus alfombras de estas familias son  $8 m^2$ .

Para calcular del uso anual del servicio se multiplica  $8 m^2$  promedio por familia por las 52 semanas del año, dando un total aproximado de  $440 m^2$  anual.

**10. Estaría de acuerdo con la creación de una empresa de servicio de limpieza y aseo para la ciudad de Zamora.**

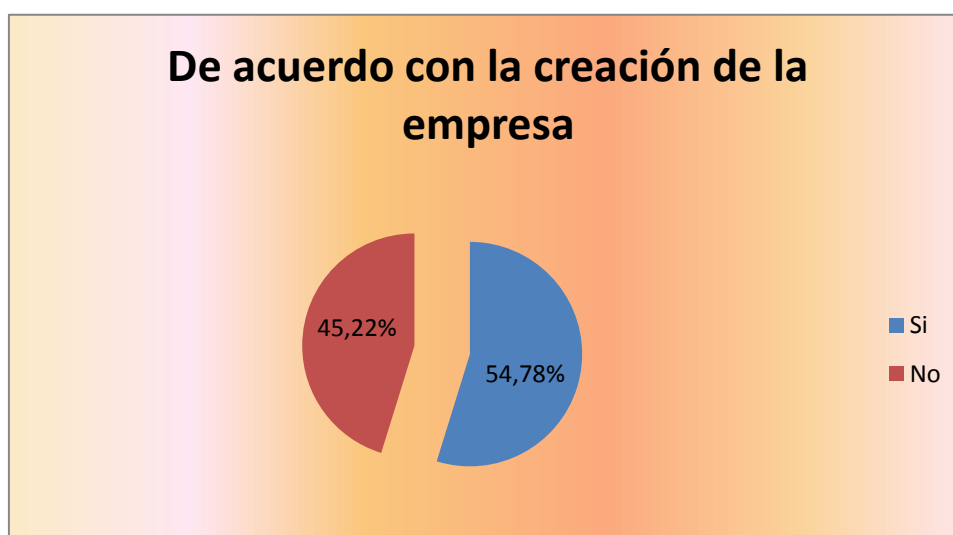
**Cuadro N° 14**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	63	54,78
No	52	45,22
TOTAL	115	100,00

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 10**



**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos, en la encuesta aplicada en la ciudad de Zamora se determina que para el 54,78% está de acuerdo en que se cree esta empresa de servicios de limpieza y aseo, y tan solo el 45,22% no está de acuerdo. La población de Zamora, desea que se cree una empresa que se brinde el servicio de limpieza y aseo con calidad.

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza y aseo del hogar?**

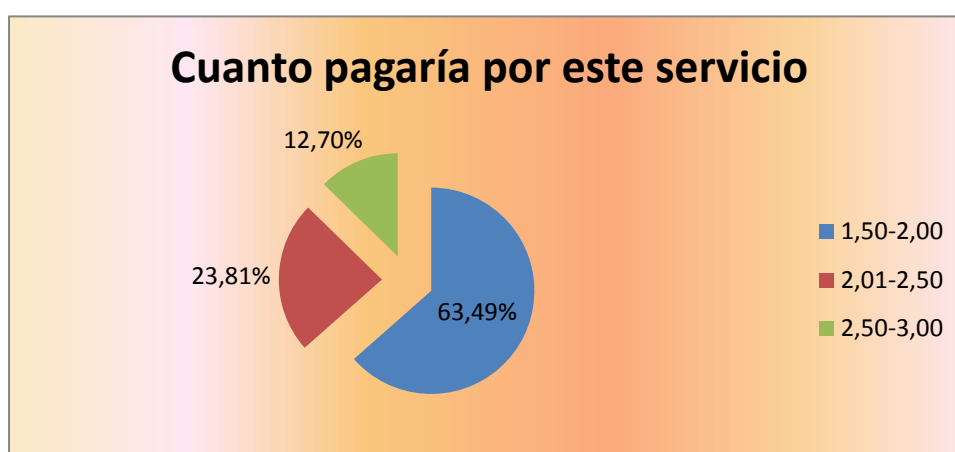
**Cuadro N° 15**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1,50-2,00	40	63,49
2,01-2,50	15	23,81
2,50-3,00	8	12,70
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 11**



**Interpretación:** De los encuestadas el 68,29% han manifestado estar dispuestas a pagar entre 10 a 20 dólares, los que prefieren pagar entre 21 a 30 dólares es el 24,39%, quienes prefieren pagar por este servicio entre 31 a 40 dólares es el 7,32% no existiendo personas que deseen pagar más de 41 dólares.

La población está dispuesta a cancelar entre 10 a 20 dólares por el servicio recibido de limpieza y aseo, en razón que es un valor que se encuentra dentro de sus puestos previamente planificados.

El cálculo del valor promedio a pagar por el servicio de limpieza y aseo en casa se lo efectúa de la siguiente manera:

**Cuadro N° 16**

<b>PROMEDIO DEL VALOR POR M2</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
1,5	2	1,75	40	70,00
2,01	2,5	2,255	15	33,83
2,51	3	2,755	8	22,04
<b>TOTAL</b>			<b>63</b>	<b>125,87</b>
<b>Cmo. Pdo. mensual x familia</b>				<b>2</b>

**Fuente:** cuadro N° 10

**Elaboración:** La Autora

Con estos resultados se calcula el valor promedio a pagar a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{125,87}{63}$$

$$\text{Promedio} = 2$$

Lo que demuestra que el valor en promedio que la población desea cancelar por el servicio de limpieza y aseo en casa es de 2 dólares el m<sup>2</sup>.



12. ¿Por qué utilizaría los servicios de la empresa de limpieza y aseo?

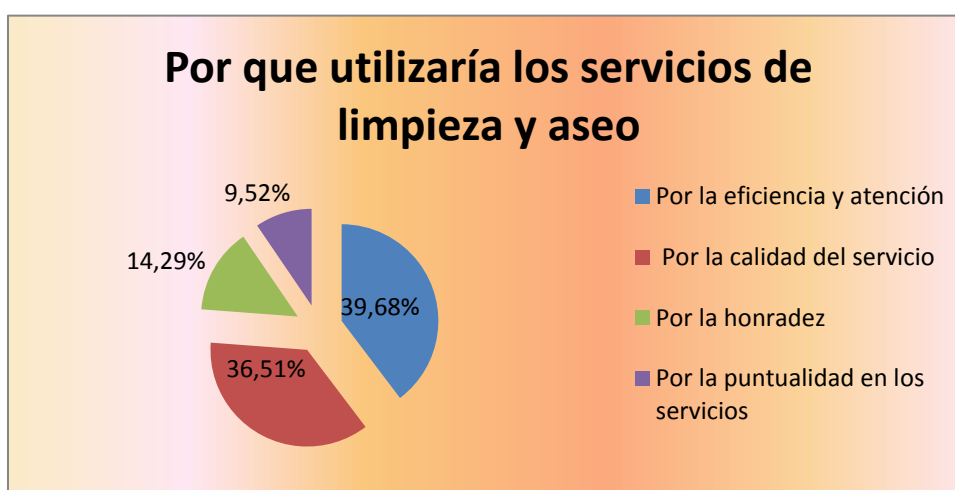
Cuadro N° 17

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la eficiencia y atención	25	39,68
Por la calidad del servicio	23	36,51
Por la honradez	9	14,29
Por la puntualidad en los servicios	6	9,52
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 12



**Interpretación:** Analizando esta pregunta el 39,68% de las familias zamoranas prefiere este servicio por la eficiencia y atención que se brinde, el 36,51% lo prefiere por la calidad del servicio ofrecido, el 14,29% por su honradez y el 9,52% por la puntualidad en el servicio.

De acuerdo a los resultados encontrados, se determina que las personas de la ciudad de Zamora están de acuerdo en hacer uso de los servicios de la nueva empresa por la eficiencia ofrecida cuando se realiza las labores y la atención que reciban de parte del personal que labore en la empresa.

**13. ¿Por qué medio informativo le gustaría conocer a esta nueva empresa de limpieza y aseo?**

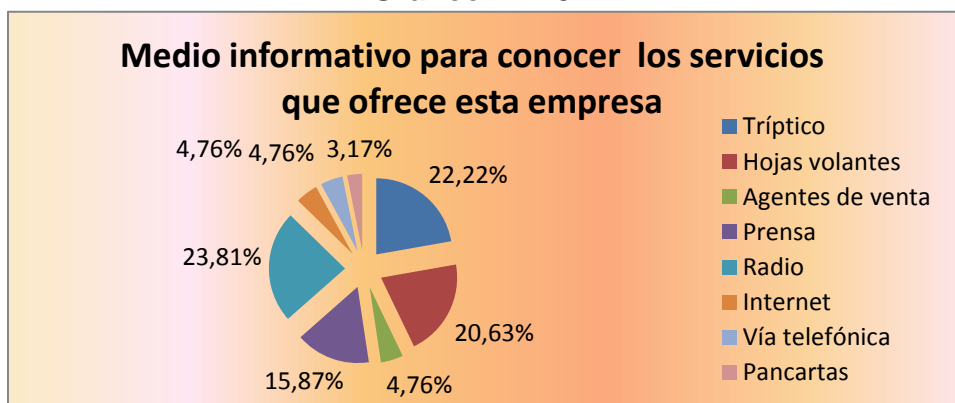
**Cuadro N° 18**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tríptico	14	22,22
Hojas volantes	13	20,63
Agentes de venta	3	4,76
Prensa	10	15,87
Radio	15	23,81
Internet	3	4,76
Vía telefónica	3	4,76
Pancartas	2	3,17
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 13**



**Interpretación:** según la encuesta el 23,81%, tiene su opinión que la radio es el mejor medio para poder efectuar publicidad, el 22,22% da su opinión que los trípticos son ideales para la publicidad el 20,63% opina favorable a las hojas volantes, el 15,87% opina que la prensa, el 4,76% opina que debe darse por vía telefónica, el 4,76% quien opina que el mejor medio de publicidad es a través de agentes de ventas, el 4,76% manifiesta que el internet es un medio tecnológico par la publicidad, mientras que 3,17% aconseja que se puede realizar la publicidad por medio de pancartas. Esta información me permite planificar las estrategias informativas a usar en la empresa.

**14. ¿En qué lugar le gustaría que se encuentren ubicadas las oficinas de la empresa de limpieza y aseo?**

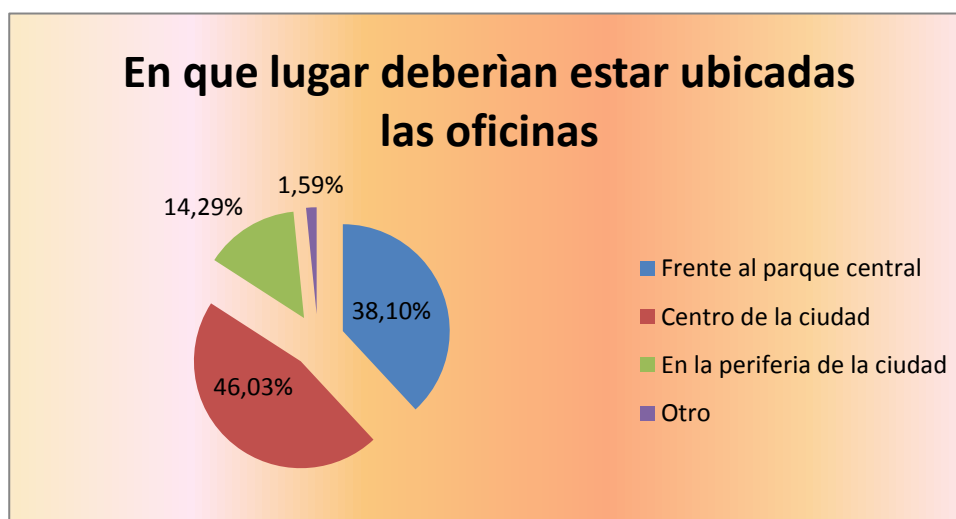
**Cuadro N° 19**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frente al parque central	24	38,10
Centro de la ciudad	29	46,03
En la periferia de la ciudad	9	14,29
Otro	1	1,59
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 14**



**Interpretación:** De los resultados obtenidos el 46,03% puede apreciar que el mejor medio para ubicar la empresa es en el centro de la ciudad, para el 38,10% prefiere que se lo realice al frente del parque central, el 14,29% en la periferia de la ciudad de Zamora, y tan solo el 1,59% desea que la empresa se ubique en otro lugar.

De acuerdo con los resultados el lugar de preferencia para ubicar la empresa es en un sitio que se encuentre en el centro de la ciudad de Zamora, en razón que es un sector estratégico y en el cual se ubica la zona comercial de esta ciudad.

**f.2 ENCUESTAS APLICADAS A LOS JEFES DE SERVICIOS GENERALES O SUS CORRESPONDIENTES DEL ÁREA DE ASEO Y LIMPIEZA DE EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE**

**Empresas de Zamora Chinchipe:**

**Cuadro N° 20**

<b>EMPRESA PUBLICA</b>	<b>EMPRESA PRIVADA</b>
Gobierno Municipal	CACPE Zamora
Gobierno Provincial	Banco de Loja
ECORAE	Banco Pichincha
Gobernación	Cámara de Turismo
Consejo Nacional de Telecomunicaciones	Cámara de Artesanos
Consejo Nacional Electoral	SOLCA
Defensoría del Pueblo	CRUZ ROJA
Corte de Justicia	HIDROSACHIN
Contraloría General del Estado	BANCO DEL AUSTRO
Dirección de Educación	MAXRED
Servicio de Rentas Internas	DICAVI
Comisión de Tránsito	Asociación de carpinteros
MIDUVI	Colegio de Médicos del Ecuador
Ministerio de Obras Públicas	Notaría Primera
Subsecretaría de Minas	Notaría Segunda
EMAPAZ	Notaría Tercera
SENAGUAS	Defensoría Pública
Dirección de Educación Bilingüe	
Fiscalía General del Estado	
Banco Nacional de Fomento	
Ministerio de Salud Pública	
Registro Civil	
Ministerio del Ambiente	
INEFAN	
MIES	
Instituto de Seguridad Social	
Ministerio de Agricultura y Ganadería	
CONADIS	
Hospital Julius Doepfner	
Comando de Policía CP 18 Zamora	
Defensa Civil	
Ministerio de Cultura	
Casa de la Cultura Ecuatoriana	
Cuerpo de Bomberos	

1. ¿hace uso de servicios de limpieza y aseo en la ciudad de Zamora?

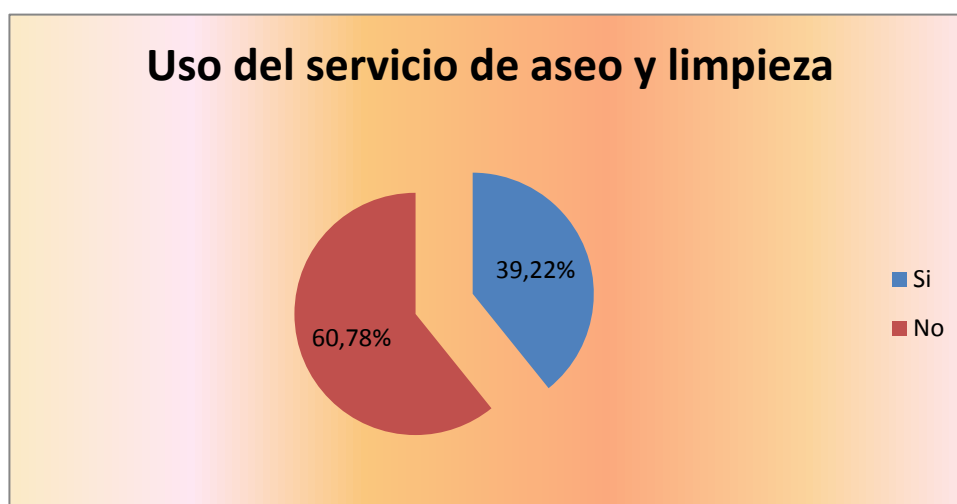
Cuadro N° 21

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	20	39,22
No	31	60,78
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 15



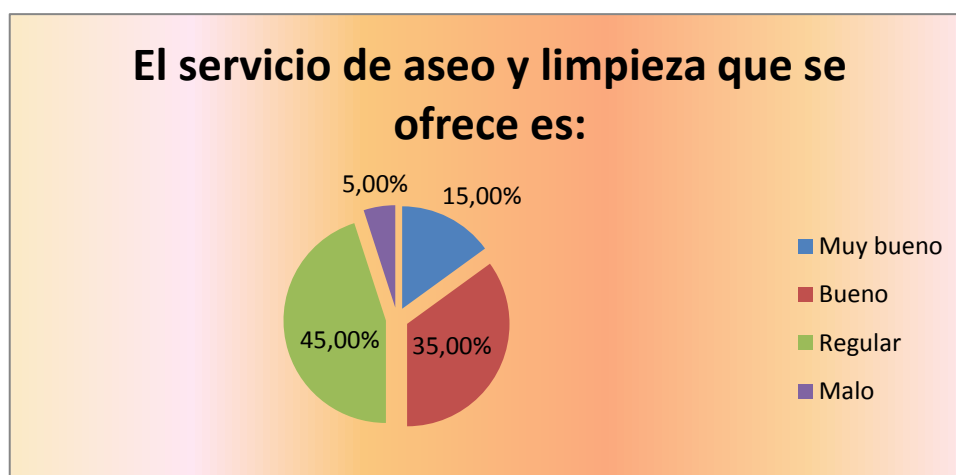
**Interpretación:** según los resultados de esta pregunta el 60,78% no hace uso de estos servicios, y tan solo el 39,22% si utilizando estos servicios de aseo y limpieza. La mayoría de estas empresas no utilizan estos servicios ya que ellos tienen personal encargados de estas labores.

2. Según su criterio, en la actualidad el servicio de aseo y limpieza que se ofrece es:

Cuadro N° 22

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	3	15,00
Bueno	7	35,00
Regular	9	45,00
Malo	1	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00</b>

Grafica N° 16



**Interpretación:** En la actualidad según los servicios que ofrecen en la provincia de Zamora Chinchipe el 45,00% opina que este servicio es regular, el 35,00% manifestó que los servicios son buenos, un 15,00% opino que es muy bueno el servicio y tan solo el 5,00% manifestó que el servicio que ofrecen es malo. Según los resultados los resultados la mayoría de servicios que ofrecen son regulares por lo cual estas instituciones lo que buscan es un servicio de calidad.

3. ¿Cuál es aproximadamente los m<sup>2</sup> que usted utiliza de este servicio en su empresa?

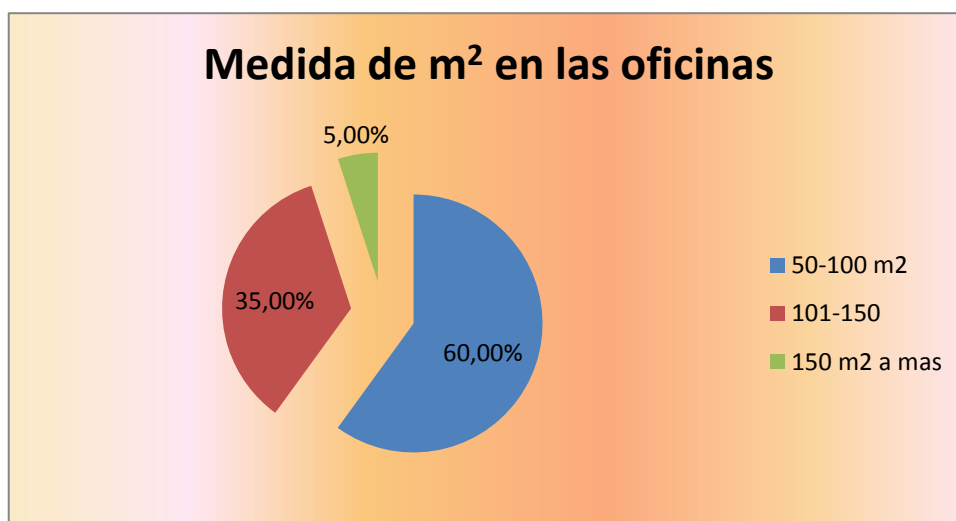
**Cuadro N° 23**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
50-100 m2	12	60,00
101-150	7	35,00
150 m2 a mas	1	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 17**



**Interpretación:** De los encuestadas el 60,00% han manifestado que tiene una medida entre 50-100 m<sup>2</sup>, un 35,00% manifiesta que su medidas están entre 101- 150 m<sup>2</sup> y tan solo el 5,00% dice que las medidas están entre 150 m<sup>2</sup> a más.

El cálculo del valor promedio de m<sup>2</sup> por el servicio de limpieza y aseo en oficina se lo efectúa de la siguiente manera:

**Cuadro N° 24**

<b>m<sup>2</sup> promedios</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
50	100	75	12	900
101	150	126	7	879
150		150	1	150
<b>Total</b>			<b>20</b>	<b>1929</b>
<b>m<sup>2</sup>. Pdo. x familia</b>				<b>96</b>

**Fuente:** cuadro N° 17

**Elaboración:** La Autora

Con estos resultados se calcula los m<sup>2</sup> promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{1929}{20}$$

$$\text{Promedio} = 96$$

Lo que demuestra que los m<sup>2</sup> en promedio de las instituciones por el tamaño de sus alfombras son de 96 m<sup>2</sup>.

Para calcular del uso anual del servicio se multiplica los 96 m<sup>2</sup> promedio por institución por las 52 semanas del año, dando un total aproximado de 5014 m<sup>2</sup> anual.



#### 4. ¿Con que frecuencia utilizaría los servicios de aseo y limpieza?

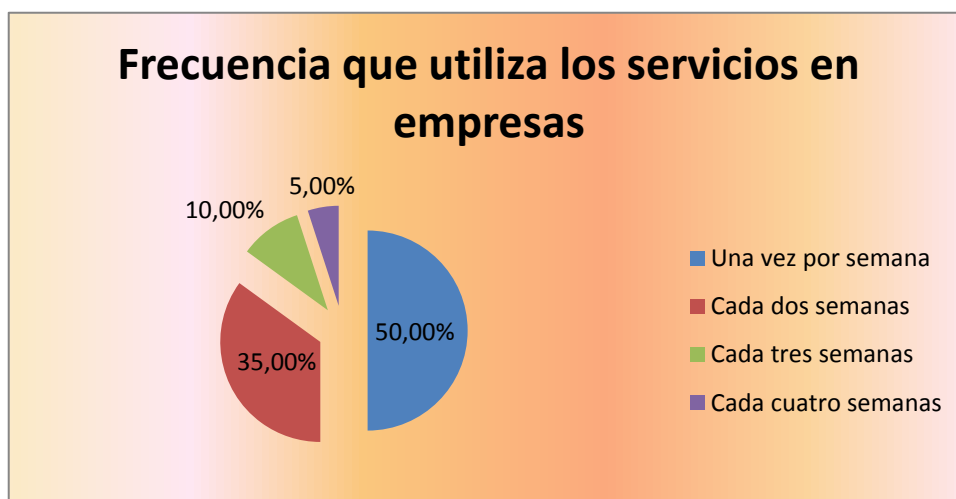
**Cuadro N° 25**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez por semana	10	50,00
Cada dos semanas	7	35,00
Cada tres semanas	2	10,00
Cada cuatro semanas	1	5,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 18**



**Interpretación:** De los resultados obtenidos se determina, que el 50,00% de las empresas tanto públicas como privadas prefieren hacer uso los servicios de aseo y limpieza con una frecuencia de una vez por semana, el 35,00% lo prefieren hacer con una frecuencia de cada dos semanas, el 10,00% lo realiza cada tres semanas y el 5,00% prefiere hacer uso de estos servicios cada cuatro semanas.

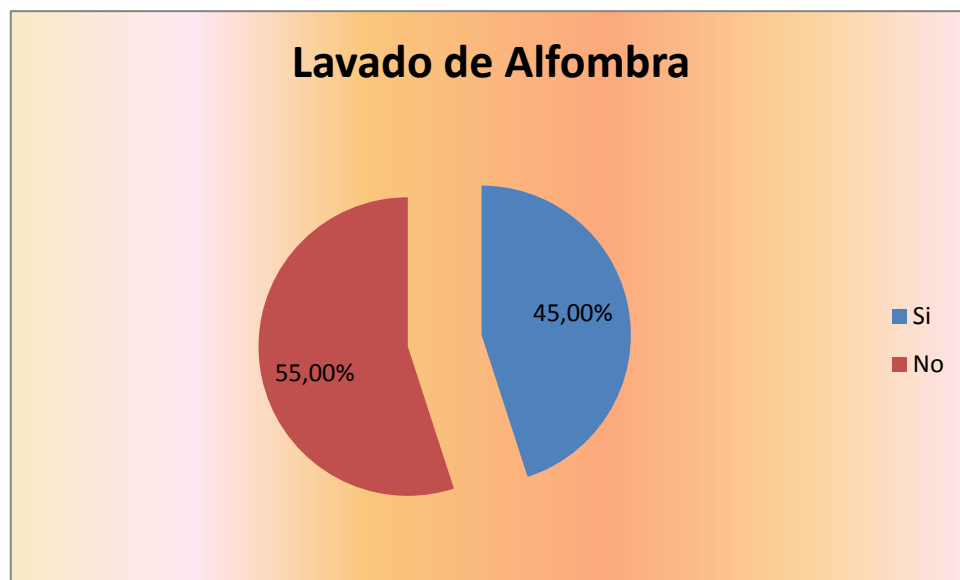
De acuerdo a las respuestas obtenidas, el servicio de aseo y limpieza en empresas públicas y privadas se lo debe realizar con una frecuencia semanal. En razón que éste servicio se lo debe hacer de preferencia el fin de semana cuando no exista personal que se encuentre laborando

**5. ¿Usted utiliza el servicio de lavado de alfombra?****Cuadro N° 26**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	45,00
No	11	55,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 19**

**Interpretación:** Según la encuesta realizada el 55,00% de las instituciones no utiliza este tipo de servicio; y tan solo un 45,00% manifestó que si utilizan el servicio del lavado de alfombra.

## 6. ¿Con que frecuencia utiliza el servicio de lavado de alfombra?

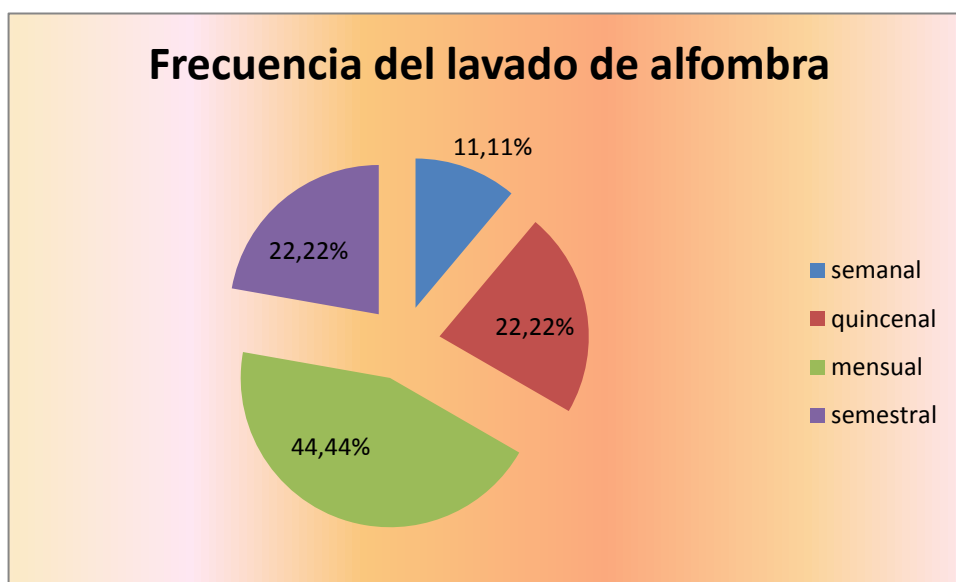
**Cuadro N° 27**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	1	11,11
Quincenal	2	22,22
Mensual	4	44,44
Semestral	2	22,22
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 20**



**Interpretación:** De los resultados determinados en la encuesta aplicada la frecuencia con la cual se hace uso del servicio de lavado de alfombra es de un 44,44% mensual, el 22,22% quincenal, el 22,22% semestral y un 11,11% lo realiza semanal.

## 7. ¿De cuantos m<sup>2</sup> es su alfombra?

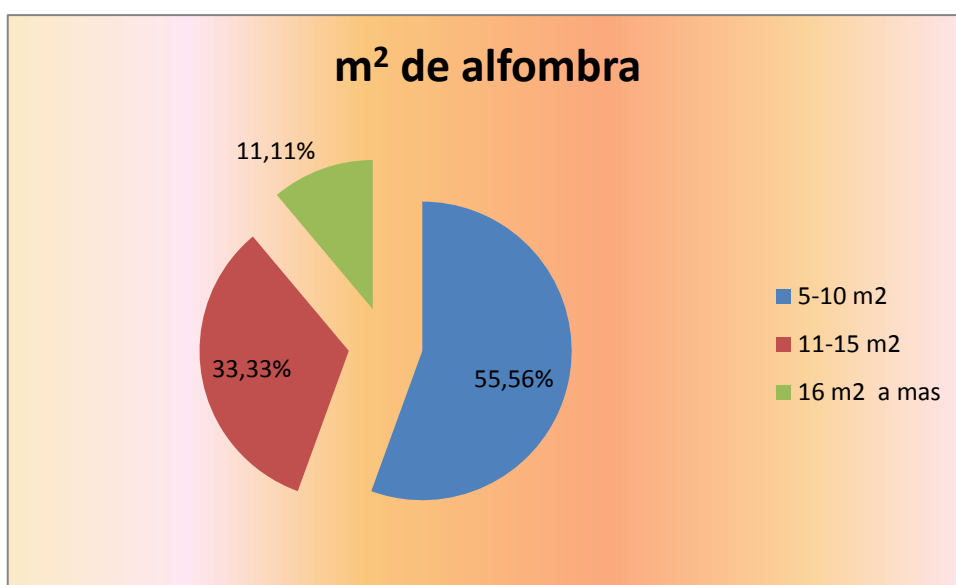
**Cuadro N° 28**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
5-10 m <sup>2</sup>	5	55,56
11-15 m <sup>2</sup>	3	33,33
16 m <sup>2</sup> a mas	1	11,11
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 21**



**Interpretación:** De los encuestados el 55,56% han manifestado que la medida de las alfombras están entre 5-10 m<sup>2</sup>, un 33,33% manifiesta que su medidas están entre 11- 15 m<sup>2</sup> y tan solo el 11,11% la medida de su casa está entre 16 m<sup>2</sup> a más.

El cálculo del valor promedio de  $m^2$  por el servicio de lavado de alfombra se lo efectúa de la siguiente manera:

**Cuadro N° 29**

<b><math>m^2</math> promedios</b>				
<b>Li</b>	<b>Ls</b>	<b>Xm</b>	<b>Fr.</b>	<b>Xm. Fr</b>
5	10	7,50	5	37,50
11	15	13,00	3	39,00
16		16,00	1	16,00
<b>Total</b>			<b>9</b>	<b>92,50</b>
<b><math>m^2</math>. Pdo. x familia</b>				<b>10,28</b>

**Fuente:** cuadro N° 10

**Elaboración:** La Autora

Con estos resultados se calcula los  $m^2$  promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{Promedio} = \frac{92,50}{9}$$

$$\text{Promedio} = 10,28$$

Lo que demuestra que los  $m^2$  en promedio que la población desean por el servicio por el lavado de alfombra de  $10,28 m^2$ .

Para calcular del uso anual del servicio se multiplica los  $10,28 m^2$  promedio por institución por las 52 semanas del año, dando un total aproximado de  $534 m^2$  anual.

**8. Estaría de acuerdo con la creación de una empresa de servicio de limpieza y aseo para la ciudad de Zamora.**

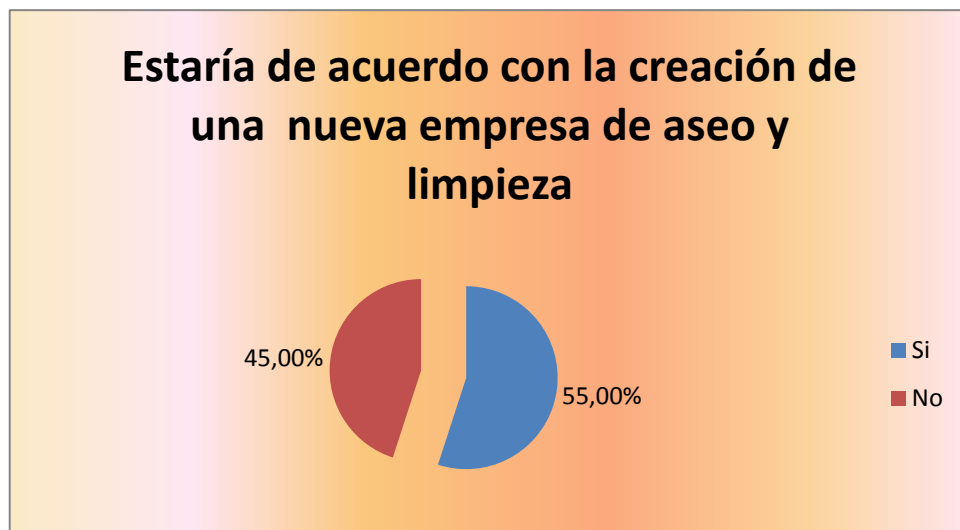
**Cuadro N°30**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	55,00
No	9	45,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 22**



**Interpretación:** De acuerdo con los resultados obtenidos, en la encuesta aplicada en la ciudad de Zamora se determina que para el 55,00% de los administradores de la empresa si están de acuerdo y el 45,00% no están de acuerdo.

## 9. ¿Por qué utilizaría los servicios de la empresa de limpieza y aseo?

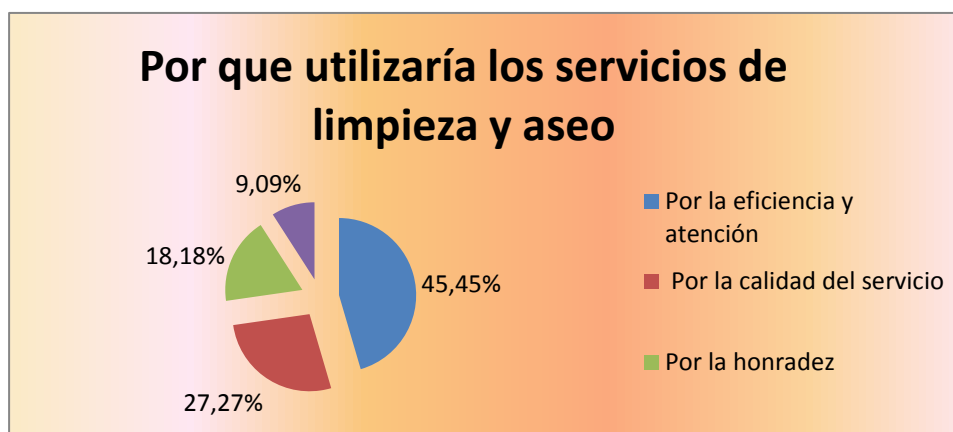
**Cuadro N° 31**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por la eficiencia y atención	5	45,45
Por la calidad del servicio	3	27,27
Por la honradez	2	18,18
Por la puntualidad en los servicios	1	9,09
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a demandantes

**Elaboración:** La Autora

**Grafico N° 23**



**Interpretación:** Analizando esta pregunta el 45,45% de las instituciones zamoranas prefiere este servicio por la eficiencia y atención que se brinde, el 27,27% lo prefiere por la calidad del servicio ofrecido, el 18,18% por su honradez y el 9,09% por la puntualidad en el servicio.

De acuerdo a los resultados encontrados, se determina que los jefes de servicios generales o sus correspondientes del área de aseo y limpieza de empresas públicas y privadas de la Provincia de Zamora Chinchipe están de acuerdo en hacer uso de los servicios de la nueva empresa por la eficiencia y atención que se brinde por parte del personal que labore en la empresa y la calidad en las labores que se realicen.

10. ¿Por qué medio informativo le gustaría conocer a esta nueva empresa de limpieza y aseo?

**Cuadro N° 32**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tríptico	3	27,27
Hojas volantes	0	0,00
Agentes de venta	2	18,18
Prensa	2	18,18
Radio	3	27,27
Internet	1	9,09
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 24**



**Interpretación:** según la encuesta el 27,27%, tiene su opinión que la radio es el mejor medio para poder efectuar publicidad, el 27,27% da su opinión favorable a los trípticos, el 18,18% opina que la prensa, el 18,18% opina que debe darse a través de agentes de ventas, mientras que el 9,09% opinan que el otro medio de publicidad es el internet.

Los encuestados opinan que se debe publicar los servicios que ofrece la empresa a través de medios radiales, así como también por medio de los trípticos con información de la empresa. Esta información me permite planificar las estrategias informativas a usar en la empresa.



**11.¿En qué lugar le gustaría que se encuentren ubicadas las oficinas de la empresa de limpieza y aseo?**

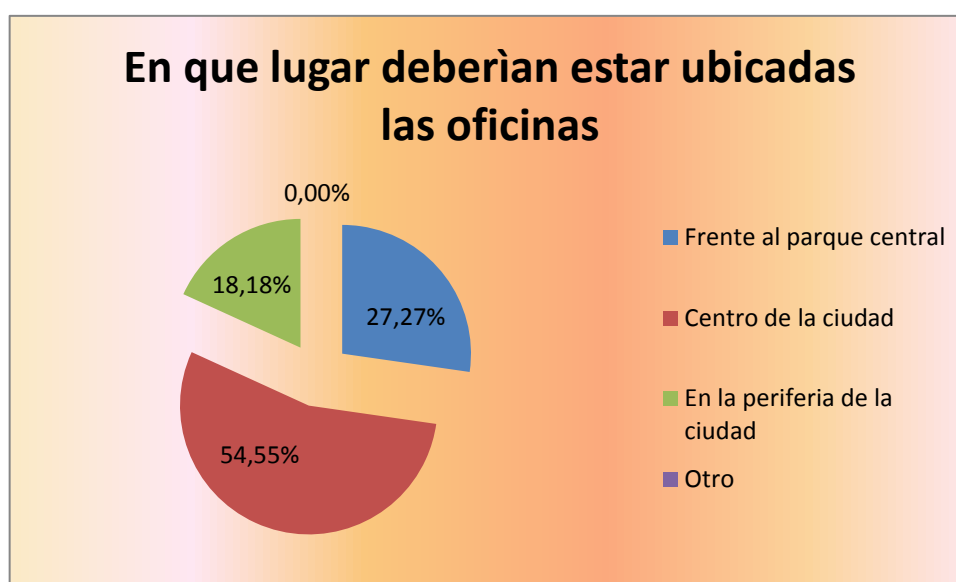
**Cuadro N° 33**

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Frente al parque central	3	27,27
Centro de la ciudad	6	54,55
En la periferia de la ciudad	2	18,18
Otro	0	0,00
TOTAL	11	100,00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

**Gráfico N° 25**



**Interpretación:** De los resultados obtenidos el 54,55% puede apreciar que el mejor lugar para ubicar la empresa es en el centro de la ciudad, para el 27,27% prefiere que se lo realice al frente del parque central, y el 18,18% en la periferia de la ciudad de Zamora.

De acuerdo con los resultados el lugar de preferencia para ubicar la empresa es en un sitio que se encuentre en el centro de la ciudad de Zamora, en razón que es un sector estratégico y en el cual se ubica la zona comercial de esta ciudad.

### f.3 ENTREVISTA APLICADA A OFERENTES DE SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA

Se aplicaron 2 entrevistas a los oferentes de este tipo de servicio como es el de aseo y limpieza, de la provincia de Zamora Chinchipe los mismos que se describen a continuación:

**Cuadro N° 34**

<b>Descripción</b>	<b>Encuestas</b>
Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo	1
Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia	1
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>

**Fuente:** Entrevista a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

**Interpretación:** según esta información en la provincia de Zamora Chinchipe solo se encuentran dos empresas de servicio en aseo y limpieza. Por lo que no se ve mucha competencia en este tipo de negocio.

### 1. ¿Cuántos clientes atiende al mes en su negocio?

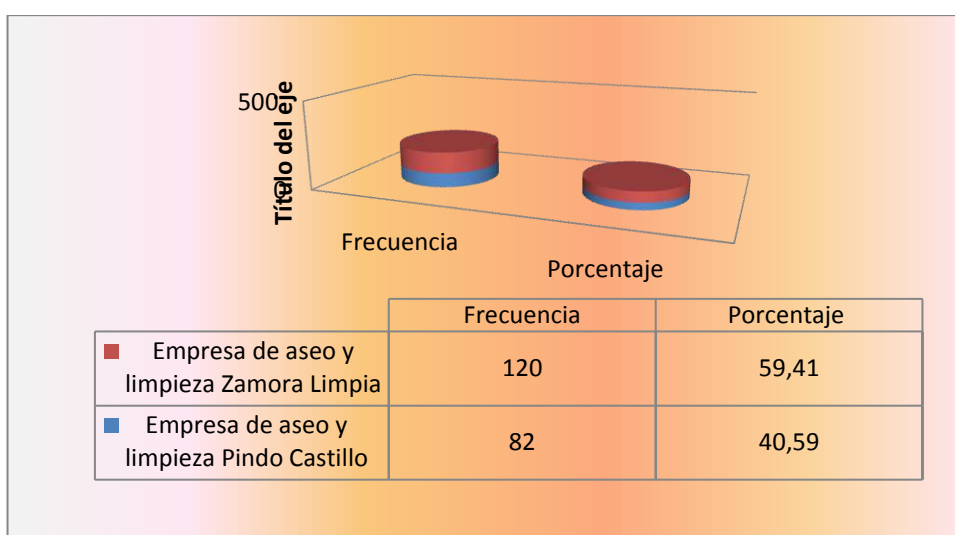
**Cuadro N° 35**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo	82	40,59
Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia	120	59,41

**Fuente:** Encuesta a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

**Grafico N° 26**



**Interpretación:** En lo concerniente al número de clientes mensual podemos decir que en la Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia existe mayoría de clientes con el 59,41%, y en menor proporción la Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia con el 40,59%.

## 2. ¿Qué estrategia de ventas utiliza en su empresa?

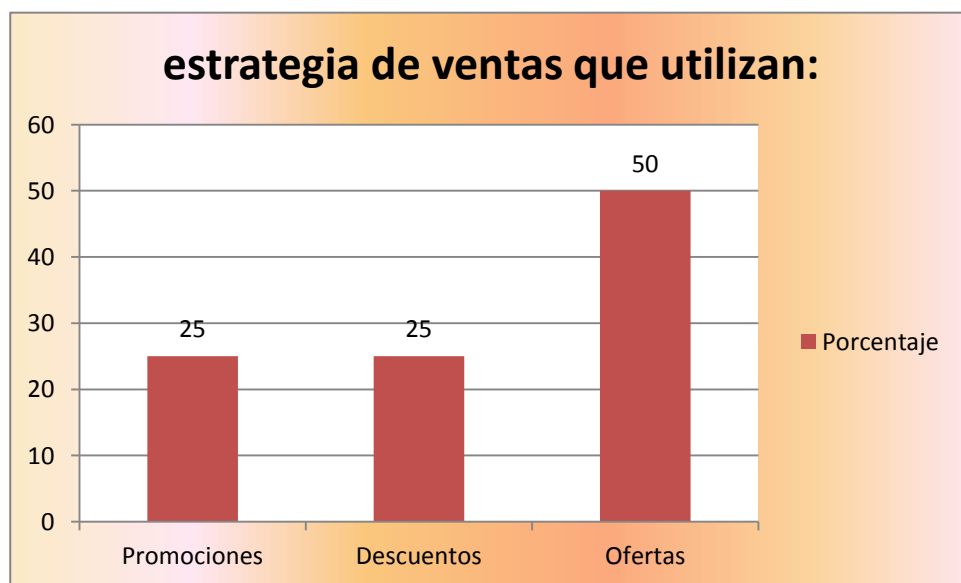
**Cuadro Nº 37**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Promociones	5	25
Descuentos	5	25
Ofertas	10	50

**Fuente:** Encuesta a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

**Grafico Nº 27**



**Interpretación:** De acuerdo a las interrogantes de la ejecución estrategias el 50% realiza ofertas, un 25% se basa en descuentos y el 25,00% se realizan promociones.

### 3. ¿Cuántos m<sup>2</sup> de Aseo y limpieza realiza anualmente?

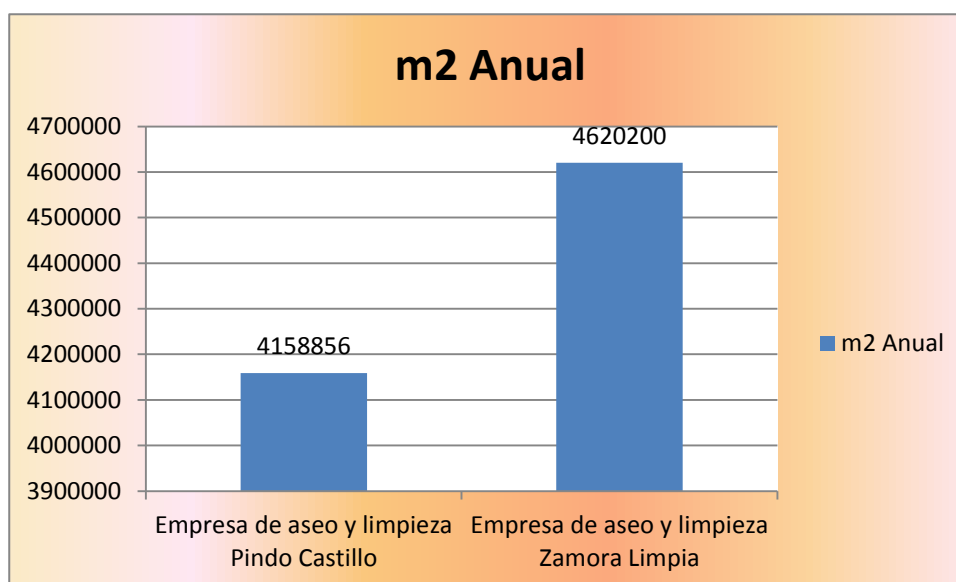
**Cuadro N° 38**

Descripción	m <sup>2</sup> Anual
Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo	<b>4158856</b>
Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia	<b>4620200</b>

**Fuente:** Encuesta a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 28**



**Interpretación:** según la encuesta la con datos aproximados la Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia realiza aproximadamente 4620200 m<sup>2</sup> anualmente y la Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo realiza aproximadamente 4158856 m<sup>2</sup> anualmente.

#### 4. ¿Cuál es el costo de los servicios que brinda?

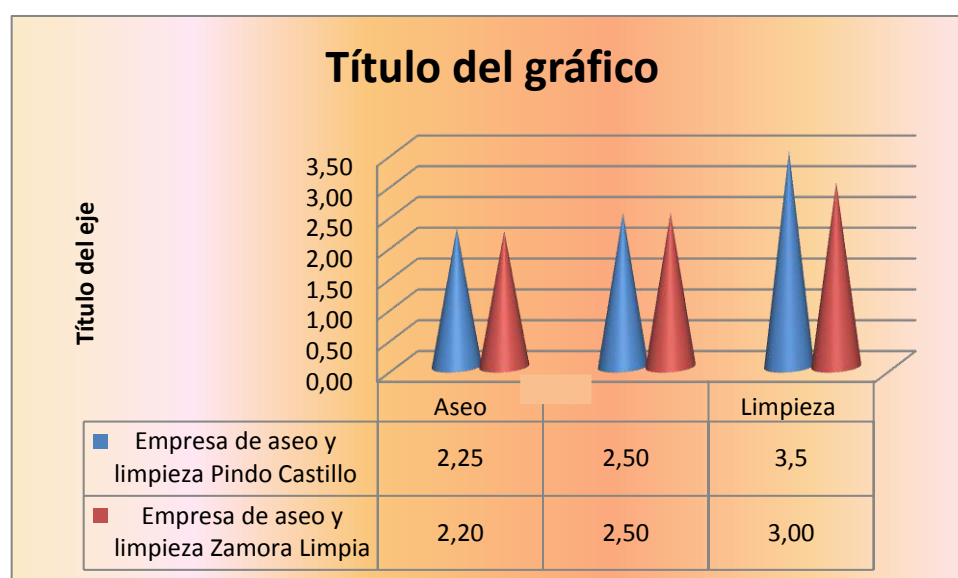
**Cuadro N° 39**

Descripción	Aseo		Limpieza
	Casas (m <sup>2</sup> )	Oficinas (m <sup>2</sup> )	Alfombras (m <sup>2</sup> )
Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo	2,25	2,50	3,50
Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia	2,20	2,50	3,00

**Fuente:** Encuesta a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 29**



**Interpretación:** según la encuesta la con datos aproximados

la Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo cobra por aseo en casa \$2,25 el m<sup>2</sup>, por oficinas \$2,50 el m<sup>2</sup>; en limpieza por alfombras \$3,50 el m<sup>2</sup> según sea el tamaño de la alfombra y los precios de la Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia por aseo en casa \$2,20 el m<sup>2</sup>, por oficinas \$2,50 el m<sup>2</sup>; en limpieza por alfombras \$3,00 el m<sup>2</sup> según sea el tamaño de la alfombra.

5. ¿Considera usted que el servicio de aseo y limpieza es un negocio rentable?

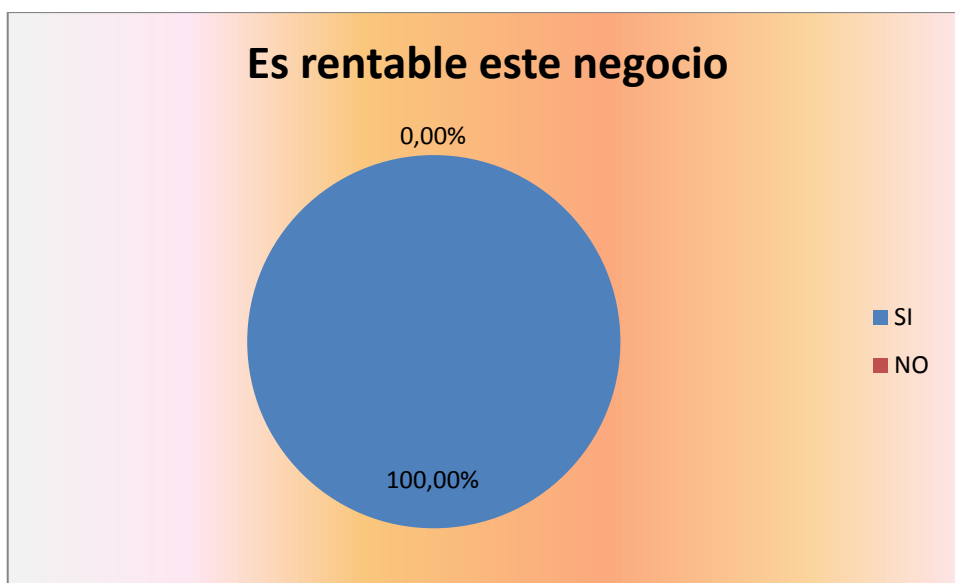
**Cuadro N° 40**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	2	100,00
NO	0	0,00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 30**



**Interpretación:** En lo que se refiere a publicidad el 100,00% indica que este tipo de negocio de servicio si es rentable.

## 5. ¿Realiza publicidad en su negocio?

**Cuadro N° 41**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	50,00
NO	1	50,00
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Encuesta a los oferentes

**Elaboración:** La Autora

**Gráfico N° 31**



**Interpretación:** En lo que se refiere a publicidad el 50,00% indica que no realizan publicidad y el otro 50,00% se manifiesta que si realizan publicidad para dar a conocer sobre el negocio.



# DISCUSIÓN

## g. DISCUSIÓN

### ESTUDIO DE MERCADO

Es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de resultados que serán analizados y procesados mediante herramientas estadísticas, obteniendo como resultados aciertos y complicaciones de un servicio dentro del mercado, a través de este análisis, se podrá encontrar determinar la demanda del servicio de aseo y limpieza en la provincia de Zamora Chinchipe. Para el presente estudio, se obtuvo información de las familias Zamoranas, por medio de las encuestas aplicadas a los mismos, que permitirán sustentar el trabajo investigativo en mención, el proyecto tendrá una vida útil de 10 años.

### DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

**Demanda Potencial.-** La demanda potencial está constituida por los Servicios que podrían ser utilizados por los demandantes de un mercado, es decir, que se considera la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de familias de Zamora, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la Provincia de Zamora Chinchipe, que es de 1,96% según datos proporcionados por el INEC 2010.

**Cuadro N° 42**

Año	Demanda Potencial
1	23748
2	24213
3	24688
4	25172
5	25665
6	26168
7	26681
8	27204
9	27737
10	28281

**Elaboración:** La Autora

## DEMANDA REAL O ACTUAL

Está constituida por la cantidad del servicio de aseo y limpieza en el mercado. De acuerdo al estudio de mercado se pudo determinar que un 29,26% de las familias de la ciudad de Zamora utilizan estos servicios (pregunta N° 3; Cuadro N° 5) y un 39,22% de las instituciones de la provincia de Zamora también utilizan estos servicios (pregunta N° 1; Cuadro N° 21), los cálculos se muestran a continuación:

**Cuadro N° 43**  
**Demanda Real o Actual en las Familias**

Año	Demanda Potencial	% de demanda	Demanda Real
1	23748	29,26%	6949
2	24213	29,26%	7085
3	24688	29,26%	7224
4	25172	29,26%	7365
5	25665	29,26%	7510
6	26168	29,26%	7657
7	26681	29,26%	7807
8	27204	29,26%	7960
9	27737	29,26%	8116
10	28281	29,26%	8275

Fuente: Cuadro N° 5  
Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 44**  
**Demanda Real o Actual en las Instituciones Públicas y Privadas**

Año	Demanda Potencial	% de demanda	Demanda Real
1	51	39,22%	20
2	51	39,22%	20
3	51	39,22%	20
4	51	39,22%	20
5	51	39,22%	20
6	51	39,22%	20
7	51	39,22%	20
8	51	39,22%	20
9	51	39,22%	20
10	51	39,22%	20

Fuente: Cuadro N° 21  
Elaboración: La Autora

## Demanda Efectiva Anual

En el presente estudio, para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para una nueva empresa de aseo y limpieza en la Provincia de Zamora Chinchipe en las familias (pregunta N° 10), obteniéndose que el 58,78% de la demanda real hará uso de nuestro servicio y en las instituciones (pregunta N° 8), obteniéndose que el 45,83% de la demanda real hará uso de nuestro servicio.

**Cuadro N° 45**  
**Demanda Efectiva en las Familias**

<b>Año</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>Porcentaje de aceptación</b>	<b>Demanda efectiva familias</b>
1	6949	54,78%	3806
2	7085		3881
3	7224		3957
4	7365		4035
5	7510		4114
6	7657		4194
7	7807		4277
8	7960		4360
9	8116		4446
10	8275		4533

**Fuente:** Cuadro N° 9

**Elaborado:** La Autora

**Cuadro N° 46**  
**Demanda Efectiva en las Instituciones Públicas y Privadas**

Año	Demanda Real	Porcentaje de aceptación	Demanda efectiva familias
1	20	55,00%	11
2	20		11
3	20		11
4	20		11
5	20		11
6	20		11
7	20		11
8	20		11
9	20		11
10	20		11

Fuente: Cuadro N° 30

Elaborado: La Autora

### **Demanda Efectiva en Libras**

Posteriormente se obtiene la demanda efectiva en libras, multiplicando la demanda efectiva por el m<sup>2</sup> promedio.

En las familias se sumo el m2 anual de servicio de aseo y limpieza más el m2 anual del lavado de alfombras y así se obtuvo 2689 m2 anualmente:

**Cuadro N° 47**  
**Demanda Efectiva en m<sup>2</sup> en la Familias**

Año	Demanda efectiva	m <sup>2</sup> Anual	Demanda efectiva familias
1	3806	2689	10235058
2	3881		10435665
3	3957		10640204
4	4035		10848752
5	4114		11061388
6	4194		11278191
7	4277		11499244
8	4360		11724629
9	4446		11954432
10	4533		12188738

Elaborado: La Autora

En las instituciones se sumo el m<sup>2</sup> anual de servicio de aseo y limpieza más el m<sup>2</sup> anual del lavado de alfombras y así se obtuvo 2689 m<sup>2</sup> anualmente:

**Cuadro N° 48**  
**Demanda Efectiva en m<sup>2</sup> en las Instituciones Públicas y Privadas**

Año	Demanda Efectiva	m <sup>2</sup> ANUAL	Demanda Efectiva Instituciones
1	11	5549	61041
2	11		61041
3	11		61041
4	11		61041
5	11		61041
6	11		61041
7	11		61041
8	11		61041
9	11		61041
10	11		61041

**Elaborado:** La Autora

## **DETERMINACIÓN DE LA OFERTA.**

### **Oferta Actual**

Para efectos del presente estudio, se aplicó entrevistas a 2 empresas de servicio de aseo y limpieza en la provincia de Zamora Chinchipe, estas son:

Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo y Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia.

Luego de analizar la información proporcionada por estas empresas, se pudo determinar niveles de venta, precios, entre otras variables, cabe mencionar que para la determinación de la demanda se ha tomado en cuenta los niveles de venta de las empresas ya mencionados, cuyos datos se presentan a continuación:

**Cuadro N° 49**

<b>Ofertadores</b>	<b>m<sup>2</sup>. Anual</b>
Empresa de aseo y limpieza Zamora Chinchipe	4620200
Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo	4158856
<b>Total</b>	<b>8779056</b>

**Fuente:** Entrevista a oferentes cuadro N° 38

**Elaboración:** La autora

Para proyectar la oferta se ha tomado como referencia la tasa de crecimiento de Zamora que es de 1,96%

**Cuadro N° 50**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	8779056,00
2	8951125,50
3	9126567,56
4	9305448,28
5	9487835,07
6	9673796,64
7	9863403,05
8	10056725,75
9	10253837,57
10	10454812,79

**Fuente:** Cuadro N° 49 TCA: 1,96%

**Elaboración:** La autora

### **Demanda Insatisfecha**

La demanda insatisfecha, es aquella demanda que aún no está cubierta por quienes brindan este servicio en la ciudad de Zamora, por lo tanto, es el segmento de mercado el cual puede ser cubierto por la nueva empresa a crearse.

Se obtiene de restar la oferta efectiva de la demanda efectiva, con lo cual se obtienen los siguientes resultados:

Cuadro N° 51

Años	Demanda Efectiva en m <sup>2</sup> .	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
1	10296099	8779056	1517043
2	10496706	8951125	1545581
3	10701245	9126568	1574678
4	10909793	9305448	1604345
5	11122429	9487835	1634594
6	11339232	9673797	1665435
7	11560284	9863403	1696881
8	11785670	10056726	1728944
9	12015472	10253838	1761635
10	12249779	10454813	1794966

**Fuente:** La suma del Cuadro N° 47 y 48 (Demanda); y el Cuadro N° 50(Oferta)

**Elaboración:** La Autora

**Nota:** en la demanda efectiva en metros se sumo la demanda efectiva de las familias más la demanda efectiva de las instituciones

## PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

### SERVICIO

El principal servicio que se ofrecerá en la nueva unidad productiva es el de aseo y limpieza, estos servicios serán de excelente calidad, través de mano de obra calificada de la ciudad de Zamora y una correcta atención tanto a casas, como empresas públicas o privadas.

### PRECIO

El precio es una de las variables fundamentales para la empresa debido a que tiene una influencia directa sobre los beneficios, porque del precio y de los servicios ofrecidos dependen los ingresos de la empresa.

Para la fijación de los precios del servicio a ofrecerse, se obtendrán de Los materiales a utilizarse, ya que irán de acuerdo con las exigencias de los usuarios, en razón que serán ellos quienes decidirán el tipo de



material a utilizar durante el trabajo a realizarse, sumando estos costos reales y un margen de utilidad además se tomará en cuenta el precio de la competencia. La forma de pago el cliente la realizará al contado.

## **PROMOCIÓN**

Es uno de los instrumentos fundamentales del marketing. Con la promoción la empresa pretende transmitir las cualidades del servicio a sus clientes, para que estos se vean impulsados a adquirirlos. Es decir consiste en un mecanismo de transmisión de información.

- La publicidad se realizará en la radio mientras exista la empresa.
- Se realizará una promoción por apertura del local donde se utilizaran hojas volantes y para la comercialización tarjetas de presentación.
- Se contará con un rótulo

La apertura de “EMPRESA LIMPIA MÁS Cía. Ltda.” se hará pública a través de los medios de comunicación más ventajosos y sintonizados por las familias.

Además se utilizarán hojas volantes y tarjetas de presentación para la comercialización.

Se contará con la instalación de un rotulo a las afueras de la empresa de manera que permita ser identificada con facilidad por los clientes y pueda ser distinguida de la competencia.

## DISEÑO DEL PLAN DE MARKETING MIX

Entre el marketing Mix, se plantean las siguientes estrategias de acuerdo a las 4 P (La empresa ofrece servicios, por lo cual se reemplaza producto por servicio).

### SERVICIO

- El servicio que brindará la empresa está garantizada por profesionales quienes trabajen de acuerdo a los valores de la empresa para brindar una atención eficiente y de calidad a los usuarios de la empresa.
- Para ofrecer un adecuado servicio se realizará una firma de contrato para en caso de haber algún inconveniente tener una garantía para realizar los reclamos.
- La calidad del servicio es garantizada. Sobre todo con respecto a la atención y honestidad de los bienes que se encuentren en los sitios en los cuales se realice el trabajo.

La marca con la que se identificará el servicio será:



“EMPRESA LIMPIA MÁS Cía. Ltda.”

El diseño del logotipo de la empresa es el siguiente:

### LOGOTIPO

El logotipo fue elaborado en fondo verde el cual representa la vegetación característica esencial de la ciudad de Zamora, en la que sobresalen globos celestes que simbolizan la limpieza a través del uso de técnicas adecuadas y que no contaminen, en las mismas que se encuentra la

inscripción de la razón social de la empresa, para culminar en letras rojas el slogan de la misma:



## PLAZA

El servicio ofrecido será comercializado por la empresa de aseo y limpieza "LIMPIA MÁS S.A.". Para su adecuada distribución y colocación en el mercado se ha optado por dos canales de distribución que permitan llegar con el servicio a diversos hogares e instituciones en el menor tiempo posible y asegurar las ventas del mismo, el canal de distribución será el siguiente:



El canal de distribución implementado inicia en la empresa y va directamente al usuario.

### **PRECIO**

- El precio será determinado de forma tal que cubra los gastos en los cuales la empresa incurra para dar el servicio, al cual se le asignará un porcentaje de utilidad, el precio debe estar en relación con el precio ofrecido por la competencia.
- Se realizarán ofertas según la cantidad de veces que se utilice el servicio en el año.
- Brindará créditos a instituciones y personas particulares que requieran de este servicio.

### **PUBLICIDAD**

La publicidad es una herramienta fundamental que va a permitir difundir en el mercado los diversos aspectos del nuevo servicio, para ello se ha tomado en consideración el criterio de los encuestados sobre los medios de comunicación más vistos, escuchados y leídos, para que sea en estos medios de mayor acogida donde se coloque la publicidad referente a mi producto y empresa.

## ESTUDIO TÉCNICO

### DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Se le puede considerar el tamaño de la planta como la capacidad instalada de producción, expresada en: volumen, m<sup>2</sup>, valor, ciclo de operación (mes, día, turno, hora), etc.

El tamaño de la empresa será considerada como la capacidad instalada de servicios, este será diseñado en base a las necesidades específicas y técnicas para el servicio a brindar; tomando en cuenta que es un proceso que requiere de mucho cuidado y controlado diariamente.

### CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN (CAPACIDAD INSTALADA)

En el primer año la planta tendrá una capacidad para 1593550 m<sup>2</sup> que cubrir, ya que esto es el promedio de las personas que si van a ser uso de este servicio trabajando al máximo en su capacidad.

**Cuadro N° 52**

#### Determinación de la Demanda a Cubrir por el Proyecto

Años	Demanda Existente	Capacidad Instalada al 100%	% de Atención
1	1517043	1593550	95
2	1545581	1593550	97
3	1574678	1593550	99
4	1604345	1593550	101
5	1634594	1593550	103
6	1665435	1593550	105
7	1696881	1593550	106
8	1728944	1593550	108
9	1761635	1593550	111
10	1794966	1593550	113

Elaborado: La Autora

## CAPACIDAD UTILIZADA

Para el primer año de ejecución del proyecto se prevé utilizar al 10% la capacidad de la planta, ya sea en la infraestructura, personal, materiales y recurso financiero.

En el segundo año la empresa trabajará con una capacidad utilizada del 15% y en adelante con un 5% mas esto debido a que se dejará el resto para el mantenimiento de las maquinas, razón por la cual no se trabajará al 100%.

**Cuadro N° 53**  
**Determinación de la Demanda a Utilizar la Empresa por el Proyecto**

Años	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
1	1593550	10%	159355
2	1593550	15%	239033
3	1593550	20%	318710
4	1593550	25%	398388
5	1593550	30%	478065
6	1593550	35%	557743
7	1593550	40%	637420
8	1593550	45%	717098
9	1593550	50%	796775
10	1593550	55%	876453

**Elaborado:** La Autora

Tomando en cuenta aspectos tales como: compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos, que permitan la operación de la empresa, como

- a) Distribución en planta.-** Consiste en colocar las maquinas y demás equipos de la manera que permita a los materiales avanzar con mayor facilidad, al costo más bajo y con el mínimo de manipulación, desde que se reciben las materias primas hasta que se despachan los servicios.

**b) Tiempos de Procesos.-** Toda operación o actividad, así como los trasportes, inspecciones y demoras se desarrollan en el tiempo. Por lo que es importante definir el esquema de cálculo de tiempos estándares a utilizarse sumando el tiempo maquinas, transporte, demoras e inspecciones al de los suplementos del operario o trabajador.

**c) Tecnología de Producción.-** Hay que anotar las características de la tecnología a ser utilizada en el proceso productivo. Para ello debemos realizar un ejercicio de verificación de las condiciones tecnologías existentes; determinando la tecnología mínima disponible para brindar este servicio. Sea que esté ya en la empresa o la que cuente a disposición el mercado.

## **LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA**

### **Macro localización**

La microempresa estará localizada en el Ecuador, El cantón Zamora, se encuentra al Nor-Occidente de la provincia de Zamora Chinchipe.

### **Datos y Ubicación Geográfica del cantón Zamora**

**Fecha de Creación:** 5 de noviembre de 1952.

**Cabecera Cantonal:** Zamora

**Superficie:** 23.110 Km<sup>2</sup>

**Ubicación:** suroriente de la Amazonía ecuatoriana

**Altitud:** 1.500 m

**Límites:** Al norte con Azuay y Morona Santiago, al sur y al este con Perú, y al oeste con Loja.

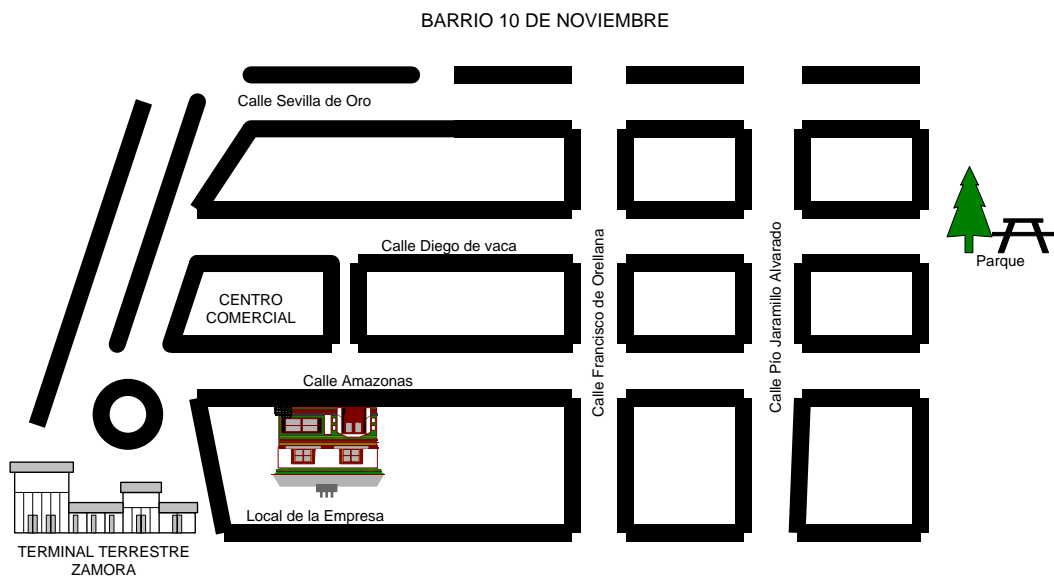
Gráfico N° 32



**Micro localización**

La localización exacta para ubicar la empresa es el barrio 10 de noviembre en la calle Amazonas a lado del terminal terrestre de Zamora:

Gráfico N° 33





## INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de la ingeniería del proyecto se lo realiza con la finalidad de poder determinar los aspectos relacionados con la infraestructura física, tecnología necesaria y maquinaria para la operación en la planta. Esto representa un primer acercamiento a las realidades del medio para poder llevar a cabo el funcionamiento de la planta.

## TECNOLOGÍA A UTILIZAR

La tecnología que se utilizara está representada por la maquinaria requerida para el lavado de alfombras, su descripción a continuación:

### Lava alfombras - Carpet kliner® serie 300



### Características:

Las Extractoras Carpet Kliner® son fáciles de usar: solo llene el tanque de solución con agua y detergente y elija una boquilla para alfombras o tapizados que se ajuste a sus necesidades.

Tambor de polietileno, de 6 mm de espesor, no se abolla, no se despinta ni se oxida. Resistente a los químicos.

Larga vida sin fallas.

Ruedas de gran diámetro

Permiten trasladar la máquina con suavidad y facilidad. No marcan.

Ruedas o Carro

Serie 300 sobre 5 ruedas giratorias, las alfombras se secan en poco tiempo.

### **Enceradora Abrillantadora de Pisos Industrial**



Procedente de USA., modelo HAWK 1020, motor de 1 HP de potencia, con sistema de engranaje satelital en línea recta

Interruptor mecánico que evita accidentes, cepillo de 51 cm. de diámetro, ruedas de 15 cm. 175 RPM.

Rasqueta, Encera, abrillanta, súper abrillanta y friega pisos y alfombras

### Aspiradoras Industriales de Servicio Extra pesado DV-E3



La Aspiradora DV-E3 de Tres Motores combina funcionamiento de gran alcance con características superiores para abordar una amplia gama de usos extremos. El DV-E3 produce una elevación estática de agua de 90" (2,3m) y un desplazamiento de aire de 353 pies cúbicos/minuto (9,9 m<sup>3</sup>/min). Cada unidad viene equipada con un filtro de bolsillo que atrapa partículas de hasta 3 micrones y un sacudidor de filtro externo para mantener los filtros despejados. El tanque de colección es desmontable y puede ser rodado hacia afuera debajo de la aspiradora sin quitarle la tapa principal o el filtro.

## Equipo de trabajo

### Gorras



### Uniformes



### Mascarillas



### Guantes



## **DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES.**

Para implementar esta empresa se requiere un espacio físico adecuado para el servicio de aseo y limpieza, para esta distribución se efectuó un estudio de tiempos y movimientos para evitar que en el proceso de producción haya interrupciones y exista continuidad.

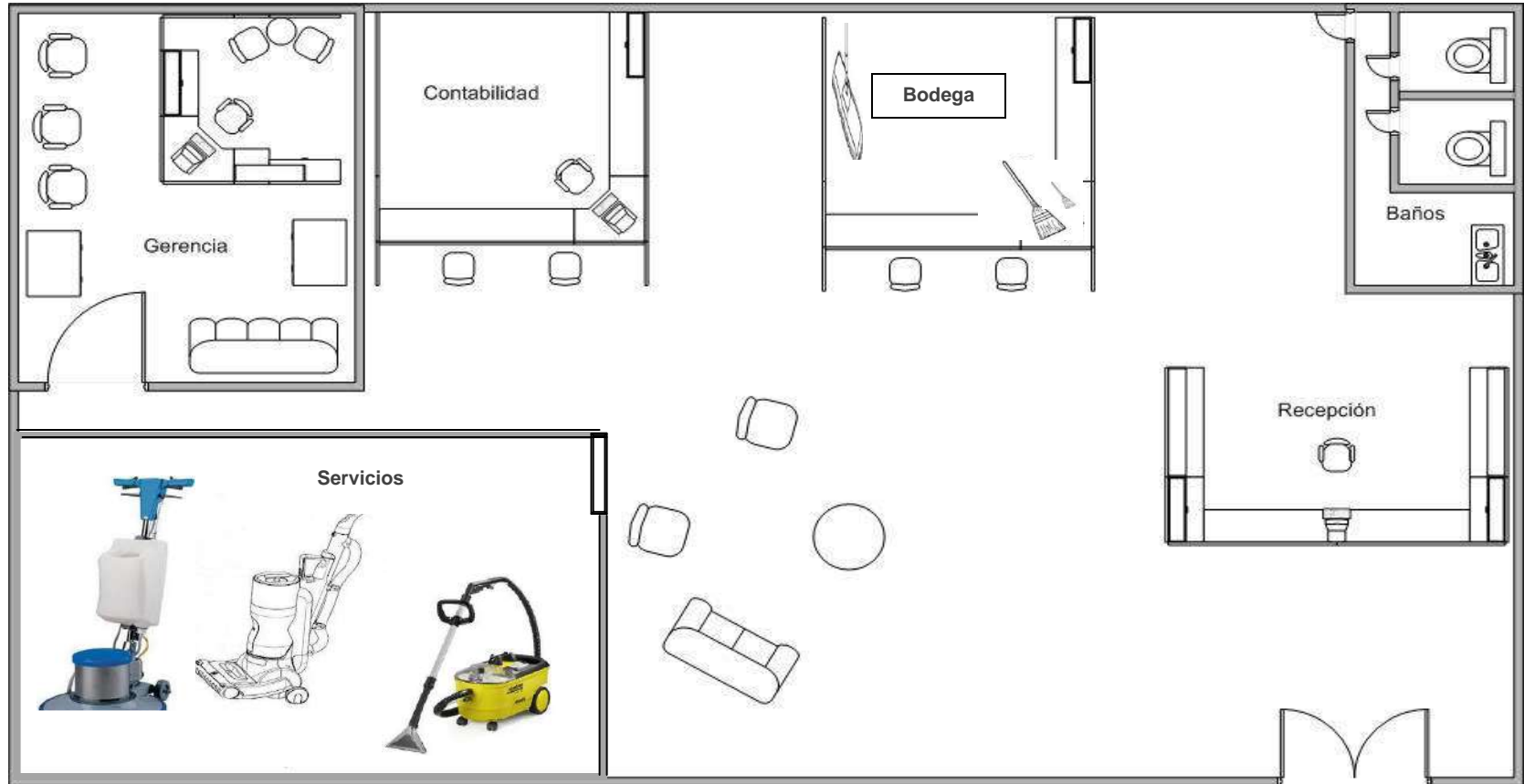
La edificación se la realizará de acuerdo a las necesidades operativas y técnicas, donde constará el área de administración, de producción y bodegas.

## **DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

La planta de servicio de la empresa de aseo y limpieza, estará dividida en 5 partes o secciones que son:

- ◆ **Sector administrativo:** dentro de este sector estarán ubicadas las oficinas donde prestarán sus servicios el personal administrativo, ubicando aquí las oficinas del gerente, secretaria contadora, jefe de producción y una sala de espera para clientes.
- ◆ **Bodega:** destinada como el área de almacenamiento de materiales, este espacio será adecuado y destinado para apilar todos los materiales adquiridos por la empresa para el servicio.
- ◆ **Planta de servicio:** en este espacio se destinarán las maquinarias y herramientas. En este lugar se dará el proceso de limpieza y aseo.

### DISEÑO DE LA PLANTA



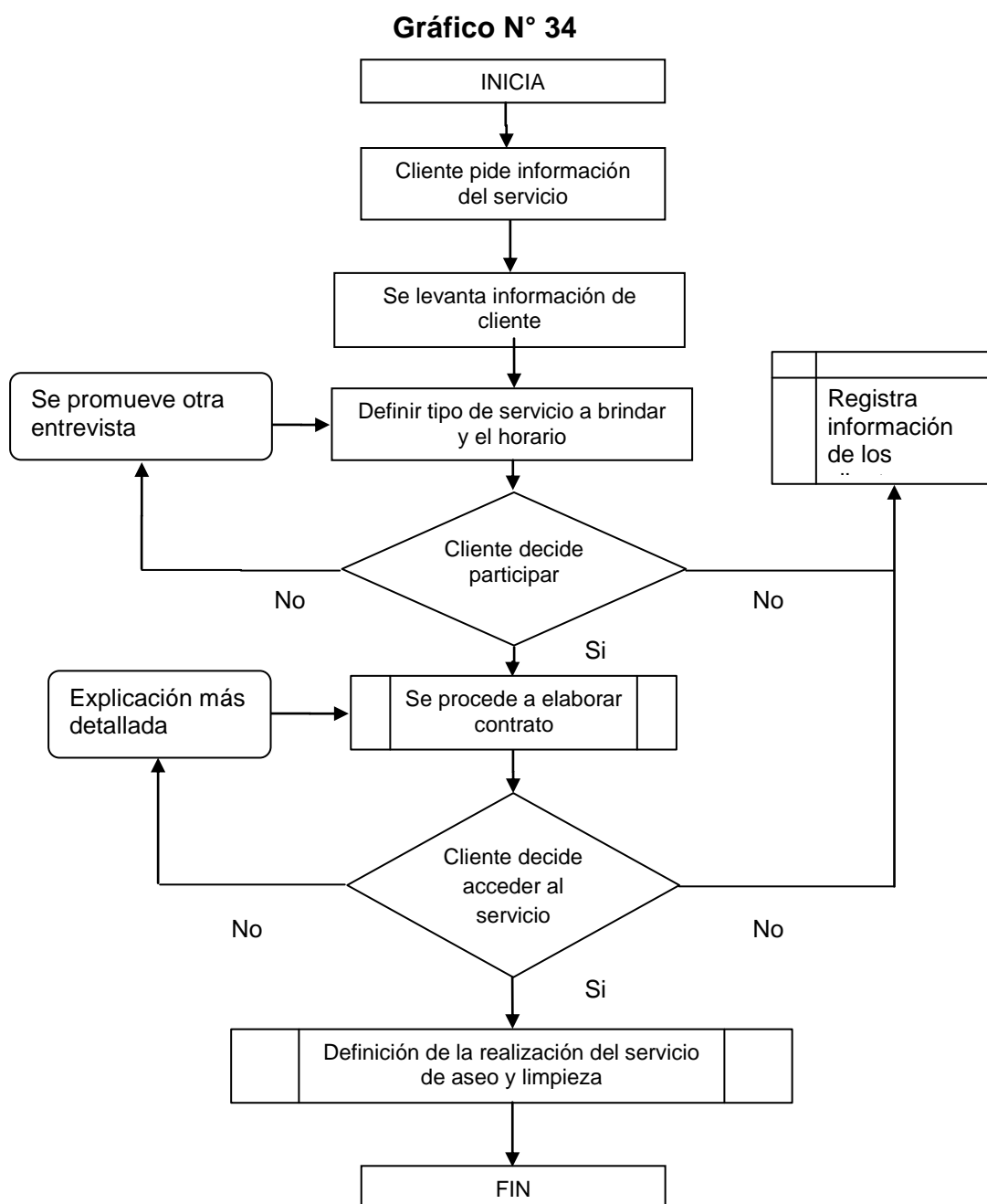
ELABORACIÓN: La Autora

## PROCESO DEL SERVICIO

Aquí se definen las diversas actividades a cumplir de parte de la empresa y que serán desempeñadas por el recurso humano, entre las que se tiene están las siguientes:

- Captación de clientes
- Ejecución del servicio

### FLUJOGRAMA DE CAPTACIÓN A CLIENTES



Elaboración: La Autora

Estas actividades serán desempeñadas de acuerdo a un tiempo previamente establecido:

### Tiempos para captación de clientes

**Cuadro N° 54**

<b>Actividades</b>	<b>Mínimo.</b>	<b>Máximo.</b>	<b>Responsable</b>
Cliente pide asesoría	5 minutos	10 minutos	Ejecutivo en ventas
Vendedor identifica cliente	10 minutos	25 minutos	Ejecutivo en ventas
Definir tipo de servicio a ofrecer	6 horas	7 horas	Gerente
Se promueve asesoría	15 minutos	35 minutos	Ejecutivo en ventas
Almacena información de cliente	10 minutos	15 minutos	Secretaria
Cliente decide	5 ½ horas	6 horas	Secretaría
Se procede a capacitar	½ hora	1 horas	Ejecutivo en ventas
Cliente decide acceder al servicio	½ hora	2 horas	Ejecutivo en ventas
Explicación más detallada	10 minutos	15 minutos	Ejecutivo en ventas
Explicación individual	10 minutos	20 minutos	Ejecutivo en ventas
<b>TOTAL</b>	<b>13 ½ horas</b>	<b>18 horas</b>	

**Elaboración:** La Autora

### Ejecución del servicio

Esta actividad se origina al momento de ofrecer el servicio interviniendo factores como el cliente quien solicita el servicio y la empresa a través de su recurso humano quien lo brinda.

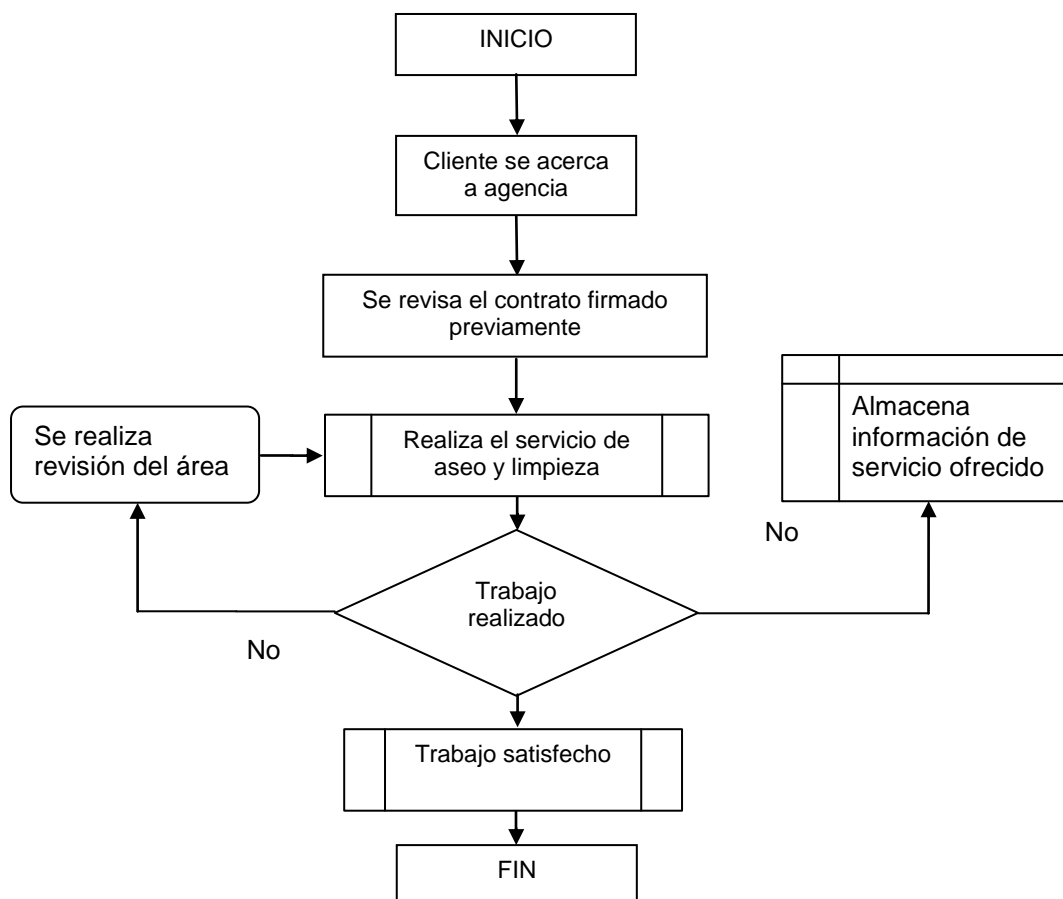
### Requisitos

- Existencia de un contrato
- Disponibilidad de personal
- Existencia del sitio en el cual se efectuará el servicio.



## FLUJOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Gráfico N° 35



Elaboración: La Autora

## Tiempos

Los tiempos que se establecen para esta actividad se los detalla en la siguiente tabla:

**Cuadro N° 55**

### Tiempos para ejecución del servicio

<b>Actividades</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Responsable</b>
Cliente se acerca a agencia	2 horas	5 horas	Ejecutivo Comercial
Se levanta información del servicio.	½ día ( 4 horas laborables)	1 día ( 8 horas laborables)	Gerente
Realiza el servicio	1 hora 30 minutos	2 horas	Ejecutivo Comercial
Trabajo realizado	15 minutos	20 minutos	Ejecutivo Comercial
Se realiza revisión del área	1 día ( 8 horas laborables)	2 días ( 8 horas laborables por día)	Ejecutivo Comercial
Almacena información de servicio	2 minutos	5 minutos	Secretaría
Trabajo satisfecho	4 minutos	10 minutos	Ejecutivo Comercial
<b>TOTAL</b>	<b>15 horas 51 minutos</b>	<b>31 horas, 35 minutos</b>	

**Elaboración:** La Autora

## **REQUERIMIENTOS TÉCNICOS**

Para el servicio de aseo y limpieza se desglosara los siguientes aspectos técnicos fundamentales para su puesta en marcha y correcto funcionamiento:

### **Materia prima**

- Escobas
- Trapeadores
- Desinfectantes
- Cloro
- Detergente en polvo
- Aceite de madera
- Desengrasante
- Jabón liquido
- Ambiental pastillas
- Fanelas
- Baldes

### **Mano de obra**

#### **Administrativos**

- 1 gerente
- 1 jefe de ventas
- 1 secretaria contadora

#### **Planta de Servicio**

- 1 choferes – vendedores
- 5 obreros

**Maquinaria y equipos**

- Lava alfombras
- Enceradora Abrillantadora de Pisos Industrial
- Aspiradoras Industriales

**Equipos de Operación**

- Gorras
- Uniformes
- Guantes
- Mascarillas

**Muebles de oficina**

- 3 escritorios
- 1 sillón tipo gerente
- 3 sillas giratorias
- 4 sillas de espera
- 2 archivadores

**Equipos de oficina**

- 3 computadores
- 1 sumadoras
- 1 línea telefónica
- 2 teléfonos

## **Diseño Organizacional**

### **Estudio Legal**

### **Base filosófica**

La base filosófica para la empresa es elaborada en base a los siguientes aspectos:

#### **Misión**

Limpia Más, es una empresa privada, dedicada a la prestación de servicios de aseo, limpieza, a través de un grupo humano altamente calificado y la utilización de los productos y recursos técnicos más adecuados.

Trabajamos con eficiencia, ética y gran sentido de la responsabilidad por los compromisos adquiridos como una empresa generadora de confianza, por la calidad y cumplimiento de sus servicios, contribuyendo al desarrollo de sus colaboradores.

#### **Visión**

Limpia Más, se consolidara como una empresa líder, por la excelente calidad de sus servicios, y por el respeto y reconocimiento a su grupo empresarial. En los próximos años ser la empresa líder en la rama de la limpieza y extender sus funciones a otros cantones de la provincia de Zamora Chinchipe.

#### **Valores**

**Eficiencia:** Actuar con eficiencia en los procedimientos operativos a realizar con nuestros clientes, preocupados siempre en su satisfacción.

**Responsabilidad:** Los materiales utilizados en el servicio de limpieza son de alta calidad. Los lugares donde se presta el servicio deben mantenerse siempre limpios y ordenados.

**Honestidad:** Brindar un ambiente de honestidad con nuestros clientes y fomentarla en nuestros trabajadores.

**Respeto:** Tratar a todos nuestros clientes y trabajadores por igual, sin importar su condición social o económica.

**Seguridad:** Realizar los procesos operativos con equipo e insumos de calidad. Brindar a nuestro personal la seguridad necesaria laboralmente con el equipo apropiado para desempeñar sus actividades.

**Compromiso:** Tener pleno compromiso con nuestros clientes en realizar labores de supervisión y control con el trabajo realizado por nuestro personal.

**Calidez:** Tener un trato amable y cálido con los nuestros clientes internos y externos.

## **ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA**

**Base Legal.-** Para su operación se crea la empresa cumpliendo con lo que exige la Constitución Política del Estado, Ley de Compañías, Código de trabajo y más leyes concordantes y conexas, así como también sus reglamentos y normas que tengan relación con la iniciación y desarrollo de toda actividad empresarial o de producción el país.

Mismos que se detallan a continuación:

- a. La razón Social de la Empresa:** La constitución de esta empresa se fundamentará con atribuciones legales y técnicas para desarrollar

actividades de servicio de aseo y limpieza. Esta organización con fines de lucro, será una Compañía de Responsabilidad limitada y se denominará **“EMPRESA LIMPIA MÁS Cía. Ltda.”**

- b. Domicilio:** Su domicilio será en el barrio 10 de Noviembre en la calle Amazonas a lado del terminal terrestre de Zamora, en la ciudad de Zamora.
- c. Objeto Social:** El objeto principal de la empresa es el servicio de aseo y limpieza, está identificada dentro de la Pequeña empresa.
- d. Tempo de Duración:** La presente compañía “EMPRESA LIMPIA MÁS Cía. Ltda.” Tiene como plazo de duración cinco años, contados a partir de su registro oficial en la Superintendencia de Compañías.

#### **DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES ADMINISTRATIVOS**

Son los que presidirán la administración dentro de la empresa y la organización del servicio, en función del tipo de empresa y se establecerá como lo estipula la

Ley de Compañías tendrá los siguientes niveles:

##### **Nivel Legislativo**

Es el máximo organismo de dirección en la empresa, está constituido por la Junta General de Accionistas, sus funciones son definir las políticas, reglamentos y destino de la empresa.

##### **Nivel Ejecutivo**

Está a cargo de la gestión operativa de la empresa, para cumplir y hacer cumplir los planes, metas y objetivos determinados por la Junta General de Accionistas de la empresa, lo conforma el Gerente.

**Nivel Asesor**

Es el que orientará y determinará las decisiones que alcancen un tratamiento especial siempre y cuando estén encaminadas a beneficiar a la empresa y sus recursos, pueden ser situaciones de carácter laboral, relaciones judiciales, etc., está representada por el Asesor Jurídico.

**Nivel de Apoyo**

Está conformada por todos los puestos de trabajo que se relacionan directamente con las actividades administrativas de la empresa, con el propósito de aportar su contingente a fin de que se cumplan las metas establecidas por la empresa, ejemplo la secretaria y el conserje – guardián.

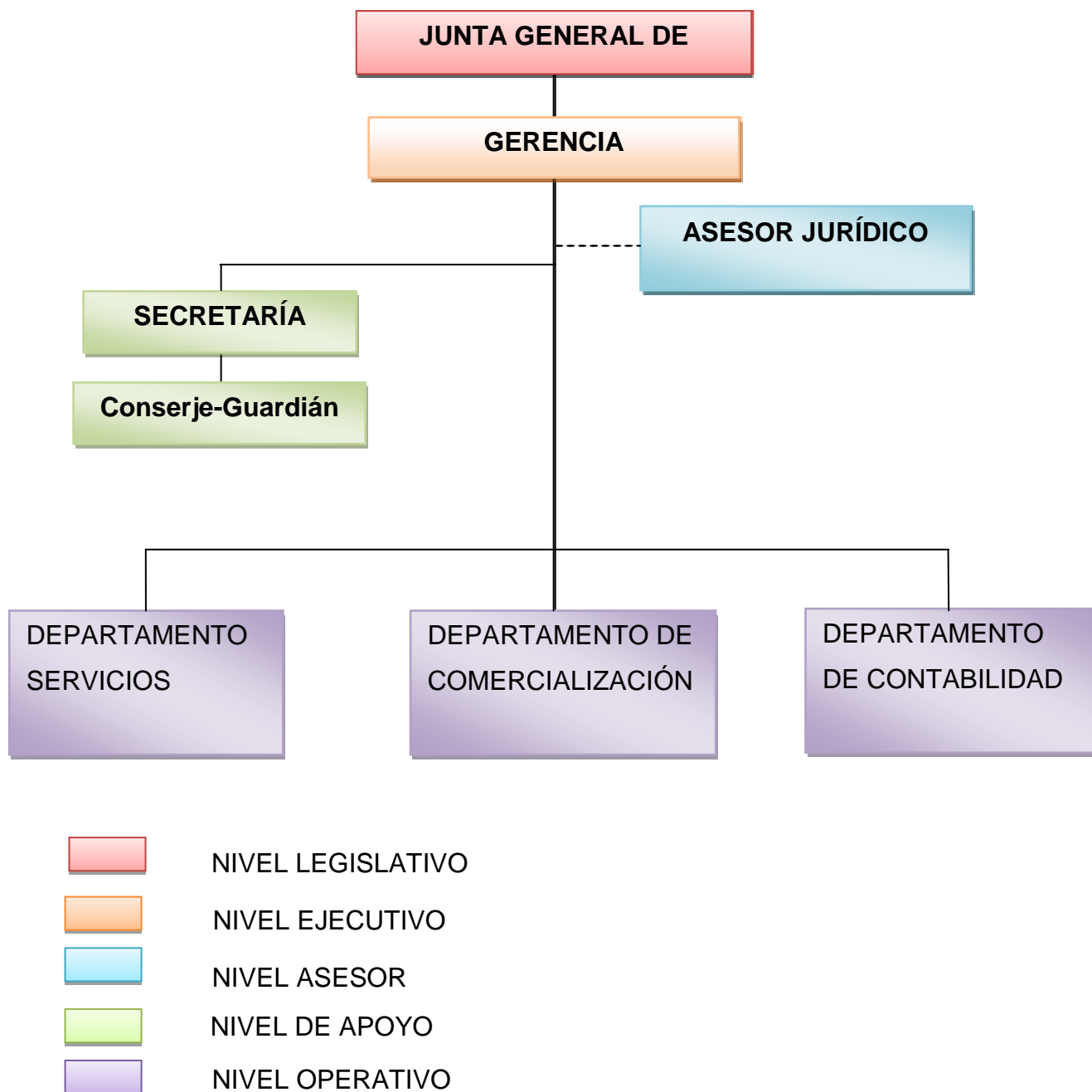
**Nivel Operativo**

Lo conforman todos los puestos y áreas de trabajo que se relacionan directamente con todo el proceso de servicio entre los que tenemos: contabilidad, ventas, etc.

**Estructura Organizativa**

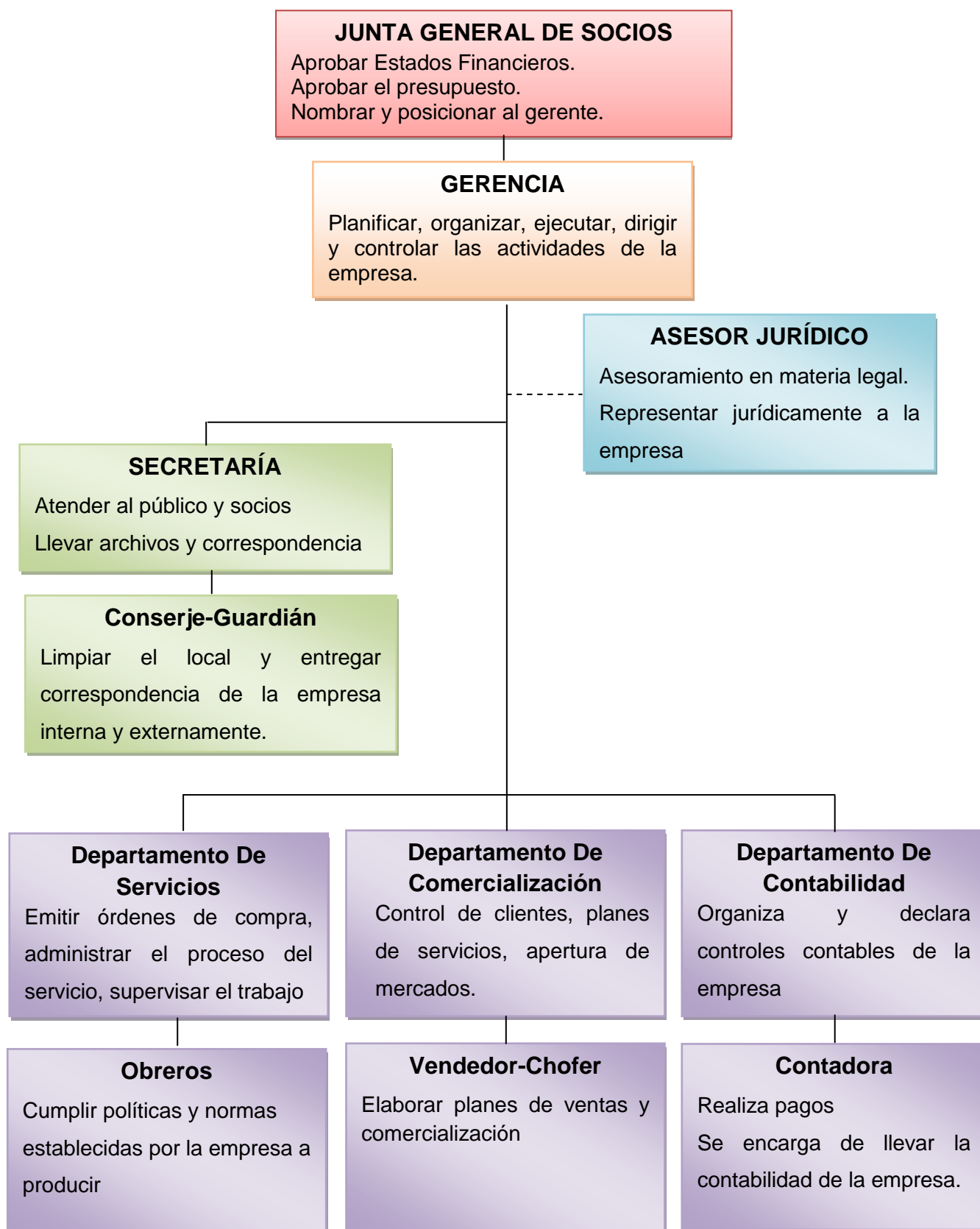
La estructura administrativa de la empresa está dividida en base a cómo se ha organizado la misma la cual está desarrollada de la siguiente manera.



**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA LIMPIA MÁS**

**Elaboración:** La Autora

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA LIMPIA MÁS



Elaboración: La Autora

## **MANUAL DE FUNCIONES**

Son documentos que dentro de la organización ayuda a la administración del talento humano en donde se determinan las características de un puesto, los requisitos que debe cumplir el ocupante del mismo y las funciones que debe ejecutar. A continuación el manual de funciones de la empresa:

**NIVEL JERÁRQUICO:** NIVEL LEGISLATIVO

**PUESTO:** Junta general de Socios

**CÓDIGO:** 01

**CARACTERÍSTICAS:** Tiene facultad de resolver todo los aspectos relacionados con la actividad de la empresa dentro de los límites establecidos por la Ley.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Conocer y aprobar el balance general y el estado de pérdidas y ganancias, previo informe.
- ✓ Analizar los informes emitidos por el gerente de la empresa sobre las actividades desarrolladas por la misma.
- ✓ Resolver todo los aspectos relacionados con las actividades de la empresa dentro de los límites establecidos por la Ley.
- ✓ Hacer cumplir con las políticas y reglamentos internos.
- ✓ Resuelve sobre la disolución y liquidación de la empresa.

### **REQUISITOS:**

- ✓ Tener las acciones a su nombre debidamente certificadas y legalizadas.

**NIVEL JERÁRQUICO: NIVEL EJECUTIVO****PUESTO:** GERENTE**CÓDIGO:** 02

**CARACTERÍSTICAS:** El puesto requiere de un profesional dinámico con habilidades para planificar, programar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realicen en la empresa.

**FUNCIONES:**

- ✓ Ejercer la representación judicial y extrajudicial de la empresa.
- ✓ Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las disposiciones emanadas de la junta general de socios.
- ✓ Presentar periódicamente a la junta general de socios: programas, presupuestos, proyectos y sugerencias para su aprobación.
- ✓ Participar de las reuniones convocadas por la junta general de socios
- ✓ Nombrar y remover por causa justa al personal administrativo a su cargo.
- ✓ Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de socios e informar sobre la marcha de las mismas.
- ✓ Velar por la correcta utilización de los recursos de la empresa, y demás funciones y disposiciones que los organismos superiores le deleguen.

**REQUISITOS:**

- ✓ Título de Ing. Administrador de Empresa o Ing. Comercial
- ✓ conocimientos de informática y relaciones humanas.

**EXPERIENCIA:**

- ✓ 3 años.

**NIVEL JERÁRQUICO: NIVEL ASESOR****PUESTO:** ASESOR LEGAL**CÓDIGO:** 03**CARACTERÍSTICAS:** Persona responsable de representar jurídicamente a la empresa.**FUNCIONES:**

- ✓ Asesorar jurídicamente al nivel Directivo, Ejecutivo, Asesor, Apoyo y Operativo de la empresa.
- ✓ Representar a la Empresa, judicial y extrajudicialmente en asuntos inherentes a su profesión y función.
- ✓ Cumplir las funciones propias e inherentes en asuntos laborales, penales, civiles, administrativos y mercantiles de la Empresa.
- ✓ Autorizar las minutas y suscribirlas respecto a los contratos que realice la empresa.
- ✓ Participar en los Comités o grupos de trabajo que señalen las leyes, reglamentos o el nivel directivo o ejecutivo de la Institución.
- ✓ Emitir los informes y/o dictámenes de carácter jurídico que le sean o no solicitados por los directores departamentales, Gerencia, Directorio.

**REQUISITOS:**

- ✓ Abogado.
- ✓ Cursos de contratos públicos.

**EXPERIENCIA:**

- ✓ Experiencia profesional de por lo menos de 2 años.

**NIVEL JERÁRQUICO: NIVEL AUXILIAR O APOYO****PUESTO:** SECRETARIA - CONTADORA**CÓDIGO:** 04**CARACTERÍSTICAS:** Llevar el control contable de la empresa, registro de pagos y actividades de secretaría.**FUNCIONES:**

- ✓ Llevar libro de actas
- ✓ Receptar, clasificar y registrar en libros los documentos que ingresan a la empresa
- ✓ Receptar y efectuar llamadas telefónicas
- ✓ Registrar la asistencia diaria del personal
- ✓ Elaborar y registrar comprobantes de ingreso y egreso
- ✓ Asesorar a directivos sobre aspectos contables y tributarios
- ✓ Planificar, evaluar y ejecutar el movimiento económico de la empresa
- ✓ Presentar los informes económicos y contables solicitados por los superiores, y más funciones que le sean encomendadas.

**REQUISITOS:**

- ✓ Título de Contador (a) Público Autorizado
- ✓ Conocimiento de presupuestos y costos
- ✓ Conocimientos de ofimática

**EXPERIENCIA:**

- ✓ 2 años

**NIVEL JERÁRQUICO:** NIVEL DE APOYO

**PUESTO:** CONSERJE- GUARDIÁN

**CÓDIGO:** 05

**CARACTERÍSTICAS:** Actuar con dependencia profesional usando su criterio para la resolución de los problemas.

**FUNCIONES:**

- ✓ Colaborar con la seguridad de los bienes de la empresa.
- ✓ Solicitar identificación a las personas que ingresen a la empresa.
- ✓ Mantener el orden dentro de la empresa.
- ✓ Abrir la planta y facilitar el ingreso del personal
- ✓ Asear interna y externamente las instalaciones de la empresa

Cierra las puertas una vez terminada la jornada de trabajo.

**REQUISITOS:**

- ✓ **Educación:** Educación básica

**EXPERIENCIA:**

- ✓ 1 año

**NIVEL JERÁRQUICO: NIVEL OPERATIVO****PUESTO:** DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN**CÓDIGO:** 06

**CARACTERÍSTICAS:** Definir en la empresa los medios de comercialización del mercado, dar a conocer al usuario los servicios ofertados por la empresa.

**FUNCIONES:**

- ✓ Definir estrategias de comercialización
- ✓ Dar a conocer a los clientes sobre las ventajas de los servicios ofertados por la empresa
- ✓ Receptar las notas del servicio de los clientes.
- ✓ cumplir con lo solicitado por clientes
- ✓ Informar en forma oportuna sobre precios y promociones de los servicios al cliente
- ✓ Elaboración y entrega de informes semanales sobre montos de ventas efectuados y más funciones que le sean encomendadas.

**REQUISITOS:**

- ✓ Ing. Comercial o afines
- ✓ Licencia profesional
- ✓ Cursos de relaciones humanas
- ✓ buena presentación.



**NIVEL JERÁRQUICO: NIVEL OPERATIVO****PUESTO:** VENDEDOR-CHOFER**CÓDIGO:** 07**CARACTERÍSTICAS:** Conocimiento y promoción del servicio en la ciudad**FUNCIONES:**

- ✓ Promoción y comercialización del servicio.
- ✓ Elaboración de informes y control del servicio ofrecido.
- ✓ Distribución del personal para dar el servicio de aseo y limpieza (casa/edificios).
- ✓ Más funciones que le asignen los supervisores.
- ✓ Socialización de los servicios ofrecidos.
- ✓ Búsqueda de nuevos clientes.
- ✓ Atención al cliente.

**REQUISITOS:**

- ✓ Mínimo bachiller
- ✓ Conocimientos fundamentales en ventas y atención al cliente.
- ✓ Licencia de conducción

**NIVEL JERÁRQUICO: NIVEL OPERATIVO****PUESTO:** DEPARTAMENTO DE SERVICIOS**CÓDIGO:** 08

**CARACTERÍSTICAS:** Representar a la empresa ante los diversos medios de comercialización del mercado, dar a conocer al usuario sobre los servicios ofertados por la empresa.

**FUNCIONES:**

- ✓ Alistar la maquinaria para el servicio requerido.
- ✓ Limpieza y calibración de las maquinas.
- ✓ Evitar desperdicios en el proceso
- ✓ Supervisar la calidad del servicio
- ✓ Controlar las existencias de la materiales requeridos para el servicio.

**REQUISITOS:**

- ✓ Mínimo tecnólogo o Ing. En industrias
- ✓ Cursos de relaciones humanas
- ✓ Conocimiento en mecánica industrial básica.

**NIVEL JERÁRQUICO: NIVEL OPERATIVO****PUESTO:** OBREROS**CÓDIGO:** 09**CARACTERÍSTICAS:** Realiza el cumplimiento del servicio de aseo y limpieza tanto en casas como en edificios**REQUISITOS:**

- ✓ Haber terminado el Bachillerato.
- ✓ Experiencia de un año en funciones similares.

**FUNCIONES:**

- ✓ Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.
- ✓ Se encargan de la actividad productiva de la empresa, aplicando técnicas adecuadas y modernas para la realización el producto.

## ESTUDIO FINANCIERO

### Inversiones y Financiamiento

Dentro del análisis financiero de la empresa, la determinación de las inversiones y el financiamiento son partes fundamentales, ya que mediante la estructuración se podrá determinar el monto a invertir en el proyecto y las fuentes que financiarán el mismo.

### Inversiones

Es la cantidad de recursos financieros, su objetivo es definir la cuantía de los requerimientos de activos de la empresa y se clasifican en:

### Inversiones en Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en comprar bienes tangibles, se utilizan para garantizar la operación del proyecto entre ellos tenemos:

**Terreno:** De acuerdo al departamento de avalúos y catastros del Municipio de la Ciudad de Loja, cada metro cuadrado está avaluado en \$13,00; se requiere un terreno de 300 metros cuadrados.

**Cuadro N° 56**

### Terreno

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Terreno	M2	300	12,00	3600,00

**Fuente:** Municipio de Zamora Chinchipe

**Elaboración:** La Autora

**Construcción:** Son las construcciones y adecuaciones que se van a realizar para la empresa en sus diferentes áreas como: administrativas, de servicio, almacenamiento y recepción.

**Cuadro Nº 57  
Construcción**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
<b>Área de Administración</b>	m <sup>2</sup>	55	210,00	11550,00
Planta servicio	m <sup>2</sup>	150	100,00	15000,00
Área Recepción	m <sup>2</sup>	50	85,00	4250,00
Bodega	m <sup>2</sup>	45	50,00	2250,00
<b>TOTAL</b>		<b>300</b>	<b>445,00</b>	<b>33050,00</b>

**Fuente:** Arq. Jocy Samaniego, Sr Jorge Japón

**Elaboración:** La Autora

**Maquinaria y Equipo:** Son todas aquellas máquinas y accesorios indispensables para el normal funcionamiento de las actividades de la empresa.

**Cuadro Nº 58  
Maquinaria y Equipo**

Descripción	cantidad	valor Unitario	valor total
lavadora de alfombras	2	958,00	1916,00
Enceradora abrillantadora de piso	2	1000,00	2000,00
Cestos de Basura Carretilla para Movilización de implementos	5	45,00	225,00
Aspiradora industrial	3	1067,00	3201,00
<b>Total</b>			<b>7342,00</b>

**Fuente:** Almacén de la Localidad

**Elaboración:** La Autora

**Equipo de Seguridad:** Se ha tomado en consideración este rubro el valor para adquisición de equipo de protección como guantes, cascos y mascararas; que servirán para seguridad de los obreros durante la

ejecución del servicio, esos tienen un tiempo de vida útil de un año; de tal modo que el servicio reúna las condiciones necesarias de calidad.

**Cuadro N° 59**  
**Equipo de Seguridad**

Descripción	cantidad	valor Unitario	valor total
Guantes	5	7,00	35,00
Mascarillas	5	3,75	18,75
Uniformes	5	65,00	325,00
Gorras	5	7,00	35,00
total			413,75

**Fuente:** Casas Comerciales  
**Elaboración:** La Autora

**Equipo de oficina:** los equipos de oficina que a continuación se detallan servirán para desarrollar con mayor rapidez y eficiencia las actividades dentro del área administrativa de la empresa.

**Cuadro N° 60**  
**Equipo de Oficina**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computadora	Unidad	3	1356,00	4068,00
Impresora	Unidad	3	449,00	1347,00
Sumadora	Unidad	2	75,00	150,00
Equipo Telefónico	Unidad	1	130,00	130,00
<b>TOTAL</b>				<b>5695,00</b>

**Fuente:** Almacenes de la Localidad, Tecno Compu  
**Elaboración:** La Autora

**Muebles y Enseres:** En este rubro se incluyen los valores correspondientes al mobiliario que facilitara la comodidad y adecuación del área administrativa y producción para el uso del personal y de los clientes.

**Cuadro N° 61****Muebles y Enseres**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Escritorio Ejecutivo	Unidad	1	399,00	399,00
Sillón Ejecutivo	Unidad	1	90,00	90,00
Escritorio tipo Secretaria	Unidad	1	275,00	275,00
Sillas Giratorias	Unidad	2	75,00	150,00
Sillas	Unidad	6	25,00	150,00
Archivadores	Unidad	4	450,00	1800,00
<b>TOTAL</b>				<b>2864,00</b>

**Fuente:** Almacenes de la Localidad y Aserríos

**Elaboración:** La Autora

**Vehículo:** Tomando en consideración que la empresa debe transportar al personal, tanto en el mercado local como provincial se ha previsto la adquisición de un vehículo.

**Cuadro N° 62****Vehículo**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Furgoneta Kia Pregio	unidad	1	13000	13000

**Fuente:** Feria de Carros de la Ciudad de Loja.

**Elaboración:** La Autora

**RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS****Cuadro N° 63**

<b>Activos</b>	<b>Valor total</b>
Construcción	33050,00
Maquinaria y equipo	7342,00
equipo de seguridad	413,75
equipo de oficina	5695,00
mueble y enseres	2864,00
Vehículo	15000,00
Imprevistos 5%	3218,24
<b>Total</b>	<b>67582,99</b>

**Elaboración:** La Autora

**RESUMEN DE DEPRECIACIONES**  
**Cuadro N° 64**

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Construcción	33050,00	5,00%	1652,50	20	1569,88
Equipo Y Maquinaria	7342,00	10,00%	734,20	10	660,78
Equipo de Oficina	5695,00	10,00%	569,50	5	1025,10
Equipo de seguridad	413,75	100,00%	413,75	1	0,00
Muebles y Enseres	2864,00	20%	572,80	5	458,24
Vehículo	15000,00	10,00%	1500,00	5	2700,00
<b>TOTAL</b>			<b>5442,75</b>		<b>6414,00</b>

Elaboración: La Autora

**Inversiones en Activos Diferidos**

Son todos aquellos rubros que están constituidos para la formulación y realización del proyecto entre ellos tenemos:

**Cuadro N° 65**  
**Inversiones en Activos Diferidos**

Conceptos	Ítems	Monto Individual	Monto Total
Elaboración del Proyecto	Estudios preliminares	750	1250
	Constitución de la empresa	500	
Prueba de funcionamiento	Montaje de equipos y Maquinaria	1000	1000
Permisos	Pago de patentes	300	300
Instalaciones	Arreglo varios	570	570
Imprevistos	5%	158,5	158,5
		<b>3278,5</b>	<b>3278,5</b>

Fuente: Asesoramiento Profesional

Elaboración: La Autora

**AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO**  
**Cuadro N° 66**

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	10	3278,5	327,85

Elaboración: La Autora



### Inversiones en Activos Circulantes

Llamado también capital de trabajo, es la suma de todos los gastos pre-operativos de una empresa, se incluye un encaje mínimos de imprevistos (5%) y generalmente se calculan para un mes:

**Materiales:** son todos aquellos materiales que se utiliza para realizar el trabajo

**Cuadro N°67**

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total mensual	valor total anual
Escobas	Unidad	6	2,65	15,90	190,80
Trapeadores	Unidad	6	4,50	27,00	324,00
Desinfectante	Galón	5	10,50	52,50	630,00
Cloro	Galón	8	10,00	80,00	960,00
Limpiones	Unidad	6	1,50	9,00	108,00
Plumeros	Unidad	6	3,50	21,00	252,00
Cepillos de cerdas plásticas	Unidad	7	3,00	21,00	252,00
Cepillos cerda plástica con Mango para inodoros	Unidad	5	4,90	24,50	294,00
Líquidos para Limpieza de Vidrios	Galón	4	7,80	31,20	374,40
Líquido para limpieza de pisos y cerámica	Galón	5	8,00	40,00	480,00
Líquidos para Limpieza de Madera	Galón	5	7,50	37,50	450,00
Detergente liquido	Galón	5	12,00	60,00	720,00
Aceite de madera	Galón	4	7,50	30,00	360,00
Desengrasante	Galón	5	9,35	46,75	561,00
Jabón liquido	Galón	5	8,00	40,00	480,00
Ambiental pastillas	Unidad	15	1,50	22,50	270,00
Franelas	Unidad	8	3,25	26,00	312,00
Baldes	Unidad	5	5,60	28,00	336,00
<b>Total</b>				<b>612,85</b>	<b>7354,20</b>

**Fuente:** Mercado de la Localidad

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de Materiales:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.

**Cuadro N° 68**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	7354,20
2	7498,34
3	7645,31
4	7795,16
5	7947,94
6	8103,72
7	8262,56
8	8424,50
9	8589,62
10	8757,98

**Fuente:** Tasa de inflación del 1,96% 2010

**Mano de Obra Directa:** En este rubro se considera todo el gasto empleado en la contratación del personal que interviene directamente en el servicio a brindar, es decir aquellos que con su trabajo realizan actividades de aseo y limpieza. La mano de obra directa estará integrada por 5 obreros, quienes ejecutaran el proceso de producción.

**Cuadro N° 69**  
**Mano de Obra Directa**

<b>Especificaciones</b>	<b>Valor</b>
Sueldo Básico	420,00
Décimo Tercero (S.B./12)	35,00
Décimo Cuarto (S.B./12)	35,00
Vacaciones (S.B./24)	17,50
<b>Total Ingresos</b>	<b>507,50</b>
Aporte Patronal IEES (12,15%)	51,03
<b>Total Egresos</b>	<b>51,03</b>
Total Remuneración (I-E)	<b>456,47</b>
Nº Obreros	5
<b>Total Mensual</b>	2282,35
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>27388,20</b>

**Fuente:** Inspectoría de Trabajo

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de la Mano de Obra Directa:** La proyección se la realizará con el 5,41%, que es la tasa de inflación del año 2011.

**Cuadro N° 70**

<b>Años</b>	<b>V. Total</b>
1	27388,20
2	27925,01
3	28472,34
4	29030,40
5	29599,39
6	30179,54
7	30771,06
8	31374,17
9	31989,11
10	32616,09

**Fuente:** Tasa de inflación 2010 de 1,96%

**Elaboración:** La Autora

**Mano de Obra Indirecta:** Son los Gastos de contratación de empleados que intervienen de forma indirecta en el proceso del servicio, la mano de obra indirecta estará a cargo de un jefe de ventas.

**Cuadro N° 71****Mano de Obra Indirecta**

<b>Especificaciones</b>	<b>Valor</b>
Sueldo Básico	600,00
Décimo Tercero (S.B./12)	50,00
Décimo Cuarto (S.B./12)	50,00
Vacaciones (S.B./24)	25,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>725,00</b>
Aporte Patronal IEES (12,15%)	72,90
<b>Total Egresos</b>	<b>72,90</b>
Total Remuneración (I-E)	<b>652,10</b>
jefe de ventas	1
<b>Total Mensual</b>	<b>652,10</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>7825,20</b>

**Fuente:** Inspectoría de Trabajo

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de la Mano de Obra Indirecta:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.

Cuadro N° 72

Años	V. Total
1	7825,20
2	7978,57
3	8134,95
4	8294,40
5	8456,97
6	8622,73
7	8791,73
8	8964,05
9	9139,74
10	9318,88

Fuente: Tasa de inflación 2010 de 1,96%

Elaboración: La Autora

**Servicios Básicos:** Son todos los pagos que se realizan por le agua, energía eléctrica y el teléfono.

Cuadro N° 73

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable m3	242,00	2904,00
Energía eléctrica Kw	174,00	2088,00
Teléfono (minutos)	54,00	648,00
<b>Total</b>	<b>470,00</b>	<b>5640,00</b>

Fuente: Municipio; EERSSA; CNT.

Elaboración: La Autora

**Proyección de los Servicios Básicos:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.

Cuadro N° 74

Años	V. Total
1	5640,00
2	5750,54
3	5863,25
4	5978,17
5	6095,35
6	6214,82
7	6336,63
8	6460,82
9	6587,46
10	6716,57

Fuente: Tasa de inflación 2010 de 1,96%

Elaboración: La Autora

**Sueldos Administrativos:** Conforman el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el servicio, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro N° 75

## Sueldos Administrativos

Especificaciones	Gerente	Conserje-Guardián	Secretaria-Contadora	Asesor Jurídico
Sueldo Básico	750,00	350,00	400,00	
Décimo Tercero (S.B./12)	62,50	29,17	33,33	
Décimo Cuarto (S.B./12)	62,50	29,17	33,33	
Vacaciones (S.B./24)	31,25	14,58	16,67	
<b>Total Ingresos</b>	<b>906,25</b>	<b>422,92</b>	<b>483,33</b>	
Aporte Patronal IEES (12,15%)	91,13	42,53	48,60	
<b>Total Egresos</b>	<b>91,13</b>	<b>42,53</b>	<b>48,60</b>	
Total Remuneración (I-E)	<b>815,13</b>	<b>380,39</b>	<b>434,73</b>	50,00
<b>TOTAL ANUAL</b>	9781,50	4564,70	5216,80	600,00
<b>TOTAL</b>				<b>20163,00</b>

Fuente: Inspectoría de Trabajo

Elaboración: La Autora

**Proyección de Sueldos Administrativos:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.

**Cuadro N° 76**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	20163,00
2	20558,19
3	20961,14
4	21371,97
5	21790,86
6	22217,97
7	22653,44
8	23097,44
9	23550,15
10	24011,74

**Fuente:** Tasa de inflación 2010 de 1,96%

**Elaboración:** La Autora

**Útiles de Oficina:** Es el gasto que se produce con la adquisición de material de oficina como: papel bond, facturas, esferográficos, lápices, etc.

**Cuadro N° 77**  
**Útiles de Oficina**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo MENSUAL</b>	<b>Costo Anual</b>
Facturas	1 millar	50,00	50,00	600,00
Papel bond	1 resmas	3,30	3,30	39,60
Lápices	6	0,15	0,90	10,80
Esferográficos	9	0,20	1,80	21,60
Sacapuntas	4	0,20	0,80	9,60
Imprevistos 5%			2,84	34,08
<b>Total</b>			<b>59,64</b>	<b>715,68</b>

**Fuente:** Casas Comerciales

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de Útiles de Oficina:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.

**Cuadro N° 78**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	715,68
2	729,71
3	744,01
4	758,59
5	773,46
6	788,62
7	804,08
8	819,84
9	835,91
10	852,29

**Fuente:** Tasa de inflación 2010 de 1,96%

**Elaboración:** La Autora

**Publicidad:** En este rubro se incluyen todo los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva en la comercialización de sus servicios.

**Cuadro N° 79  
Publicidad**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Creación pag.Web	1	12,50	150,00
volantes	6 millares	17,80	106,80
Anuncio televisivo	6 meses	75,00	450,00
<b>Total</b>		<b>105,30</b>	<b>706,80</b>

**Fuente:** Medios de Comunicación de Zamora

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de Publicidad:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.

**Cuadro N° 80**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	706,80
2	720,65
3	734,78
4	749,18
5	763,86
6	778,84
7	794,10
8	809,66
9	825,53
10	841,71

**Fuente:** Tasa de inflación 2010 de 1,96%

**Elaboración:** La Autora

**Combustible y Lubricantes:** Dentro de este rubro se estiman valores que corresponden a gastos producidos por el vehículo en combustibles y lubricantes.

**Cuadro N° 81**  
**Combustible y Lubricantes**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>
Diesel	1780,00	21360,00
Lubricante (Aceite, Agua, entre otros)	150,00	1800,00
<b>Total</b>	<b>1930,00</b>	<b>23160,00</b>

**Elaboración:** La Autora

**Proyección de Combustible y Lubricantes:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.



**Cuadro N° 82**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	23160,00
2	23613,94
3	24076,77
4	24548,67
5	25029,83
6	25520,41
7	26020,61
8	26530,62
9	27050,62
10	27580,81

**Fuente:** Tasa de inflación 2010 de 1,96%

**Elaboración:** La Autora

**Mantenimiento:** Para el desarrollo normal de las operaciones de la empresa y evitar problemas en el servicio, es necesario dar el respectivo mantenimiento a la maquinaria, el edificio y vehículo para lo cual se ha procedido a calcular un porcentaje anual correspondiente a cada rubro.

**Cuadro N° 83****Mantenimiento**

<b>Descripción</b>	<b>Precio</b>	<b>Mantenimiento</b>	<b>Total</b>
Maquinaria/Equipo	7342,00	5%	367,1
Construcción	33050,00	5%	1652,5
Vehículo	15000,00	5%	750
Total Anual			2769,6
<b>Total Mensual</b>			<b>230,80</b>

**Fuente:** Asesoramiento Técnico

**Elaboración:** La Autora

**Proyección del Mantenimiento:** La proyección se la realizará con el 1,96%, que es la tasa de inflación del año 2010.

**Cuadro N° 84**

<b>AÑOS</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	2769,60
2	2823,88
3	2879,23
4	2935,67
5	2993,20
6	3051,87
7	3111,69
8	3172,68
9	3234,86
10	3298,26

**Fuente:** Tasa de inflación 2010 de 1,96%

**Elaboración:** La Autora

### RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

**Cuadro N° 85**

<b>Activos</b>	<b>MONTO 2 MESES</b>	<b>Monto Anual</b>
Materia Prima	1225,70	7354,20
Mano de Obra Directa	4564,70	27388,20
Mano de Obra Indirecta	1304,20	7825,20
Servicios Básicos	940,00	5640,00
Sueldo Administrativo	3360,50	20163,00
Útiles de oficina	119,28	715,68
Publicidad	210,60	706,80
Combustible y Lubricante	3860,00	23160,00
Mantenimiento	461,60	2769,60
Imprevistos 5%	802,33	4786,13
<b>Total</b>	<b>16848,91</b>	<b>100508,81</b>

**Elaboración:** La Autora

### INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

**Cuadro N°86**

<b>Especificación</b>	<b>Valor Total</b>
Activo Fijo	67582,99
Activo Diferido	327,85
Activo Circulante o capital	16848,91
<b>Total</b>	<b>84759,75</b>

**Elaboración:** La Autora

**FINANCIAMIENTO:**

Para poner en funcionamiento la presente empresa se requieren \$84759,75, mismos que serán suministrados de la siguiente manera; el 70,50% con capital propio, por medio del aporte de las accionistas de la empresa; el 29,50% restante a través de un crédito concebido por la Corporación Financiera Nacional (CFN) a una tasa de interés del 10% anual.

**Cuadro N° 87**

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Capital Interno	59759,75	70,50
Capital Externo	25000,00	29,50
<b>Total</b>	<b>84759,75</b>	<b>100,00</b>

Elaboración: La Autora

**Amortización del Préstamo****Cálculo Matemático:****Datos:**

Saldo inicial: \$ 25000

Interés:  $10\% / 100 = 0,10$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (10 pagos cada 6 meses)  $\rightarrow 6 \text{ m} / 12 = 0,5$

**Desarrollo:**

Para sacar la amortización se divide:

$$25000 / 10 \text{ \# de pagos} = 2500,00$$

Para sacar el interés se multiplica:

$$\$ 25000 \times 0,5 \times 0,10 = 1250,00$$

## AMORTIZACIÓN

**Monto:** \$ 25000,00

**Interés:** 10%

**Amortización:** Semestral

**Número de pagos:** 10

**Pagos anuales:** 2

**Cuadro Nº 88**

AMORTIZACIÓN							
AÑO	SEMESTRAL	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVENDO ANUAL	SALDO FINAL
1	1	25.000,00	2.500,00	1.250,00	3.750,00	7.375,00	22.500,00
	2	22.500,00	2.500,00	1.125,00	3.625,00		20.000,00
2	1	20.000,00	2.500,00	1000,00	3.500,00	6.875,00	17.500,00
	2	17.500,00	2.500,00	875,00	3.375,00		15.000,00
3	1	15.000,00	2.500,00	750,00	3.250,00	6.375,00	12.500,00
	2	12.500,00	2.500,00	625,00	3.125,00		10.000,00
4	1	10.000,00	2.500,00	500,00	3.000,00	5.875,00	7.500,00
	2	7.500,00	2.500,00	375,00	2.875,00		5.000,00
5	1	5.000,00	2.500,00	250,00	2.750,00	5.375,00	2.500,00
	2	2.500,00	2.500,00	125,00	2.625,00		0

**Fuente:** Corporación Financiera Nacional (CFN)

**Elaboración:** La Autora

## ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es necesario tomar como base el servicio programado en relación con la capacidad utilizada del proyecto.

Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 1,96% del año 2010.

## PRESUPUESTO DE COSTOS

## Cuadro Nº 89

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>54621,60</b>	<b>55566,46</b>	<b>56529,85</b>	<b>57512,12</b>	<b>58513,65</b>	<b>59534,80</b>	<b>60575,97</b>	<b>61637,54</b>	<b>62719,92</b>	<b>63823,52</b>
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	7354,20	7498,34	7645,31	7795,16	7947,94	8103,72	8262,56	8424,50	8589,62	8757,98
Mano de Obra Directa	27388,20	27925,01	28472,34	29030,40	29599,39	30179,54	30771,06	31374,17	31989,11	32616,09
<b>Total de costos primos</b>	<b>34742,40</b>	<b>35423,35</b>	<b>36117,65</b>	<b>36825,55</b>	<b>37547,34</b>	<b>38283,26</b>	<b>39033,62</b>	<b>39798,67</b>	<b>40578,73</b>	<b>41374,07</b>
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>										
Mano de Obra Indirecta	7825,20	7978,57	8134,95	8294,40	8456,97	8622,73	8791,73	8964,05	9139,74	9318,88
Depreciaciones	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00
Servicios básicos	5640,00	5750,54	5863,25	5978,17	6095,35	6214,82	6336,63	6460,82	6587,46	6716,57
<b>Total de gastos de fabricación</b>	<b>19879,20</b>	<b>20143,11</b>	<b>20412,20</b>	<b>20686,57</b>	<b>20966,31</b>	<b>21251,54</b>	<b>21542,35</b>	<b>21838,87</b>	<b>22141,20</b>	<b>22449,45</b>
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>50217,93</b>	<b>50649,23</b>	<b>51098,77</b>	<b>51566,93</b>	<b>52054,07</b>	<b>52685,55</b>	<b>53711,77</b>	<b>54355,01</b>	<b>55359,66</b>	<b>56384,00</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
Útiles de Oficina	715,68	729,71	744,01	758,59	773,46	788,62	804,08	819,84	835,91	852,29
Sueldos Administrativos	20163,00	20558,19	20961,14	21371,97	21790,86	22217,97	22653,44	23097,44	23550,15	24011,74
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>20878,68</b>	<b>21287,90</b>	<b>21705,15</b>	<b>22130,57</b>	<b>22564,32</b>	<b>23006,59</b>	<b>23457,51</b>	<b>23917,28</b>	<b>24386,06</b>	<b>24864,03</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Combustible y Lubricantes	23160,00	23613,94	24076,77	24548,67	25029,83	25520,41	26020,61	26530,62	27050,62	27580,81
Mantenimiento	2769,60	2823,88	2879,23	2935,67	2993,20	3051,87	3111,69	2769,60	2769,60	2769,60
Publicidad	706,80	720,65	734,78	749,18	763,86	778,84	794,10	809,66	825,53	841,71
<b>Total Gasto de Venta</b>	<b>26636,40</b>	<b>27158,47</b>	<b>27690,78</b>	<b>28233,52</b>	<b>28786,90</b>	<b>29351,12</b>	<b>29926,40</b>	<b>30109,88</b>	<b>30645,75</b>	<b>31192,12</b>
<b>GASTO FINANCIERO</b>										
Amortizaciones de activo diferido	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85
Interés del préstamo	2.375,00	1.875,00	1.375,00	875,00	375,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total Gasto Financiero</b>	<b>2702,85</b>	<b>2202,85</b>	<b>1702,85</b>	<b>1202,85</b>	<b>702,85</b>	<b>327,85</b>	<b>327,85</b>	<b>327,85</b>	<b>327,85</b>	<b>327,85</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>104839,53</b>	<b>106215,69</b>	<b>107628,63</b>	<b>109079,06</b>	<b>110567,72</b>	<b>112220,35</b>	<b>114287,73</b>	<b>115992,56</b>	<b>118079,59</b>	<b>120207,52</b>

Elaboración: La autora

## COSTOS UNITARIOS

Los costos unitarios se los obtiene dividiendo los costos totales para el número de unidades producidas al año.

**Cuadro N° 90**

<b>Años</b>	<b>Costos Totales</b>	<b>Nº de m2 al año</b>	<b>Costo Unitario</b>
<b>1</b>	104839,53	159355	0,66
<b>2</b>	106215,69	167976	0,63
<b>3</b>	107628,63	177064	0,61
<b>4</b>	109079,06	186643	0,58
<b>5</b>	110567,72	196740	0,56
<b>6</b>	112220,35	207384	0,54
<b>7</b>	114287,73	218603	0,52
<b>8</b>	115992,56	230430	0,50
<b>9</b>	118079,59	242896	0,49
<b>10</b>	120207,52	256037	0,47

Elaboración: La Autora

## Precio de venta al Público

El precio de venta es determinado a partir de los costos a los cuales incurre la empresa para brindar el servicio el mismo que es dividido para la cantidad de servicios.

**Cuadro N° 91**  
**Precio de Venta al Público**

<b>Años</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Margen de Utilidad 80%</b>	<b>Precio de Venta al Público</b>
<b>1</b>	0,6579	0,5921	1,25
<b>2</b>	0,6323	0,5691	1,20
<b>3</b>	0,6079	0,5471	1,15
<b>4</b>	0,5844	0,5260	1,11
<b>5</b>	0,5620	0,5058	1,07
<b>6</b>	0,5411	0,4870	1,03
<b>7</b>	0,5228	0,4705	0,99
<b>8</b>	0,5034	0,4530	0,96
<b>9</b>	0,4861	0,4375	0,92
<b>10</b>	0,4695	0,4225	0,89

Elaborado: La Autora

## Ingresos

Los ingresos se los obtiene a través de la realización de los servicios en casas, para lo cual se toma en cuenta la capacidad de efectuar el servicio por el precio de venta determinado, se procede a multiplicar el Precio de Venta al Público por las unidades producidas al año.

**Cuadro N° 92**

### Ingresos de la Empresa

<b>Años</b>	<b>Precio de Venta al Público</b>	<b>Unid. Producidas al año</b>	<b>Ingresos Totales</b>
<b>1</b>	1,2500	159355	199195,10
<b>2</b>	1,2014	167976	201809,81
<b>3</b>	1,1549	177064	204494,39
<b>4</b>	1,1104	186643	207250,21
<b>5</b>	1,0678	196740	210078,66
<b>6</b>	1,0281	207384	213218,67
<b>7</b>	0,9933	218603	217146,69
<b>8</b>	0,9564	230430	220385,86
<b>9</b>	0,9237	242896	224351,21
<b>10</b>	0,8920	256037	228394,29

Elaborado: La Autora

### Distribución de Costos.

**Costos Fijos:** Permanecen constantes en relación con los cambios o volumen del servicio.

**Costos Variables:** Varían de acuerdo con el volumen del servicio.

**COSTO TOTAL (años 1, 5 y 10)****Cuadro N° 93**

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
	C.F	C.V	C.F	C.V	C.F	C.V
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>41627,40</b>	<b>12994,20</b>	<b>44470,36</b>	<b>14043,29</b>	<b>48348,97</b>	<b>15474,55</b>
COSTO PRIMO						
Materia Prima Directa		7354		7947,94		8757,98
Mano de Obra Directa	27388,20		29599,39		32616,09	
<b>GASTOS DE FABRICACIÓN</b>						
Mano de Obra Indirecta	7825,20		8456,97		9318,88	
Depreciaciones	6414,00		6414,00		6414,00	
Servicios básicos		5640,00		6095,35		6716,57
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>23572,65</b>	<b>26645,28</b>	<b>23257,58</b>	<b>28796,49</b>	<b>25181,30</b>	<b>31202,70</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>						
Útiles de Oficina		715,68		773,46		852,29
Saldo Administrativo	20163,00		21790,86		24011,74	
<b>GASTOS DE VENTA</b>						
Combustible y Lubricantes		23160,00		25029,83		27580,81
Mantenimiento		2769,60		2993,20		2769,60
Publicidad	706,80		763,86		841,71	
<b>Total Gasto de Venta</b>						
<b>GASTO FINANCIERO</b>						
Amortizaciones de activo diferido	327,85		327,85		327,85	
Interés del préstamo	2.375,00		375,00		0,00	
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>65200,05</b>	<b>39639,48</b>	<b>67727,93</b>	<b>42839,78</b>	<b>73530,27</b>	<b>46677,25</b>
<b>COSTO TOTA</b>	<b>104839,53</b>		<b>110567,72</b>		<b>120207,52</b>	

Elaboración: La autora



### **Punto de equilibrio**

Llámesse punto de equilibrio de una empresa al volumen productivo correspondiente a una situación en la que no se obtienen ganancias ni se incurren en pérdidas.

Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por venta a la suma de costos fijos y las variables.

También se lo denomina punto muerto o punto de nivelación permite determinar a partir de que volumen la empresa comienza a generar utilidades.

### **Cálculo Del Punto De Equilibrio Para El Primer Año**

Conocemos que el punto de equilibrio es el nivel de ventas que debe realizarse para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir, cubrir los costos totales. Existen tres métodos para obtener el Punto de Equilibrio, estos son:

- Método Gráfico
- Método de la Ecuación

**Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.****Método matemático****a. En función de las ventas**

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{65200,05}{1 - \frac{39639,48}{199195,10}}$$

$$P. E = \frac{65200,05}{0,8010}$$

$$P. E = 81398,14$$

**b. En función de la capacidad instalada**

$$\text{P.E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

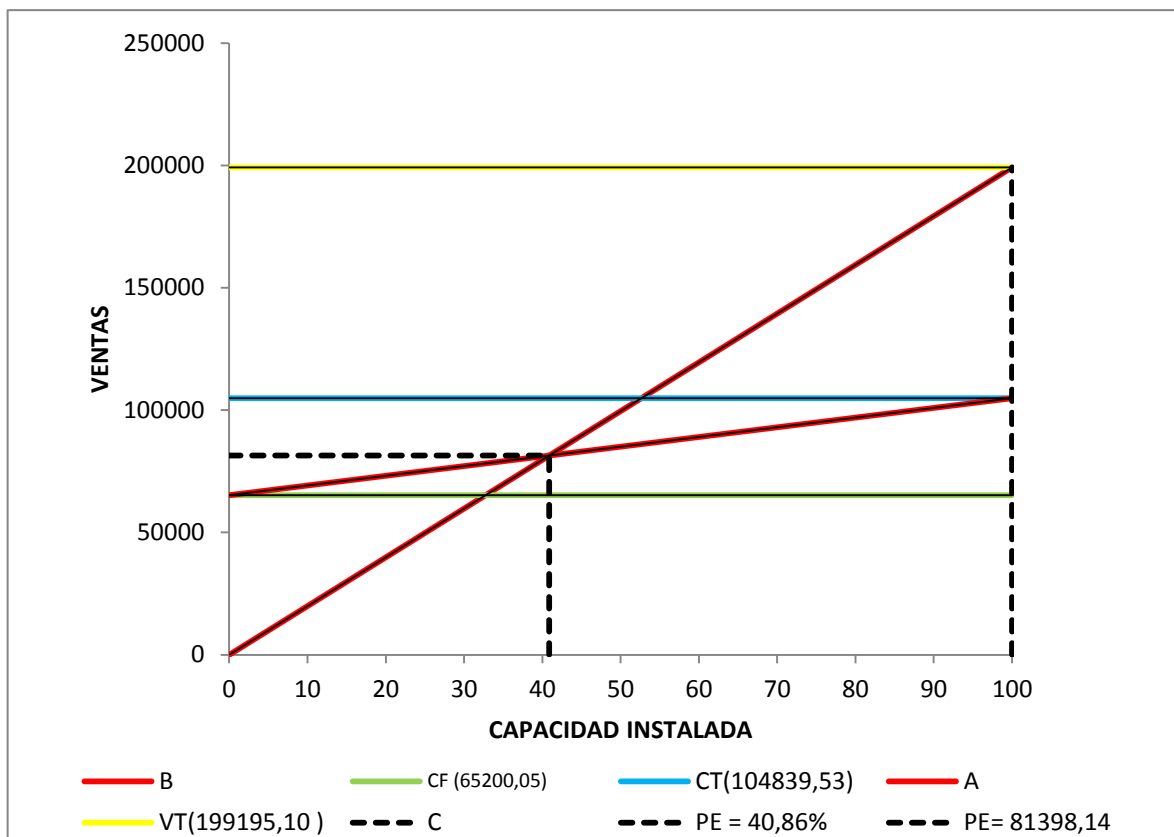
$$\text{P.E} = \frac{65200,05}{199195,10 - 39639,48} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{65200,05}{159555,62} \times 100$$

$$\text{P.E} = 0,4086 \times 100$$

$$\text{P.E} = 40,86\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 1



#### Análisis:

El siguiente gráfico, indica que para el primer año la empresa debe vender \$81398,14 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 40,86% de capacidad instalada.

**Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.****Método matemático****a. En función de las ventas**

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{67727,93}{1 - \frac{42839,78}{210078,66}}$$

$$P. E = \frac{67727,93}{0,7961}$$

$$P. E = 85077,06$$

**b. En función de la capacidad instalada**

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

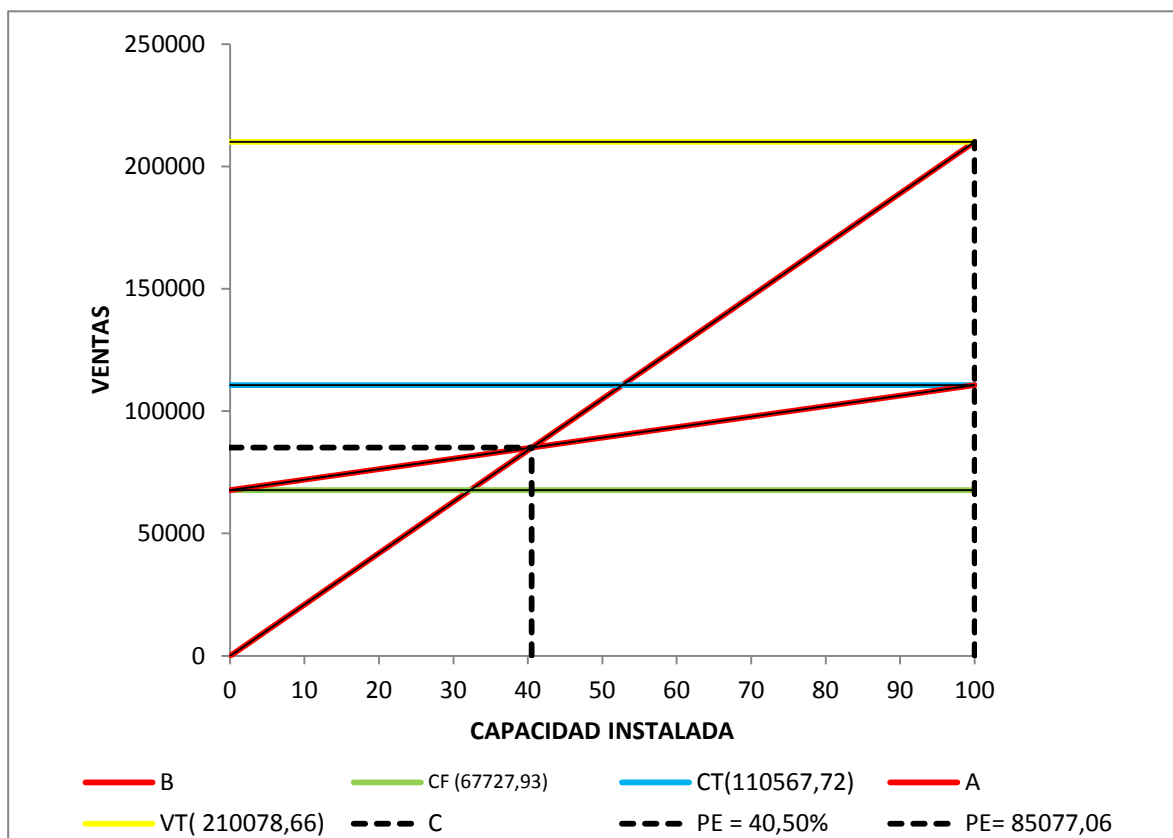
$$P.E = \frac{67727,93}{210078,66 - 42839,78} \times 100$$

$$P.E = \frac{67727,93}{167238,88} \times 100$$

$$P.E = 0,4050 \times 100$$

$$P.E = 40,50\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 5



#### Análisis:

El siguiente gráfico, indica que para el quinto año la empresa debe vender \$ 85077,06 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 40,50% de capacidad instalada.

**Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 10.****Método matemático****a. En función de las ventas**

$$P. E = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$P. E = \frac{73530,27}{1 - \frac{46677,25}{228394,29}}$$

$$P. E = \frac{73530,27}{0,7956}$$

$$P. E = 92417,83$$



**b. En función de la capacidad instalada**

$$\text{P.E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

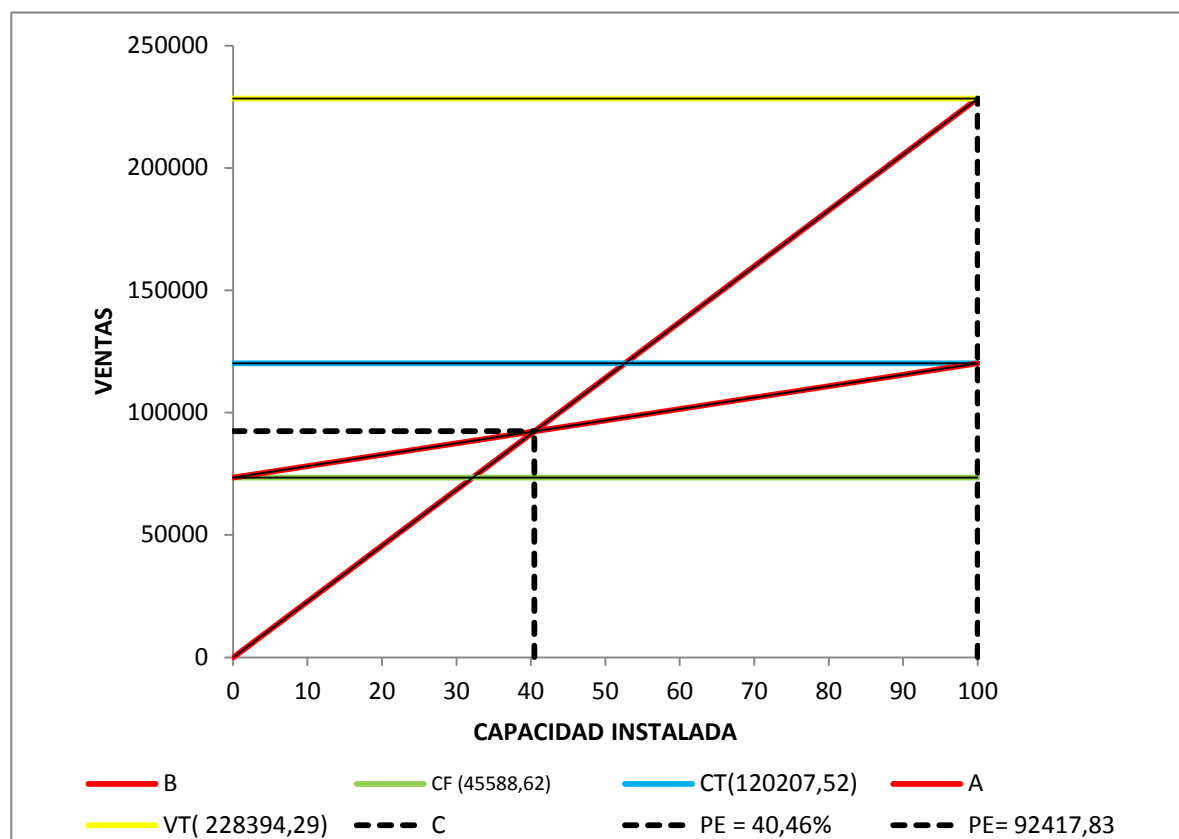
$$\text{P.E} = \frac{73530,27}{228394,29 - 46677,25} \times 100$$

$$\text{P.E} = \frac{73530,27}{181717,04} \times 100$$

$$\text{P.E} = 0,4046 \times 100$$

$$\text{P.E} = 40,46\%$$

### Punto de Equilibrio para el Año 10



#### Análisis:

El siguiente gráfico, indica que para el décimo año la empresa debe vender \$92417,83 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 40,46% de capacidad instalada.

## EVALUACIÓN FINANCIERA

### ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un estado financiero que permite obtener la utilidad neta a través de la diferencia entre los ingresos por ventas y los egresos por concepto de costos.

**Cuadro N° 94**  
**Estado de Pérdidas y Ganancias**

PERIODOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	199.195,10	201.809,81	204.494,39	207.250,21	210.078,66	213.218,67	217.146,69	220.385,86	224.351,21	228.394,29
( - ) Costo Total	104839,53	106215,69	107628,63	109079,06	110567,72	112220,35	114287,73	115992,56	118079,59	120207,52
( = ) Utilidad Bruta Ventas	94.355,57	95.594,12	96.865,76	98.171,15	99.510,95	100.998,32	102.858,96	104.393,30	106.271,63	108.186,77
( - ) 15% Utilidad de Trabajadores	14153,34	14339,12	14529,86	14725,67	14926,64	15149,75	15428,84	15659,00	15940,74	16228,02
( = ) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	80.202,24	81.255,00	82.335,90	83.445,48	84.584,30	85.848,57	87.430,12	88.734,31	90.330,88	91.958,75
( - ) 25% Impuesto a la renta	20050,56	20313,75	20583,97	20861,37	21146,08	21462,14	21857,53	22183,58	22582,72	22989,69
( = ) Utilidad Liquida ejercicio	60.151,68	60.941,25	61.751,92	62.584,11	63.438,23	64.386,43	65.572,59	66.550,73	67.748,16	68.969,07
( - ) 10% reserva Legal	6015,17	6094,13	6175,19	6258,41	6343,82	6438,64	6557,26	6655,07	6774,82	6896,91
( = ) Utilidad Neta	<b>54.136,51</b>	<b>54.847,13</b>	<b>55.576,73</b>	<b>56.325,70</b>	<b>57.094,40</b>	<b>57.947,79</b>	<b>59.015,33</b>	<b>59.895,66</b>	<b>60.973,35</b>	<b>62.072,16</b>

Elaboración: La Autora

## FLUJO DE CAJA

El constante movimiento financiero que ocurre en la empresa como producto de su actividad, cuando transforma materias primas, agrega insumos, mano de obra, energía y materiales; cuando comercializa mercaderías, productos o servicios; cuando recibe ingresos por las ventas al contado o a plazos; cuando paga por las compras efectuadas, salarios, contribuciones sociales, impuestos, servicios de terceros; cuando realiza transacciones bancarias, efectúa inversiones y capta financiamientos, genera un flujo permanente de entradas y salidas de recursos (dinero), denominado Flujo de Caja.

**Cuadro Nº 95**  
**Flujo de caja**

DENOMINACIÓN	PERIODOS									
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>INGRESOS</b>										
Ingreso por ventas	199195,10	201809,81	204494,39	207250,21	210078,66	213218,67	217146,69	220385,86	224351,21	228394,29
Valor residual										
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>199195,10</b>	<b>201809,81</b>	<b>204494,39</b>	<b>207250,21</b>	<b>210078,66</b>	<b>213218,67</b>	<b>217146,69</b>	<b>220385,86</b>	<b>224351,21</b>	<b>228394,29</b>
<b>EGRESOS</b>										
Costos totales de producción	104839,53	106215,69	107628,63	109079,06	110567,72	112220,35	114287,73	115992,56	118079,59	120207,52
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>104839,53</b>	<b>106215,69</b>	<b>107628,63</b>	<b>109079,06</b>	<b>110567,72</b>	<b>112220,35</b>	<b>114287,73</b>	<b>115992,56</b>	<b>118079,59</b>	<b>120207,52</b>
<b>Utilidad Gravable</b>	<b>94355,57</b>	<b>95594,12</b>	<b>96865,76</b>	<b>98171,15</b>	<b>99510,95</b>	<b>100998,32</b>	<b>102858,96</b>	<b>104393,30</b>	<b>106271,63</b>	<b>108186,77</b>
(-) 15% Utilidad Trabajador	14153,34	14339,12	14529,86	14725,67	14926,64	15149,75	15428,84	15659,00	15940,74	16228,02
(=) Utilidad ante Impuestos	80202,24	81255,00	82335,90	83445,48	84584,30	85848,57	87430,12	88734,31	90330,88	91958,75
(-) 25% Impuestos a la Renta	20050,56	20313,75	20583,97	20861,37	21146,08	21462,14	21857,53	22183,58	22582,72	22989,69
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>60151,68</b>	<b>60941,25</b>	<b>61751,92</b>	<b>62584,11</b>	<b>63438,23</b>	<b>64386,43</b>	<b>65572,59</b>	<b>66550,73</b>	<b>67748,16</b>	<b>68969,07</b>
Depreciaciones	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00	6414,00
Amortizaciones diferidas	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85	327,85
<b>FLUJO NETO</b>	<b>66893,52</b>	<b>67683,10</b>	<b>68493,77</b>	<b>69325,95</b>	<b>70180,07</b>	<b>71128,27</b>	<b>72314,43</b>	<b>73292,57</b>	<b>74490,01</b>	<b>75710,91</b>

Elaboración: La Autora

## Valor Actual Neto (VAN)

La actualización se presenta en la medida en que se tienen que comparar valores monetarios en el tiempo. Como toda inversión es un cambio entre gastos presentes e ingresos futuros, una medición de este cambio exige la utilización de la actualización.

Para el cálculo del Valor Actual Neto, hemos aplicado la siguiente fórmula, tomando en cuenta una tasa de interés del 10%, que es la tasa de oportunidad actual en el mercado, para este proyecto.

### Cuadro N° 96

#### Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto	Fact. Actual	Flujo descontado
0	-84.759,75		
1	67.683,10	0,909091	61.530,09
2	68.493,77	0,826446	56.606,42
3	69.325,95	0,751315	52.085,62
4	70.180,07	0,683013	47.933,93
5	71.128,27	0,620921	44.165,06
6	72.314,43	0,564474	40.819,61
7	73.292,57	0,513158	37.610,68
8	74.490,01	0,466507	34.750,14
9	75.710,91	0,424098	32.108,82
10	6.741,85	0,385543	2.599,27
		<b>Total</b>	410.209,64
		<b>Inversión</b>	-84.759,75
		<b>VAN</b>	<b>325.449,89</b>

**Elaborado:** La Autora

Aplicando la fórmula para determinar el VAN, tenemos:

**VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial**

VAN = 410209,64– 84.759,75

**VAN = 325.449,89**

Si el VAN es positivo, como en este caso se acepta la ejecución del proyecto, por tanto esto significa que el valor económico de La empresa aumentará.

### TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomarán prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagará con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

#### Cuadro Nº 97

#### Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		<b>79,68%</b>	<b>Tm</b>	<b>80,68%</b>	<b>TM</b>
0	-84.759,75		-84.759,75		-84.759,75
1	67.683,10	0,556536	37.668,06	0,5534555	37.459,58
2	68.493,77	0,309732	21.214,71	0,3063130	20.980,53
3	69.325,95	0,172377	11.950,19	0,1695306	11.752,87
4	70.180,07	0,095934	6.732,65	0,0938276	6.584,83
5	71.128,27	0,053391	3.797,58	0,0519294	3.693,65
6	72.314,43	0,029714	2.148,74	0,0287406	2.078,36
7	73.292,57	0,016537	1.212,02	0,0159067	1.165,84
8	74.490,01	0,009203	685,55	0,0088036	655,78
9	75.710,91	0,005122	387,79	0,0048724	368,90
10	6.741,85	0,002851	19,22	0,0026967	18,18
<b>VAN Tm</b>			<b>1.056,76</b>	<b>VAN TM</b>	<b>-1,22</b>

Elaborado: La Autora

Para el cálculo se ha tomado en cuenta una tasa mínima y una tasa máxima, es decir la máxima tiene que hacer que el resultado sea negativo, para lo cual aplicamos la siguiente ecuación con el fin de

actualizar el flujo de fondos con los respectivos factores de actualización del 79,68% y 80,68%, que corresponden al VAN menor y mayor respectivamente.

**Formula:**

$$\text{TIR} = \text{TASA MENOR} + \text{DIFEREC. DE TASA} \frac{\text{VAN} (<)}{\text{VAN} (<) - \text{VAN} (>)}$$

$$\text{TIR} = 79,68\% + 1 \frac{1.056,76}{1.056,76 - (-1,22)}$$

$$\text{TIR} = 79,68 + 1 \frac{1.056,76}{1057,98}$$

$$\text{TIR} = 79,68 + 0,9988$$

**TIR = 80,68%**

Si la TIR es mayor que la tasa de interés del crédito, se acepta la ejecución del proyecto, como es el caso de este proyecto.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo en el cual se recuperará el dinero invertido en el proyecto para lo cual se efectúa el siguiente cálculo:

**Cuadro N° 98**  
**Periodo de Recuperación del Capital**

<b>Años</b>	<b>Inversión Inicial</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Acumulado</b>
<b>Inversión</b>	<b>-84.759,75</b>		
1		67.683,10	67.683,10
2		68.493,77	136.176,87
3		69.325,95	205.502,82
4		70.180,07	275.682,89
5		71.128,27	346.811,17
6		72.314,43	419.125,60
7		73.292,57	492.418,17
8		74.490,01	566.908,18
9		75.710,91	642.619,09
10		6.741,85	649.360,93
<b>TOTAL</b>		<b>346.811,17</b>	

**Elaborado:** La Autora

Su fórmula es:

**PRC = Año anterior a la inversión + (Inversión -  $\sum$ Primeros Flujos / flujo de año que supera la inversión)**

$$\text{PRC} = 2 + ((84.759,75 - 136.176,87) / 68.493,77)$$

$$\text{PRC} = 1,25$$

- 1 año
- 0,25\*12 meses = 3

Esto, indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 1 año y 3 meses.



## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación beneficio costo se la determina cuanto se recupera por cada dólar que se invierta para lo cual se utilizará el factor de actualización del 10%, con lo cual se generan los siguientes resultados.

**Cuadro N° 99**  
**Relación Beneficio Costo**

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 10%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	199195,10	104839,53	0,909091	181086,45	95308,66
2	201809,81	106215,69	0,826446	166784,97	87781,56
3	204494,39	107628,63	0,751315	153639,66	80862,98
4	207250,21	109079,06	0,683013	141554,68	74502,46
5	210078,66	110567,72	0,620921	130442,32	68653,85
6	213218,67	112220,35	0,564474	120356,38	63345,46
7	217146,69	114287,73	0,513158	111430,59	58647,68
8	220385,86	115992,56	0,466507	102811,63	54111,38
9	224351,21	118079,59	0,424098	95146,81	50077,27
10	228394,29	120207,52	0,385543	88055,89	46345,20
				<b>1291309,38</b>	<b>679636,52</b>

**Elaborado:** La Autora

Para determinar la RBC se aplica la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{1291309,38}{679636,52}$$

$$RBC = 1,90$$

En este caso la RBC es igual 1,90; lo que significa que por cada dólar invertido se tendrá una utilidad de 90 centavos, indicador que demuestra que es favorable para que el proyecto sea aceptado.

Si la RBC es igual a 1, el proyecto es indiferente

Si la RBC es mayor que 1, el proyecto es rentable

Si la RBC es menor que 1, el proyecto no es rentable

### **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

Este tipo de análisis requiere de estimaciones sobre las variables que interviene en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por efectos de fluctuaciones que pueden producirse durante la vida útil del proyecto; por tanto los ingresos y los costos son factores fluctuantes los mismos que inciden en base al comportamiento interno y externo de estos, lo que se deriva que los costos se incrementen o sus ingresos disminuyan. De ahí la importancia de establecer la fluctuación de los ingresos y los costos para determinar el impacto que tendrá la rentabilidad del proyecto, siendo necesario medir el grado de alteración de la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio previsto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanecen constantes.

Los parámetros que permiten medir si un proyecto es posible ejecutarlo son:

Si el coeficiente es mayor que 1, el proyecto es sensible.

Si el coeficiente es igual que 1, es indiferente ejecutarlo o no.

Si el coeficiente es menor que uno el proyecto no es sensible.

Para efectos del presente estudio se determina un 53,70% de incremento en los costos, con una sensibilidad final del 0.98

Así mismo en el cuadro N° 83 se determina un 28,30% de disminución en los ingresos, obteniendo una sensibilidad final del 0.99

Por tanto si es factible implementar el proyecto, recomendándose su aplicación.

Cuadro Nº 100

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 53,70% EN LOS COSTOS								
	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
Años		aumentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		<b>53,70%</b>			44,05%		45,05%	
0				- 84.759,75				
1	104839,53	161.138,35	199195,10	38.056,75	0,69420340	26.419,12	0,6894174	26.236,99
2	106215,69	163.253,51	201809,81	38.556,30	0,48191836	18.580,99	0,4752964	18.325,67
3	107628,63	165.425,20	204494,39	39.069,19	0,33454937	13.070,57	0,3276776	12.802,10
4	109079,06	167.654,51	207250,21	39.595,70	0,23224531	9.195,92	0,2259067	8.944,93
5	110567,72	169.942,58	210078,66	40.136,08	0,16122548	6.470,96	0,1557440	6.250,95
6	112220,35	172.482,68	213218,67	40.735,99	0,11192328	4.559,31	0,1073726	4.373,93
7	114287,73	175.660,25	217146,69	41.486,45	0,07769752	3.223,39	0,0740246	3.071,02
8	115992,56	178.280,56	220385,86	42.105,30	0,05393788	2.271,07	0,0510338	2.148,79
9	118079,59	181.488,32	224351,21	42.862,89	0,03744386	1.604,95	0,0351836	1.508,07
10	120207,52	184.758,96	228394,29	43.635,33	0,02599366	1.134,24	0,0242562	1.058,43
					<b>Total</b>	86.530,52	<b>Total</b>	84.720,88
					<b>Inversión</b>	-84.759,75	<b>Inversión</b>	-84.759,75
					<b>VAN Tm</b>	1.770,78	<b>VAN TM</b>	-38,87

Elaborado: La Autora

**TIR DEL PROYECTO = 80,68%**

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 22,27 + 1 \left( \frac{1.770,78}{1.770,78 + 38,87} \right)$$

**NUEVA TIR = 43,03%**

**DIFERENCIA DE TIR:**

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 80,86– 43,03= **35,66%**

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN:**

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) \* 100

% Variación = (35,66/ 80,68%) \* 100

**% Variación = 44,19%**

**SENSIBILIDAD:**

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 44,19/ 43,03

**Sensibilidad = 0,98**

Cuadro N° 101

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 28,30% EN LOS INGRESOS								
	Ingreso Original	Ingreso original	Costo Original	Actualización				
Años		disminuido		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		28,30%			44,05%	Tm	45,05%	TM
0				- 84.759,75				
1	199.195,10	142.822,88	104.839,53	37.983,36	0,69420340	26.368,18	0,6894174	26.186,39
2	201.809,81	144.697,63	106.215,69	38.481,94	0,48191836	18.545,16	0,4752964	18.290,33
3	204.494,39	146.622,48	107.628,63	38.993,85	0,33454937	13.045,37	0,3276776	12.777,41
4	207.250,21	148.598,40	109.079,06	39.519,34	0,23224531	9.178,18	0,2259067	8.927,68
5	210.078,66	150.626,40	110.567,72	40.058,68	0,16122548	6.458,48	0,1557440	6.238,90
6	213.218,67	152.877,79	112.220,35	40.657,43	0,11192328	4.550,51	0,1073726	4.365,50
7	217.146,69	155.694,18	114.287,73	41.406,45	0,07769752	3.217,18	0,0740246	3.065,09
8	220.385,86	158.016,66	115.992,56	42.024,10	0,05393788	2.266,69	0,0510338	2.144,65
9	224.351,21	160.859,82	118.079,59	42.780,23	0,03744386	1.601,86	0,0351836	1.505,16
10	228.394,29	163.758,71	120.207,52	43.551,18	0,02599366	1.132,05	0,0242562	1.056,39
					<b>Total</b>	86.363,66	<b>Total</b>	84.557,51
					<b>Inversión</b>	-84.759,75	<b>Inversión</b>	-84.759,75
					<b>VAN</b>	1.603,91	<b>VAN</b>	-202,24

Elaborado: La Autora

**TIR DEL PROYECTO = 80,68%**

$$TIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 22,27 + 1 \left( \frac{1.603,91}{1.603,91 + 202,24} \right)$$

**NUEVA TIR = 44,94%**

**DIFERENCIA DE TIR:**

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 80,86 – 44,94 = **35,75%**

**PORCENTAJE DE VARIACIÓN:**

% Variación = (Diferencia de Tir / Tir del Proyecto) \* 100

% Variación = (35,75 / 80,68%) \* 100

**% Variación = 44,30%**

**SENSIBILIDAD:**

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 44,30 / 44,94

**Sensibilidad = 0,99**

# CONCLUSIONES

## h. CONCLUSIONES

Luego de haber culminado con el presente trabajo investigativo, y tomando como base los resultados obtenidos en la misma les presentamos a continuación las conclusiones a las que se ha llegado:

- ✓ El servicio que se ofrecerá será de aseo y limpieza en la Ciudad de Zamora Provincia de Zamora Chinchipe.
- ✓ La demanda insatisfecha de nuestro servicio para el primer año es de 1517043 m<sup>2</sup>.
- ✓ La empresa se constituirá legalmente como una compañía de Responsabilidad Limitada “**EMPRESA LIMPIA MÁS Cía. Ltda.**”
- ✓ El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$84759,75.
- ✓ Se pedirá un crédito del 29,50% del total de la inversión que es de \$25000,00, mismo que se pedirá a la Corporación Financiera Nacional (CFN) a una tasa de interés del 10% anual.
- ✓ El costo total de producción para el primer año de operación es de \$104839,53.
- ✓ Los costos fijos para el primer año son de \$ 65200,05 y los costos variables son \$ 39639,48.
- ✓ El costo unitario de nuestro servicio por m<sup>2</sup> es de \$ 0,66, al cual se le sumó un margen de utilidad del 90% (0,59) dándonos como precio de venta al público \$1,25, teniendo una venta total par el primer año de \$199195,10.



- ✓ El punto de equilibrio para el año 1 en función a las ventas tiene un total de \$ 81398,14 y la capacidad instalada del 40,86%.
- ✓ El punto de equilibrio para el quinto año en función a las ventas es del \$85077,06 y la capacidad instalada del 40,50%.
- ✓ El punto de equilibrio para el decimo año en función a las ventas es del \$ 92417,83 y la capacidad instalada del 40,46%.
- ✓ La utilidad neta que se obtendrá en el primer año de operaciones es de \$54.136,51; mientras que su flujo neto es de \$66893,52.
- ✓ En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$325.449,89; Tasa Interna de Retorno de 80,68%; Relación Beneficio Costo es de \$1,90 por cada dólar invertido la empresa gana 0,90 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 1 años y 3 meses; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 53,70% dando un total del 0,98% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 28,30% dando un total del 0.99% por lo cual el proyecto es factible.

# RECOMENDACIONES

## **i. RECOMENDACIONES**

- ✓ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado, con materiales de buena calidad y excelente mano de obra local, permitiendo una competencia justa.
- ✓ Para la implementación de una empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado, porque es el punto de partida del proyecto con lo cual se puede mermar cualquier tipo de riesgo que pudiese existir, de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizada.
- ✓ Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de servicios y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- ✓ Que las instituciones de nivel superior orienten y motiven a través de los estudiantes a la población en general, mediante programas de capacitación y apoyo al desarrollo empresarial, y así propiciar la generación de fuentes de trabajo que indican positivamente en la economía de Loja y el país.
- ✓ A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

# BIBLIOGRAFÍA

## **j.BIBLIOGRAFÍA**

1. ARMIJOS, Eduardo y Armijos Alex (2009). Guía para la elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, primera edición, Loja - Ecuador
2. BACA Gabriel. (2001). Elaboración y Evaluación de Proyectos de Investigación, cuarta edición. Editorial McGraw Hill, México
3. BURBANO, Jorge y Ortiz Alberto (1995). Presupuestos, segunda edición, Bogotá. Buenos Aires.
4. COSS BU, Raúl. (2003) Análisis y evaluación de proyectos de inversión, segunda edición.
5. FONAPRE BID (2002). Preparación de proyectos, Quito-Ecuador, pág. 241-307.
6. JONSON W. Robert, (2002) Administración Financiera, Editorial México
7. Ley de Compañías.
8. NACIONES Unidas. Manual de Proyectos de Desarrollo Económico, Editorial Naciones Unidas, México, 2001 Página 16-17.
9. PASACA MORA; Manuel Enrique (2004). Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Loja Ecuador
10. PRIETO, (2003) La gestión Estratégica Empresarial, Bogotá.
11. PRIETO, Jorge (2009). Investigación de Mercados, Edit. Andes. Bogotá - Colombia

12. SAPAG CHAIN Nassir y Reinaldo, Preparación y evaluación de proyectos (2005), 3ra. Edición, McGRAW-HILL. Madrid - España
13. STEVENSON William, (2005) Estadística Aplicada a la Administración y a la Economía.
14. VISCIONE Jarry, (2000) Análisis Financiero y métodos, Editorial Limosa

**INTERNET.**

15. <http://www.emagister.com>.
16. <http://www.gestiopolis.com>.

ANEXOS

**j. ANEXOS****ANEXO 1****ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DE LA PROVINCIA DE  
ZAMORA CHINCHIPE****15. ¿De cuántos miembros está conformada su familia?**2 Personas 3 Personas 4 Personas 5 Personas 6 Personas Otros **16. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales actualmente?**100-200 201-400 401-600 601-800 801 y más **17. ¿Utiliza Ud. los servicios de limpieza y aseo en la Provincia de  
Zamora?**Si No



**18. ¿Según su criterio, en la actualidad el servicio de aseo y limpieza que se ofrece es?**

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

**19. ¿Cuántos m<sup>2</sup> requiere de este servicio de aseo y limpieza en su hogar?**

25-50 m<sup>2</sup>

51-75 m<sup>2</sup>

76-100 m<sup>2</sup>

**20. ¿Con que frecuencia utiliza este servicio de aseo y limpieza?**

Una vez por semana

Cada dos semanas

Cada tres semanas

Cada cuatro semanas

**21. ¿usted utiliza el servicio de lavado de alfombra?**

Si

No

**22. ¿Con que frecuencia utiliza el servicio de lavado de alfombra?**

Semanal

Quincenal

Mensual

Semestral

**23. ¿De cuantos m<sup>2</sup> es su alfombra?**

5-10 m<sup>2</sup>            ( )

11-15 m<sup>2</sup>           ( )

16 m<sup>2</sup> a mas        ( )

**24.    Estaría de acuerdo con la creación de una empresa de servicio de limpieza y aseo para la ciudad de Zamora.**

Si            ( )

No           ( )

**25.    ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza y aseo del hogar?**

1,50-2,00        ( )

2,01-2,50        ( )

2,50-3,00        ( )

**26.    ¿Por qué utilizaría los servicios de la empresa de limpieza y aseo?**

Por la eficiencia y atención            ( )

Por la calidad del servicio            ( )

Por la honradez                        ( )

Por la puntualidad en los servicios    ( )

**27.    ¿Por qué medio informativo le gustaría conocer a esta nueva empresa de limpieza y aseo?**

Tríptico                                  ( )

- Hojas volantes            ()
- Agentes de venta         ()
- Prensa                    ()
- Radio                     ()
- Internet                  ()
- Vía telefónica           ()
- Pancartas                ()

**28. ¿En qué lugar le gustaría que se encuentren ubicadas las oficinas de la empresa de limpieza y aseo?**

- Frente al parque central   ()
- Centro de la ciudad        ()
- En la periferia de la ciudad ()
- Otro                         ()

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**ENCUESTAS APLICADAS A LOS JEFES DE SERVICIOS GENERALES  
O SUS CORRESPONDIENTES DEL ÁREA DE ASEO Y LIMPIEZA DE  
EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA PROVINCIA DE  
ZAMORA CHINCHIPE**

**12. ¿hace uso de servicios de limpieza y aseo en la ciudad de  
Zamora?**

Si

No

**13. Según su criterio, en la actualidad el servicio de aseo y limpieza  
que se ofrece es:**

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

**14. ¿Cuál es aproximadamente los m<sup>2</sup> que usted utiliza de este  
servicio en su empresa?**

50-100 m<sup>2</sup>

101-150m<sup>2</sup>

150 m<sup>2</sup> a mas



**20. ¿Por qué utilizaría los servicios de la empresa de limpieza y aseo?**

- Por la eficiencia y atención            ( )
- Por la calidad del servicio            ( )
- Por la honradez                            ( )
- Por la puntualidad en los servicios ( )

**21. ¿Por qué medio informativo le gustaría conocer a esta nueva empresa de limpieza y aseo?**

- Tríptico                                    ( )
- Hojas volantes                          ( )
- Agentes de venta                        ( )
- Prensa                                      ( )
- Radio                                        ( )
- Internet                                    ( )

**22. ¿En qué lugar le gustaría que se encuentren ubicadas las oficinas de la empresa de limpieza y aseo?**

- Frente al parque central    ( )
- Centro de la ciudad            ( )
- En la periferia de la ciudad    ( )
- Otro                                        ( )

## **ENTREVISTA APLICADA A OFERENTES DE SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA**

Se aplicaron 2 entrevistas a los oferentes de este tipo de servicio como es el de aseo y limpieza, de la provincia de Zamora Chinchipe los mismos que se describen a continuación:

- Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo
- Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia

### **6. ¿Cuántos clientes atiende al mes en su negocio?**

Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo: .....

Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia:.....

### **7. ¿Qué estrategia de ventas utiliza en su empresa?**

Promociones ( )

Descuentos ( )

Ofertas ( )

### **8. ¿Cuántos m<sup>2</sup> de Aseo y limpieza realiza anualmente?**

Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo: .....

Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia:.....

**9. ¿Cuál es el costo de los servicios que brinda?**

Descripción	Aseo		Limpieza
	Casas (m <sup>2</sup> )	Oficinas (m <sup>2</sup> )	Alfombras (m <sup>2</sup> )
Empresa de aseo y limpieza Pindo Castillo			
Empresa de aseo y limpieza Zamora Limpia			

**10. ¿Considera usted que el servicio de aseo y limpieza es un negocio rentable?**

Si            ( )

No            ( )

**6. ¿Realiza publicidad en su negocio?**

Si            ( )

No            ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



## Anexo N° 2

N°	EMPRESA PUBLICA	N°	EMPRESA PRIVADA
1	Gobierno Municipal	1	CACPE Zamora
2	Gobierno Provincial	2	Banco de Loja
3	ECORAE	3	Banco Pichincha
4	Gobernación	4	Cámara de Turismo
5	Consejo Nacional de Telecomunicaciones	5	Cámara de Artesanos
6	Consejo Nacional Electoral	6	SOLCA
7	Defensoría del Pueblo	7	CRUZ ROJA
8	Corte de Justicia	8	HIDROSACHIN
9	Contraloría General del Estado	9	BANCO DEL AUSTRO
10	Dirección de Educación	10	MAXRED
11	Servicio de Rentas Internas	11	DICAVI
12	Comisión de Tránsito	12	Asociación de carpinteros
13	MIDUVI	13	Colegio de Médicos del Ecuador
14	Ministerio de Obras Públicas	14	Notaría Primera
15	Subsecretaría de Minas	15	Notaría Segunda
16	EMAPAZ	16	Notaría Tercera
17	SENAGUAS	17	Defensoría Pública
18	Dirección de Educación Bilingüe		
19	Fiscalía General del Estado		
20	Banco Nacional de Fomento		
21	Ministerio de Salud Pública		
22	Registro Civil		
23	Ministerio del Ambiente		
24	INEFAN		
25	MIES		
25	Instituto de Seguridad Social		
26	Ministerio de Agricultura y Ganadería		
27	CONADIS		
29	Hospital Julius Doepfner		
30	Comando de Policía CP 18 Zamora		
31	Defensa Civil		
32	Ministerio de Cultura		
33	Casa de la Cultura Ecuatoriana		
34	Cuerpo de Bomberos		

# INDICE

## I.ÍNDICE

Caratula.....	I
Certificación.....	II
Autoría.....	III
Agradecimiento.....	IV
Dedicatoria.....	V
Título.....	2
Resumen.....	4
Introducción.....	10
Marco Referencial.....	13
Materiales y Métodos.....	32
Resultados.....	37
Encuestas Aplicada a las Familias.....	37
Encuestas Aplicada a los Jefes del Área de aseo y limpieza de las Instituciones Públicas y Privadas.....	55
Encuestas dirigida a Oferentes.....	69
Discusión.....	77
Estudio de Mercado.....	77
Estudio Técnico.....	88
Macro localización.....	90
Micro localización.....	91
Ingeniería Del Producto.....	92
Estudio Administrativo.....	105
Organigramas.....	108

Manual de Funciones.....	110
Estudio Financiero.....	119
Resumen de las Inversiones.....	133
Financiamiento.....	134
Presupuesto de Costos.....	136
Evaluación Financiera.....	150
Conclusiones.....	163
Recomendaciones.....	166
Bibliografía.....	168
Anexos.....	171
Índice.....	182