

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS

TÍTULO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA
PARA LA CIUDAD DE CARIAMANGA – CANTÓN
CALVAS – PROVINCIA DE LOJA”**

Tesis previa a optar el Título
de Ingeniera en Banca y
Finanzas

AUTORA:

Karina Cecibel Calva Pardo

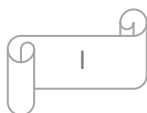
DIRECTOR:

Ing. Jorge Baltazar Vallejo Ramírez, MAE.

LOJA-ECUADOR

2015

SERIE 17 DERECHOS RESERVADOS



Ing. Jorge Baltazar Vallejo Ramírez, MAE.

**DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA,
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DE LOJA.**

CERTIFICA:

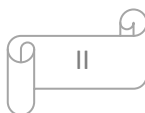
En mi condición de Director de tesis, certifico que la señorita Karina Cecibel Calva Pardo, ha desarrollado el presente trabajo de tesis titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA LA CIUDAD DE CARIAMANGA – CANTÓN CALVAS – PROVINCIA DE LOJA ”**, el mismo que ha sido dirigido y revisado durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, diciembre de 2015

Atentamente,


Ing. Jorge Baltazar Vallejo Ramírez, MAE.

DIRECTOR DE TESIS.



AUTORÍA

Yo, **Karina Cecibel Calva Pardo** declaro ser autora de todas las ideas, análisis, opiniones, conclusiones y recomendaciones vertidas en el presente trabajo de tesis, excepto de aquellos que se encuentran citados y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

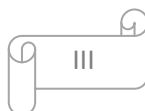
Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional – biblioteca Virtual.

Loja, diciembre de 2015

AUTORA: Karina Cecibel



.....
C.I. 1105267965



CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Karina Cecibel Calva Pardo declaro ser autora de la tesis titulada **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA LA CIUDAD DE CARIAMANGA – CANTÓN CALVAS – PROVINCIA DE LOJA"**, como requisito para optar al grado de **Ingeniera en Banca y Finanzas**, por lo que autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que toda la información sea utilizada con fines académicos, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Digital Institucional.

La Universidad Nacional de Loja no se responsabilizará por el plagio o copia de esta tesis que realice una tercera persona.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja a los 15 días del mes de diciembre del año dos mil quince, firma la autora:

Firma: 

Autora: Karina Cecibel Calva Pardo

Cédula: 1105267956

Dirección: Quilanga (Barrio Palotina)

Correo: karinacalvap@hotmail.com

Celular: 0982604318

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director de Tesis: Ing. Jorge Baltazar Vallejo Ramírez, MAE.

Tribunal de grado:

Ing. Neusa Cueva Jiménez, MG. SC.

Ec. Lenin Peláez Moreno, MGP.

Ing. Silvana Hernández Ocampo, MG. SC.

Presidente del H. Tribunal

Vocal del Tribunal

Vocal del Tribunal

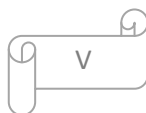
DEDICATORIA

La presente tesis la dedico primeramente a Dios por la razón de mi existencia y por darme la fortaleza y la sabiduría para cumplir con mi meta y por guiarme cada día.

A mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado a lo largo de mi vida y por ser mi pilar fundamental para cumplir con mis metas y objetivos cada día, por todo lo que me han enseñado para así poder llegar a cumplir con esta etapa de mi vida, y que además con sus sabios consejos me han guiado siempre en los momentos buenos y malos de mi vida, y sobre todo les agradezco por estar siempre a mi lado, y por toda la confianza que han depositado en mí y a quienes amo y respeto con todo mi corazón.

A mi querida primita que desde el cielo nos protege y nos da fuerza y valor para seguir adelante, gracias mi angelito hermoso siempre estarás en mi corazón Brianita Calva Soto.

Karina Cecibel



AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios y a la virgencita por permitirme llegar a este momento, y de manera especial le agradezco a mis padres María Pardo y Abel Calva, a quienes amo y admiro por todo el esfuerzo, sacrificio y dedicación para sacarnos adelante durante todos estos años, que sin ustedes no hubiera llegado a cumplir esta etapa de mi vida, a mis hermanos Yuri y Kedin, por apoyarme, escucharme y darme un consejo siempre que lo necesitaba, a mis Abuelitos, Tíos y Primos porque de alguna manera todos contribuyeron para alcanzar esta meta, por darme siempre palabras de aliento para seguir adelante y no rendirme pese a todos los obstáculos que se me han presentado.

A mis amigos especialmente a José O., Fabricio, Neydi, Carolina, Tatiana, María y Félix por todo su apoyo y palabras de aliento, por estar presentes en mis momentos de felicidad y sobre todo de tristeza, gracias mis amigos del alma por toda su confianza y amistad incondicional siempre estarán en mi corazón.

A mi tutor y director por ser los guías más importantes en mi formación y sobre todo por compartir sus conocimientos y por toda su paciencia, tolerancia y dedicación, por todo muchas GRACIAS.

La Autora

a) TÍTULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA LA CIUDAD DE
CARIAMANGA – CANTÓN CALVAS – PROVINCIA DE LOJA”**

b) RESUMEN

El presente proyecto de tesis titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA LA CIUDAD DE CARIAMANGA – CANTÓN CALVAS – PROVINCIA DE LOJA”, surgió ante la necesidad existente de la ciudadanía de este servicio que facilitará la realización en sus actividades diarias.

Para la realización del estudio de factibilidad para la creación de la empresa de servicios de limpieza, se aplicaron una serie de métodos y técnicas para la obtención de datos reales de los gustos y preferencias de la población de la ciudad.

Después de aplicar las encuestas respectivas a la población, en el estudio de mercado se determinó que la demanda efectiva será de 1.862 familias, las cuales tienen un promedio de compra de 99 servicios al año, es decir 184.338 servicios al año, de lo cual la oferta indirecta existente cubre 1.400 servicios.

Dentro del estudio técnico se estableció que la ubicación de la empresa será en la ciudad de Cariamanga en el barrio San Vicente, la capacidad instalada de la misma será de 14.592 servicios al año, de lo cual para el primer año se utilizará el 90%.

La empresa se constituirá como Compañía de Responsabilidad Limitada es decir se denominará "KC LEANING´S CÍA. LTDA", y estará conformada por tres socios, se determinó los niveles jerárquicos, organigrama estructural, funcional y el respectivo manual de funciones.

A través de la elaboración del estudio financiero se determinó que el proyecto alcanza una inversión inicial de \$40.003,31, la cual será financiada es su totalidad por aportes de capital de los socios. La evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: el valor anual neto es un valor positivo de \$18.849,91, el cual indica que el proyecto es factible. La tasa interna de retorno es de 26,46% la cual es viable para la empresa, la relación beneficio costo es de \$ 1,02, el período de recuperación de capital será de 3 años, la sensibilidad del proyecto es de 0,05% en caso que haya disminución de ingresos y de 0,04% para aumento de costos lo cual indica que el proyecto no es sensible a las variaciones que se den en las dos variables.

En las conclusiones y recomendaciones, se establece la factibilidad de proyecto de inversión, el cual además de beneficiar a los socios también beneficiará a la ciudadanía, con la satisfacción de la necesidad existente y con la generación de fuentes de trabajo mediante la implementación de la empresa.

ABSTRACT

The present thesis project entitled "STUDY OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A COMPANY OF SERVICES OF CLEANING FOR THE CITY OF CARIAMANGA – CANTON CALVAS – PROVINCE OF LOJA", emerged to the existing need of citizenship of Cariamanga of this service which will facilitate in their daily activities.

To carry out the feasibility study for the creation of the company of cleaning services, applied a series of methods and techniques for obtaining real data of the tastes and preferences of the population of the city.

After applying the respective surveys, the population, in the market study determined that effective demand will be 1,862 families, which have an average of 99 services procurement a year, i.e. 184.338 services a year, of which the existing indirect offer covers 1,400 services.

Within the technical study, it was established that the location of the company will be in the city of Cariamanga in the barrio San Vicente, the same installed capacity will be 14.592 services a year, of which the first year is used 90%.

The company will be established as limited liability company is identified as "KC LEANING´S CIA. LTDA.", and will be formed by three partners, determined the hierarchical levels, structural, functional organizational structure and respective functions manual.

Through the elaboration of the financial study determined that the project reaches an initial investment of \$40.003,31, which will be funded entirely by contributions from partners capital is. The financial evaluation threw the following results: the net annual value is a positive value of \$18.849, 91, which indicates that the project is feasible. It is the internal rate of return of 26.46% which is viable for the company, the relationship benefit cost is \$1.02, the capital recovery period will be 3 years, the sensitivity of the project is 0.05% in case there decrease income and 0.04% for costs which indicates that the project is not sensitive to the variations that occur in both variables.

The conclusions and recommendations, sets the feasibility of investment project, which in addition to benefiting partners also benefit to the citizenry, with the satisfaction of the existing need and the generation of employment through the implementation of the company.

c) INTRODUCCIÓN

Los servicios de limpieza son importancia para la salud personal y sobre todo porque reflejan la imagen personal, por todo lo cual, se debe mantener todo correctamente limpio y organizado.

El presente estudio está aplicado a la ciudad de Cariamanga, con el fin de contribuir a la satisfacción de la necesidad existente en la población en lo que respecta a servicios de limpieza, tomando en cuenta que en la actualidad en la localidad no existe una empresa dedicada a esta actividad.

Por lo cual se ha creído conveniente la implementación de la misma, la cual tendrá como objetivo principal suplir esta necesidad de manera eficiente, asegurando calidad en el servicio y sobre todo seguridad al cliente, lo cual se logrará con personal altamente calificado y responsable, con materiales y equipos de calidad.

El presente estudio de factibilidad estará estructurado de la siguiente manera: Tema, Resumen: que muestra de forma breve el contenido de la tesis y resultados obtenidos en los diferentes estudios; Introducción: hace referencia a la importancia del tema y el aporte que tendrá el mismo; Revisión de Literatura: en marca todos los temas que fueron importantes para el desarrollo del trabajo; Materiales y Métodos: hace referencia a

todo lo que se necesitó y lo que se realizó en el desarrollo del trabajo;
Resultados en el que se detalla:

El estudio de mercado a través de los datos obtenidos de la encuesta realizada con lo cual se determinó, la demanda potencial, real, efectiva y la demanda insatisfecha existente del servicio, la oferta, los gustos y preferencias de los consumidores y las estrategias de marketing.

Seguidamente, se elaboró el estudio técnico en donde se estableció la localización de la empresa, tamaño óptimo, capacidad instalada y utilizada e ingeniería del proyecto.

Posteriormente, se constituyó el estudio organizacional donde se determinó niveles jerárquicos, organigrama estructural, funcional y manual de funciones de la empresa de servicios KC LEANING´S CÍA. LTDA”.

Consecutivamente, se efectuó el estudio financiero con el cual se precisó el tamaño de la inversión, costos e ingresos y la sensibilidad de proyecto.

Finalmente, mediante los estudios realizados se llegó a la Discusión, Conclusiones y Recomendaciones del proyecto.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

Empresa

Las empresas son una fuente de ingresos para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios, promueven el desarrollo económico de la sociedad, representan un medio para la realización o satisfacción personal y fomentan la capacitación y el desarrollo de habilidades, así como la inversión y formación de capital. (Munch, 1997, pág. 26)

Clasificación de las Empresas

“Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Sin embargo, según en qué aspecto nos fijemos, podemos clasificarlas de varias formas. Dichas empresas, además cuentan con funciones, funcionarios y aspectos disímiles, a continuación, se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos y su producción.

Según la actividad o giro: Las empresas pueden clasificarse, de acuerdo con la actividad que desarrollen, en:

Industriales. La actividad primordial de este tipo de empresas es la producción de bienes mediante la transformación de la materia o extracción de materias primas. Las industrias, a su vez, se clasifican en:

Extractivas. Cuando se dedican a la explotación de recursos naturales, ya sea renovable o no renovable. Ejemplos de este tipo de empresas son las pesqueras, madereras, mineras, petroleras, etc.

Manufactureras: Son empresas que transforman la materia prima en productos terminados, y pueden ser:

De consumo final: Producen bienes que satisfacen de manera directa las necesidades del consumidor. Por ejemplo: prendas de vestir, muebles, alimentos, aparatos eléctricos, etc. De producción: Estas satisfacen a las de consumo final. Ejemplo: maquinaria ligera, productos químicos, etc.

Comerciales: Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en: **Mayoristas:** Venden a gran escala o a grandes rasgos. **Minoristas** (detallistas): Venden al por menor. **Comisionistas:** Venden de lo que no es suyo, dan a consignación.

Servicio. Son aquellas que brindan servicio a la comunidad que a su vez se clasifican en:”(Mera & Vera, 2012)

- Limpieza
- Transporte
- Turismo

- Instituciones financieras
- Servicios públicos (energía, agua, comunicaciones)
- Servicios privados (asesoría, ventas, publicidad, contable, administrativo)
- Educación
- Finanzas
- Salud

SERVICIO

Son actividades identificables por separado y esencialmente intangibles que satisfacen las necesidades y que no están necesariamente vinculadas a la venta de un producto o servicio. Para producir un servicio puede requerirse o no el uso de productos tangibles, sin embargo, cuando se requieren no hay transferencia de los derechos de esos derechos de esos bienes intangibles. (Stanton, 1989, pág. 546)

A cambio de su dinero, tiempo y esfuerzo, los clientes de servicios esperan obtener valor al acceder a bienes, trabajo, habilidades profesionales, instalaciones, redes y sistemas; sin embargo, por lo general no adquieren la propiedad de cualquiera de los elementos físicos involucrados. (Lovelock, 2009, pág. 15).

Características de los Servicios:

Intangibilidad: Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador, como sucede con los bienes o productos físicos. (Kotler, 2002, págs. 200-202)

“Inseparabilidad: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables.

Heterogeneidad: O variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega.

Carácter Perecedero: O imperdurabilidad, se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario.” (Lamb, Hair, & McDaniel, 2002, págs. 344-346)

Estrategias de Marketing de Servicios

CUADRO 1

Estrategias de Marketing de Servicios

Hacer tangible el servicio	Se trata de conseguir que el servicio sea captable por los sentidos creando una representación física del mismo. Por ejemplo, ofreciendo carpetas o bolígrafos con el logotipo de la empresa
Identificar el servicio	Hay que asociar el servicio a una imagen que permita diferenciarlo de la competencia. Por ejemplo, mediante el uso de un determinado uniforme por parte del personal o de una melodía que se asocie al servicio.
Diferenciar por calidad	Consiste en ofrecer un valor añadido al servicio para que se diferencie de la competencia por el nivel de calidad ofrecido. Por ejemplo, mediante algún certificado de calidad.
Estandarizar el servicio	Se trata de que el servicio ofrecido sea el mismo para todos los clientes y se garantice un nivel estándar de calidad. Por ejemplo, demostrando que todos los servicios se realizan del mismo modo.

FUENTE: Marketing en la actividad comercial.(Martinez, Escriva, & Ruiz, 2012, pág. 12)

SERVICIOS LIMPIEZA

Los servicios de limpieza proporcionan soluciones de limpieza a medida para empresas, organismos gubernamentales o individuos. Estos servicios son específicos y personalizados de acuerdo a las necesidades y peticiones de los clientes (Hamilton, 2015).

Tipos de Servicios de Limpieza

- **Limpiezas de mantenimiento:** limpieza interior de todo tipo de hogares, edificios, oficinas y comercios.
- **Limpiezas específicas:** Cristales, hornos, alfombras, pisos y gradas.
- **Limpiezas especiales:** Fachadas y recogida de basuras. (Big Galicia)

PROYECTO

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. (Baca, 2006, pág. 2)

Evaluación de proyecto

Permite a los interesados en un proyecto tomar decisiones de aprobación, modificación, desaprobación o aplazamiento de las inversiones que implica el proyecto. (Arboleda, 2013, pág. 51)

Etapas de un proyecto

"Hay muchas formas de clasificar las etapas de un proyecto de inversión, una de las comunes identifica cuatro etapas básicas que son:

Generación de la idea: Surge de la identificación de opciones para la solución de problemas, que pudieran existir o de formas de enfrentar las oportunidades de negocio que se pudieran presentar.

Preinversión: Corresponde al estudio de viabilidad económica de las diversas opciones de solución para cada una de las ideas de proyectos, la que se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y calidad de la información estas son: perfil, prefactibilidad y factibilidad.

Inversión: Corresponde al proceso de implementación del proyecto, donde se materializan todas las inversiones previas a su puesta en marcha.

Operación: La inversión ya materializada está en ejecución." (Sapag, 2011, págs. 15-17)

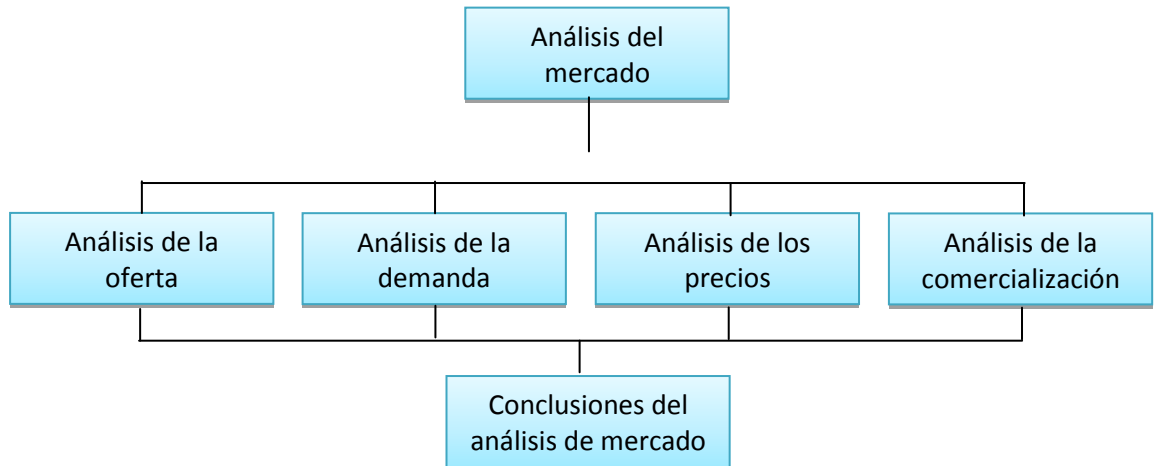
ESTUDIO DE MERCADO

Concepto

Se entiende que mercado el área en que concluyen las fuerzas de la oferta y demanda, para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.(Baca, 2006, pág. 14)

Estructura del análisis del mercado

GRÁFICO 1



FUENTE: Evaluación de Proyectos. (Baca, 2006, pág. 15)

DEMANDA

Concepto

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica un precio determinado.

TIPOS DE DEMANDA

En relación con su oportunidad:

"Demanda Efectiva: Es la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios

Demanda potencial: Es el consumo total de productos o servicios que pueden realizar a la empresa los clientes en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta el impacto que la competencia puede tener sobre el segmento de mercado seleccionado. Esta cifra se determina según las proyecciones de crecimiento que manejará la empresa.

Demanda insatisfecha: En la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Demanda satisfecha: En la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere:

- **Satisfecha saturada:** No puede soportar una cantidad más del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.
- **Satisfecha no saturada:** Se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas de mercadotecnia, como las ofertas y la publicidad."(Baca, 2006, págs. 18-19)

Segmentación del mercado

El propósito de la segmentación es detectar la posible demanda en el mayor nivel de detalle posible, con el fin de identificar la forma como se deben orientar los esfuerzos en la satisfacción de la necesidad de cada uno de los grupos inferiores que componen la demanda global. La

"segmentación" del mercado permite, entonces, organizar y clasificar la demanda, de acuerdo a ciertos y determinados atributos como: el número actual de demandantes. (Miranda, 2012, págs. 98-99).

OFERTA

Concepto

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

TIPOS DE OFERTA

Oferta competitiva o de mercado libre: Los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo a que existe talo número de productores del mismo artículo, ya que la participación de mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.(Baca, 2006, págs. 48-49)

Consumo per cápita

El consumo es uno de los indicadores más comunes para medir los cambios de una utilidad muy práctica, esto es, por persona o individuo.(Martinez, Escriva, & Ruiz, 2012, pág. 15)

Precio

El precio es la cantidad que el cliente paga por el producto o servicio. También es muy importante, puesto que va a determinar los beneficios que obtendrá la empresa en cada venta. Al establecer el precio, se debe tener en cuenta el valor percibido por el cliente y cuanto está dispuesto a pagar por el producto o servicio. El precio va a determinar a su vez la imagen que tendrá el cliente del producto. (Miranda, 2012, pág. 95)

Distribución

La distribución hace referencia a la colocación del producto en donde el consumo tenga lugar, es decir, se refiere a todas las decisiones que están relacionadas con el traslado del producto desde el lugar de producción hasta el lugar de consumo. (Martinez, Escriva, & Ruiz, 2012, pág. 14)

ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de los recursos básicos para el proceso de producción, considerando los datos proporcionados por el estudio de mercado, para efectos de la determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos. (Pasaca, 2004, pág. 50)

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.(Baca, 2006, pág. 107)

Macrolocalización

Indica el país, región, provincia, cantón o ciudad donde se ubicará la empresa, en el cual existan todos los recursos, materiales y servicios necesarios para el correcto funcionamiento y prestación del servicio.(Miranda, 2012, pág. 132)

Microlocalización

Una vez que se ha realizado la macrolocalización, se comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta la localidad, para finalmente determinar el sitio preciso, la empresa debe ubicarse donde puede utilizar al máximo las ventajas económica, técnicas, geográficas, de seguridad y de infraestructura de la zona.(Miranda, 2012, pág. 138)

- **Método de Factores Ponderados**

"Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. Este método permite

ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión.

Los pasos a seguir son:

1. Desarrollar una lista de factores relevantes.
2. Asignar un peso a cada factor para reflejar su importancia relativa (los pesos deben sumar 1,00), y el peso depende del criterio del investigador.
3. Asignar una escala común a cada factor (por ejemplo, de 0 a 10) o objetivos de la compañía.
4. Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar cada calificación por el peso.
5. Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de la máxima puntuación."(Baca, 2006, pág. 107)

Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.(Baca, 2006, pág. 92)

Capacidad Instalada

Corresponde a la capacidad máxima de producción permanente, es decir en base al número trabajadores, maquinaria y materiales necesarios para la prestación del servicio o producción.(Miranda, 2012, pág. 128)

Capacidad Utilizada

Es la fracción de capacidad instalada que se está empleando, para producir o prestar un servicio.(Miranda, 2012, pág. 128)

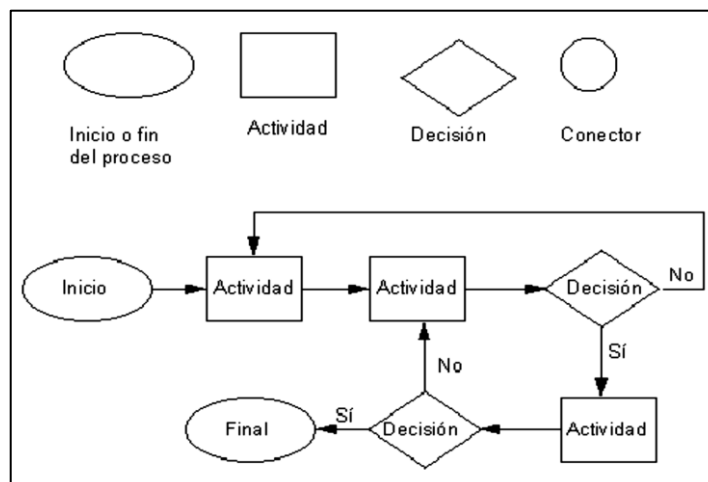
Ingeniería del Proyecto

Resuelve todo lo que concierne a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria y se determina la distribución de la planta.(Baca, 2006, pág. 110)

Flujograma de Procesos

Es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado. Es decir, el flujo grama consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo a partir de símbolos.(Loaiza, 1988).

GRÁFICO 2



FUENTE: Evaluación de Proyectos. (Baca, 2006, pág. 112)

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Concepto

Consiste en el diseño y determinación de la estructura, procesos, funciones y responsabilidades, el establecimiento de métodos y aplicación de técnicas tendientes a la simplificación de trabajo, que permitan una óptima coordinación de los recursos y las actividades.(Munch, Osorio, & Vital, 2011)

Base legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por ley.(Pasaca, 2004, pág. 58)

Acta constitutiva

Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los que se constituye la empresa.(Pasaca, 2004, pág. 58)

Razón Social

Es el nombre o denominación el cual la empresa operará, el mismo que debe de estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.(Pasaca, 2004, pág. 58)

Domicilio de la Empresa

Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá especificar claramente la dirección domiciliaria en donde se ubicará.(Pasaca, 2004, pág. 58)

Objeto de la Empresa

Determina la actividad económica a la cual se dedicará la empresa, la misma que puede ser producción, comercialización, prestación de servicios, etc.(Pasaca, 2004, pág. 58)

Capital Social

Debe indicarse el monto de capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.(Pasaca, 2004, pág. 58)

NIVELES JERÁRQUICOS

Nivel directivo

Las funciones principales son: legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización, además de realizar reglamentos, decretar resoluciones. (Gavilanes, 2012)

Nivel ejecutivo

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa. (Gavilanes, 2012)

Nivel asesor

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa.(Gavilanes, 2012)

Nivel auxiliar o de apoyo

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.(Gavilanes, 2012)

Nivel operativo

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.(Gavilanes, 2012)

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Es la representación gráfica de cómo estará estructurada la empresa de acuerdo a los niveles jerárquicos y a los cargos que habrá dentro de la misma.(Pasaca, 2004, pág. 61)

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Es la representación gráfica del cada uno de los cargos que existirán dentro de la empresa, el cual contiene las principales funciones que deberán cumplir cada una de los miembros, logrando así que la empresa marche de la mejor manera y no hayan conflictos por las funciones con las que debe cumplir cada uno de los miembros.(Pasaca, 2004, pág. 62)

MANUAL DE FUNCIONES

Toda empresa debe tener un manual de funciones, sobre todo aquellas empresas de grandes dimensiones, llevando de esta manera un control de las funciones de cada uno de los empleados de la misma, siendo esto un instrumento eficaz para el desarrollo de las estrategias respectivas ya que esto ayuda a determinar y delimitar los campos de cada puesto de trabajo. (Montes, 2012)

ESTUDIO FINANCIERO

Concepto

Pretende determinar cuál será el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera. (Baca, 2006, pág. 168)

Inversión

Se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase preoperativa y operativa de la vida del proyecto y representan desembolsos de efectivo. (Pasaca, 2004, pág. 64)

Activos Fijos

Son todos los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, entre otros, se llaman fijos por que la empresa no puede desprenderse de ellos, sin que ocasione problemas a sus actividades productivas. (Baca, 2006, pág. 173)

Activo Diferido

Conjunto de bienes que son propiedad de la empresa y son necesarios para su funcionamiento, y que incluye patentes, marcas, diseños, tecnologías, etc. (Baca, 2006, pág. 174)

Activo Circulante o Capital de Trabajo

Valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un período de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las necesidades económicas.(Pasaca, 2004, pág. 68)

Financiamiento

Representa las fuentes con las cuales la empresa financiará la inversión, es decir esta puede ser financiada con fuentes internas o externas. (Pasaca, 2004, pág. 69)

Costos

Durante el período de operación se identifican cuatro clases de costos: en primer lugar los que están ligados directamente a la producción del o prestación del servicio; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la empresa; por otro lado los costos causados por efecto del impulso de las ventas; y finalmente los costos financieros generados por el uso de capital ajeno.(Miranda, 2012, pág. 215)

Costos Fijos

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el sólo hecho de existir, independiente de sí existe o no producción.(Pasaca, 2004, pág. 76)

Costos Variables

Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.(Pasaca, 2004, pág. 76)

Ingresos

Están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o de la prestación del servicio o por la liquidación de los activos que han superado su vida útil de la empresa.(Miranda, 2012, págs. 221-222)

Depreciaciones

Se aplica a los activos fijos, ya que con el uso estos bienes valen menos, es decir se deprecian.(Baca, 2006, pág. 174)

Amortizaciones

Se aplica a los activos diferidos, es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.(Baca, 2006, pág. 174)

Estado de Pérdidas y Ganancias

Permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.(Pasaca, 2004, pág. 80)

Punto de Equilibrio

Es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables, es decir el punto en el que la empresa ni pierde ni gana.(Baca, 2006, pág. 180)

FÓRMULAS

Porcentaje:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \times 100$$

Ventas:

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

Flujo de caja

Representa los recursos generados por las ventas y es la diferencia entre ingresos y egresos, es decir la variación de entradas y salidas de efectivo en un período determinado de la empresa.(Pasaca, 2004, págs. 88-89)

Valor actual neto (VAN)

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizaran en

todos y cada uno de los años de operación económica.(Miranda, 2012, pág. 267)

FÓRMULA:

$$\text{VAN} = \sum \text{FNA} - \text{Inversión Inicial}$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define a la Tasa Interna de Retorno, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. La tasa de descuento es el valor presente neto sea 0; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.(Baca, 2006, pág. 224)

FÓRMULA:

$$\text{TIR} = T_m + D_t \left(\frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}} \right)$$

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Es la tasa de ganancia anual que solicita ganar el inversionista, para llevar a cabo la instalación y operación de la empresa, la TMAR es la tasa de crecimiento real de la empresa.(Baca, 2006, pág. 205)

FÓRMULA:

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de Inflación} + \text{Prima de Riesgo}$$

Beneficio/Costo (B/C)

Permite determinar y comparar la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficios actualizados, que se desprenden de su implementación. Los costos corresponden al valor de los recursos utilizados, en tanto que los beneficios son el valor de los bienes o servicios producidos por el proyecto. (Miranda, 2012, pág. 271)

FÓRMULA:

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados} + \text{Inversión}}$$

Período de Recuperación de Capital (PRC)

El periodo de recuperación de capital es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. (Pasaca, 2004, pág. 101)

FÓRMULA:

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Suma de los flujo que supere la inversión}}{\text{Flujo año que supera la inversión}}$$

Análisis de sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR, ante cambios en determinadas variables como costos e ingresos. (Baca, 2006, pág. 135)

FÓRMULAS:

$$\text{Diferencia de TIR} = \text{TIR del Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Para llevar a cabo el proyecto de tesis, se utilizó los siguientes materiales: computadora, flash, impresora, calculadora, textos, copias e internet, los cuales permitieron concluir el proyecto de manera eficiente.

METODOLOGÍA

Una vez aprobado el proyecto denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA LA CIUDAD DE CARIAMANGA - CANTÓN CALVAS - PROVINCIA DE LOJA, se procedió a realizar la investigación siguiendo la metodología desarrollada en el proyecto.

Primeramente, para poder obtener información real de la población de la ciudad de Cariamanga y a su vez del número de familias de la misma, se acudió al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Siendo el número de familias para el año 2015 de 3.506, con una tasa de crecimiento de 1,05% dato que fue esencial para determinar el tamaño de la muestra de las encuestas a aplicar en la población, cuyo cálculo arrojó un número de 359 encuestas, las mismas que fueron aplicadas a las familias de la ciudad de Cariamanga.

Con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas se realizó el estudio de mercado, con el cual se determinó los gustos y preferencias de las familias, la demanda efectiva e insatisfecha existente, así como también la competencia indirecta que tendrá la empresa de servicios de limpieza, a través de la aplicación de dos entrevistas aplicadas a las personas que realizan este servicio.

Seguidamente, se realizó el estudio técnico a través de la observación directa realizada a varios locales para la ubicación de la empresa, así como también la capacidad instalada y utilizada la cual se la efectuó con los datos obtenidos en el estudio de mercado; así como también se elaboró el estudio organizacional investigando y tomando de referencia las leyes, reglamentos e instituciones que contralan a las compañías.

Finalmente, se efectuó el estudio financiero aplicando diferentes indicadores financieros como; VAN, TIR, TMAR, B/C, PRC, con los cuales se determinó la rentabilidad y factibilidad del proyecto, llegando así a las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los datos obtenidos en los diferentes estudios.

En el desarrollo del proyecto se dio una limitante en cuanto a la información de la oferta, ya que no hay en la localidad una institución que facilítelos datos exactos sobre el número existente de empleadas domésticas.

TÉCNICAS

Encuesta:

Esta técnica es la más importante ya que permitió obtener información real de una determinada muestra de la población, la cual fue dirigida a las familias de la ciudad de Cariamanga está fue una herramienta fundamental para efectuar el estudio de mercado, y así determinar la verdadera acogida que tendrá el servicio que se ofertará, las preguntas que se realizaron fueron claras y concisas, con el objetivo de facilitar la obtención de los resultados.

Entrevista:

Esta técnica ayudo a obtener información relevante para conocer la manera de como elabora, precios y cuántos servicios realiza al año la competencia indirecta existen en la localidad, la cual se elaboró con preguntas precisas.

Observación Directa:

Esta técnica sirvió para apreciar de cerca los hechos, y poder obtener información relacionada con el entorno y así tener una idea más clara de la necesidad que se presenta en los habitantes, y poder encontrar la mejor forma de solucionarla; también sirvió para determinar el mejor lugar donde ubicar la empresa.

POBLACIÓN Y MUESTREO

Para determinar el tamaño de la muestra, se tomaron en cuenta los datos del Censo Poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censo, en el año 2010; donde se estableció que la población de la ciudad de Cariamanga es de 13.311 habitantes, y su crecimiento poblacional es de 1,05%(INEC), los mismos que fueron utilizados para la proyección de los cinco años de vida útil del proyecto.

Además, cabe indicar que según el INEC la población por familia para la ciudad de Cariamanga es de 4 integrantes, dato que fue utilizado para la elaboración de la muestra, por ende, para la encuesta se aplicó a las familias de la ciudad.

FÓRMULA PARA LA PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Para la proyección de la población se aplicó la siguiente fórmula:(Krueckberg & Silvers, 1978)

$$Pf = Po(1 + i)^n$$

En Dónde:

Pf = Población Final

Po = Población Actual

1 = Constante

i = Tasa de Crecimiento

n = Número de Años

**PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD
DE CARIAMANGA**

CUADRO 2
Proyección de la Población

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL CIUDAD DE CARIAMANGA (1.05%)	POBLACIÓN POR FAMILIAS 4
2010	13.311	3.328
2011	13.451	3.363
2012	13.592	3.398
2013	13.735	3.434
2014	13.879	3.470
2015	14.025	3.506
2016	14.172	3.543
2017	14.321	3.580
2018	14.471	3.618
2019	14.623	3.656
2020	14.777	3.694

FUENTE: INEC

MUESTREO DE LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE CARIAMANGA

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula:(Ibujes, 2012)

$$M = \frac{N}{1+N.e^2}$$

En Dónde:

M= Muestra

N= Población

1= Constante

e²= Tasa de margen de error

$$M = \frac{3.506}{1+3.506(5\%)^2}$$

$$M = \frac{3.506}{1+3.506(0,0025)}$$

$$M = \frac{3.506}{1+8,765}$$

$$M = \frac{3.506}{9,765}$$

M= 359 FAMILIAS

f) RESULTADOS

ESTUDIO DE MERCADO

El presente estudio de mercado comprende un proceso en el cual se lleva a cabo la aplicación de herramientas para determinar los parámetros de un sector en específico; como es el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para la ciudad de Cariamanga – cantón Calvas – provincia de Loja, el cual tiene como propósito determinar la dinámica existente entre la oferta y la demanda del servicio que se va a brindar con la creación de la empresa, información que es de suma importancia para determinar el desempeño de sus funciones en el mercado en el que va a operar, la misma que estará orientada a satisfacer las necesidades y preferencias del consumidor de la ciudad, así como también es necesario para el proceso de toma de decisiones.

OBJETIVOS

- ✓ Realizar la segmentación de mercado en forma correcta, clara y concisa de acuerdo al servicio que se va a ofrecer.
- ✓ Determinar las diferentes demandas (potencial, real, efectiva), que están orientadas y que además son necesarias para desarrollo del proyecto.

- ✓ Establecer la oferta existente de las empresas que representan una competencia directa o indirecta del servicio de limpieza de la ciudad de Cariamanga.
- ✓ Establecer el uso per cápita anual de las familias que hagan uso del servicio.
- ✓ Cuantificar la demanda insatisfecha existente en el mercado.
- ✓ Estipular las estrategias de mercado como son las 4p conocidas también como marketing mix: producto, plaza, promoción y publicidad.

Características del Servicio

El presente proyecto de inversión tiene como propósito fundamental prestar servicios de limpieza para las familias y empresas existentes en la ciudad de Cariamanga, con la finalidad de facilitar a la población en general el realizar esta actividad de manera más cómoda y rápida, garantizando a los clientes un buen trabajo y seguridad. Para ello se contará con personal idóneo, responsable, honrado, eficiente y sobre todo con experiencia y preparación, con el que se permita asegurar que las actividades se realicen de manera óptima.

Para la prestación del servicio de limpieza se utilizará como medio de transporte un vehículo, con el cual se movilizará al personal que se

encargará de llevar a cabo el servicio logrando así mayor puntualidad, agilidad y rapidez en la prestación del servicio.

Se contará con una línea telefónica convencional y celular la misma que estará a disposición de los clientes para atender a sus requerimientos para el servicio.

El servicio que prestará la empresa se caracterizará por ser de calidad, responsabilidad, eficiencia, rapidez, seguridad y confiabilidad.

La prestación de este servicio beneficiará a las familias ya que dispondrán de más tiempo para realizar otras actividades de mayor importancia como lo es el pasar más tiempo entre familia; lo cual se les dificulta por el poco tiempo que disponen debido a las obligaciones con las que tienen que cumplir en sus trabajos o negocios, así como también les permitirá reducir los costos en los que incurrirían si contratan personal fijo para que cumpla con esta actividad.

Características del Cliente

Podrán acceder al servicio las familias de la ciudad de Cariamanga, que tengan un nivel de ingresos de por lo menos \$450,00 mensuales y una edad comprendida de 25 años en adelante, que necesiten del servicio que

se brindará y que debido a la falta de tiempo y costos se les dificulta realizar esta actividad de manera habitual.

ESTUDIO DE LA DEMANDA

Esta fase o estudio es la más importante ya que aquí se determinan los deseos y necesidades de las familias y empresas, así como también el poder adquisitivo de las mismas para poder determinar si existirá demanda del servicio que se ofertará. A este estudio lo compone el análisis y proyección de la demanda, que es vital para justificar la posible inversión y creación de la empresa.

Demanda Potencial, Real y Efectiva Familias

- ✓ Para poder determinar la demanda potencial de las familias encuestadas se tomó en consideración todas las que contestaron que, si accederían a contratar los servicios de una empresa que realice la limpieza de hogares en la pregunta 1, de las 359 familias encuestadas el 85%, es decir 304 familias manifestaron que si accederían a contratar a una empresa que realice este servicio, las cuales serán consideradas como demanda potencial para el proyecto de inversión.

- ✓ Se toma como base la demanda potencial de 304 familias para encontrar la demanda real; para lo cual se hace referencia a las

familias encuestadas que contestaron que no cuentan en su vivienda con personal que se encargue de la limpieza en la pregunta # 2 de las cuales el 88% contestó que no disponen; por lo tanto, 268 familias serán consideradas como demanda real.

- ✓ De las 268 familias que son consideradas como demanda real, para determinar cuál será la demanda efectiva se ha considerado las familias que respondieron que, si harán uso del servicio que prestará la empresa en la pregunta # 6, de las cuales el 71% correspondiente a 189 familias manifestaron que están dispuestas hacer uso del servicio que se ofertará, las mismas que representarán la demanda efectiva del proyecto de inversión de la empresa de servicios de limpieza. En el siguiente cuadro se muestra el cálculo de las demandas:

CUADRO 3
DEMANDA POTENCIAL, REAL Y EFECTIVA FAMILIAS

DEMANDAS	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Población total ciudad Cariamanga (1.05%)	14.025	14.172	14.321	14.471	14.623	14.777
Población por familias (4)	3.506	3.543	3.580	3.618	3.656	3.694
DEMANDA POTENCIAL 85%: Pregunta # 1 ¿Usted y su familia accederían a contratar los servicios de una empresa que realice la limpieza de su hogar?	2.980	3.012	3.043	3.075	3.107	3.140
DEMANDA REAL 88%: Pregunta 2. ¿Dispone en su vivienda de personal que se encargue del servicio de limpieza?	2.623	2.650	2.678	2.706	2.735	2.763
DEMANDA EFECTIVA 71%: Pregunta # 6. ¿Si se crease una empresa que preste servicios de limpieza de calidad y eficiencia, usted y su familia harían uso del servicio?	1.862	1.882	1.901	1.921	1.942	1.962

FUENTE: Encuesta Cuadro 1, 2, 6 y Anteproyecto Cuadro 2

De las encuestas realizadas a las empresas tanto públicas y privadas de la ciudad de Cariamanga se comprobó que estas ya cuentan con personal dentro de la empresa que realiza este servicio, por ende, estas no harán uso del servicio que se prestará debido a que su personal que realiza la limpieza ya lleva varios años en las instituciones, y en algunos casos incluso desde que se creó la empresa. Por tal razón para el presente estudio de mercado se tomará únicamente a las familias de la ciudad como demanda total del servicio.

USO PERCÁPITA ANUAL

Para la creación de la empresa de servicios de limpieza para la ciudad de Cariamanga – cantón Calvas – provincia de Loja, es muy importante que se estime cuantas veces en el año los posibles clientes harán uso del servicio mencionado anteriormente.

FÓRMULA PARA OBTENER USO PERCÁPITA ANUAL:

Total, de veces anual = frecuencia x 52 semanas

CUADRO 4
USO PERCÁPITA SERVICIOS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL DE SERVICIOS AL AÑO
Una Vez Por Semana	84	4.368
Dos Veces Por Semana	66	6.864
Tres Veces Por Semana	24	3.744
Todos Los Días (365)	10	3.650
Cada Quince Días	5	130
TOTAL	189	18.756

FUENTE: Encuesta Cuadro 8

Nota. - Para el cálculo del uso per cápita se tomó en consideración los 365 días del año para las familias que harán uso del servicio todos los días, así como también se tomó las 52 semanas para las familias que harán uso del servicio una vez por semana, dos veces por semana, tres veces por semana y cada quince días.

Consumo per cápita anual = T.de servicios anuales / T. de las frecuencias

CUADRO 5
USO PERCÁPITA ANUAL

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	TOTAL DE SERVICIOS AL AÑO
TOTAL ANUAL	189	18.756
CPA= T.V.A/FRECUENCIA		99

FUENTE: Estudio de Mercado Cuadro 4.

El cuadro indica que el total de veces que las familias encuestadas harán uso del servicio de la empresa es de 99 veces en el año, es decir que cada familia hará uso del servicio en un promedio de dos veces por semana.

$$99/52 = 2 \longrightarrow \text{Servicios por semana.}$$

DEMANDA EFECTIVA EN SERVICIOS ANUALES

Para determinar la demanda efectiva en servicios, que será el número de veces que las familias proyectadas cuya tasa de crecimiento es de 1,05% durante los cinco años de vida útil harán uso del servicio que se prestará, para lo cual se tomará las 99 veces que las familias harán uso del servicio al año, el mismo que será igual para los cinco años de vida útil, para el cálculo se realiza el siguiente proceso:

CUADRO 6
DEMANDA EFECTIVA EN SERVICIOS

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA FAMILIAS 71%	USO PERCÁPITA ANUAL	DEMANDA EFECTIVA EN NUMERO DE SERVICIOS
2015	1.862	99	184.338
2016	1.882		186.318
2017	1.901		188.199
2018	1.921		190.179
2019	1.942		192.258
2020	1.962		194.238

FUENTE: Uso Per cápita Anual Cuadro 5.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Al hablar de oferta se hace referencia a la cantidad de oferentes que brindan sus servicios al mercado consumidor. Actualmente, en la ciudad de Cariamanga no existe una empresa que brinde este servicio a la ciudadanía, es decir que no existe competencia directa para la empresa, por tal razón para realizar este análisis se ha tomado como base la competencia indirecta que existe por parte de las personas que prestan este servicio de manera independiente a un determinado número de familias.

Se tomó como referencia para este análisis a 2 personas que se dedican a prestar este servicio para así poder determinar la oferta, se entrevistó a estas personas de las cuales una manifestó que cobra por cada hora de servicio \$4,00 dólares y realiza semanalmente la limpieza de 10 hogares

los mismos que hacen uso del servicio una sola vez a la semana, la otra persona manifestó que cobra por cada hora de servicio \$5,00 dólares y realiza la limpieza de 8 hogares dos veces por semana.

Con los datos recolectados de la entrevista se estableció un mínimo de 26 servicios por semana, que las familias hacen uso del servicio brindado por la competencia; para este tipo de competencia no se puede establecer un porcentaje de crecimiento debido a que depende de la toma de decisión y necesidad de las personas al dedicarse a esta actividad, ya que son los únicos que determinarán el momento idóneo para ofertar este servicio y obtener un ingreso por la prestación del mismo.

CÁLCULO

Número de hogares atendidos a la semana (entrevista realizada a 2 personas) = 10 (1 vez) + 8(2 veces)
= 10+16 = **26 Servicios por semana**
= 26 x 52 = **1.352 Servicios al año**

Así como también, se consideró competencia indirecta a las empleadas domésticas cuyo número asciende a 48 en este año 2015, las mismas que están registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IEES), cuyo porcentaje de incremento ha sido de 11.63% en relación al año 2014 que eran 43 empleadas domésticas registradas en el IEES,

información obtenida en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social de la ciudad de Cariamanga, dato que difiere debido a que no todo empleador registra a sus empleadas domésticas en el IESS, por todos las obligaciones con las que deben cumplir al momento de registrarlas tales como; beneficios de ley, vacaciones, seguridad de la persona y sobre todo el salario básico unificado establecido, que se les debe de pagar el mismo que asciende a \$354,00 en el año en curso.

**CUADRO 7
OFERTA TOTAL**

AÑOS	OFERTA SERVICIOS ATENDIDOS AL AÑO	OFERTA EMPLEADAS DOMÉSTICAS (11.63%)	OFERTA TOTAL
2015	1.352	48	1.400
2016	1.352	54	1.406
2017	1.352	60	1.412
2018	1.352	67	1.419
2019	1.352	75	1.427
2020	1.352	83	1.435

FUENTE: IESS Calvas y Entrevistas

El número total de servicios que la competencia atiende en el año es de 1.400, la misma que irá aumentando para los 5 años proyectados de vida útil debido a que el número de empleadas domésticas irá incrementándose de un año a otro.

DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es el resultado de la demanda efectiva menos la oferta total, la misma que es la cantidad del servicio que el mercado puede consumir en años futuros.

CUADRO 8
DEMANDA INSATISFECHA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN NÚMERO DE SERVICIOS	OFERTA TOTAL EN SERVICIOS FAMILIAS AL AÑO	DEMANDA INSATISFECHA EN SERVICIOS
2015	184.338	1.400	182.938
2016	186.318	1.406	184.912
2017	188.199	1.412	186.787
2018	190.179	1.419	188.760
2019	192.258	1.427	190.831
2020	194.238	1.435	192.803

FUENTE: Demanda efectiva en servicios Cuadro 6, Oferta total Cuadro 7

ANÁLISIS DE LAS “4 P” DE MARKETING PARA EL SERVICIO

ANÁLISIS DEL SERVICIO

Luego de haber detectado cuales son las necesidades que la población demanda, las encuestas corroboraron que las familias de la ciudad de Cariamanga necesitan del servicio de limpieza de calidad y eficiencia, por lo cual se ha creído conveniente prestar el servicio seis días a la semana excepto en los días feriados; es decir que se laborarán 304 días en el año, en dos jornadas de trabajo de 8 horas cada una, en el horario de

06h00 a 14h00 y de 14h00 a 22h00, con el fin de poder cubrir las necesidades de las familias que requieran del servicio que se ofertará.

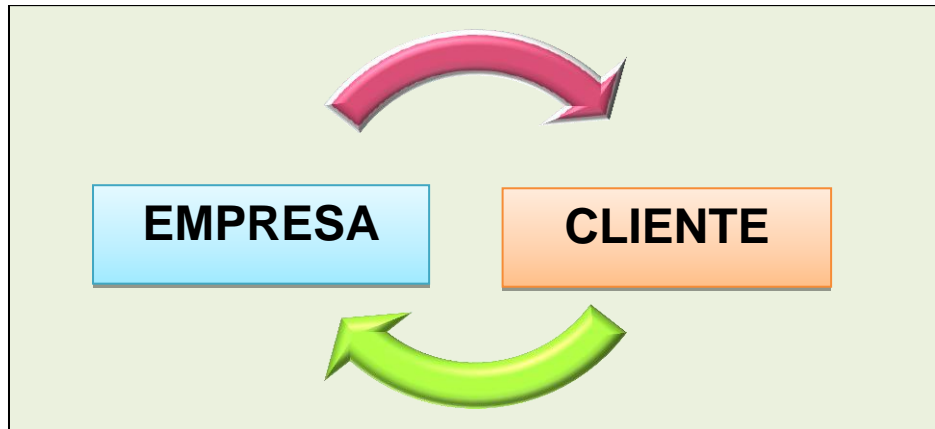
A continuación, se detalla cuáles serán los servicios que se ofertará:

- ✓ Limpieza sala
- ✓ Limpieza cocina
- ✓ Limpieza de baños
- ✓ Limpieza dormitorios
- ✓ Limpieza de puertas
- ✓ Limpieza de ventanas
- ✓ Limpieza de cortinas
- ✓ Lavado de alfombras
- ✓ Limpiar pisos

El servicio se ofrecerá a precios accesibles para el cliente, se contará con personal idóneo y responsable logrando así cumplir de la mejor manera con los requerimientos y expectativas del usuario, ya que el objetivo fundamental de la empresa es servirle en las mejores condiciones y con la amabilidad que el cliente se merece.

CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

GRÁFICO 3



El canal de comercialización del servicio será de manera directa, es decir que el servicio de limpieza se tratará directamente con el cliente, sin la mediación de ningún intermediario, con el fin de que los demandantes estén satisfechos con el servicio ofertado y sobre todo cumplir con las condiciones que el mismo lo requiera, y así poder mantenerlo satisfecho y atraer nuevos clientes a la empresa.

ANÁLISIS DEL PRECIO

Para establecer el precio del servicio se tomó como base el de la competencia indirecta, y sobre todo se analizó el volumen de la inversión para poder determinar un precio accesible para el cliente. El mismo que será de \$12,00 para el primer año de vida útil del proyecto, el cual se encuentra a la par con la competencia y con el que la empresa obtiene un

beneficio, es decir, que recupera el gasto y se obtiene un margen de utilidad.

ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

PUBLICIDAD

La publicidad es una de las herramientas más importantes dentro de la empresa, ya que a través de esta se da a conocer al cliente sobre el servicio que se ofertará. Logrando así atraer clientes para satisfacer la necesidad existente de este servicio, así como para obtener una utilidad y sobre todo posicionamiento en el mercado.

De acuerdo, a las encuestas realizadas en lo concerniente a la publicidad, se determinó que las familias desean conocer de la empresa por medio de radio, televisión y volantes.

CUADRO 9
MEDIOS PARA PUBLICIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	155	26%
TELEVISIÓN	100	17%
VOLANTES	120	20%

FUENTE: Encuesta

En consecuencia, para transmitir la publicidad de la empresa se acogerá a las preferencias que los encuestados señalaron, transmitiendo la

publicidad por radio en la emisora local Ecuasur ya que esta es la que la ciudadanía prefiere en el 87%.

La publicidad que se transmitirá por televisión se realizará por canales locales, de acuerdo a las preferencias de los demandantes se efectuará a través del canal Súper Cable Tv siendo este el que tiene mayor porcentaje del 90%. Además, de la radio y televisión los encuestados manifestaron en un 20% que les gustaría informarse a través de volantes.

Tomando en consideración los datos antes mencionados de los diferentes medios de comunicación, y de acuerdo, a las proformas brindadas por los mismos, se elaboró el siguiente cuadro de precios donde se transmitirá la publicidad del servicio que brindará la empresa, consiguiendo que la demanda incremente y por ende el desarrollo de la empresa.

**CUADRO 10
COSTO PUBLICIDAD**

COSTOS DE PUBLICIDAD EN LOS DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN					
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	EMPRESAS	DÍAS	HORARIO	CUÑAS DIARIAS	VALOR MENSUAL
RADIO	ECUASUR	LUNES A DOMINGO	08H00 A 18H00	3	150.00
TELEVISIÓN	SÚPER CABLE TV	LUNES A DOMINGO	06H00 A 20H00	9	400.00
TOTAL					550.00

FUENTE: Anexo Proformas

Volantes

La publicidad a través de la entrega de volantes representará un costo de \$70.00, por la impresión de 1000 volantes full color de 21x15 cm en la Imprenta Santiago, los mismos que se entregarán al inicio de las actividades de la empresa.

PROMOCIÓN

Debido a que la empresa inicia sus actividades en el mercado y con el objetivo de atraer el mayor número de clientes, las dos primeras semanas en las que la misma ingrese en el mercado se prestarán los servicios de limpieza con el 25% de descuento, estimulando de esta manera a que el cliente adquiera el mismo y se sienta a gusto y satisfecho con la actividad realizada.

LOGOTIPO DE LA EMPRESA



ESTUDIO TÉCNICO

Este estudio es importante ya que involucra el análisis de la localización, tamaño de las instalaciones, proceso de prestación del servicio, infraestructura y distribución de la planta, cuyo objetivo es establecer la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones y así lograr un funcionamiento óptimo del proyecto, el mismo que será realizado con personal de calidad, eficiente y sobre todo responsable.

OBJETIVOS

- ✓ Determinar la localización de la empresa a través de la realización de la macro y microlocalización.
- ✓ Establecer el tamaño óptimo del proyecto mediante la elaboración de la capacidad instalada y utilizada.
- ✓ Desarrollar la distribución adecuada de la empresa para confeccionar una apropiada instalación física.
- ✓ Realizar la ingeniería del proyecto para determinar todos los materiales y equipos necesarios para la correcta prestación del servicio.
- ✓ Elaborar los flujogramas de procesos del servicio a prestar.

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización adecuada de una empresa es de gran importancia ya que puede determinar el éxito o el fracaso de la misma, el objeto principal es precisar cuál será la mejor localización que permita ahorrar recursos e indudablemente aumentar la prestación del servicio.

La localización debe estar a la par de los objetivos de la empresa también se debe tener en cuenta los siguientes factores, como es la disponibilidad de recursos, servicios básicos y cercanía con el mercado consumidor. Se debe tener en cuenta las siguientes etapas:

1. Macro-Localización: Tomando en cuenta que el proyecto está enfocado a prestar servicios de limpieza en el cantón Calvas – provincia de Loja, para la localización se tomó en cuenta varios aspectos como son:

- ✓ Ubicación cercana con el mercado consumidor
- ✓ Disponibilidad de todos los servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa.
- ✓ Fácil accesibilidad a las vías de comunicación y medios de seguridad.

GRÁFICO 4
MACROLOCALIZACIÓN



FUENTE: GAD MUNICIPAL LOJA

2. Micro-Localización.-. El proyecto se realizará en la ciudad de Cariamanga – cantón Calvas, ya que en el lugar no existe una empresa que preste este servicio por ende en este punto se determinó el lugar exacto en la ciudad donde se instalará la empresa de servicios de limpieza, el mismo que deberá contar con todos los servicios necesarios para su correcto funcionamiento.

Para determinar cuál será el lugar más idóneo para la ubicación de la empresa se analizarán las siguientes alternativas:

- **LOCAL A:** Sucre y 18 de noviembre
- **LOCAL B:** José Miguel Rosillo y González Suarez
- **LOCAL C:** Daniel Ojeda y Espíndola

Para lo cual se realizará el método de factores ponderados en dónde:

- Se identificaron los factores de más importancia.
- Se asignó una ponderación o peso a cada factor para identificar su importancia relativa.
- Cada factor se le adjudico una escala de 1 a 10 puntos.
- Se multiplicó la puntuación por el peso de cada factor.

CUADRO 11

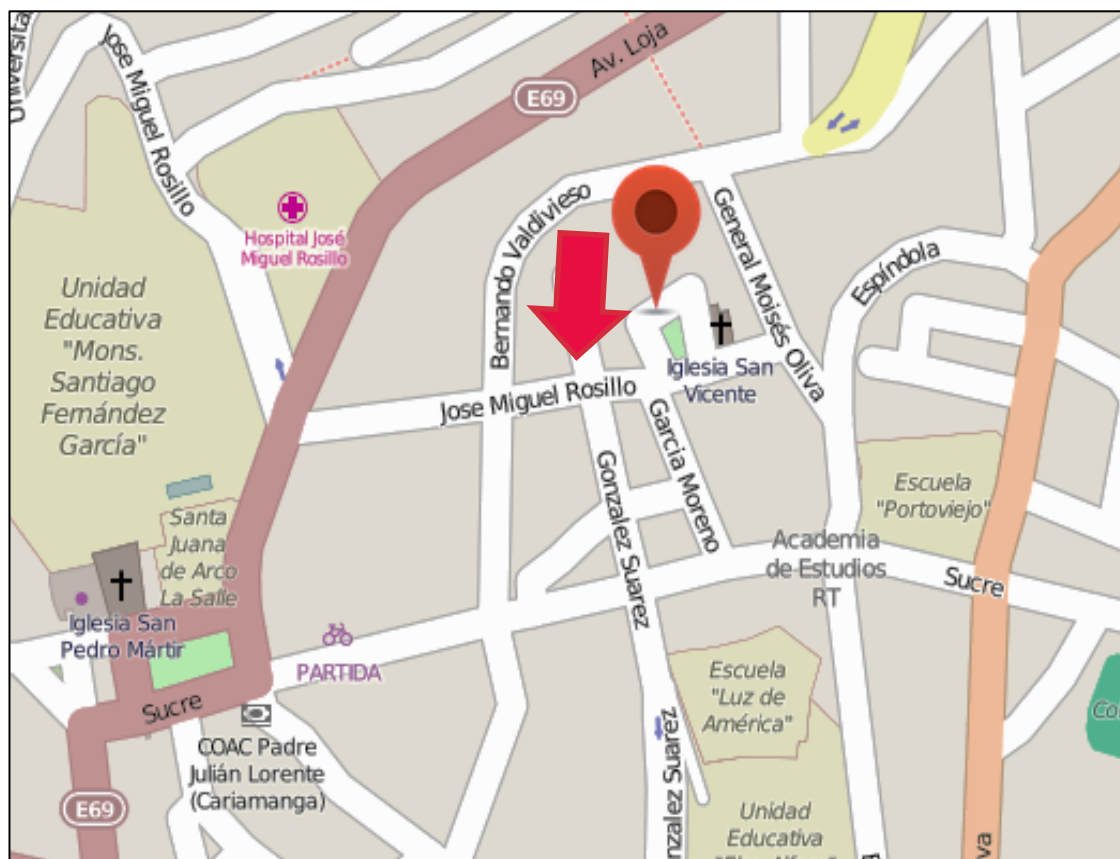
MÉTODO DE FACTORES PONDERADOS

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PONDERACIÓN	PUNTUACIÓN (Sobre 10)			PUNTUACIONES PONDERADAS		
		LUGAR A	LUGAR B	LUGAR C	LUGAR A	LUGAR B	LUGAR C
Agua	0.08	10	10	10	0.80	0.80	0.80
Luz	0.08	10	10	10	0.80	0.80	0.80
Alcantarillado	0.08	8	9	9	0.64	0.72	0.72
Disponibilidad de Mano de Obra	0.10	9	10	8	0.90	1.00	0.80
Acceso al mercado	0.10	10	10	10	1.00	1.00	1.00
Infraestructura	0.10	7	9	8	0.70	0.90	0.80
Vía Comunicaciones	0.08	9	9	9	0.72	0.72	0.72
Seguridad Vial	0.08	9	8	10	0.72	0.64	0.80
Arriendo	0.09	8	10	9	0.72	0.90	0.81
Visibilidad del Local	0.07	9	9	9	0.63	0.63	0.63
Transporte	0.06	8	9	8	0.48	0.54	0.48
Decoración del Local	0.08	9	10	8	0.72	0.80	0.64
Total	1.00	106	113	108	8.83	9.45	9.00

Luego de realizar un análisis profundo de las tres alternativas de los locales se llegó a precisar que la localización óptima de la empresa será la del **LOCAL B** ya que es la que tiene mayor calificación con **9.45** en relación a las otras alternativas, además de que es la que se acerca a la escala establecida de 10 puntos, la misma que está ubicada en el barrio San Vicente en las calles José Miguel Rosillo y González Suarez cerca de la Iglesia San Vicente, que está cerca de la concentración del mercado y todos los recursos necesarios para el correcto funcionamiento y desarrollo de las actividades económicas de la empresa.

Tomando en cuenta que la empresa va a iniciar sus actividades en el mercado, se ha creído conveniente instalarla en un local arrendado en el sector antes mencionado, debido a que comprar un terreno y construir sería demasiado costoso para la empresa, con lo cual se minimizará los gastos al momento de su instalación, reiterando también que la empresa está enfocada a prestar servicios de limpieza a las familias de la ciudad de Cariamanga y que nosotros acudiremos al cliente para ayudar a cubrir las necesidades que él requiera.

GRÁFICO 5 MICROLOCALIZACIÓN



FUENTE: GAD MUNICIPAL CALVAS

TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto de servicios de limpieza, es importante para lograr satisfacer la mayor parte de la demanda insatisfecha existente en el mercado, por tal razón se contará para la prestación del servicio con 12 personas para realizar el servicio de limpieza, de las cuales 6 lo harán en el horario de 06h00 a 14h00 y las otras 6 en el horario de 14h00 a 22h00 de lunes a sábado en horarios rotativos, salvo los días feriados (8) es decir que se laborarán 304 días en el año.

ASPECTO AMBIENTAL DEL PROYECTO

En este punto el proyecto de inversión a realizarse con el fin de no ocasionar daños en el medio ambiente, para la prestación de los servicios se usará un vehículo de paquete para el transporte del personal, así como también se usarán materiales de primera calidad para llevar a cabo los servicios solicitados por cada cliente.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada está determinada por el tamaño total de la planta para la prestación del servicio de la empresa, la misma que debe de estar acorde con la demanda existente logrando así que esta tenga participación en el mercado.

Condiciones:

- ✓ 304 días al año
- ✓ 16 horas al día
- ✓ 2 jornadas de 8 horas diarias
- ✓ 12 personas
- ✓ Se ha establecido una base de 2 horas (120 min) para brindar el servicio de limpieza a cada cliente, tomando en cuenta que el encargado tardará 5 minutos en transportarse a cada lugar.

Cálculo de la Capacidad Instalada con razonamiento lógico.

Una persona atenderá en cada jornada 4 servicios ya que se estima una duración de 120 minutos por vivienda, por consiguiente, entre las 12 personas en las dos jornadas realizarán 48 servicios diarios, es decir que en los 304 días que se trabajará se atenderán (48×304) 14.592 servicios al año.

$$12 \text{ personas} * 4 \text{ servicios realizados (día)} * 304 \text{ días} = 14.592$$

CUADRO 12
CAPACIDAD INSTALADA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA EN SERVICIOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO
2016	184.912	14.592	7,89%
2017	186.787	14.592	7,81%
2018	188.760	14.592	7,73%
2019	190.831	14.592	7,65%
2020	192.803	14.592	7,57%

FUENTE: Demanda Insatisfecha Cuadro 8.

En el cuadro se muestra que trabajando al 100% y en las mejores condiciones se logrará realizar 14.592 servicios de limpieza en el año.

CAPACIDAD UTILIZADA

Tomando en cuenta que la empresa inicia sus actividades en el mercado, en el primer año la capacidad utilizada será menor del 100% de su capacidad instalada, debido a que el servicio recién se está implantando en el mercado y a su vez a la selección del personal para que realice los servicios de manera ágil, logrando así calidad y eficiencia en la prestación del servicio, es por eso que para el primer año de vida útil se utilizará el 90% de la capacidad instalada, para el segundo el 95% y a partir del tercer año el 100% de esta capacidad.

CUADRO 13
CAPACIDAD UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE UTILIZADO	CAPACIDAD UTILIZADA
2016	14.592	90%	13.133
2017	14.592	95%	13.862
2018	14.592	100%	14.592
2019	14.592	100%	14.592
2020	14.592	100%	14.592

FUENTE: Capacidad Instalada Cuadro 12

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

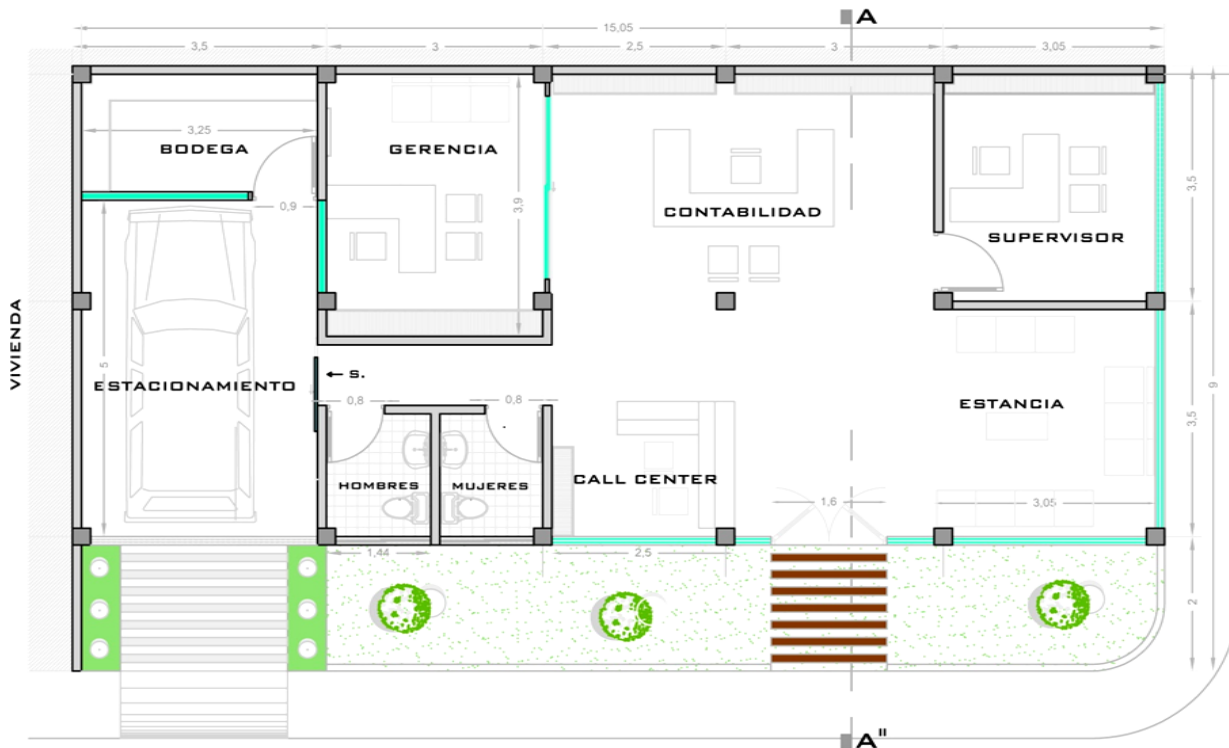
La distribución de la Empresa de Servicios de Limpieza se realizará en un local arrendado, ubicado en el barrio San Vicente en las calles José Miguel Rosillo y González Suarez, cerca de la Iglesia San Vicente en la

ciudad de Cariamanga – cantón Calvas, lugar que se adecuará para lograr el funcionamiento óptimo de la empresa de servicios.

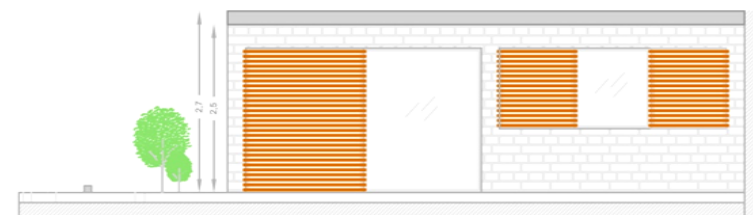
Instalaciones Físicas

Estas se dividirán en secciones donde se ubicarán cada una de las oficinas que conformarán la empresa como son gerencia, contabilidad, supervisor de operaciones, atención al cliente (call center), sala de espera, bodega, garaje y todo lo que sea necesario para la correcta atención del cliente, así como para que este se sienta a gusto en las instalaciones de la empresa, el cual se realizó con personal especializado en la materia.

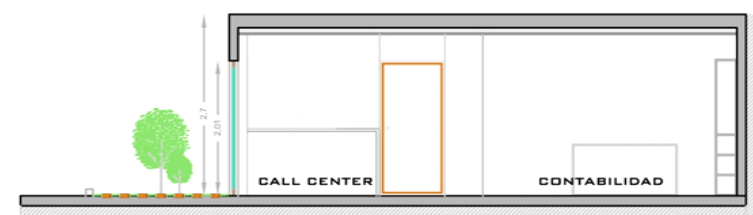
KC LEANING'S CIA. LTDA.



PLANTA UNICA
ESCALA 1:1100

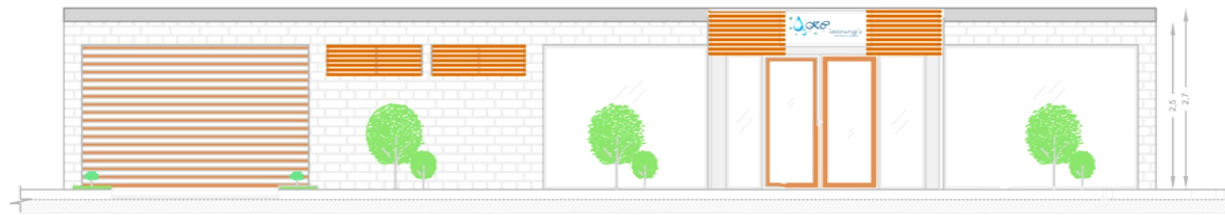


FAC. DERECHA
ESCALA 1:1100



CORTE A-A
ESCALA 1:1100

CUADRO DE AREAS	
AREA DEL TERRENO	140M2
AREA DE LA EMPRESA	105M2



FAC. FRONTAL
ESCALA 1:1100

	PROYECTO: EMPRESA DE SERVICIO	Escala: 1 / 100
	Contiene: PLANTA GENERAL, FACHADAS, CORTES.	Fecha: Julio de 2015
Firma del proyectista: Vanesa Calva P. ARQUITECTO	Firma del propietario:	Dibujo: Vanesa Calva
Diseño: Vanesa Calva P.		LÁMINA: 1 / 1

INGENIERÍA DEL PROYECTO

El objetivo de la ingeniería del proyecto permite determinar el proceso productivo para la utilización adecuada de los recursos disponibles destinados a la prestación del servicio, los mismos que influirán en el monto de las inversiones, costos e ingresos del proyecto. Por lo cual para poner en marcha el proyecto de inversión se deberá cumplir con una serie de pasos para lograr de manera eficiente con los requerimientos del cliente en la prestación del servicio, mediante la utilización de la tecnología, materiales y fuerzas de trabajo apropiadas.

Logística Del Proyecto

Es importante hacer hincapié que la empresa contará con personal altamente calificado y capacitado para la prestación del servicio y atención al cliente, para lograr así la satisfacción del mismo. Las personas encargadas de atender al cliente en cuanto a su pedido serán los call center, los mismos que registrarán el pedido en el sistema que mantendrá la empresa; así como también serán los responsables de distribuir al personal a los diferentes sitios de la ciudad en donde se encuentre el domicilio del demandante del servicio.

Es importante señalar que el personal que ejecutará el servicio contará con una identificación y con uniforme de la empresa para más seguridad

del cliente, así como también con los materiales necesarios para realizar la limpieza de manera eficiente.

Software para la empresa

El programa que la empresa utilizará para el registro del servicio será ID 2000 v 3.2.0 Identificador de llamadas para PC. ID 2000 que es un software con el que se podrá detectar el número telefónico de cualquier llamada recibida directamente desde el ordenador, cuenta con una base de datos integrada en la que se podrá guardar todos los datos de cada uno de los clientes de forma que, cada vez que llamen y el identificador detecte su número, se puede acceder automáticamente a todos los datos y estar al tanto de toda su información al instante.

El programa llevará además un registro de todos los llamados recibidos, mostrándote la cantidad de llamadas por cliente, mostrando alertas para clientes no deseados, y permitiéndote incluso consultar llamados anteriores por día o por cliente, entre tantas otras cosas más. El ID 2000 es aplicable en servicios:

- ✓ Atención telefónica de clientes

Características Principales

- ✓ Este programa puede ser descargado gratuitamente desde la pág.
Web: <http://www.sistemasaplica.com.ar/id2000.htm>
- ✓ Sistema operativo: Win 95/98/Me/NT/2000/XP
- ✓ Licencia de uso: Shareware libre.
- ✓ Fecha: 03/07/2006
- ✓ Autor: Aplica - Ingeniería en sistemas
- ✓ Descargas: 28.563

GRÁFICO 6

Sistema operativo software ID 2000



EQUIPOS Y MATERIALES PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Para la prestación correcta del servicio de acuerdo a las áreas de limpieza ofertados, y analizando los equipos existentes en el mercado para esta actividad, así como también se analizaron los precios de los mismos se necesitará lo siguientes equipos:

Aspiradora Bissell

Es una aspiradora con filtro de agua lavadora de alfombras y un sistema de limpieza de pisos posee un sistema de filtrado de 3 etapas, un calentador incorporado para limpiar tapizados, alfombras y una herramienta que le permite limpiar superficies de baldosas, vinilo, laminados y madera dura sellada.

Big Green Clean Complete incluye una solución limpiadora para pisos duros y otra solución para alfombras y tapizados, además es la única que calienta internamente a 25° C la mezcla de agua y solución limpiadora para eliminar las manchas más difíciles de sus pisos.

Características:

- ✓ Cepillo Turbo Brush para pisos
- ✓ Cepillo para múltiples superficies
- ✓ Cepillo de 5 pulgadas
- ✓ Boquilla para rincones

- ✓ Cepillo para polvillo
- ✓ Accesorio para limpiar alfombras a fondo
- ✓ Accesorio para tapizados de 4 pulgadas
- ✓ Accesorio para suelos duros
- ✓ Accesorio para desagües
- ✓ Tubo de extensión
- ✓ Manguera flexible
- ✓ 2 paños de microfibra lavables que sirven para limpiar y secar rápidamente pisos de madera, baldosas, vinilo, laminados, etc.

GRÁFICO 7

Aspiradora Bissell



FUENTE: TVentas

Limpiador de Cristales

Limpia vidrios difíciles de alcanzar y remueve la suciedad adherida en vidrios y espejos, el mango extensible permite llegar a ventanales altos o zonas difíciles.

- ✓ Mango extensible de 1,5 m para limpiarlos rápida y fácilmente.
- ✓ Cuenta con una esponja de nylon y escurridor de caucho para evitar el exceso de agua o espuma a la hora de limpiar.
- ✓ Largo de esponja y escurridor de caucho: 8 pulgadas. además, es resistente y de larga duración.

GRÁFICO 8
Limpiador de ventanas



FUENTE: Representaciones León

Kit de limpieza

Para la ejecución del servicio es necesario otorgar a cada empleado de la empresa un kit de limpieza, el mismo que estará compuesto por todos los líquidos necesarios para dejar reluciente las áreas que el cliente requiera, escobas, trapeadores, recogedores, esponjas, plumeros y cepillos plásticos.

GRÁFICO 9 Kit de Limpieza



FUENTE: Representaciones León

Carrito para Limpieza

Este es necesario para que cada agente traslade los materiales que necesitará para la limpieza, el cual cuenta con las siguientes características:

- ✓ Plataforma para cubeta de llenado.
- ✓ Soporte para armazón para trapeador.
- ✓ Dos recipientes para almacenaje de 28.5 lt, perfectos para mantener la microfibra limpia separada de la sucia; removibles desde ambos lados del carrito.
- ✓ Flexibles, con soluciones para gran capacidad de almacenamiento y organización de herramientas.
- ✓ 0.14 m³ de espacio para almacenar 40% más que el 6173.
- ✓ Incluye acoplamiento para cubetas.

- ✓ Asideros de goma mantienen los mangos en posición vertical.
- ✓ Incluye dos contenedores para desinfección removibles de 9.5 lt cada uno.
- ✓ Ganchos para guardar hasta cuatro señalamientos de seguridad.
- ✓ Dimensiones: 122.6 cm x 55.9 cm x 111.8 cm.

GRÁFICO 10
Carrito para Limpieza



FUENTE: Representaciones León

Vehículo para el Servicio

Este es muy importante para el traslado del personal a los diferentes puntos de la ciudad en donde el cliente requiera del servicio, así como para trasladarlo a la empresa, debido a que laboraran varios agentes se realizara la compra de una furgoneta la misma que cumple con las características requeridas para el trabajo la misma que tiene las siguientes características:

- ✓ Marca: CHEVROLET

- ✓ Version: N300 Move Pas. 1.2 4P Full TM
- ✓ Tipo: Van/mini van
- ✓ Número de pasajeros: 7

MOTOR Y DESEMPEÑO

- ✓ Cilindros: 4 Cil.
- ✓ Cilindraje: 1206 cc.
- ✓ Válvulas: 16 Val.
- ✓ Distribución: MPFI
- ✓ Alimentación: DOHC
- ✓ Combustible: Gasolina

GRÁFICO 11

Vehículo para el Servicio



FUENTE: EDDY CAR

Seguridad del personal

Todas las empresas deben y tienen la obligación de cuidar de sus empleados, por lo cual para protegerlos en sus labores se otorgará a cada

uno las prendas necesarias para su seguridad, como es guantes de látex y un overol que además los identifique como miembros de la empresa.

GRÁFICO 12

Prendas para seguridad del personal



FUENTE: Representaciones León

PROCESO OPERATIVO DEL SERVICIO

Fases del proceso

- 1) Una vez que el cliente realiza la llamada a la oficina solicitando el servicio señalando las áreas que desea que se realice la limpieza, su pedido será receptado por el encargado de la atención del cliente (call center). Cabe recalcar que los servicios se realizarán de acuerdo a la necesidad y preferencia de cada cliente.
- 2) Esta persona procederá a realizar el registro del cliente conjuntamente con el pedido en la base de datos de la empresa, así como también le informará acerca del costo que tendrá el mismo.

- 3) Luego el Call Center se encargará de enviar a un miembro del personal a la vivienda del cliente para que cumpla con el servicio solicitado.

- 4) Después de cumplir con la tarea encomendada el agente regresará a la oficina entregará el dinero e informará al supervisor del cumplimiento del servicio, este a su vez realizará una llamada telefónica al cliente para verificar el éxito en la ejecución del servicio, así como para conocer si está conforme con el servicio y si este fue realizado con eficiencia y responsabilidad por parte del encargado.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO

Simbología del Flujoograma


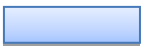



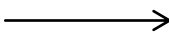
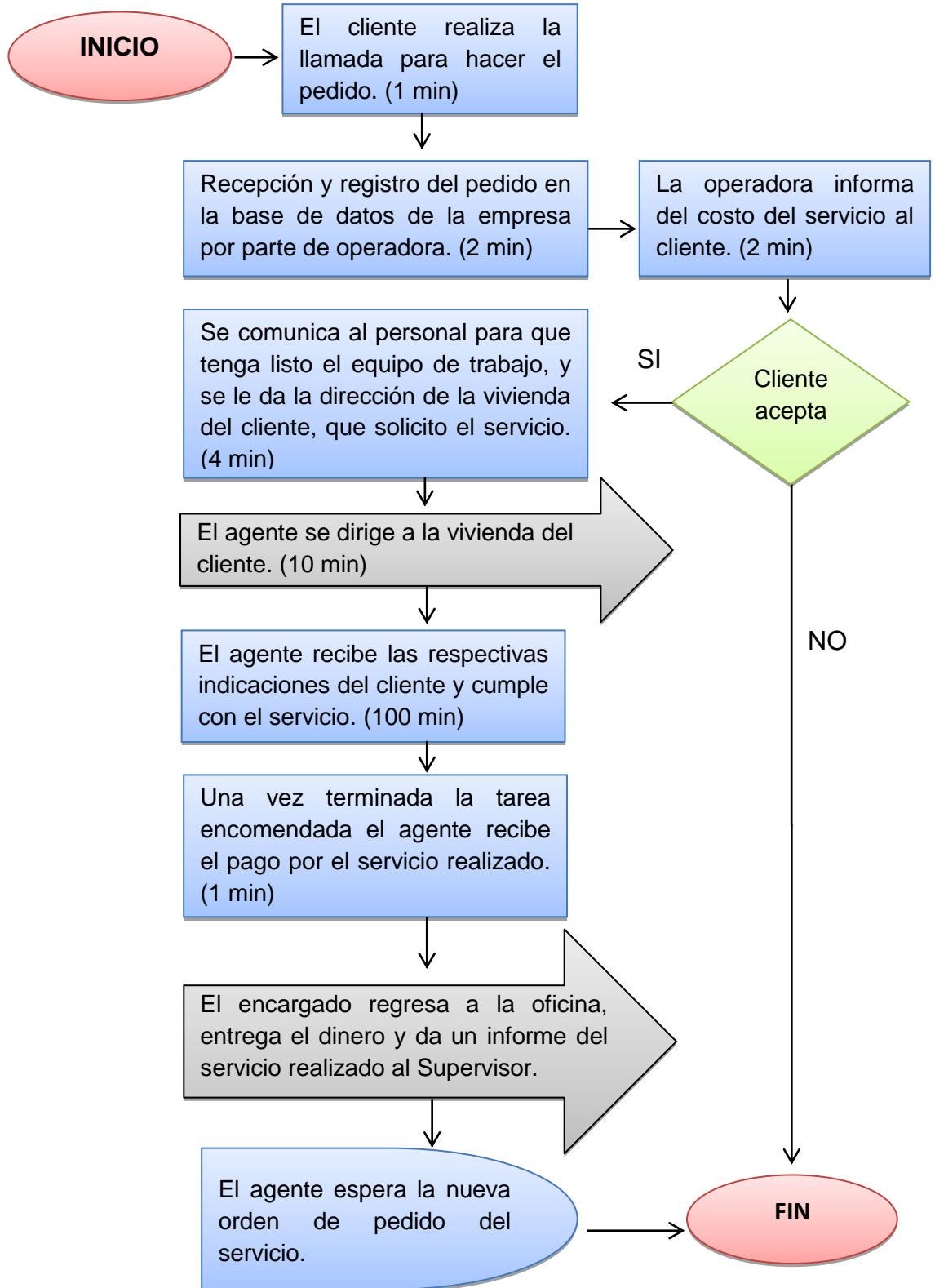
SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Inicio o fin del proceso
	Realización de una actividad del proceso
	Toma de decisión
	Traslado del agente
	Espera antes de realizar otra actividad
	Señala el orden en que se deber realizar las operaciones

GRÁFICO 13
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DEL SERVICIO



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Para lograr un adecuado funcionamiento de la empresa y sobre todo para que pueda iniciar sus actividades en el mercado, es importante establecer un marco legal y organizacional en el cual se debe definir cada una de las funciones y responsabilidades de los miembros de la empresa, así como también las políticas, reglamentos y mecanismos de control del personal. Cabe recalcar que la empresa de servicios de limpieza estará sujeta a todas las leyes, reglamentos y normas establecidas en:

- ✓ Constitución de la República del Ecuador año 2008
- ✓ La Ley de Compañías del Ecuador.
- ✓ Código de Trabajo del Ecuador.
- ✓ Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno
- ✓ La Superintendencia de Compañías.

Al iniciar sus actividades la empresa será proyectada para cinco años de vida útil, una vez que haya concluido este periodo de tiempo, el capital social podrá ser renovado siempre y cuando los socios de la misma estén de acuerdo de lo contrario se procederá al cierre y disolución definitiva de la empresa.

EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA

BASE LEGAL

Acta Constitutiva

Este documento es obligatorio y necesario para la formación legal de la empresa, el cual debe de ser redactado y ajustado por los socios o dueños de la misma los cuales deberán firmarla ya que serán quienes la van a conformar, es decir deberá obtener todos los datos referentes y correspondientes a la formación de la empresa, integrantes, las funciones específicas de cada uno y sus firmas autenticadas.

Razón Social

La Ley de Compañías manifiesta en el **Art. 16.-** La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

La empresa de servicios de limpieza será de Responsabilidad Limitada, la cual tendrá la siguiente razón social:

“KC LEANING´S CIA. LTDA.”

El Art. **92** de la Ley de Compañías indica que la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, razón social denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.

Domicilio de la Empresa

Este es primordial para la empresa, ya que es el lugar exacto donde será instalada, el mismo que deberá ser estratégico para que los demandantes puedan acceder sin dificultades al servicio, mediante un análisis realizado para localización de la empresa se determinó que el lugar optimo será en la ciudad de Cariamanga perteneciente al cantón Calvas – provincia de Loja, en las calles José Miguel Rosillo y González Suarez cerca de la Iglesia de San Vicente.

Objeto de la Empresa

La empresa de servicios “**KC LEANING´S CIA.LTDA.**” tiene como objetivo la prestación de servicios de limpieza para las familias de la ciudad de Cariamanga, el mismo que se ofrecerá 16 horas al día, seis días a la semana excepto días feriados, es decir 304 días al año.

Capital Social

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada es de cuatrocientos dólares, el cual estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía.

El capital de la empresa a constituirse es de \$40.003,31 y estará conformado por tres socios los mismo que a portarán el capital en partes iguales, es decir que cada socio aportará con \$13.334,44 para la inversión inicial.

Tiempo de Duración de la Empresa

La duración que tendrá la empresa de servicios de limpieza “**KC LEANING´S CIA.LTDA.**” será de cinco años de vida útil, la cual iniciará sus operaciones una vez inscrita en el REGISTRO MERCANTIL.

Nacionalidad

La empresa que está en proceso de constitución y ejecución será de nacionalidad ecuatoriana por lo que esta se manejará, sujetará,

administrará y regirá a las leyes, reglamentos y normativas vigentes actualmente en la República del Ecuador.

CUADRO 14

REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	
Registro Mercantil	Superintendencia de Compañías
Tres copias de la escritura, nombramiento del Presidente y del Gerente de la empresa.	Aprobación del nombre, realizar las escrituras de constitución, llevar a inscribir las escrituras en el Registro Mercantil, ingresar en la Superintendencia de Compañías, una escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil, nombramiento de los administradores inscritos en el Registro Mercantil y un Formulario de Registro de dirección domiciliaria.
Registro Único del Contribuyente (RUC)	Cuerpo de Bomberos
Formularios debidamente llenados y suscritos, original y copia, o copia certificada de la escritura pública o constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil y en la Superintendencia de Compañías, identificación del representante legal, documentos otorgados por la Superintendencia de Compañías, verificación de los establecimientos donde se realiza la actividad económica	Copia de pago que se realiza en la ventanilla de recaudaciones del Cuerpo de Bomberos, del RUC actualizado, comprar formulario “Solicitud de Inspección”, extintor de 2 kilos de PQS, certificado de viabilidad, para negocios nuevos, otorgado por el Departamento de Regulación y Control Urbano del GAD. Municipal y adhesivo para colocar en el extintor.
Patente Municipal	
Certificado de viabilidad de uso del suelo, formulario para pago de Patente Municipal, copia de la cédula de identidad, certificado de votación del solicitante, del RUC, de Escritura de la Constitución en caso de Compañías o Sociedades y de pago de Bomberos.	

FUENTE: Registro Mercantil, Superintendencia de Compañías SRI, Cuerpo de Bomberos Cariamanga, GAD Municipal Calvas

FILOSOFÍA DE LA EMPRESA

Misión

Brindar servicios de limpieza de calidad, eficiencia y responsabilidad, teniendo como base fundamental un personal capacitado, eficaz y competente en las distintas áreas de la empresa, que asegure la satisfacción y sobre todo cumple con las expectativas de nuestros clientes. Ofreciendo un servicio con los mejores equipos, herramientas y materiales, asegurando seguridad y rapidez en el cumplimiento de las actividades encomendadas.

Visión

Para el año 2020, la empresa KC Leaning´s., es ser líder en el mercado en la prestación de servicios de limpieza y satisface la demanda existente del mismo, garantizando calidad, mejora y seguridad a los clientes en la realización del servicio, respaldados en los valores, capacidades, habilidades y destrezas de nuestro personal.

VALORES DE LA EMPRESA

- ✓ **Compromiso con el cliente.**-Garantizar calidad y eficiencia en los servicios, aprovechando las oportunidades y centrando nuestro esfuerzo en la satisfacción de los clientes.

- ✓ **Comunicación.**-Este valor es uno de los más importantes ya que refleja las relaciones entre los miembros de la empresa y el cliente, lo cual es la base para lograr un funcionamiento óptimo de la empresa.

- ✓ **Seguridad.**-Establecer un vínculo de confianza entre el cliente y los empleados, logrando seguridad en el mismo y satisfaciendo sus necesidades y deseos.

- ✓ **Puntualidad.**-Se exigirá a los empleados el cumplimiento de este valor para que respeten el tiempo de ingreso y salida, así como también en el cumplimiento de los servicios encomendados.

- ✓ **Responsabilidad.**-Cumplir a cabalidad con los requerimientos del cliente, así como también con los reglamentos de la empresa y leyes que la regulan.

- ✓ **Honestidad.**-Realizar actividades lícitas y ser sincero con uno mismo y con lo demás, siendo totalmente transparente.

- ✓ **Trabajo en equipo.**- El personal trabajará mano a mano, compartiendo responsabilidades para alcanzar los objetivos de la empresa.

- ✓ **Ética.**-El personal será responsable de la conducta, integridad y moralidad en el ambiente laboral y desarrollo de sus funciones.

- ✓ **Compromiso.**-El personal estará 100% comprometido con la satisfacción de los clientes, lo cual será nuestra carta de presentación.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Esta es una parte fundamental para la empresa ya que una buena organización permite que las operaciones de la misma se realicen de la mejor manera, asignando las responsabilidades y funciones a cada uno de los miembros que la conformarán. La estructura organizativa estará detallada en los organigramas (estructural y funcional) y manual de funciones, así como también se establecerá los niveles jerárquicos conforme lo establece la Ley de Compañías en cuanto a la

administración. Los niveles jerárquicos que la empresa va a utilizar son los siguientes:

✓ **NIVEL LEGISLATIVO**

Comprende el máximo nivel de dirección de la empresa, el cual estará representado por los dueños en la Junta General de Socios, de la compañía de responsabilidad limitada. Esta tendrá a su cargo dictar las políticas, leyes y reglamentos de la empresa, así como también de la aprobación de estatutos sobre los cuales la empresa opera, su respectiva actuación, representación y desempeño está a cargo de la Presidencia.

✓ **NIVEL EJECUTIVO**

Está conformado por el Presidente y Gerente el cual es nombrado por el Nivel Legislativo (Junta General de Socios), el mismo que será responsable del éxito o fracaso de la empresa, además deberá ejecutar las políticas, leyes y reglamentos dictados por la Junta General de Socios. Otra de sus funciones es planear, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento de la empresa en marcha.

✓ **NIVEL ASESOR**

Lo representa el Asesor Jurídico que será el encargado de asesorar a la empresa en lo que concierne a la parte legal de la empresa, este será temporal.

✓ **NIVEL AUXILIAR O DE APOYO**

Este nivel está conformado por la Contadora que será la encargada de llevar la contabilidad de la empresa, la misma que realizará los servicios con eficiencia, responsabilidad y agilidad.

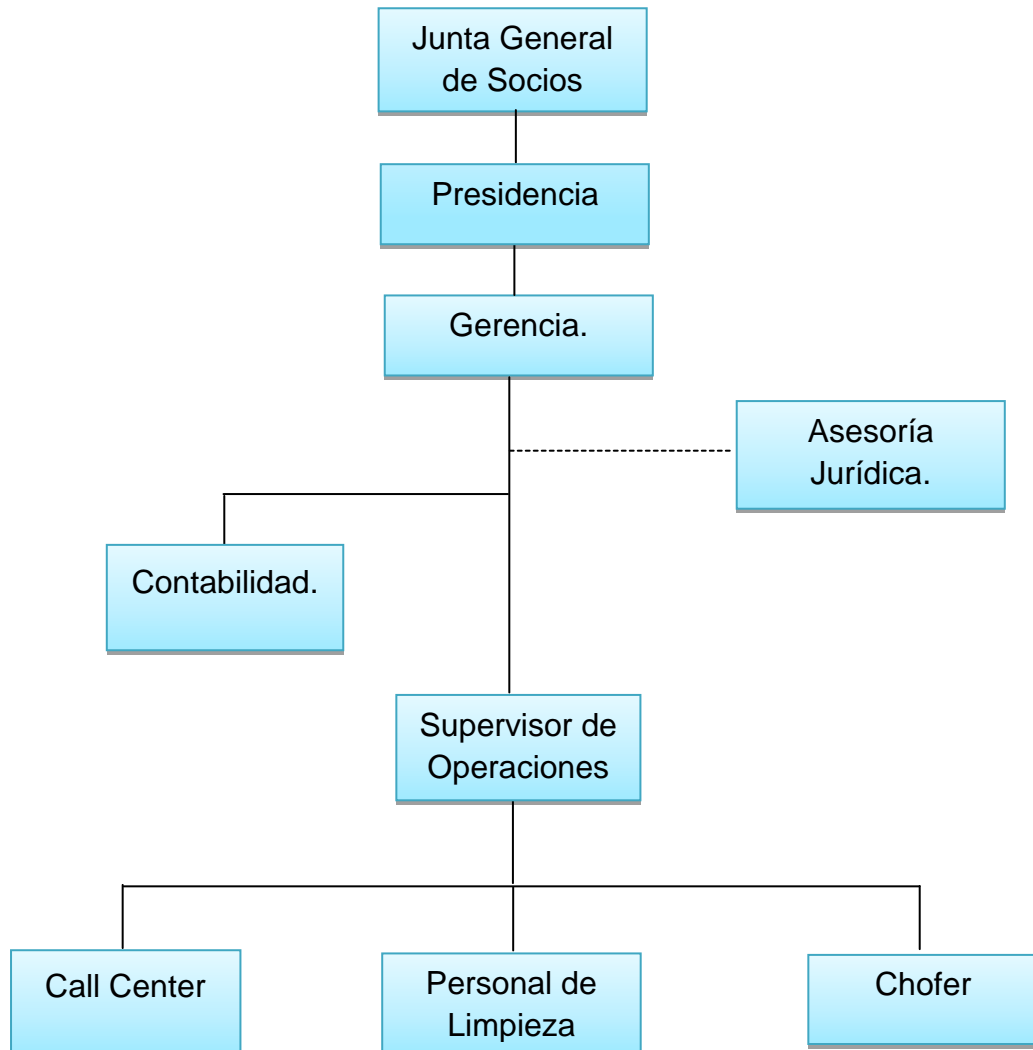
✓ **NIVEL OPERATIVO**

Este nivel es parte esencial de la empresa ya que serán los encargados de realizar la actividad básica por la cual se constituyó la misma, es decir este nivel estará conformado por la parte operativa de la empresa como lo es el supervisor de operaciones, que será el encargado de controlar al personal operativo, que serán los que prestarán los servicios de limpieza para que estos servicios sean cumplidos con la mayor eficiencia, logrando así que los mismos sean de calidad para los clientes, así como también forman parte fundamental de este nivel los Call Center, Personal de limpieza y Chofer.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA

“KC LEANING´S CIA.LTDA.”

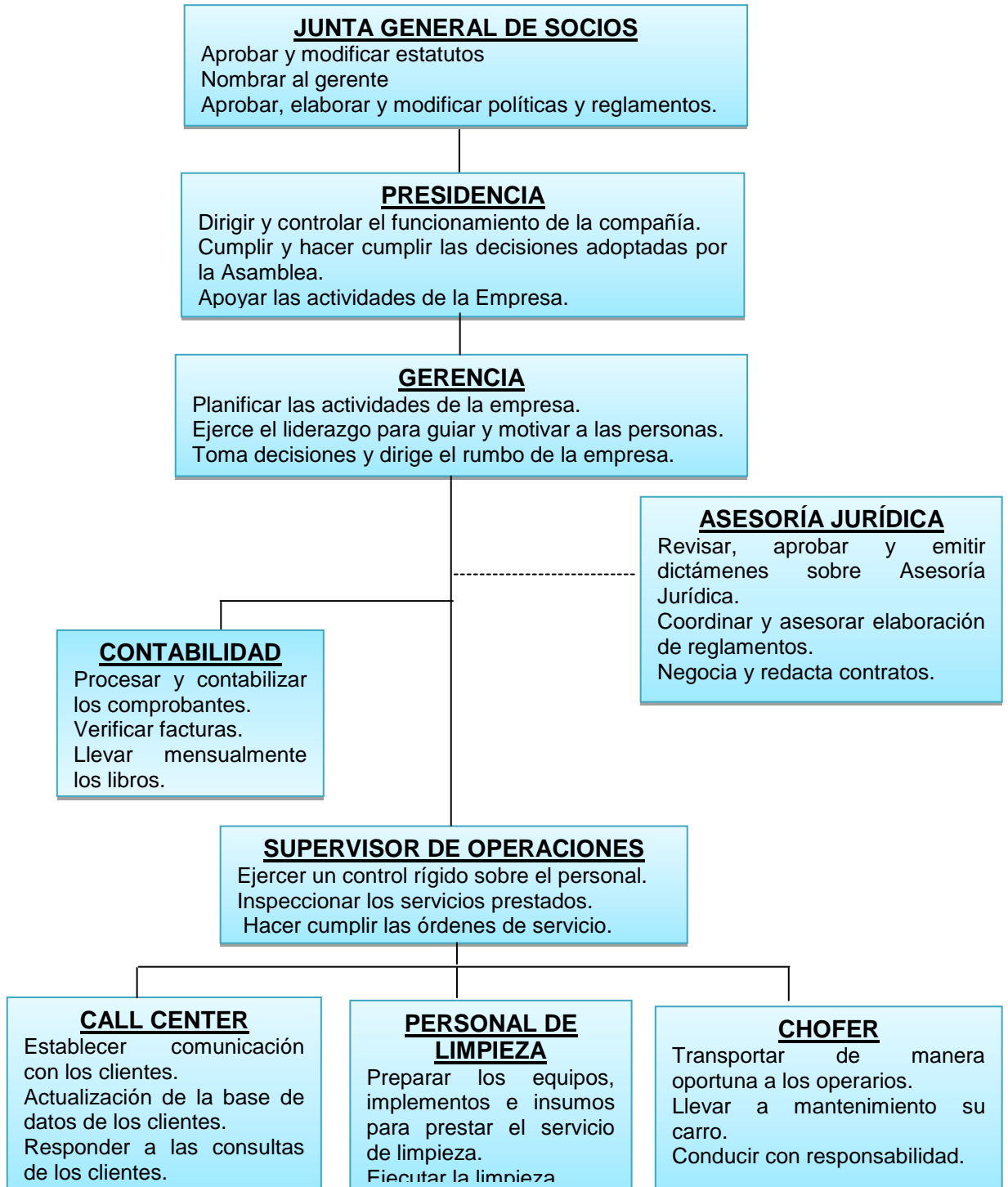
GRÁFICO 14



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

“KC LEANING´S CIA.LTDA.”

GRÁFICO 15




MANUAL DE FUNCIONES

En este documento se especifican las funciones, responsabilidades y obligaciones que tiene cada trabajador y empleado de la empresa, los cuales están en lo obligación de cumplir con todo lo que se estipula en el mismo.


CUADRO 15

	MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA KC LEANING'S	
NIVEL	EJECUTIVO	
CARGO	GERENTE	
PERFIL	Dinamismo, liderazgo, carácter disposición, emprendedor, dedicado	
CARACTERÍSTICAS	Motivación para dirigir, capacidad de comunicación, de escuchar, de trabajo, espíritu de lucha, capacidad de liderazgo, integridad moral y ética.	
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar estratégicamente las actividades de la empresa, fija las políticas y los objetivos de la organización para el largo y mediano plazo. • Selecciona, asigna, motiva, integra, promueve y evalúa a las personas dentro de la estructura organizacional, teniendo en cuenta sus capacidades, habilidades, destrezas, competencias, carácter y personalidad. • Toma decisiones y dirige el rumbo de la empresa hacia sus objetivos. • Controla el desempeño de las personas, verifica los logros de la organización, evalúa la producción y la productividad, mide las ventas, la rentabilidad y las utilidades alcanzadas. • Realiza las negociaciones y representar los intereses de la organización ante los proveedores y clientes. 		
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
ESTUDIOS	EXPERIENCIA	
Título Profesional Universitario en Administración de Empresas, Economía o carreras afines.	Acreditar labores en instituciones o empresas desempeñando cargos directivos o ejecutivos no menor a cinco años. Edad de 30 a 50 años de edad.	


CUADRO 16

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA KC LEANING'S</p>
<p>NIVEL</p>	<p align="center">ASESOR</p>
<p>CARGO</p>	<p align="center">ASESOR JURÍDICO</p>
<p>PERFIL</p>	<p>Bien organizado, paciencia, sensibilidad y respeto, imaginativo, objetivo, honesto, perseverante</p>
<p>CARACTERÍSTICAS</p>	<p>Un amplio conocimiento de las leyes, ser capaz de recopilar y analizar datos rápidamente, ser organizado y metódico cuando se trata de su propio trabajo, capaz de dar información compleja de un modo directo, capaz de trabajar bajo presión.</p>
<p align="center">FUNCIONES</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar, asignar, dirigir, coordinar y supervisar las actividades de Asesoría Jurídica en las distintas áreas que integran a la empresa. • Asistir a las audiencias que señalen en todo juicio en que sea parte interesada o se vea involucrada la empresa. • Revisar, aprobar y emitir dictámenes sobre los expedientes cursados a Asesoría Jurídica. • Coordinar y asesorar elaboración de reglamentos, acuerdos y demás disposiciones legales de la empresa. • Revisar minutas de contratos. • Proporcionar asesoría legal a Junta Directiva, Gerencia y demás dependencias de la empresa. • Cualquier otra actividad que le sea asignada por la Gerencia. 	
<p align="center">REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</p>	
<p align="center">ESTUDIOS</p>	<p align="center">EXPERIENCIA</p>
<p>Título Profesional Universitario en Derecho, colegiatura que lo habilite para el ejercicio profesional, diplomados, postgrados en materias específicas que contribuyen en la gestión.</p>	<p>Tener mínimo 3 años de experiencia en el ejercicio de la profesión de abogado. Edad de 28 años en adelante.</p>


CUADRO 17

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA KC LEANING'S</p>	
<p>NIVEL</p>	<p align="center">AUXILIAR O DE APOYO</p>	
<p>CARGO</p>	<p align="center">CONTADOR (A)</p>	
<p>PERFIL</p>	<p>Respeto, responsabilidad, aprendizaje permanente, iniciativa, ética.</p>	
<p>CARACTERÍSTICAS</p>	<p>Dirigir con liderazgo, negociar, trabajar en equipo de manera disciplinada, analizar y sintetizar información, investigar para solucionar problemas.</p>	
<p align="center">FUNCIONES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos, mediante el registro numérico de la contabilización de cada una de las operaciones. • Elaborar estados financieros para fines contables, fiscales y financieros. • Operar cualquier sistema de Contabilidad, utilizando la computadora en el proceso Contable-Financiero. • Verificar que las facturas recibidas en el departamento, que contengan correctamente los datos fiscales de la empresa. • Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. • Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los principios contables generalmente aceptados. • Cualquier otra actividad fijada por el gerente de la empresa. 		
<p align="center">REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</p>		
<p align="center">ESTUDIOS</p>	<p align="center">EXPERIENCIA</p>	
<p>Título Universitario: en Contabilidad y Auditoría</p>	<p>Experiencia mínima tres años. Edad de 25 años en adelante.</p>	


CUADRO 18

	MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA KC LEANING'S	
NIVEL	OPERARIO	
CARGO	SUPERVISOR DE OPERACIONES	
PERFIL	Ser honesto, responsable, imparcial, compromiso, iniciativa.	
CARACTERÍSTICAS	Potencial para el liderazgo, capacidad para desarrollar buenas relaciones personales, conocimiento del trabajo y competencia técnica, capacidad para mantener el ritmo de trabajo, capacidad de enseñanza, habilidad para resolver problemas, dedicación y confiabilidad, actitud positiva hacia la administración	
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer objetivos de desempeño, que son las actividades que un empleado debe realizar. • Resolver cualquier conflicto o problema de desempeño que se presente y motivar a los empleados para que hagan mejor su trabajo. • Tener un contacto regular con el personal. • Realizar con regularidad evaluaciones del desempeño para revisar el trabajo anterior de un empleado y asegurar que se cumple con los objetivos propuestos. • Verificar las condiciones generales en los puestos de servicio. • Mantener un registro completo y actualizado de los puestos de servicio bajo supervisión/fiscalización. • Verificar diariamente la asistencia y puntualidad de los empleados. • Inspeccionar los servicios de limpieza prestados. • Desarrollar un análisis de los riesgos de seguridad en los puestos de servicio. • Crear y hacer cumplir las órdenes de servicio. 		
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
ESTUDIOS	EXPERIENCIA	
Estudios secundarios y capacidad de supervisión	Experiencia mínima de 2 años en posiciones similares, liderando equipos de trabajo. Edad de 28 años en adelante.	


CUADRO 19

	MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA KC LEANING'S	
NIVEL	OPERATIVO	
CARGO	CALL CENTER	
PERFIL	Carisma para atender a los clientes y sobre todo saber vender el servicio.	
CARACTERÍSTICAS	Capacidad comunicativa, tranquilidad, amabilidad, rapidez, eficiencia.	
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> • Responder a las llamadas entrantes y ayudar a los clientes que tienen inquietudes respecto al servicio. • Proporcionar un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en el servicio ofrecido por la empresa. • Actualización de la base de datos existente con las modificaciones o cambios y el estado actual de los clientes o posibles clientes. • Ayudar a los clientes de la organización basada en la comunicación con el servicio de consultas y solución de problemas. • Responder a las consultas de los clientes y las preguntas con prontitud. • Comprobación y categorización de los problemas de los clientes. 		
REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA		
ESTUDIOS	EXPERIENCIA	
Estudios secundarios o estudiante universitario, que tenga conocimientos en atención al cliente.	Mínimo tres meses de experiencia en el área atención al cliente. Edad de 18 años en adelante.	

CUADRO 20

	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA KC LEANING´S</p>	
<p>NIVEL</p>	<p align="center">OPERATIVO</p>	
<p>CARGO</p>	<p align="center">PERSONAL DE LIMPIEZA</p>	
<p>PERFIL</p>	<p>Responsable, amable, eficiente, puntual, honrado, respetuoso.</p>	
<p>CARACTERÍSTICAS</p>	<p>Tener buen comportamiento durante y después del trabajo. Llegar puntal al sitio de trabajo. Cumplir con las disposiciones reglamentarias internas.</p>	
<p align="center">FUNCIONES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar de manera responsable y eficiente los servicios. • Desempeñar los servicios de acuerdo a las especificaciones del cliente. • Permanecer en el lugar o sector de trabajo asignado. • Cumplir con la totalidad del trabajo solicitado por la empresa y cliente. 		
<p align="center">REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</p>		
<p align="center">ESTUDIOS</p>	<p align="center">EXPERIENCIA</p>	
<p>Para este cargo no se requiere ningún tipo de formación, será suficiente con estudios primarios.</p>	<p>Sin ningún tipo de experiencia. Edad de 18 años en adelante.</p>	

CUADRO 21

 <p><i>Leaning's Cia. Ltda.</i> Servicios de Limpieza</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA KC LEANING'S</p>	
<p>NIVEL</p>	<p>OPERATIVO</p>	
<p>CARGO</p>	<p>CHOFER</p>	
<p>PERFIL</p>	<p>Responsable y respetuoso, sumamente cuidadoso, sumamente ordenado y organizado, buen manejo de relaciones interpersonales, colaborador, paciente.</p>	
<p>CARACTERÍSTICAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento de la Ley de Tránsito. • Poseer licencia de conducir vehículo automotor vigente. • Conocimiento de mecánica automotriz. • Capacidad de trabajo en equipo. • Buena presentación personal. • Buenas relaciones interpersonales. • Vocación de servicio. 	
<p style="text-align: center;">FUNCIONES</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • Transportar personal donde le indiquen. • Mantener el vehículo a su cargo en perfecto estado de aseo, presentación, funcionamiento y conservación. • Colaborar recogiendo y/o llevando al personal de la empresa. • Informar oportunamente a la oficina encargada del mantenimiento y reparación del vehículo. • Llevar un registro mensual de la historia del vehículo. • Informar oportunamente a la Secretaría Administrativa toda colisión o accidente de tránsito que se presente en cumplimiento de sus funciones. 		
<p style="text-align: center;">REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</p>		
<p style="text-align: center;">ESTUDIOS</p>	<p style="text-align: center;">EXPERIENCIA</p>	
<p>Chofer Profesional</p>	<p>Un año de ejercicio profesional. Edad de 25 a 55 años.</p>	

SEGURIDAD EMPRESARIAL

La empresa contará con todas las adecuaciones y normas de seguridad para garantizar el bienestar de todo el personal, para lo cual se contará con:

- ✓ **Botiquín de primeros auxilios:** El botiquín debe ser ubicado en un lugar accesible, conocido por todos y hay que controlar el buen estado de los elementos periódicamente.

- ✓ **Señalética:** La señalética busca advertir posibles riesgos, disminuyendo la posibilidad de accidentes y normando los pasos a seguir en caso de emergencia.

- ✓ **Extintores:** Contiene un agente extintor en su interior que puede ser proyectado o dirigido sobre un incendio por acción de una presión interna, con el fin de apagar el fuego en su fase inicial. Puede transportarse y operarse a mano.

ESTUDIO FINANCIERO

Es importante ya que aquí se determina el monto total de la inversión, el cual se lo realiza en base a los recursos humanos, materiales y físicos que son necesarios para que la empresa inicie sus actividades en el mercado y se mantenga durante su ejercicio económico y sobre todo a lo largo de su vida útil. Para evaluar el proyecto se debe partir de indicadores económicos los cuales servirán de base para determinar si la inversión será rentable o no.

OBJETIVOS

- ✓ Determinar el monto total de la inversión del proyecto.
- ✓ Elaborar el presupuesto de costos de la empresa.
- ✓ Establecer los ingresos y gastos incurridos para la prestación del servicio, mediante la elaboración de la estructura de ingresos.
- ✓ Desarrollar el estado de pérdidas y ganancias.
- ✓ Determinar el punto de equilibrio de la empresa.
- ✓ Elaborar el flujo de caja de la empresa para los años de vida útil del proyecto.
- ✓ Establecer el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), relación beneficio – costo (B/C), período de recuperación de capital (PRC).

- ✓ Determinar la sensibilidad del proyecto cuando aumentan los costos y disminuyen los ingresos.

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES

Están compuestas por todos los desembolsos de dinero en que ha incurrido la empresa con el objetivo de obtener una ganancia en el futuro. La cual está compuesta por los activos fijos, diferidos, circulantes o capital de trabajo. Así como también se determinará las fuentes de financiamiento.

ACTIVOS FIJOS

Son todas las inversiones que se realizarán en bienes tangibles que son propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, vehículos, equipo y maquinaria, computadoras entre otros, los mismo que serán empleados en las operaciones de la misma, los cuales para efectos contables están sujetos a depreciación por la vida útil que tienen, a excepción de los terrenos los cuales año a año se revalorizan por la plusvalía generada por el desarrollo urbanístico. Los activos fijos necesarios para la ejecución del proyecto son los siguientes:

✓ **Vehículo**

Para el transporte del personal que realizará el servicio la empresa contará con un vehículo MINI VAN marca CHEVROLET, con capacidad para transportar a los agentes que realizarán la limpieza, así como los equipos para realizar el servicio.

CUADRO 22

Vehículo

ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Vehículo	Unidad	1	16.000,00	16.000,00
TOTAL				16.000,00

FUENTE: Proforma EDY CAR Loja

✓ **Muebles y Enseres**

Los muebles que se necesitarán para poner en marcha la empresa son: escritorios y sillas para gerente, contadora, supervisor y servicio al cliente (call center), así como también archivadores para el personal administrativo y una antesala para la sala de espera o estancia.

CUADRO 23

Muebles y Enseres

ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio Secretaria	unidad	4	220,00	880,00
Sillas de espera	unidad	4	60,00	240,00
Archivadores de madera	unidad	2	160,00	320,00
Antesala	unidad	1	500,00	500,00
TOTAL		11	940,00	1.940,00

FUENTE: Proforma FERROTEC

✓ **Maquinaria y Equipo**

Todo lo que se necesitará referente a maquinaria y equipo para prestar los servicios de limpieza, se cotizó en almacenes de la ciudad de Loja como lo es RIVEL (Teléfono fijo), TVentas (aspiradora bissell) y Representaciones León (limpia vidrios y carro utilitario).

CUADRO 24

Maquinaria y Equipo

ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Teléfonos Fijos (*3)	Unidad	1	130,00	130,00
Aspiradora Bissell	Unidad	6	569,00	3.414,00
Carro Utilitario	Unidad	6	135,00	810,00
TOTAL:			834,00	4.354,00

FUENTE: Proforma RIVEL, TVENTAS y Representaciones LEÓN

✓ **Equipo de Computación**

Se adquirirán computadoras para las oficinas (gerente, contadora, supervisor, call center) y una impresora multifunción para el funcionamiento del área administrativa de la empresa, en el local comercial MASTER PC.

CUADRO 25

Equipo de Computación

ACTIVOS	UNIDAD	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Equipo de Computación	Unidad	4	459,04	1.836,17
Impresora	Unidad	1	398,14	398,14
TOTAL			857,18	2.234,31

FUENTE: Proforma MASTER PC

CUADRO 26
Inversiones Fijas

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
Vehículo	16.000,00
Muebles y Enseres	1.940,00
Maquinaria y equipo	4.354,00
Equipo de Computo	2.234,31
TOTAL	24.528,81

FUENTE: Cuadro 22 al 25.

ACTIVO DIFERIDO

La empresa para poder iniciar sus actividades debe incurrir en estos gastos que constituyen la base fundamental para un correcto funcionamiento, desembolso que se realizará en el momento de constitución como son:

✓ **Gastos de Constitución**

Para establecerse legalmente en el campo laboral la empresa incurre en este gasto por concepto de pago de Minuta Notariada, registro en la Superintendencia de Compañías y Registro Mercantil.

✓ **Marcas y Patentes**

Gasto en el que incurre la empresa para registrar el nombre con el que se identificará en el mercado, los mismos que corresponden al pago de patente municipal y logo empresarial.

✓ **Estudio del Proyecto**

Necesario para llevar a cabo el estudio correspondiente y determinar la factibilidad de la implementación de la empresa en el mercado.

✓ **Línea telefónica e Internet**

Gasto generado por la compra e instalación de la línea telefónica y de internet en CNT, los cuales son necesarios para poder atender la demanda del servicio.

✓ **Adecuaciones del Local**

Representa el gasto generado por el adecuamiento del local, con el objetivo principal de dar una buena imagen empresarial.

CUADRO 27
Inversiones Diferidas

ESPECIFICACIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
Gastos de Constitución		945,00
Pago- Minuta Notaria	500,00	
Registro- Superintendencia de Compañías	230,00	
Registro Mercantil	215,00	
Marcas y Patentes		80,00
Patente Municipal	10,00	
Logo Empresarial	70,00	
Estudio del Proyecto	1.220,00	1.220,00
Instalación Línea Telefónica e Internet		123,20
Pago a CNT	67,20	
Internet	56,00	
Adecuaciones del Local		630,00
Panel divisorio oficina	630,00	
Imprevistos (3%)		89,95
TOTAL		3.088,15

FUENTE: Municipio de Calvas, CNT, Superintendencia de Compañías, Registro Mercantil.

ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Este representa los recursos económicos que la empresa necesita durante un período determinado de tiempo, el mismo que generalmente es de un mes para que pueda cumplir con las obligaciones, y así poder iniciar las funciones de manera positiva en el mercado. Para determinar el monto de capital de trabajo se tomará en cuenta lo siguiente:

Mano de Obra Directa

Detalla la remuneración de los recursos humanos que forman parte directa de la actividad de la empresa, es decir está representado por los operarios que son los que se encargarán de ejecutar el servicio de limpieza, el mismo que se calculó en base al salario básico establecido para el año 2015, el cual es de \$354.00 con las respectivas remuneraciones unificadas y demás disposiciones legales vigentes de acuerdo a lo establecido en el Ministerio de Trabajo y Código de Trabajo, el mismo que representará un valor anual de \$84.734,01 para el primer año de vida útil del proyecto.

La jornada de trabajo de este proyecto es de las 8 horas diarias reglamentarias, en un total de 56 horas semanales, lo cual significa que se recurrirá al pago de horas extraordinarios debido a que se laborará de lunes a sábado, en horarios rotativos, los fondos de reserva se pagarán a partir del segundo año de vida útil. Cabe recalcar que cada operario

laborará únicamente las ocho horas reglamentarias en cada una de las jornadas y que son diferentes operarios para cada una de las jornadas, por ende, no se incurrirá en pago de horas extras en el caso de los días laborados de lunes a viernes, ya que por el trabajo que realizarán el día sábado se hará el pago respectivo de las horas extras para cada trabajador. La mano de obra directa del primer año se muestra a continuación:

CUADRO 28
Valor de la Mano de Obra Directa

DENOMINACIÓN	VALORES
Sueldo	354,00
Horas Extras	94,40
Décimo tercero (Sueldo + H.E)	37,37
Décimo cuarto (354/12)	29,50
Vacaciones (Sueldo + H.E)	18,68
Aporte patronal 12,15% (Sueldo + H.E)	54,48
TOTAL	588,43
Numero de operarios	12
TOTAL MENSUAL	7.061,17
TOTAL ANUAL	84.734,01

FUENTE: Ministerio del Trabajo

Para el cálculo del sueldo de los diferentes años de vida útil del proyecto se ha calculado con el 4,11% correspondiente a la variación del salario básico unificado del año en curso (ANEXO 7), el cálculo de los fondos de reserva y la proyección de la mano de obra directa se muestran en el ANEXO 8.

Materiales e Insumos Directos

Son aquellos materiales que forman parte directa del proceso de realización del servicio de limpieza, los cuales se adquirirán en Representaciones León y Multiservicios Alen, en el ANEXO 9 se muestra la cantidad que se necesitará semanal y anualmente de cada material e insumo. El valor de los materiales e insumos para el primer año se muestran en la siguiente tabla:

CUADRO 29
Valor Materiales e Insumos

ESPECIFICACIONES	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	TOTAL
Lana de acero	Unidades	0,65	144	93,70
Detergente (20 kl)	Funda	42,42	5	212,09
Desinfectante (caneca 20ltrs.)	Caneca	18,00	31	557,95
Ambiental (galón 4 ltrs.)	Galón	6,50	52	337,79
Recogedor plástico	Unidades	1,50	12	18,01
Escobas TR	Unidades	2,46	12	29,52
Cloro líquido Ozz (caneca 20 ltrs.)	Caneca	23,51	16	376,16
Limpia Vidrios Ozz (galón 4 ltrs.)	Galón	5,94	78	463,36
Esponja	Unidades	0,60	624	374,60
Trapeador	Unidades	4,40	24	105,60
Cepillo sanitario	Unidades	2,02	12	24,29
Cera líquida (caneca 20 ltrs.)	Caneca	29,50	8	236,01
Bomba de succión	Unidades	3,02	12	36,26
Limpia Vidrios Extensible	Unidades	18,50	12	222,00
Fundas para basura (*10)	Paquete	0,76	156	118,63
TOTAL		159,78		3.205,98

FUENTE: Proforma Representaciones LEÓN, Multiservicios ALEN y ANEXO 9

Para los años de vida útil del proyecto se realizó las proyecciones con el 4,55% anual de la tasa de inflación, correspondiente al año 2015 (ANEXO

10), la proyección de los materiales e insumos directos se muestra en el ANEXO 11.

Mano de Obra Indirecta

Es el personal que forma parte importante en la prestación del servicio pero que no interviene de manera directa en el mismo, es decir que sirven de apoyo para la operación del servicio ofrecido, es así que este valor corresponde al Call Center, Chofer y Supervisor de Operaciones. Para establecer el sueldo la empresa se basa en información del Ministerio de Trabajo y el Código de Trabajo, así como en la Tabla de Salarios Mínimos Sectoriales, se estableció la remuneración unificada y todos los beneficios de ley, el cual para el primer año de vida útil es:

CUADRO 30
Valor de la Mano de Obra Indirecta

DENOMINACIÓN	CALL CENTER	CHOFER	SUPERVISOR
Sueldo	363,27	365,15	367,03
Horas Extras	96,87	97,37	97,87
Décimo tercero (Sueldo + H.E)	38,35	38,54	38,74
Décimo cuarto (354/12)	29,50	29,50	29,50
Vacaciones (Sueldo + H.E)	19,17	19,27	19,37
Aporte patronal 12,15% (Sueldo)	55,91	56,20	56,49
TOTAL	603,07	606,04	609,00
Numero de operarios	2	2	1
TOTAL MENSUAL	1.206,13	1.212,07	609,00
TOTAL ANUAL	14.473,61	14.544,85	7.308,04

FUENTE: Ministerio del Trabajo

Para la proyección de la mano de obra indirecta se realizó el cálculo con el 4,11% anual correspondiente a la variación del salario básico para el año 2015, el cálculo de los fondos de reserva y la proyección de los años de vida útil se muestra en el ANEXO 12.

Materiales Indirectos

Son aquellos materiales que no forman parte directa en el proceso de prestación del servicio de limpieza, pero que son importantes en el momento en el que se cumple con el servicio encomendado por el cliente, el cual está representado por lo siguiente:

Gastos Indirectos del Servicio

Son gastos que son necesarios para la prestación del servicio, los cuales intervienen indirectamente dentro del negocio pero que son necesarios para que la empresa logre alcanzar sus objetivos, los cuales están constituidos por aceite, gasolina y teléfono el cual será utilizado por el call center para llamar al cliente para confirmar si el servicio fue realizado con eficiencia y si está satisfecho con el mismo, se tomará el 60% del pago mensual del teléfono de los gastos administrativos que es de \$30,00, es decir que se pagará de este servicio \$18,00 mensuales, para determinar la cantidad que se gastará al mes de gasolina se calculó en base al recorrido del vehículo tomando en cuenta que el servicio es solo en la ciudad por ende serán recorridos cortos, por ende se ha estimado un gasto de 3 galones de gasolina semanalmente y al mes se gastarán 12

galones, en cuanto al aceite haciendo hincapié a que el recorrido del vehículo será corto el cambio de aceite se realizará cada tres meses, es decir se le efectuará cuatro veces al año.

CUADRO 31

Gastos Indirectos del Servicio

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	V/unitario	Cantidad	V/Mensual	V/Anual
Aceite	Galón	24,00	1	24,00	96,00
Gasolina	Galón	2,18	3	26,16	313,92
Teléfono				18,00	216,00
Imprevistos 3%				1,50	16,62
TOTAL			4	63,66	644,70

FUENTE: Proformas Gasolina y Aceite

La proyección del gasto indirecto del servicio para los años de vida útil se realizó con el 1% para el aceite y el teléfono, la proyección se muestra en el ANEXO13.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Sueldos

Son los relacionados con remuneraciones del personal administrativo que influyen en la determinación de las ganancias, el cual se encuentra comprendido por gerente y contadora, los cuales estarán a cargo de que las políticas de la empresa se lleven de manera adecuada. Por ello para el primer año los gastos son:

CUADRO 32
Sueldos Administrativos

DENOMINACIÓN	GERENTE	CONTADORA
Sueldo	370,53	367,03
Décimo tercero	30,88	30,59
Décimo cuarto (354/12)	29,50	29,50
Vacaciones	15,44	15,29
Aporte patronal 12,15%	45,02	44,59
TOTAL	491,37	487,00
Numero de operativos	1	1
TOTAL MENSUAL	491,37	487,00
TOTAL ANUAL	5.896,39	5.844,03

FUENTE: Ministerio del Trabajo

Los sueldos se proyectarán anualmente con el 4,11% del incremento del salario básico del año 2014 al 2015, para los años de vida útil del proyecto la proyección se muestra en el ANEXO14.

Útiles de Oficina

Son gastos en que se incurren para que los administrativos realicen sus operaciones de manera eficiente los cuales se adquirirán el Gráfica Santiago para el primer el valor es de \$267,86, volar que se proyectará para los siguientes años con el 4,55% de la inflación (ANEXO 14).

CUADRO 33
Útiles de Oficina

ESPECIFICACIONES	UNIDADES	V. UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	V. TOTAL
Hojas(resma)	Resmas	2,93	4	11,72
Lápiz	Unidades	0,24	32	7,76
Borradores	Unidades	0,17	32	5,38
Clips	Caja	0,20	8	1,61
Perforadora	Unidades	4,96	2	9,92
Grapadora	Unidades	3,76	2	7,53
Grapas	Unidades	0,65	2	1,30
Esferos	Unidades	0,27	48	13,17
Carpetas	Unidades	0,12	24	2,85
Vinchas de Carpetas	Unidades	0,02	24	0,54
Archivador Pequeño	Unidades	2,15	12	25,80
Archivador Grande	Unidades	2,16	12	25,94
Calculadora CASIO	Unidades	6,35	1	6,35
Saca Grapas	Unidades	0,48	2	0,96
Tijera	Unidades	1,36	2	2,71
Set Organizador	Unidades	12,95	4	51,79
Porta clip	Unidades	0,69	4	2,78
Sacapuntas Metálico	Unidades	0,26	4	1,03
Resaltadores	Unidades	0,74	4	2,96
Resaltador passola	Unidades	0,39	4	1,57
Notas (3x3)	Unidades	2,82	4	11,29
Cinta Scosh	Unidades	0,25	4	0,99
Cuadernos	Unidades	0,96	2	1,92
Factureros (*500)	Unidades	35,00	2	70,00
TOTAL		79,89		267,86

FUENTE: Proforma Gráfica Santiago

Suministros de Limpieza

Son los costos o gastos en que se incurren para la limpieza de las instalaciones de la empresa y mantener una buena imagen para sus clientes, los cuales representan un valor anual de \$672,37, los cuales tendrán un incremento del 4,55% anual del factor inflación para los siguientes años de vida útil (ANEXO 14).

CUADRO 34
Suministro de Limpieza

ESPECIFICACIONES	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	TOTAL
Papel Higiénico Jumbo 550mt. (*6)	Paquete	19,60	3	58,80
Detergente (20 kl)	Unidades	42,42	1	42,42
Desinfectante (caneca 20ltrs.)	Caneca	18,00	1	18,00
Ambiental (galón 4 ltrs.)	Galón	6,50	1	6,50
Recogedor plástico	unidades	1,50	2	3,00
Escobas TR	unidades	2,46	2	4,92
Cloro líquido Ozz (caneca 20 ltrs.)	Caneca	23,51	1	23,51
Limpia Vidrios Ozz (galón 4 ltrs.)	Galón	5,94	2	11,88
Esponja	unidades	0,60	10	6,00
Trapeador	unidades	4,40	2	8,80
Papelera consuplast	unidades	2,90	7	20,27
Cepillo sanitario	unidades	2,02	2	4,05
Bomba de succión	unidades	3,02	2	6,04
Jabón líquido Ozz Antibacterial (galón 4 ltrs.)	Galón	7,36	2	14,72
Dispensador de papel higiénico	unidades	23,50	2	47,00
Dispensador de jabón líquido	unidades	23,50	1	23,50
Extintores	unidades	18,00	4	72,00
Fundas para basura (*10)	Paquete	0,76	6	4,56
Uniformes Operarios (trajes de protección y guantes)	unidades	12,35	24	296,41
TOTAL		218,33		672,37

FUENTE: Proforma Representaciones LEÓN y Multiservicios ALEN

Servicios Básicos

El pago de servicios básicos es indispensable para el funcionamiento de la empresa como pago de teléfono e Internet, el cual representa un valor anual de \$457,92 valor que será proyectado para los años de vida útil con el 4,55% de inflación (ANEXO 14).

Arriendo

Gasto que representa el arriendo del local en el cual funcionará la empresa el cual representa un valor anual de \$3.600,00, ya que se pagará \$300,00 mensuales el cual incluye agua y luz, la proyección se muestra en el (ANEXO14).

CUADRO 35
Gastos Administrativos Totales

ESPECIFICACIÓN	V. TOTAL
Sueldos	11.740,42
Útiles de oficina	267,86
Suministros de limpieza	672,37
Teléfono (\$12)	144,00
Internet (\$20.16)	241,92
Arriendos (\$300)	3.600,00
Imprevistos 3%	502,16
TOTAL	17.166,57

FUENTE: Cuadro 35, 36, 37

GASTOS DE VENTAS

Costos que se generan por la publicidad de la empresa en los diferentes medios de comunicación, el cual representa un valor de \$2.235,10 para el primer año, cabe recalcar que la publicidad por medio de radio se la realizará cada dos meses, televisión cada cuatro meses y por volantes una vez al año, este valor se proyectará anualmente con el 4,55% de inflación (ANEXO 15).

CUADRO 36
Inversiones Circulantes

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Mano de Obra Directa	84.734,01	7.061,17
Materiales e Insumos Directos	3.205,98	267,16
Mano de Obra Indirecto	36.326,50	3.027,21
Gastos Indirectos del Servicio	644,70	53,72
Gastos de Administración	17.166,57	1.430,55
Gastos de Ventas	2.235,10	186,26
Imprevistos (3%)	4.329,39	360,78
TOTAL	148.642,24	12.386,85

FUENTE: Cuadro 32 al 34 y 38, Anexo 14 y 15

VALOR DE LA INVERSIÓN

Representa el gasto total en que se incurrirá tanto en activos fijos, diferidos y circulantes para poder iniciar las actividades en el mercado.

CUADRO 37

Valor Total de la Inversión

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
ACTIVO FIJO	
Vehículo	16.000,00
Muebles y Enseres	1.940,00
Maquinaria y equipo	4.354,00
Equipo de Computo	2.234,31
TOTAL ACTIVO FIJO	24.528,31
ACTIVO DIFERIDO	
Gastos de Constitución	945,00
Pago- Minuta Notaria	500,00
Registro- Superintendencia de Compañías	230,00
Registro Mercantil	215,00
Marcas y Patentes	80,00
Patente Municipal	10,00
Logo Empresarial	70,00
Estudio del Proyecto	1.220,00
Instalación de Línea Telefónica e Internet	123,20
Pago a CNT	67,20
Internet	56,00
Adecuaciones del Local	630,00
Panel divisorio oficina	630,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	2.998,20
ACTIVO CIRCULANTE	
Mano de Obra Directa	7.061,17
Materiales e Insumos Directos	267,16
Mano de Obra Indirecto	3.027,21
Gastos Indirectos del Servicio	53,72
Gastos de Administración	1.430,55
Gastos de Ventas	186,26
TOTAL ACTIVO CIRCULANTE	12.026,07
IMPREVISTOS 3%	450,73
TOTAL DE LA INVERSIÓN	40.003,31

FUENTE: Cuadro27, 28 y 36

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Para el desarrollo del proyecto solo se harán uso de fuentes internas, el proyecto fue evaluado con una inversión inicial de \$40.003,31, correspondiente a las inversiones realizadas en; activos fijos, diferidos y circulantes, valor que será financiado en su totalidad con aportaciones de los tres socios, las mismas que serán en partes iguales, es decir que cada socio aportará con el valor de \$13.334,44.

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Una vez determinada la cantidad, el lugar y la manera cómo va a operar la empresa, es necesario conocer cuáles van a ser los costos que se generarán de la actividad, así como los ingresos que se obtendrán de la prestación del servicio.

Presupuesto de Costos

Para poner en marcha la empresa al momento de iniciar sus actividades administrativas y de prestación de los servicios de limpieza, se incurrió en una serie de costos que representan todos los desembolsos durante el año de ejercicio económico, los mismo que son importantes para determinar la rentabilidad de la empresa, en el mismo se detallan las inversiones en activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo

necesarios para el desarrollo normal de las operaciones, el cual se presenta en el siguiente cuadro para los cinco años de vida útil.

CUADRO 38
Presupuestos de Costos

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DEL SERVICIO	131.458,77	144.405,24	150.196,97	156.227,94	162.508,03
COSTO PRIMO	87.939,98	96.947,07	100.946,34	105.110,66	109.446,83
Mano de Obra Directa	84.734,01	93.595,22	97.441,99	101.446,85	105.616,32
Materiales e Insumos Directos	3.205,98	3.351,85	3.504,36	3.663,81	3.830,51
GASTOS DEL SERVICIO	36.326,50	40.128,83	41.778,13	43.495,21	45.282,86
Mano de Obra Indirecta	36.326,50	40.128,83	41.778,13	43.495,21	45.282,86
GASTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	7.192,29	7.329,34	7.472,51	7.622,08	7.778,34
Depreciación Vehículo	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00
Depreciación Muebles y Enseres	174,60	174,60	174,60	174,60	174,60
Depreciación Maquinaria y Equipo	391,86	391,86	391,86	391,86	391,86
Depreciación Equipo de Computación	496,51	496,51	496,51	496,51	496,51
Reparación y Mantenimiento	2.943,40	3.077,32	3.217,34	3.363,73	3.516,78
Aceite	96,00	96,96	97,93	98,91	99,90
Gasolina	313,92	313,92	313,92	313,92	313,92
Teléfono	216,00	218,16	220,34	222,55	224,77
GASTOS DE OPERACIÓN	19.519,30	20.887,44	21.575,05	22.291,47	23.037,90
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	17.284,20	18.550,64	19.131,93	19.737,18	20.367,40
Sueldos y Salarios	11.740,42	12.960,22	13.492,88	14.047,44	14.624,79
Útiles de oficina	267,86	280,04	292,79	306,11	320,03
Suministros de limpieza	672,37	702,97	734,95	768,39	803,36
Arriendo	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Internet	241,92	244,34	246,78	249,25	251,74
Teléfono	144,00	145,44	146,89	148,36	149,85
Amortización Activo Diferido	617,63	617,63	617,63	617,63	617,63
GASTOS DE VENTAS	2.235,10	2.336,80	2.443,12	2.554,28	2.670,50
Publicidad	2.235,10	2.336,80	2.443,12	2.554,28	2.670,50
IMPREVISTOS (3%)	782,82	827,97	852,90	878,88	905,96
TOTAL	151.760,90	166.120,65	172.624,92	179.398,28	186.451,89

FUENTE: Anexo 9 y del 11 al 18

CUADRO 39

Costos Fijos y Variables para el Primer Año de Vida Útil

RUBROS	AÑO 1		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO	124.899,48	6.559,29	131.458,77
COSTO PRIMO	84.734,01	3.205,98	87.939,98
Mano de Obra Directa (CF)	84.734,01	0,00	84.734,01
Materiales e Insumos Directos (CV)	0,00	3.205,98	3.205,98
GASTOS DEL SERVICIO	36.326,50	0,00	36.326,50
Mano de Obra Indirecta (CF)	36.326,50	0,00	36.326,50
GASTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	3.838,97	3.353,32	7.192,29
Depreciación Vehículo (CF)	2.560,00	0,00	2.560,00
Depreciación Muebles y Enseres (CF)	174,60	0,00	174,60
Depreciación Maquinaria y Equipo (CF)	391,86	0,00	391,86
Depreciación Equipo de Computación (CF)	496,51	0,00	496,51
Reparación y Mantenimiento (CV)	0,00	2.943,40	2.943,40
Aceite (CV)	0,00	96,00	96,00
Gasolina (CV)	0,00	313,92	313,92
Teléfono (CF)	216,00	0,00	216,00
GASTOS DE OPERACIÓN	18.579,07	940,23	19.519,30
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	16.343,97	940,23	17.284,20
Sueldos y Salarios (CF)	11.740,42	0,00	11.740,42
Útiles de oficina (CV)	0,00	267,86	267,86
Suministros de limpieza (CV)	0,00	672,37	672,37
Arriendo (CF)	3.600,00	0,00	3.600,00
Internet (CF)	241,92	0,00	241,92
Teléfono (CF)	144,00	0,00	144,00
Amortización Activo Diferido (CF)	617,63	0,00	617,63
GASTOS DE VENTAS	2.235,10	0,00	2.235,10
Publicidad (CF)	2.235,10	0,00	2.235,10
IMPREVISTOS (3%) (CF)	782,82	0,00	782,82
TOTAL	144.261,37	7.499,52	151.760,90

FUENTE: Cuadro 38 Presupuesto de Costos

CUADRO 40

Costos Fijos y Variables para el Tercer Año de Vida Útil

RUBROS	AÑO 3		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO	143.063,43	7.133,55	150.196,97
COSTO PRIMO	97.441,99	3.504,36	100.946,34
Mano de Obra Directa (CF)	97.441,99	0,00	97.441,99
Materiales e Insumos Directos (CV)	0,00	3.504,36	3.504,36
GASTOS DEL SERVICIO	41.778,13	0,00	41.778,13
Mano de Obra Indirecta (CF)	41.778,13	0,00	41.778,13
GASTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO	3.843,32	3.629,19	7.472,51
Depreciación Vehículo (CF)	2.560,00	0,00	2.560,00
Depreciación Muebles y Enseres (CF)	174,60	0,00	174,60
Depreciación Maquinaria y Equipo (CF)	391,86	0,00	391,86
Depreciación Equipo de Computación (CF)	496,51	0,00	496,51
Reparación y Mantenimiento (CV)	0,00	3.217,34	3.217,34
Aceite (CV)	0,00	97,93	97,93
Gasolina (CV)	0,00	313,92	313,92
Teléfono (CF)	220,34	0,00	220,34
GASTOS DE OPERACIÓN	20.547,31	1.027,74	21.575,05
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	18.104,19	1.027,74	19.131,93
Sueldos y Salarios (CF)	13.492,88	0,00	13.492,88
Útiles de oficina (CV)	0,00	292,79	292,79
Suministros de limpieza (CV)	0,00	734,95	734,95
Arriendo (CF)	3.600,00	0,00	3.600,00
Internet (CF)	246,78	0,00	246,78
Teléfono (CF)	146,89	0,00	146,89
Amortización Activo Diferido (CF)	617,63	0,00	617,63
GASTOS DE VENTAS	2.443,12	0,00	2.443,12
Publicidad (CF)	2.443,12	0,00	2.443,12
IMPREVISTOS (3%) (CF)	852,90	0,00	852,90
TOTAL	164.463,64	8.161,29	172.624,92

FUENTE: Cuadro 38 Presupuesto de Costos

Estructura de Ingresos

Es la base principal de la empresa ya que representa el nivel de ingresos generados por las ventas de los servicios de limpieza efectuados durante la vida útil del proyecto, el mismo que nos permitirá determinar la viabilidad de las operaciones. Para poder determinarlos se ha tomado en cuenta los costos totales en que se ha incurrido en lo que respecta a mano de obra directa e indirecta, gastos indirectos de fabricación, en la cual se incluyen las depreciaciones de los activos fijos (ANEXO 16), reparación y mantenimiento (ANEXO 17), gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros en el cual se detalla la amortización del activo diferido (ANEXO 18), se estableció un margen de utilidad para el primer año de 3,84%, con el cual se obtendrá un precio accesible por el servicio y estará a la par con el de la competencia, este margen de utilidad ira variando en cada uno de los años de vida útil del proyecto con el objetivo de que el precio se mantenga y sea competitivo en el mercado, cabe recalcar que el precio se estableció con una estimación de dos horas de duración del servicio, de esta forma se obtendrá el total de ingresos para los cinco años de vida del proyecto, a continuación se detalla el cuadro de estructura de ingresos:

CUADRO 41

Estructura de Ingresos para la Vida Útil del Proyecto

AÑOS	COSTOS TOTALES	NÚMERO DE SERVICIOS	COSTO UNITARIO	PRECIO VENTA AL PÚBLICO	% DE UTILIDAD	TOTAL DE INGRESOS PARA LA EMPRESA
1	151.760,90	13.133	11,56	12,00	3,84	157.593,60
2	166.120,65	13.862	11,98	13,00	8,48	180.211,20
3	172.624,92	14.592	11,83	13,00	9,89	189.696,00
4	179.398,28	14.592	12,29	14,00	13,87	204.288,00
5	186.451,89	14.592	12,78	14,00	9,57	204.288,00

FUENTE: Cuadro 13 Capacidad Utilizada, Cuadro 38 Presupuesto de Costos

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIA

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias muestra detallada y ordenadamente la utilidad o pérdida del ejercicio durante determinado período económico, se determina todos los ingresos y egresos estimados del proyecto, es muy importante para la toma de decisiones dentro de la empresa, se toma en consideración los ingresos obtenidos de las ventas del servicio ofertado, menos los costos en que se ha incurrido para la ejecución del servicio y los desembolsos que por ley se los debe realizar como, Utilidad a Trabajadoras 15%, Impuesto a la Renta 22% y las Reservas 10%; lo cual da como resultado la utilidad líquida del ejercicio en cada período anual durante los cinco años de vida útil.

CUADRO 42

Estado de Pérdidas y Ganancias

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	157.593,60	180.211,20	189.696,00	204.288,00	204.288,00
(-)Costos Totales	151.760,90	166.120,65	172.624,92	179.398,28	186.451,89
(=) Utilidad Bruta en Ventas	5.832,70	14.090,55	17.071,08	24.889,72	17.836,11
(-) 15% Trabajadores	874,91	2.113,58	2.560,66	3.733,46	2.675,42
(=) Utilidad antes de Impuestos	4.957,80	11.976,97	14.510,42	21.156,26	15.160,70
(-)Impuestos a la Renta 22%	1.090,72	2.634,93	3.192,29	4.654,38	3.335,35
(=)Utilidad antes de Reserva	3.867,08	9.342,04	11.318,13	16.501,88	11.825,34
(-) Reserva (10%)	386,71	934,20	1.131,81	1.650,19	1.182,53
(=)Utilidad Líquida	3.480,38	8.407,83	10.186,31	14.851,69	10.642,81

FUENTE: Cuadro 38 Presupuesto de Costos, Cuadro 41 Estructura de Ingresos

PUNTO DE EQUILIBRIO

La determinación del punto de equilibrio es el balance entre los ingresos y egresos, es decir el punto donde no hay ni pérdidas ni ganancia. Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, si se vende una cantidad menor la empresa tendrá pérdidas y si se vende más del punto de equilibrio se obtendrá utilidades.

Para el cálculo se clasifican los costos fijos y variables, el punto de equilibrio ayudará a determinar la liquidez que se tendrá dentro de la empresa y así mismo permitirá determinar su nivel de rentabilidad. Para llevar a cabo los cálculos del punto de equilibrio se ha considerado dos fórmulas matemáticas como son: en función de su capacidad instalada y en función de las ventas generadas.

✓ **En Función de la Capacidad Instalada**

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{144.261,37}{157.593,60 - 7.499,52} \times 100$$

$$PE = \frac{144.261,37}{150.094,08} \times 100$$

$$PE = 0,9611 \times 100 = 96,11\%$$

✓ **En Función de las Ventas**

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

$$PE = \frac{144.261,37}{1 - (7.499,52/157.593,60)}$$

$$PE = \frac{144.261,37}{1 - 0,047587719}$$

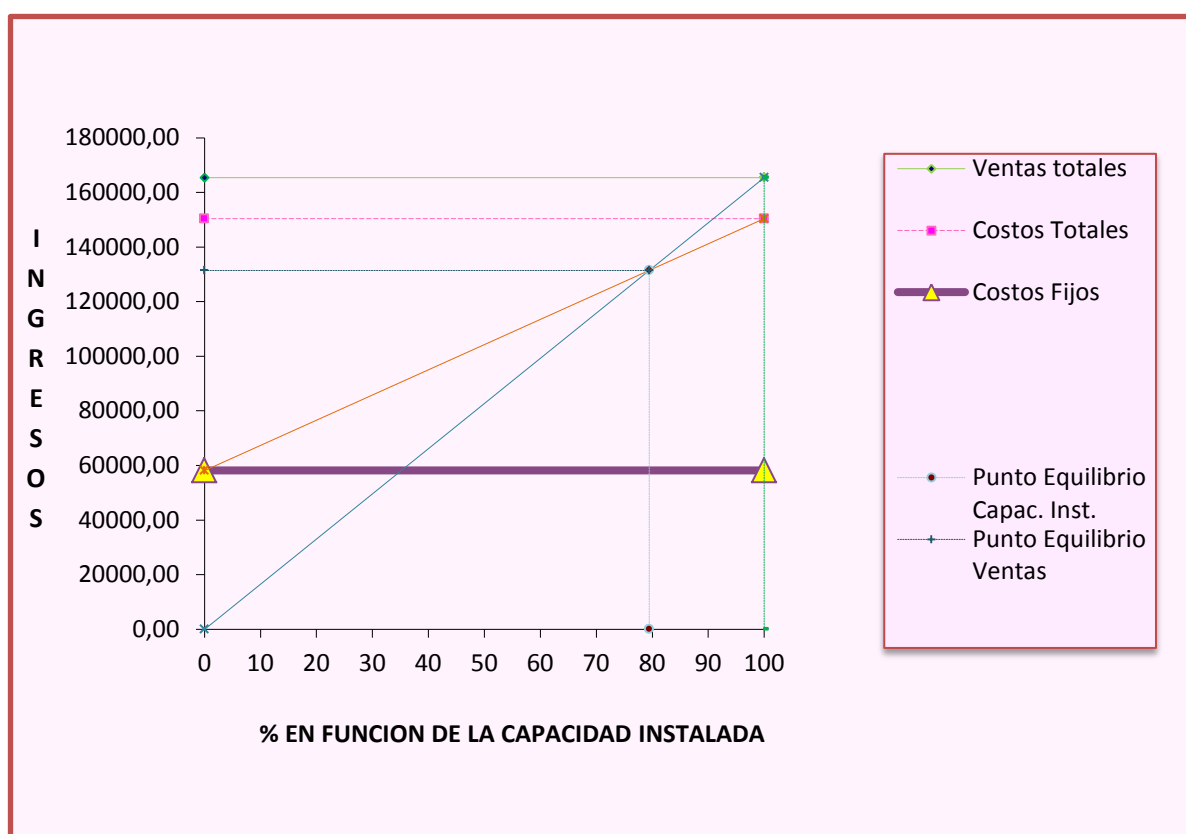
$$PE = \frac{144.261,37}{0,952412253}$$

$$PE = 151.469,46$$

- ✓ **Método Gráfico:** Consiste en representar los cálculos que se realizaron para determinar el punto de equilibrio y establecer en qué nivel se alcanza el mismo.

GRÁFICO 16

Punto de Equilibrio Primer Año de Vida Útil



Interpretación: La gráfica indica que el punto de equilibrio se alcanza cuando se trabaja con una capacidad instalada del 96,11%, es decir con un ingreso de ventas de \$151.469,46 en este punto la empresa no pierde ni gana.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera una vez determinada la inversión inicial y los beneficios futuros, así como los respectivos costos durante la vida útil del proyecto, en este punto se determina si el proyecto es rentable o no, es decir permite determinar a los posibles inversionistas si el proyecto generará utilidades o pérdidas y si será conveniente emprender en el negocio, ese es el propósito fundamental de la evaluación del proyecto.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja se refiere a los recursos que la empresa genera por su actividad económica, es decir es el resultado del efectivo que se obtiene de los ingresos y egresos generados de la prestación del servicio, más las depreciaciones y amortizaciones, la proyección se la realizará para cinco años, que es el período de vida útil del proyecto de inversión de la empresa de servicios de limpieza KC LEANING´S CIA.LTDA. Los datos se muestran en la siguiente tabla:

CUADRO 43
Flujo de Caja

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	157.593,60	180.211,20	189.696,00	204.288,00	204.288,00
Valor Residual	0,00	0,00	0,00	0,00	8.647,75
TOTAL DE INGRESOS	157.593,60	180.211,20	189.696,00	204.288,00	212.935,75
EGRESOS					
Costos del Servicio	131.458,77	144.405,24	150.196,97	156.227,94	162.508,03
Costos Administrativos	17.284,20	18.550,64	19.131,93	19.737,18	20.367,40
Gastos de Ventas	2.235,10	2.336,80	2.443,12	2.554,28	2.670,50
15% Utilidad a Trabajadores	874,91	2.113,58	2.560,66	3.733,46	2.675,42
22% Impuestos a la Renta	1.090,72	2.634,93	3.192,29	4.654,38	3.335,35
Reinversión en computadoras	0,00	0,00	0,00	2.234,31	0,00
TOTAL DE EGRESOS	152.943,70	170.041,19	177.524,98	189.141,55	191.556,70
Flujo de Efectivo	4.649,90	10.170,01	12.171,02	15.146,45	21.379,06
Depreciación Activo Fijo	3.622,97	3.622,97	3.622,97	4.119,49	4.119,49
Amortización Activo Diferido	617,63	617,63	617,63	617,63	617,63
FLUJO NETO DE CAJA	8.890,51	14.410,61	16.411,63	19.883,56	26.116,17

FUENTE: Cuadro 38 Presupuesto de Costos, Cuadro 41 Estructura de Ingresos

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto (VAN) permite medir el valor del dinero de hoy a futuro, el cual se calcula en base a los flujos de efectivo generados durante los cinco años de vida útil del proyecto, para determinar si el proyecto es factible esta tiene que ser mayor o igual a cero. Para obtener el VAN se aplica la siguiente fórmula:

- ✓ **Se calcula la tasa actualizada.** - Se tomó en cuenta la tasa de interés del crédito para PYMES que establece el Banco Central del Ecuador, la cual es del 11,83%.

$$Tasa Actualizada = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Dónde:

i = tasa de interés

n = Número de año de vida del proyecto

Año 1:

$$Tasa Actualizada = \frac{1}{(1 + 0,1183)^1} = 0,89421443$$

CUADRO 44
Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA	VALOR ACTUALIZADO
1	8.890,51	0,89421443	7.950,02
2	14.410,61	0,79961945	11.523,01
3	16.411,63	0,71503125	11.734,83
4	19.883,56	0,63939127	12.713,38
5	26.116,17	0,57175290	14.932,00
TOTAL	85.712,48		58.853,23

FUENTE: Cuadro 43 Flujo de Caia

Se calcula en VAN con la siguiente fórmula:

$$VAN = \text{Sumatoria del Flujo Neto Actualizado} - \text{Inversión Inicial}$$

$$\text{VAN} = 58.853,23 - 40.003,31$$

$$\text{VAN} = 18.849,91$$

Siendo la suma del valor actualizado de \$58.853,23 que es superior a la inversión inicial de \$40.003,31, la empresa logrará cubrir esta inversión y generará una utilidad durante los cinco años de vida útil del proyecto de \$18.849,91, generada con una tasa de oportunidad del 11,83%, lo cual significa que el proyecto es factible.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno es un índice de rentabilidad que permite conocer si al final del proyecto existirá rentabilidad o no, está se mide en términos porcentuales y debe ser más alta de la tasa de interés que se paga por un préstamo y de la que nos pagarían por invertir en una institución financiera.

Para el cálculo de la TIR se debe obtener un VAN positivo y otro negativo, los cuales se compararán para determinar si el proyecto tendrá rendimiento o no, esta debe ser mayor a la tasa de oportunidad del dinero con lo cual se probará si el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que en otra inversión. El cálculo para la obtención de la TIR se muestra a continuación:

CUADRO 45
Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR 26,35%	VAN1	FACTOR 26,58%	VAN2
1	8.890,51	0,791452315	7.036,41	0,79001422	7.023,63
2	14.410,61	0,626396767	9.026,76	0,624122468	8.993,99
3	16.411,63	0,495763171	8.136,28	0,493065625	8.092,01
4	19.883,56	0,39237291	7.801,77	0,389528855	7.745,22
5	26.116,17	0,310544448	8.110,23	0,307733335	8.036,82
SUMAN	85.712,48		40.111,46		39.891,66
			108,15		-111,65

FUENTE: Cuadro 43 Flujo de Caja

Aplicación de la Fórmula

$$TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas \times \left(\frac{VAN menor}{VAN menor - VAN mayor} \right)$$

$$TIR = 26,58 \% + 0,23\% \times \left(\frac{108,15}{108,15 - (-111,65)} \right)$$

$$TIR = 26,58\% + 0,23\% \times \left(\frac{108,15}{219,80} \right)$$

$$TIR = 26,58\% + 0,23\% \times (0,492028884)$$

$$TIR = 26,58\% + 0,00113166643$$

$$TIR = 26,46\%$$

CÁLCULO DE LA TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RIESGO (TMAR)

Para determinar la verdadera tasa de utilidad que tendrá la empresa se realizó la diferencia entre este cálculo y la TIR del proyecto, para conocer la TMAR se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de Inflación} + \text{Prima de Riesgo}$$

$$\text{TMAR} = 4,55\% + 5,5\%$$

$$\text{TMAR} = 10,10\%$$

El proyecto será factible ya que generará un porcentaje de utilidad para los socios de 16,36%, el cual es mayor a la tasa de oportunidad del dinero de 11,83%.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)

Permite relacionar los ingresos y egresos durante la vida útil del proyecto, es decir establece el número de veces que el ingreso supera a los egresos, para que el proyecto sea considerado factible debe ser mayor a uno, para el cálculo tanto los ingresos como costos se actualizan con la tasa de oportunidad del dinero del 11,83%. La relación beneficio costo (B/C) del proyecto se muestra a continuación:

CUADRO 46
Relación Beneficio – Costo

AÑOS	COSTO	Factor 11,83%	COSTO	INGRESO	Factor 11,83%	INGRESO
	Original		Actualizado	Original		Actualizado
1	151.760,90	0,894214433	135.706,78	157.593,60	0,894214433	140.922,47
2	166.120,65	0,799619452	132.833,30	180.211,20	0,799619452	144.100,38
3	172.624,92	0,715031254	123.432,21	189.696,00	0,715031254	135.638,57
4	179.398,28	0,639391267	114.705,70	204.288,00	0,639391267	130.619,96
5	186.451,89	0,571752899	106.604,41	204.288,00	0,571752899	116.802,26
TOTAL	856.356,63		613.282,40	936.076,80		668.083,64

FUENTE: Cuadro 38 Presupuesto de Costos, Cuadro 41 Estructura de Ingresos

Aplicación de Fórmula

$$\frac{B}{C} = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados} + \text{Inversión}}$$

$$B/C = \frac{668.083,64}{613.282,40 - 40.003,31}$$

$$B/C = \frac{668083,64}{653.285,71}$$

$$B/C = 1,02$$

El resultado refleja que por cada dólar invertido la empresa de servicios de limpieza KC LEANING´S CIA.LTDA. tendrá un excedente de 0,02 centavos, el cual representa la utilidad para la empresa.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL (PRC)

Sirve para determinar el tiempo estimado que se tardará en recuperar la inversión inicial, es decir que se recuperará en el año donde los flujos acumulados sean superiores al valor de la inversión inicial.

CUADRO 47

Período de Recuperación del Capital

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
0	40.003,31		
1		8.890,51	8.890,51
2		14.410,61	23.301,12
3		16.411,63	39.712,75
4		19.883,56	59.596,31
5		26.116,17	85.712,48
TOTAL	40.003,31	85.712,48	

FUENTE: Cuadro 43 Flujo de Caja

La empresa recuperará los \$40.003,31 de la inversión en el tercer año de vida útil. Para determinar con exactitud el tiempo en que se recuperará la inversión se aplicó la siguiente fórmula:

$$PR = \text{Año que Supera la Inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del Año en que se Supera la Inversión}}$$

$$PR = 4 + \frac{40.003,31 - 59.596,31}{19.883,56}$$

$$PR= 4+ \frac{-19.593,00}{19.883,56}$$

$$PR= 4+ (-0,985386655)$$

$$PR= 3,01$$

CUADRO 51

Tiempo Exacto de Recuperación

AÑOS	3,01
MESES	0,12

FUENTE: Cuadro 47 PRC

El tiempo exacto de recuperación del capital es de 3 años.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Permite medir si le afecta o no al proyecto una posible variación de los ingresos y costos, debido a que no se conoce las situaciones que podrían suceder a futuro.

✓ **Sensibilidad con Disminución en los Ingresos del 0,05%**

Después de los cálculos respectivos los resultados obtenidos de la sensibilidad con disminución de los ingresos, se determinó que el proyecto no es sensible, por ende si se diera una disminución del 0,05% la empresa podrá seguir con sus actividades debido a que no le afectará

esta variación, ya que la sensibilidad es menor a uno, es decir que la empresa aparte de generar utilidad para los socios podrá mantenerse exenta ante esta reducción de ingresos.

✓ **Sensibilidad con Incremento en los Costos del 0,04%**

El análisis de sensibilidad permitió determinar que con un cambio porcentual del 0,04% en los costos originales de la empresa no le afectará ya que su sensibilidad es menor a uno, es decir que el proyecto no es sensible dado que si se incrementan los costos en esta proporción así sea mínima la empresa no tendrá riesgo, por ende podrá soportar el incremento que se dé en sus costos, los cuales se pueden generar por un aumento en la tasa de inflación.

CUADRO 49

Sensibilidad con Disminución en los Ingresos del 0,05%

AÑOS	COSTOS TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 0,05%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 13,03%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 39,96%	VALOR ACTUAL
0								
1	151.760,90	157.593,60	157.514,80	5.753,91	0,8847208706	5.090,60	0,7144898542	4.111,11
2	166.120,65	180.211,20	180.121,09	14.000,45	0,7827310188	10.958,59	0,5104957518	7.147,17
3	172.624,92	189.696,00	189.601,15	16.976,23	0,6924984684	11.756,01	0,3647440353	6.191,98
4	179.398,28	204.288,00	204.185,86	24.787,57	0,6126678478	15.186,55	0,2606059126	6.459,79
5	186.451,89	204.288,00	204.185,86	17.733,97	0,5420400317	9.612,52	0,1862002805	3.302,07
TOTAL				79.252,13		52.604,27		27.212,12
						12.600,96		-12.791,20

FUENTE: Cuadro 38 Presupuesto de Costos, Cuadro 41 Estructura de Ingresos

INVERSIÓN 40.003,31

NUEVA TIR 26,39%

TIR DEL PROYECTO 26,46%

1- DIFERENCIA EN TIR
0,0690%

2.- PORCENTAJE DE VARIACIÓN
0,26%

3.- SENSIBILIDAD
0,99%

CUADRO 50

Sensibilidad con Incremento en los Costos del 0,04%

AÑOS	COSTOS TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL + 0,04%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 13,16%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 39,80%	VALOR ACTUAL
0								
1	151.760,90	151.821,60	157.593,60	5.772,00	0,8837044892	5.100,74	0,7153075823	4.128,76
2	166.120,65	166.187,09	180.211,20	14.024,11	0,7809336243	10.951,90	0,5116649372	7.175,64
3	172.624,92	172.693,97	189.696,00	17.002,03	0,6901145495	11.733,35	0,3659978092	6.222,71
4	179.398,28	179.470,04	204.288,00	24.817,96	0,6098573255	15.135,41	0,2618010080	6.497,37
5	186.451,89	186.526,47	204.288,00	17.761,53	0,5389336563	9.572,29	0,1872682461	3.326,17
TOTAL				79.377,62		52.493,69		27.350,64
						12.490,37		-12.652,67

FUENTE: Cuadro 38 Presupuesto de Costos, Cuadro 41 Estructura de Ingresos

INVERSIÓN 40.003,31

NUEVA TIR 26,39%

TIR DEL PROYECTO 26,46%

1- DIFERENCIA EN TIR
0,0691%

2.- PORCENTAJE DE VARIACIÓN
0,26%

3.- SENSIBILIDAD
0,99%

g) DISCUSIÓN

Para el desarrollo del presente proyecto se elaboró un estudio de mercado en el cual se obtuvo el 71% de aceptación por parte de las familias encuestadas en la ciudad de Cariamanga, demostrando así la evidente necesidad de la población del servicio que se está ofertando, tomando en cuenta que no existe en la localidad una empresa dedicada a esta actividad.

En el estudio técnico se determinó el lugar estratégico donde se instalará la empresa de servicios "KC LEANING´S CÍA.LTDA.", el mismo que contará con los factores mas importates para el correcto funcionamiento tales como; mercado, mano de obra y disponibilidad de recursos, se estableció una capacidad instalada de 14.522 servicios durante los cinco años de vida útil, de los cuales el 90% es decir 13.133 serán la capacidad utilizada para el primer año, asi mismo se establecieron puntos importantes como; la estructura de la empresa, materiales, equipos, y el respectivo flujograma de la prestación del servicio de limpieza.

En lo que respecta al estudio organizacional se elaboró el marco legal de la empresa, razón social la misma que será Cía. Ltda., organigrama estructural y funcional para el correcto funcionamiento y manual de funciones con el cual cada miembro cumpla acabadidad con sus obligaciones dentro de la compañía.

El análisis y desarrollo del estudio y evaluación financiera permitieron determinar el monto total de la inversión, el cual será de \$40.003,31, precio de venta del servicio de \$12,00 para el primer año, también se estableció el VAN, TIR, RB/C, PRC y el respectivo análisis de sensibilidad que señaló que el proyecto no será sensible a la variación de ingresos en un 0,05% y de costos en un 0,04%, en base a toda la información obtenida se concluyó que el proyecto de servicios de limpieza es rentable para los accionistas, ya que les generará una rentabilidad que será superior a la de invertir en otras actividades, como lo es en instituciones financieras.

h) CONCLUSIONES

- ✓ Mediante la elaboración del estudio de mercado se llegó a conocer las características, gustos y preferencias del cliente potencial, uso per cápita que es de 99 servicios por familia al año, la demanda insatisfecha existente de 182.938 servicios en el primer año, datos que se obtuvieron de las encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Cariamanga.

- ✓ El estudio técnico permitió establecer el lugar exacto donde se instalará la empresa, la capacidad instalada la cual será de 14.592 servicios por año de vida útil, de los cuales la capacidad utilizada será del 90% para el primer año, así como también se determinó distribución de la planta, materiales y equipos necesarios para la prestación del servicio.

- ✓ El análisis del estudio organizacional determinó la creación de la empresa con la denominación de KC LEANING´S CÍA.LTDA., además se elaboró un organigrama estructural y funcional, los cuales muestran las funciones con las que deberá cumplir cada uno de los miembros de la misma, así como también el perfil profesional que deberá tener cada una de ellos.

- ✓ El desarrollo del estudio financiero determinó que para poner en marcha la empresa se requerirá de una inversión de \$ 40.003,31, el VAN estableció que el proyecto es rentable con un valor de \$18.849,91, la TIR es de 26,46% porcentaje que es mayor al costo del dinero, la RB/C determinó que por cada dólar invertido se ganará 0,02 centavos, el PRC será de 3 años; así mismo se determinó que la empresa no será sensible si los costos aumentan en un 0,04% y si los ingresos disminuyen en un 0,05%.

- ✓ Con el fin de cubrir la mayor parte de demanda insatisfecha existente se laborará los días sábados, por lo cual se incurrirá en el pago de horas extraordinarias las cuales se pagarán con el cien por ciento de recargo de acuerdo al **Art. 55** del Código de Trabajo.

- ✓ Por todo lo expuesto y analizado se concluye que el proyecto de inversión es factible y tendrá éxito en el mercado.

i) RECOMENDACIONES

- ✓ Al no existir en la localidad competencia en cuanto a los servicios de limpieza, se recomienda a los inversionistas aprovechar esta oportunidad y satisfacer la necesidad de los demandantes ofreciendo un servicio de calidad y eficiencia.
- ✓ Ofrecer un servicio eficiente contando con maquinaria, equipo, materiales e insumos de de calidad, con los cuales se pueda satisfacer el mayor número de servicios, logrando así posicionamiento en el mercado y sobre todo cumplir con las misión y visión de la empresa.
- ✓ Organizar a la empresa estructural y funcionalmente de la mejor manera dando siempre una buena imagen, basandose en las leyes, reglamentos y estatutos, respetando siempre los derechos de los empleados evitando de esta manera conflictos en la prestación del servicio.
- ✓ Mantener un precio accesible para el servicio reduciendo al máximo los costos, para que los clientes puedan acceder al mismo con facilidad y de esta forma atraer el mayor número de demandantes, generando así utilidad a cada uno de los socios de la empresa de servicios de limpieza “KC LEANING´S CÍA. LTDA”.

j) BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Arboleda, G. (2013). *Proyectos, Identificación, Evaluación y Gerencia*. Colombia: Alfaomega.
- ✓ Baca, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- ✓ Barreno, L. M. (2005). *Manuel de formulación y evaluación de proyectos*. Ecuador
- ✓ Big Galicia. (s.f.). Recuperado el 24 de marzo de 2015, de http://www.bicgalicia.es/dotnetbic/Portals/0/banner/ARCHIVOS/ModelosPlandeNegocio/7_ServiciosLimpieza_Cat.pdf
- ✓ Charles, L. (2002). *Marketing*. Internacional Thomson.
- ✓ Córdova, T., Abad, N., Calva, K., Paz, C., & Vásquez, F. (2013). *Proyecto de Inversión*. Loja: Universidad Nacional de Loja.
- ✓ El Universo. (16 de enero de 2015). Recuperado el 14 de abril de 2015, <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/01/16/nota/4441336/pobreza-desempleo-bajaron-diciembre> (Datos INEC)
- ✓ Espinosa, R. (06 de junio de 2014). *Blog Marketing y Ventas*. Recuperado el 29 de abril de 2015, de <http://robertoepinosa.es/2014/05/06/marketing-mix-las-4ps-2/>
- ✓ Gavilanes, J. (30 de junio de 2012). *Niveles Jerárquicos de la empresa u organización*. Recuperado el 25 de marzo de 2015, de <http://nivelesdelaempresa.blogspot.com/>

- ✓ Hamilton, V. (s.f.). eHow en español. Recuperado el 24 de marzo de 2015, de http://www.ehowenespanol.com/definicion-servicios-limpieza-hechos_526584/
- ✓ Ijujes, M. O. (2012). *Interaprendizaje de Probabilidades y Estadística Inferencial con Excel, WinStats, Graph*. Ibarra - Ecuador: Offset M y M.
- ✓ NEC. (s.f.). Recuperado el 28 de marzo de 2015, de www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/28_Promedio%20de%20Personas%20por%20Hogar.xls
- ✓ INEC. (s.f.). Recuperado el 27 de marzo de 2015, de www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/15_POBLA_PROV_CANT_PARR_AREA_GEDAD.xls
- ✓ INEC. (s.f.). Recuperado el 27 de marzo de 2015, de http://www.inec.gob.ec/tabulados_CPV/3_TCA_PARR_NAC_POBL_1990_2001_2010.xls
- ✓ INEC. (2010). Recuperado el 01 de abril de 2015, de www.ecuadorcifras.gob.ec
- ✓ Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- ✓ Krueckberg, D. A., & Silvers, A. L. (1978). *Análisis de planificación urbana: métodos y modelos*. México: Limusa.
- ✓ Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2002). *Marketing*. México: Internacional Thomson.
- ✓ Ley de Compañías del Ecuador. Ecuador.

- ✓ Loaiza, C. (1988). *Prácticas de Mercadotecnia*. México: Mc Graw Hill.
- ✓ Lovelock, C. (2009). *Marketing de servicios: personal, tecnología y estrategia*. México: Pearson Educación.
- ✓ Martínez, A., Escriva, J., & Ruiz, C. (2012). *Marketing en la actividad comercial*. Madrid: Mc Graw Hill Education.
- ✓ McConnell, C., & Brue, S. (1997). *Economía*. Mc Graw Hill.
- ✓ Meier, D. (2012). Cinco tendencias que influyen en el futuro de la industria de limpieza. Recuperado el 14 de abril de 2015, de ISSA: <http://www.issalatam.com/article/48446.html>
- ✓ Mera, C., & Vera, V. (2012). "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA, EN EL CANTÓN PORTOVIEJO. Portoviejo, Manabí, Ecuador: Universidad Técnica Manabí.
- ✓ Miranda, J. (2012). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- ✓ Monografías. (s.f.). Recuperado el 8 de abril de 2015, de <http://www.monografias.com/trabajos86/estudio-organizacional>.
- ✓ Montes, D. (2012). *Departmentalización*.
- ✓ Munch, L. (1997). *Fundamentos de la Administración*. México: Trillas.
- ✓ Munch, L., Osorio, J., & Vital, S. (2011). *Diseño de Estructuras de Alto Rendimiento*. Colombia: Trillas.

- ✓ Orjuela, S., & Sandoval, P. (12 de 2002). *Guía de Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos*. Chile: Universidad de Chile.
- ✓ Pasaca, M. E. (2004). *Formulación y Evaluación de Proyectos*.
- ✓ Sapag, C. N. (2011). *Evaluación de Proyectos de Inversión en la Empresa*. Argentina: Pearson Education S. A.
- ✓ Stanton, W. (1989). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: McGraw Hill.
- ✓ Torres, A. P. (2011). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cantón Calvas*. Calvas: Paladines y Asociados.

k) ANEXOS

ANEXO 1: ENCUESTA FAMILIAS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS**

ENCUESTA FAMILIAS

Con el fin de obtener información relevante para la elaboración del proyecto de inversión para la creación de una empresa de servicios de limpieza para la ciudad de Cariamanga – cantón Calvas – provincia de Loja, se ha considerado necesario plantear las siguientes interrogantes que ayudarán a conocer el grado de aceptación del servicio que prestará la empresa.

DATOS GENERALES

Fecha:.....

Número de integrantes de su familia:

1. ¿Usted y su familia tienen accedería a contratar los servicios de una empresa que realice la limpieza de su hogar?

Si () No ()

Si su respuesta fue SI continúen con la encuesta, si su respuesta fue NO gracias por su colaboración.

2. ¿Dispone en su vivienda de personal que se encargue del servicio de limpieza?

Si () No ()

Si su respuesta fue NO continúen con la encuesta, si su respuesta fue SI gracias por su colaboración.

3. ¿Cada qué tiempo realiza la limpieza total de su hogar?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

4. ¿Qué tiempo utiliza para realizar la limpieza de su hogar?

- 1 – 2 horas ()
2 – 4 horas ()
Más de 4 horas ()

5. ¿Conoce de alguna empresa que preste el servicio de limpieza para hogares, oficinas o negocios en la ciudad de Cariamanga?

- Si () No ()

6. ¿Si se crease una empresa que preste servicios de limpieza de calidad y eficiencia, usted y su familia harían uso del servicio?

- Si () No ()

Si su respuesta fue SI continúen con la encuesta, si su respuesta fue NO gracias por su colaboración.

7. De los servicios que a continuación se detallan; ¿cuáles usted preferiría?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------|
| Limpieza de sala () | Limpieza de ventanas () |
| Limpieza de cocina () | Limpieza de cortinas () |
| Desinfectar baños () | Lavado de alfombras () |
| Limpieza de dormitorios () | Trapear y rasquetear pisos () |
| Limpieza de puertas () | |

8. ¿En qué horario y con qué frecuencia de acuerdo a su necesidad le gustaría hacer uso del servicio?

- | | TIEMPO |
|---------------------------|------------------|
| Una Vez Por Semana () | |
| Dos Veces Por Semana () | Dos Horas () |
| Tres Veces Por Semana () | Tres Horas () |
| Todos los días () | Cuatro Horas () |
| Cada quince días () | Seis Horas () |

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada hora del servicio prestado?

- \$4 – \$6 ()
\$6 – \$8 ()
Más de \$8 ()
Otro ()

10. ¿Qué características le gustaría que tenga el personal que efectuara el servicio?

- Eficiente ()

Responsable ()
Puntual ()
Honrado ()
Honesto ()
Amable ()

11. ¿Por qué medio y en que horario le gustaría escuchar publicidad de la empresa?

Radio () Televisión () Prensa ()
Internet () Volantes () Valla publicitaria ()

12. Si su respuesta fue la radio, ¿en qué radio le gustaría que se promocione la empresa?, y ¿En qué horario?

Cariamanga ()
Ecuasur ()
Luz Y Vida ()
Rumba ()

HORARIO

Mañana () Tarde () Noche ()

13. Si su respuesta fue la televisión, ¿en qué medio televisivo le gustaría que se promocione la empresa? y ¿en qué horario?

Ecotel Tv ()
UV Televisión ()
Súper Cable Tv ()

HORARIO

Mañana () Tarde () Noche ()

14. Si su respuesta fue prensa, ¿por cuál le gustaría informarse?

La Hora ()
Crónica ()
Centinela ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2: ENCUESTA EMPRESAS



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE BANCA Y FINANZAS**

ENCUESTA EMPRESAS

Con el fin de obtener información relevante para la elaboración del proyecto de inversión para la creación de una empresa de servicios de limpieza para la ciudad de Cariamanga – cantón Calvas – provincia de Loja, se ha considerado necesario plantear las siguientes interrogantes que ayudarán a conocer el grado de aceptación del servicio que prestará la empresa.

DATOS GENERALES

Nombre de la Empresa.....

Fecha:.....

1. ¿Tiene la empresa algún problema para realizar la limpieza?

Si () No ()

Si su respuesta fue SI continúen con la encuesta, si su respuesta fue NO gracias por su colaboración.

2. ¿Dispone la empresa de personal que se encargue del servicio de limpieza?

Si () No ()

Si su respuesta fue NO continúen con la encuesta, si su respuesta fue SI gracias por su colaboración.

3. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza total de la empresa?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

4. ¿Qué tiempo se utiliza para realizar la limpieza de la empresa?

1 – 2 horas ()

2 – 4 horas ()

Más de 4 horas ()

5. ¿Conoce de alguna empresa que preste el servicio de limpieza para hogares, oficinas o negocios en la ciudad de Cariamanga?

Si () No ()

6. ¿Si se crease una empresa que preste servicios de limpieza de calidad y eficiencia contrataría los servicios?

Si () No ()

Si su respuesta fue SI continúen con la encuesta, si su respuesta fue NO gracias por su colaboración.

7. De los servicios que a continuación se detallan; ¿cuáles preferiría?

Limpieza de ventanas	()	Limpieza de puertas	()
Desinfectar baños	()	Lavado de alfombras	()
Limpieza de oficinas	()	Trapear y rasquetear pisos	()

8. ¿Con qué frecuencia y que tiempo haría uso del servicio?

Una Vez Por Semana	()	TIEMPO	
Dos Veces Por Semana	()	Dos Horas	()
Tres Veces Por Semana	()	Tres Horas	()
Todos los días	()	Cuatro Horas	()
Cada quince días	()	Seis Horas	()

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada hora del servicio prestado?

\$4 – \$6	()
\$6 – \$8	()
Más de \$8	()
Otro	()

9. ¿Qué características le gustaría que tenga el personal que efectuara el servicio?

Eficiente	()
Responsable	()
Puntual	()
Honrado	()
Honesto	()
Amable	()

10. ¿Por qué medio y en que horario le gustaría escuchar publicidad de la empresa?

Radio	()	Televisión	()	Prensa	()
-------	-----	------------	-----	--------	-----

Internet () Volantes () Valla publicitaria ()

11. Si su respuesta fue la radio, ¿en qué radio le gustaría que se promocioe la empresa?, y ¿En qué horario?

Cariamanga ()

EcuaSur ()

Luz Y Vida ()

Rumba ()

HORARIO

Mañana () Tarde () Noche ()

12. Si su respuesta fue la televisión, ¿en qué medio televisivo le gustaría que se promocioe la empresa? y ¿en qué horario?

Ecotel Tv ()

UV Televisión ()

Súper Cable Tv ()

HORARIO

Mañana () Tarde () Noche ()

13. Si su respuesta fue prensa, ¿por cuál le gustaría informarse?

La Hora ()

Crónica ()

Centinela ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3. ¿Con que frecuencia hacen uso de su servicio?

.....
.....
.....
.....
.....

4. ¿Cuántas horas por lo general sus clientes hacen uso del servicio ofertado?

.....
.....
.....
.....
.....

5. ¿Qué valor cobra por cada hora de servicio de limpieza prestado?

.....
.....
.....
.....
.....

6. ¿Cuál es la tasa de crecimiento o disminución que usted ha percibido en la demanda del servicio ofertado en los últimos años?

.....
.....
.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 4: TABULACIÓN ENCUESTAS A FAMILIAS

1. ¿Usted y su familia accedería a contratar los servicios de una empresa que realice la limpieza de su hogar?

CUADRO 51

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	304	85%
NO	55	15%
TOTAL	359	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De la población encuestada correspondiente a 359 familias de la ciudad de Cariamanga el 85% de los encuestados, es decir 304 manifestaron que si accedería a contratar a una empresa que realice servicios de limpieza para su hogar y el 15% equivalente a 55 familias indicaron que no accederán a contratar a una empresa que realice limpieza a los hogares.

2. ¿Dispone en su vivienda de personal que se encargue del servicio de limpieza?

CUADRO 52

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	36	12%
NO	268	88%
TOTAL	304	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De la segmentación correspondiente a las 304 familias, el 88% correspondiente a 268 afirman que no cuentan con personal que realice la limpieza de sus hogares debido a la dificultad de encontrar personas confiables y sobre todo por los costos que implican, mientras que el 12% restante, es decir 36 familias si cuentan con personas que se encargan de hacer la limpieza.

3. ¿Cada qué tiempo realiza la limpieza total de su hogar?

CUADRO 53

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	132	49%
SEMANALMENTE	105	39%
QUINCENALMENTE	30	11%
MENSUALMENTE	1	0%
TOTAL	268	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

Para determinar la frecuencia con la cual las familias podrían hacer uso del servicio se realizó esta pregunta, en la cual el 49% de los encuestados mencionan que realizan la limpieza total de sus hogares diariamente, el 39% semanalmente, el 11% quincenalmente y el 1% mensualmente debido a la falta de tiempo las familias no pueden realizar la limpieza de forma tan constante.

4. ¿Qué tiempo utiliza para realizar la limpieza de su hogar?

CUADRO54

TIEMPO QUE UTILIZA PARA LA LIMPIEZA

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2 HORAS	149	56%
2-4 HORAS	105	39%
MAS DE 4 HORAS	14	5%
TOTAL	268	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

El 56% de los encuestados indicaron que el tiempo que invierten en realizar la limpieza de sus hogares es de 1-2 horas, el 39% de 2-4 horas y únicamente el 5% de las familias dedican más de cuatro horas para realizar la limpieza de sus hogares.

5. ¿Conoce de alguna empresa que preste el servicio de limpieza para hogares, oficinas o negocios en la ciudad de Cariamanga?

CUADRO 55

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO	268	100
SI	0	0
TOTAL	268	100

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De las 268 familias encuestadas el 100% respondieron que no conocen una empresa en la ciudad que preste el servicio de limpieza a hogares u oficinas, lo cual significa que la empresa no tendrá competencia directa debido a que no existe en la localidad ninguna empresa que preste este servicio.

6. ¿Si se crease una empresa que preste servicios de limpieza de calidad y eficiencia, usted y su familia harían uso del servicio?

CUADRO 56

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	189	71%
NO	79	29%
TOTAL	268	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De las familias encuestadas se ha determinado que el 71% correspondiente a 189 familias señalaron que si harán uso del servicio que ofrecerá la empresa, mientras que el 29% restante es decir 79 familias no requerirán del mismo.

7. De los servicios que a continuación se detallan; ¿cuáles usted preferiría?

CUADRO 57

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LIMPIEZA SALA	102	11%
LIMPIEZA COCINA	126	13%
LIMPIEZA DE BAÑOS	141	15%
LIMPIEZA DORMITORIOS	42	4%
LIMPIEZA DE PUERTAS	99	11%
LIMPIEZA DE VENTANAS	85	9%
LIMPIEZA DE CORTINAS	65	7%
LAVADO DE ALFOMBRAS	106	11%
LIMPIEZA DE PISOS	168	18%
TOTAL	934	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De las familias encuestadas se ha determinado que el 18% manifestaron que les gustaría el servicio de limpiar pisos, el 15% que constituye limpieza de baños, 13% limpieza de cocina, 11% a la limpieza de sala, puertas así como también al lavado de alfombras, 9% limpieza de ventanas, 7% limpieza de cortinas y un 4% a la limpieza de cortinas.

8. ¿En qué horario y con qué frecuencia de acuerdo a su necesidad le gustaría hacer uso del servicio?

CUADRO58

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNA VEZ POR SEMANA	84	44%
DOS VECES POR SEMANA	66	35%
TRES VECES POR SEMANA	24	13%
TODOS LOS DÍAS	10	5%
CADA QUINCE DÍAS	5	3%
TOTAL	189	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De las familias encuestadas en la ciudad de Cariamanga el 44% correspondiente a 84 familias respondieron que harán uso del servicio que ofertará la empresa una vez por semana, el 35% que significa 66 familias harán uso dos veces por semana, el 13% es decir 24 familias harán uso tres veces por semana, un 5% representado por 10 familias harán uso todos días y un porcentaje mínimo del 3% cada quince días, esta pregunta sirvió para determinar el uso per cápita del servicio que se prestará, es decir las veces que las familias harán uso del servicio en el año.

HORARIO

CUADRO 59

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DOS HORAS	133	70%
TRES HORAS	48	25%
CUATRO HORAS	7	4%
SEIS HORAS	1	1%
TOTAL	189	100

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De las familias encuestadas el porcentaje más alto correspondiente al 70% representado por 133 familias manifestaron que harán uso del servicio 2 horas, el 25% equivalente a 48 familias harán uso tres horas, mientras que un mínimo del 4% correspondiente a 7 familias cuatro horas y del 1% es decir una familia hará uso del servicio 6 horas.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada hora del servicio prestado?

CUADRO 60

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$4 – \$6	136	72%
\$6 – \$8	37	20%
Más de \$8	14	7%
OTRO	2	1%
TOTAL	189	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De las familias encuestadas el 72% que representa el valor más alto con 136 familias señalaron que pagarían por el servicio que se brindará entre \$4 - \$6 dólares, un 20% es decir 37 familias pagarían de \$6 - \$8 dólares y en un mínimo como lo es 7% que constituyen 14 familias pagarían más de \$8 y un 1% es decir dos familias.

10. ¿Qué características le gustaría que tenga el personal que efectuará el servicio?

CUADRO 61

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EFICIENTE	157	20%
RESPONSABLE	162	21%
PUNTUAL	107	14%
HONRADO	165	21%
HONESTO	96	12%
AMABLE	88	11%
TOTAL	775	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

El 21% de las familias representadas por 162 señalaron que el personal de la empresa deber ser responsable y honrado, en un 20% constituido por 157 familias señalaron que el personal debe ser eficiente, en un 14% es decir 107 familias que deber ser puntuales, en un

13% correspondientes a 165 familias que deben ser honestos, un 12% que significan 96 familias señalaron que deben ser honestos y un 11% que constituido por 88 familias prefieren que sean amables.

11. ¿Por qué medio le gustaría escuchar publicidad de la empresa?

CUADRO 62

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	155	26%
TELEVISIÓN	100	17%
PRENSA	71	12%
INTERNET	75	13%
VOLANTES	120	20%
VALLA PUBLICITARIA	77	13%
TOTAL	598	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

Las familias encuestadas eligieron que la publicidad se transmita por la radio en un 26% que representa 155 familias, televisión 17% correspondiente a 100 familias y por volantes 20% es decir 120 familias, lo cual destaca que las personas prefieren que la publicidad se realice por estos medios ya que son los que tienen mayor porcentaje.

12. Si su respuesta fue la radio, ¿en qué radio le gustaría que se promocióne la empresa?, y ¿En qué horario?

CUADRO 63

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CARIAMANGA	12	8%
ECUASUR	139	87%
LUZ Y VIDA	7	4%
RUMBA	1	1%
TOTAL	159	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

CUADRO 64

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAÑANA	76	42%
TARDE	80	44%
NOCHE	25	14%
TOTAL	181	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga el 26% correspondiente a 155 familias eligieron la radio, de los cuales el 8% representadas por 12 familias prefirieron Ecuasur, 87% significando 139 familias prefieren la radio Cariamanga, 4% constituyendo cuatro familias prefieren Luz y Vida y el 1% restante eligieron Rumba el cual da un total del 100%,

Respecto a los horarios un 44% es decir 80 familias prefieren escuchar la publicidad en la tarde, el 42% representado por 76 familias lo prefieren en la tarde, mientras que en el 14% eligen en la noche.

13. Si su respuesta fue la televisión, ¿en qué medio televisivo le gustaría que se promocióne la empresa? y ¿en qué horario?

CUADRO 65

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ECOTEL TV	3	3%
U TELEVISIÓN	7	7%
SÚPER CABLE TV	90	90%
TOTAL	100	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

CUADRO 66

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MAÑANA	25	21%
TARDE	25	21%
NOCHE	68	58%
TOTAL	118	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De la encuesta realizada a la población que eligieron la televisión como medio de publicidad de la empresa de servicios, el 90% correspondiente a 90 familias eligieron Súper Cable Tv, un mínimo del 7% constituido por 7 familias eligieron Uv Televisión y el 3% restante es decir 3 familias eligieron Ecotel Tv.

Respecto a los horarios de las familias encuestadas que seleccionaron a los medios televisivos para la promoción de la empresa el 21% constituido por 25 familias eligieron el horario de la mañana y tarde y el 58% correspondiente a 68 familias eligieron en la noche por falta de tiempo en el resto del día, ayudándonos a obtener mediante esta pregunta información sobre las preferencias que la población elige para la publicidad de la empresa de servicios de limpieza.

14. Si su respuesta fue prensa, ¿por cuál le gustaría informarse?

CUADRO 67

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA HORA	46	65%
CRÓNICA	21	30%
CENTINELA	4	6%
TOTAL	71	100%

FUENTE: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN

De la población encuestada se evidencio que un 12% correspondiente a 71 familias eligieron informarse de la empresa por medio de la Prensa, dando como resultado que un 65% es decir 46 familias prefirieren la Hora, 30% representado por 21 familias la Crónica y únicamente un 6% significando 6 familias prefieren Centinela.

ANEXO 5: TABULACIÓN ENCUESTAS A EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS

1. ¿Tiene la empresa algún problema para realizar la limpieza?

CUADRO 68

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	8	100%
TOTAL	8	100%

FUENTE: Encuesta realizada a Empresa Públicas y Privadas de la ciudad de Cariamanga

INTERPRETACIÓN:

En la ciudad de Cariamanga existen ocho empresas Públicas y Privadas según datos del Plan de Ordenamiento Territorial de Calvas (ANEXO 6), se encuesten su totalidad a las empresa para realizar el presente estudio de mercado, las mismas que dieron a conocer en un 100% que la empresa no tiene problemas para realizar la limpieza, ya que cada una cuenta con personal dentro de la misma que realiza esta actividad, personal que ya lleva varios años realizando este trabajo en cada una de las instituciones.

ANEXO 6: INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS

Nº	PROPIETARIO	NOMBRE	DIRECCIÓN	BANCOS COOPERATIVAS DE AHORRO
1	Cueva Yunga Carlos Patricio	"Cariamanga"		Cooperativa de ahorro y crédito
2	Cooperativa	Cappe Loja	Velasco Ibarra	Cooperativa de ahorro
3	Veronica Bravo	Banco de Loja	14 de octubre	banco
4	Angel Soto	Banco de	sucre y 18 de	banco
		Fomento	noviembre	
5		"Conmego"	14 de octubre y sucre	Cooperativa de ahorro
6	Manuel Villagomes	"Padre Julian Lorente"	Abdon Calderon y Bolivar	Cooperativa de ahorro

Además de estas existe la CADECOL y el GAD Municipal que son las Instituciones más importantes de la localidad.

ANEXO 7: VARIACIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO

Ecuador aumentó el salario básico unificado para 2015 en un 4,11%

Martes, 30/12/2014 - 01:09:51 PM



El salario mínimo en Ecuador en 2015 será de 354 dólares. Foto: Micaela Ayala V./Andes

Quito, 30 dic (Andes).- El Ministro de Trabajo, Carlos Marx Carrasco, anunció este martes que el incremento del Salario Básico Unificado (SBU) para 2015 fue del 4,11%, en comparación con la etapa precedente. lo que representa una remuneración mensual mínima para los

ANEXO 8: PROYECCIÓN DE LA MANO DE OBRA DIRECTA

La proyección de la mano de obra directa se realiza para determinar cuánto se gastará en los sueldos del personal que está relacionado directamente con la actividad de la empresa, es decir las personas que realizarán el servicio de limpieza, para este cálculo se tomó en cuenta el 4,11% de la variación del sueldo básico, cabe recalcar que los fondos de reserva se pagarán a partir del segundo año de vida útil, el cual se lo obtiene sumando el sueldo y horas extras ($354 + 94,40 = 448,40$), multiplicado por 8,33% ($448,40 * 8,33\% = 37,35$), se multiplica por 12 para obtener el fondo de reserva anual ($37,35 * 12 = 448,22$) y se multiplica por el número de operarios.

SUELDO SEGUNDO AÑO

DENOMINACIÓN	VALORES
Sueldo	354,00
Horas Extras	94,40
Décimo tercero (Sueldo + H.E)	37,37
Décimo cuarto ($354/12$)	29,50
Vacaciones (Sueldo + H.E)	18,68
Aporte patronal 12,15% (Sueldo + H.E)	54,48
Fondos de reserva	37,35
TOTAL	625,78
Numero de operarios	12
TOTAL MENSUAL	7.509,39
TOTAL ANUAL	90.112,65

4,11%	
AÑOS	VALOR ANUAL
1	84.734,01
2	93.595,22
3	97.441,99
4	101.446,85
5	105.616,32

ANEXO 9: MATERIALES E INSUMOS NECESARIOS PARA EL SERVICIO

Son los materiales que se necesitarán para la prestación de los diferentes servicios de limpieza, para determinar la cantidad semanal que se necesitará se hizo una estimación de la cantidad que se gastará semanalmente de cada uno de los materiales e insumos:

ESPECIFICACIONES	UNIDAD	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD ANUAL	VALOR TOTAL EN UNIDADES
Lana de acero	unidades	3 unidades	144 unidades	144 unidades
Detergente (20 kl)	funda	2 kls	104 kls	5 fundas
Desinfectante (caneca 20ltrs.)	caneca	12 ltrs	624 ltrs	31 canecas
Ambiental (galón 4 ltrs.)	galón	4 ltrs	208 ltrs	52 galones
Cloro líquido Ozz (caneca 20 ltrs.)	caneca	6 ltrs	312 ltrs	16 canecas
Limpia Vidrios Ozz (galón 4 ltrs.)	galón	6 ltrs	312 ltrs	78 galones
Esponja	unidades	12	624 unidades	624 unidades
Cera líquida (caneca 20 ltrs.)	caneca	3 ltrs	156 ltrs	8 canecas
Fundas para basura (*10)	paquete	3 paquetes	156 paquetes	156 paquetes

ANEXO 10: TASA DE INFLACIÓN



La inflación anual llegó al 4,55% en Ecuador

Lecturas: 229
4 de junio de 2015 15:38

La inflación en mayo de 2015 se ubicó en 0,18%, según el reporte del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), publicado este jueves 4 de junio.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de este mes se elevó en nueve ciudades del país: Quito, Guayaquil, Manta, Machala, Loja, Esmeraldas, Ambato, Cuenca y Santo Domingo de los Colorados. Estos datos se los determinó a través de la recolección de 25 350 precios de 359 productos, entre bienes y servicios.

La división de **alimentos** y bebidas **no alcohólicas** fue la que más contribuyó en el crecimiento de la inflación con el 26,84% del total. Le siguió la de recreación y cultura con el 19,98% y la de restaurantes y hoteles con el 14,89%.

Hasta mayo de este año, el país registró una inflación acumulada de 2,66% en comparación al 1,79% que alcanzó en mayo de 2014. Mientras que la inflación anual se ubicó en 4,55% frente a 3,41% del mismo mes del año anterior.

Ambato y Loja son las ciudades con mayor inflación con 0,39% y 0,38% respectivamente. Mientras que Manta y Quito son las que menos inflación registran con el -0,02% y 0,11% respectivamente.

ANEXO 11: PROYECCIÓN DE LOS MATERIALES E INSUMOS DIRECTOS

Para la proyección de los materiales e insumos que se necesitarán para la prestación del servicio se tomó el 4,55% de la tasa de inflación, es decir que al valor del primer año se lo multiplica por el porcentaje de inflación ($3.205,98 \times 4,55\% = 145,87$) y se suma al valor del primer año ($3.205,98 + 145,87 = 3.351,85$) y se obtiene el valor que se gastará en cada uno de los años de vida útil.

4,55%	
AÑOS	PROYECCIÓN
1	3.205,98
2	3.351,85
3	3.504,36
4	3.663,81
5	3.830,51

ANEXO 12: PROYECCIÓN MANO DE OBRA INDIRECTA

La mano de obra indirecta está compuesta por el personal que aunque no esté relacionado directamente con la prestación del servicio, son necesarios para el funcionamiento de la empresa para el cálculo se tomó en consideración el 4,11% de la variación del salario básico del año en curso, el pago de fondos de reserva será a partir del segundo año de vida útil, el cual se obtiene de la suma de sueldo y horas extras, multiplicado por el 8,33% y por 12 para obtener el valor anual y por el número de trabajadores.

SUELDO SEGUNDO AÑO

DENOMINACIÓN	CALL CENTER	CHOFER	SUPERVISOR
Sueldo	363,27	365,15	367,03
Horas Extras	96,87	97,37	97,87
Décimo tercero (Sueldo + H.E)	38,35	38,54	38,74
Décimo cuarto (354/12)	29,50	29,50	29,50
Vacaciones (Sueldo + H.E)	19,17	19,27	19,37
Aporte patronal 12,15% (Sueldo)	55,91	56,20	56,49
Fondos de reserva	38,33	38,53	38,73
TOTAL	641,40	644,56	647,73
Numero de operarios	2	2	1
TOTAL MENSUAL	1.282,79	1.289,13	647,73
TOTAL ANUAL	15.393,52	15.469,52	7.772,76

Variación Sueldo	4,11%
AÑOS	VALOR ANUAL
1	36.326,50
2	40.128,83
3	41.778,13
4	43.495,21
5	45.282,86

ANEXO 13: PROYECCIÓN GASTOS INDIRECTOS DEL SERVICIO

Los gastos indirectos del servicio están compuestos por materiales que son necesarios indirectamente para la prestación del servicio, como lo es la gasolina y aceite para el vehículo en el que se transportará al personal, para este cálculo se tomó en cuenta el recorrido del vehículo, es decir que se estima que el galón de gasolina durará dos días ya que las distancias a recorrer serán cortas debido a que el servicio solo será para la ciudad, por ende en los 2 días se hará un recorrido de 30 kl que es la distancia que se recorre con un galón de gasolina, en cuanto al aceite tomando en consideración el recorrido se realizará el cambio cada tres meses, es decir se cambiará el aceite del vehículo cuatro veces al año, así como también se tomó en cuenta el gasto por el pago del teléfono el mismo que es necesario para la prestación del servicio, valor que se proyectará con el 1% para los años de vida útil en el caso del aceite y teléfono, en cuanto a la gasolina no se proyectó con ningún porcentaje ya que el precio de la misma se mantiene año a año.

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACEITE	96,00	96,96	97,93	98,91	99,90
GASOLINA	313,92	313,92	313,92	313,92	313,92
TELÉFONO	216,00	218,16	220,34	222,55	224,77

ANEXO 14: PROYECCIÓN GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos están representados por los gastos que son necesarios para el funcionamiento de la empresa, de los cuales los sueldos, útiles de oficina y suministros de limpieza están proyectados con el 4,55% de la tasa de inflación, el pago de teléfono e internet con el 1% tomando en cuenta posibles variaciones en el precio, el pago de arriendo no se proyectó con ningún porcentaje ya que el precio no variará durante los cinco años de vida útil del proyecto.

SUELDO	UTILE. DE OFIC	SUMINIS. DE LIMPIEZA	TELÉF. 1%	INTER. 1%	ARRIENDO	IMPREV. 3%	TOTAL
11.740,42	267,86	672,37	144,00	241,92	3.600,00	502,16	17.166,57
12.960,22	280,04	702,97	145,44	244,34	3.600,00	540,17	18.471,00
13.492,88	292,79	734,95	146,89	246,78	3.600,00	557,63	19.069,73
14.047,44	306,11	768,39	148,36	249,25	3.600,00	575,81	19.693,14
14.624,79	320,03	803,36	149,85	251,74	3.600,00	594,74	20.342,26

ANEXO 15: PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTA

Los gastos de venta son necesarios para dar a conocer la empresa a través de la publicidad por los diferentes medios y así atraer la mayor cantidad de clientes, está se realizará por medio de radio seis veces al

año, televisión tres veces al año y volantes una vez al año, valor que se proyectará con el 4,55% de la tasa de inflación.

AÑOS	PUBLICIDAD	IMPREVISTOS 3%	TOTAL
1	2.170,00	65,10	2.235,10
2	2.268,74	68,06	2.336,80
3	2.371,96	71,16	2.443,12
4	2.479,89	74,40	2.554,28
5	2.592,72	77,78	2.670,50

ANEXO16: DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS

Es importante tomar en cuenta el desgaste que sufren los activos fijos por el uso que se les da a lo largo de su vida útil, y así determinar el valor que tendrán al final de la misma.

ACTIVOS	VALOR HISTÓRICO	VIDA ÚTIL	% DE DEPRE.	VALOR RESIDUAL	DEPRE. ANUAL	OR/ATE
Vehículo	16.000,00	5	20%	3.200,00	2.560,00	3.200,00
Muebles y Enseres	1.940,00	10	10%	194,00	174,60	1.067,00
Maquinaria y Equipo	4.354,00	10	10%	435,40	391,86	2.394,70
Equipo de Computo	2.234,31	3	33,33%	744,77	496,51	744,77
SUBTOTAL	24.528,31			4.574,17	3.622,97	7.406,47
Reinversión Equipo de Computo	2.234,31	3	33,33%	744,77	496,51	1.241,28
TOTAL				5.318,94	4.119,49	8.647,75

ANEXO 17: REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

Gasto que se estima en caso de que alguno de los activos fijos sufra algún desperfecto, el cual se calculó con una alícuota del 1% mensual por cada uno de los activos fijos, este valor se proyectó con el 4,55% correspondiente a la inflación para cada año de vida útil.

DENOMINACIÓN	VALOR	ALÍCUOTA		V/ANUAL
Vehículo	16.000,00	1%	160,00	1.920,00
Muebles y Enseres	1.940,00	1%	19,40	232,80
Maquinaria y Equipo	4.354,00	1%	43,54	522,48
Equipo de Computo	2.234,31	1%	22,34	268,12
TOTAL				2.943,40

PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

4,55%	
AÑOS	PROYECCIÓN
1	2.943,40
2	3.077,32
3	3.217,34
4	3.363,73
5	3.516,78

ANEXO 18: AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS

AÑOS	AMORTIZACIÓN
1	617,63
2	617,63
3	617,63
4	617,63
5	617,63

ANEXO 19: TASA DE INTERÉS DE PRÉSTAMOS PYMES

Tasas de Interés			
julio-2015			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.54	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.78	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.10	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.78	Consumo	16.30
Vivienda	10.62	Vivienda	11.33
Vivienda de Interés Público	4.88	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Acumulación Ampliada	21.82	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	24.98	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	26.91	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.54	Depósitos de Ahorro	1.30
Depósitos monetarios	0.61	Depósitos de Tarjetahabientes	1.16
Operaciones de Reporto	0.08		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.50	Plazo 121-180	5.92
Plazo 61-90	4.87	Plazo 181-360	6.77
Plazo 91-120	5.55	Plazo 361 y más	7.74

ANEXO 20: PROFORMAS



graficplus
más que una imprenta

R.U.C.: 1103246839001

PROFORMA RECIBO DE PAGO

001-001 N° 00006571

AUGUSTO JOSÉ LIMA CHINCHAY
Calificación Artesanal N° 88700

Dirección: Catoacocha 14-48 e/ Bolívar y Sucre
Teléfono: 2565588 - 0992188300
Email: graficplus2013@gmail.com • Loja - Ecuador

Clien: Karina Calva

R.U.C.: _____ Teléfono: _____

Fecha: 30-06-2015 Guía de Remisión: _____

Dirección: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. UNIT.	V. TOTAL
1	Libretin 7u de oficio de 100 unidades		10,00
5	Libretines 7u de oficio de 100 %		35,00

Firma Cliente _____

SON Y/O CONDICIONES DE PAGO: _____

graficplus
más que una imprenta
Lima Chinchay Augusto José
R.U.C.: 1103246839001
Firma Autorizada

Sub. Total 12%
Sub. Total 0%
Descuento
Subtotal
IVA 12%
Valor Total

RIVEL
ELECTRODOMESTICOS

De: Rivas Jaramillo Ángel Teodoro Ing.
Dir.: 18 de Noviembre 12-00 y Mercadillo
Telf.: 2570174 *LOJA - ECUADOR
R.U.C.: 1102368998001

PROFORMA
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD
N° 00000598

Loja 24-06-2015
Nombre: Karina Calva
Ruc. 1105267965
Dirección Catoacocha y Av. Universtaria
Tel 0982604318

1 Telefono 3 Fijos \$ 130=
Morco Phonosonic

1 Dispensador Agua \$ 39=
Morco Pona General

1 Cafetera, 2 foros \$ 70=
Hamilton Beach
Csk12 3303

7 Bateria para Accesorio Universtaria \$ 140=
RIVEL

Firma Autorizada _____ Firma Cliente _____

Original ADQUIRIENTE
Copia: EMISOR



EXPONOVA S.A

ESTACION DE SERVICIOS JARAMILLO
CONTRIBUYENTE ESPECIAL RES. N° 176 DEL 16-03-2007

DIRECCIÓN: AV. UNIVERSITARIA SN Y COLÓN
TELEFAXI 2583525

R.U.C. 0991443312001

Loja - Ecuador

PROFORMA 001-001-

N° 000000649

Cliente	Hosino Castro Pardo		
RUC / C.C.	1105267965	Fecha	26-Junio-2015
Dirección	Capucha entre Av. Orientación y 15 Noviembre		

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	gasolno extra		1.48
1	gasolno super		2.18

Fax: 000-41-0700

VALOR TOTAL

DESCUENTO

EXPONOVA S.A. S
RUC: 0991443312001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL SGOIN
RESOLUCION DEL GOBIERNO DEL TOTAL

FIRMA CLIENTE

FIRMA AUTORIZADA

Loja, 25 de Junio-2015

PROFORMA

"EDDY CAR" DE LIC. EDDY BYARADO RIOS RIOFRIO
RUC: 1103227516001

DIRECCION. CLUXBAMBA E BARRA ESQUINA

PARA: KARINA CECIBEL CALVA PARDO
C.C. 110526796-5

MARCA: CHEVROLET
TIPO: BUSETA
CLASE: BUSETA
COLOR: PLOMO
MODELO: MINIVAN-7P TM AG
AÑO: 2015

COMBUSTIBLE: GASOLINA
PRECIO: 18,000,00

NOTA: TODOS LOS DOCUMENTOS EN REGLA

LIC. EDDY B. RIOS R.
GERENTE PROPIETARIO DE "EDDY CAR"



MULTISERVICIOS ALEN CIA. LTDA.

IMPRESA, MANTENIMIENTO, PINTURA, PLOMERÍA, INSTALACIONES ELÉCTRICAS, ALBAÑILERÍA, CERAMICERÍA, CARPINTERÍA, JARDINERÍA, BUDISMO, MAQUINARIA Y MUDANZA.

DIRECCIÓN: 18 de Noviembre 11-78 entre Mercadillo y Azuay
 TELFS.: 2588988 / 0993500634 / 0986780599 • Loja - Ecuador
 E-MAIL: multiserviciosalencialtda@hotmail.com

R.U.C. 1191719820001


PROFORMA

Nº 000001535

SR. (EB): Karina Cecilia Calvo Pardo

R.U.C.I.: 1105267965 TELF.: _____

DIREC: Catacocha entre Av. Universitaria y 18 de Noviembre

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	VALOR TOTAL
8	Manos de oso	2,23	17,84
7	Pacos papel higiénico jumbo 55cm	17,50	122,50
8	Carros utilitario con caucho empujador	303,57	2428,56
8	Caneas de cera	26,34	210,72
8	Caneas de desinfectante	16,07	128,56
8	Galones de ambiental	5,80	46,40
7	Jabones líquidos Kimbora	3,13	21,91
16	Pares de Guantes	1,43	22,88
16	Escobas TR	2,46	39,36
16	Recogedores plásticos	1,34	21,44
16	Trapeadores microfibr	12,95	207,20
2	Dispensadores de papel higiénico	20,98	41,96
2	Dispensadores de jabón líquido	20,98	41,96
24	Paq. de funda 20x30 (100)	1,34	32,16
8	Detergentes 5kg.	12,68	101,44
16	Galones de limpiavidrios	8,93	142,88
IMPRESA 09112 / 2589432 - EMBUDAS 1401 - 1400 - FROSA 062014			SUB TOTAL 12%
 FIRMA AUTORIZADA			SUB TOTAL 0%
			DESCUENTO
			SUB TOTAL S
			I.V.A. 12%
			VALOR TOTAL S

Imprenta SANTIAGO

1.000 COUCHÉ! \$ 70,⁰⁰

1.000 BORDA \$ 62

VOLANTES 21x15cm.

PROFORMA

18 de Noviembre y Lourdes - 2577 496 - 2578 955
 imprentasantiago@yahoo.com

FRENOCUR

DE: Mireya Paola Jaramillo Arpi
 DIRECCION: Quito sin y 18 de Noviembre Telf.: 2563294
 LOJA - ECUADOR

R.U.C.: 1102445317001
PROFORMA
 001-001 N° 000001752

NOMBRE: **Karina Cecilia Calva Pardo**

RUC + CI: **1105267965** TELEFONO:

DEA: **30** MES: **06** AÑO: **2015**

DIRECCION: **Catacocha y Av. Universitaria**

CANT.	DESCRIPCION	P/UNID.	V/TOTAL
1	Galón de Aceite	20,00	20,00
1	Friteo	4,00	4,00
Talleres FRENOSUR Edwin Patricio Aguirre Esparza RUC. 1102422142001			
1701-1900 SON:			SUBTOTAL \$ 24,00
ORIGINAL:  COPIA: Emisor:			DESCUENTOS \$
 AUTORIZADA			IVA 0 % \$
 FULCRANTE			IVA ____ % \$
			TOTAL A COBRAR \$ 24,00

TVENTAS

TELEVISION Y VENTAS TELEVENT S.A.

RUC: 1790896544001

Contribuyente Especial Resoluciones 5368

Matriz: JUAN DE ASCANAY 355 Y AMBROSIO

Telefono: 2448850

SUCURSAL: LOCAL LOJAPRADERA

PROFORMA

Documento Interno: 15439613

CLIENTE: CALVA PARDO KARINA CECIBEL

CI: /R.U.C.: 1105267965

DIRECCION: CATACOCHA ENTRE AV Y UNIVERSITARIA

TELEFONO: 0980004318

Cajas: 059001 RAMIREZ ANGEL

Vend: PEÑA DUEVANA JULIA TERESA

Noras: 13:02:33 - Fecha: 10/06/2015

Descripcion Cant. P.U. Subtotal

BSEL-005158 1 508,00 508,00

BISELL ASPIRADORA 7700 LA 5

Subtotal: \$ 508,00

Tarifa 0% \$ 0,00

Tarifa 12% \$ 538,00

I.V.A. 12% \$ 60,96

A pagar \$ 599,00

Forma de Pago

VALIDO HASTA: 2015/06/25

Valor



Representaciones León

DISTRIBUIDOR DE HIGIENE INSTITUCIONAL

Franklin Rodrigo León S.

Dir.: Sucre 12-50 y Mercadillo * Teléf.: 2586727

R.U.C. 1900103548001

esdjuank@yahoo.es / esdjuank@hotmail.com

representaciones.leon@yahoo.es

Loja - Ecuador

PROFORMA Nro.: 5535

Loja, Miércoles, 17 de JUNIO de 2015

Srs.,

KARINA CALVA

Dirección:

R.U.C:

Teléfono:

Ciudad.-

De mis consideraciones,

Me permito a continuación presentarle la cotización de los siguientes productos.

Cant.	DESCRIPCION	V/Unitario	V/Total
1	P.H JUMBO ELITE BLA 250MT 2H PACAx6	15.3460	15.35
1	DETERGENTE WISE FLORAL 20 KLD GRANE	37.8740	37.87
1	DESINFECTANTE X-30 BOUQUET CANECA	23.8560	23.86
1	AMBIENTAL OZZ CONCENTRADO CANECA	38.3570	38.36
1	RECODADORES DE BASURA VIRUTEX	2.6300	2.63
1	PAPELERA CONSULPLAST DE 10 LTS	2.5860	2.59
1	DEPILLO P/BAND C/BASE LA BRUJITA	1.8070	1.81
1	BOMBA DE SUCCION VIRUTEX	2.6980	2.70
1	JABON LIQUIDO OZZ ANTIBAC C/AROM GL	6.5710	6.57

SUBTOTAL: 131.74

12% IVA: 15.81

TOTAL: 147.55

Observaciones:

Atentamente,

GERENTE AGENTARIO



Representaciones León

DISTRIBUIDOR DE HIGIENE INSTITUCIONAL

Franklin Rodrigo León A.

Dir.: Sucre 12-50 y Mercadillo * Teléf.: 2586727

R.U.C. 1900103548001

esdjuanr@yahoo.es / esdjuanr@hotmail.com

representaciones.leon@yahoo.es

Loja - Ecuador

PROFORMA Nro.: 5526

Loja, Miércoles, 10 de JUNIO de 2015

Srs.
KARINA CALVA
Dirección:
RUC:
Ciudad.-

Teléfono:

De mis consideraciones,

Me permito a continuación presentarle la cotización de los siguientes productos.

Cant.	DESCRIPCION	V/Unitario	V/Total
1	TRAJE PROTEC PERSONAL KLEENG A30 MD	9.5090	9.51
1	GUANTE MASTER BICOLOR C-20 # 8	1.5180	1.52
1	* ESCOBA PLASTICA T-R	3.0800	3.08
1	* TRAPEADOR DE HILO 3 FILAS REFORZADO	4.4000	4.40
1	LIMPIA VIDRIOS EXTENSIBLE VIRUTEX	16.5180	16.52
1	ESPONDA SALVA UÑAS MASTER	0.5360	0.54
1	DESINFECTANTE X 30 OMBEROS CANECA	25.0710	25.07
1	CLORO LIQUIDO OZZ CANECA 5.5 %	20.9910	20.99
1	LIMPIA VIDRIOS OZZ GALON	5.3040	5.30
1	CEPILLO P/DASO C/DAGE LA BRUJITA	1.9640	1.96
1	FUNDA NEGRA B/D 23"x28".001 PAQx10	0.6790	0.68
1	FUNDA NEGRA B/D 18"x20".001 PAQx10	0.3570	0.36
1	LANA DE ACERO 4	0.5810	0.58
1	DETERGENTE WISE FLORAL 3 KLO	6.8480	6.85
1	AROMA AMBIENTAL BIO KRUK GALON	6.8130	6.81
1	CARSO RECOLECTOR UTILITARIO D-11	120.5360	120.54
		SUBTOTAL:	224.71
		Tarifa 0%:	7.48
		Tarifa 12%:	217.23
		12% IVA:	26.07
		TOTAL:	250.78

Observaciones:

Atentamente
 Representaciones León
 R.U.C. 1900103548001
 GERENTE GENERAL
 REPRESENTARIO

GRÁFICAS SANTIAGO

AZUAY 16-22 Y 18 DE NOVIEMBRE

Teléf.: 072573358 - RUC. 1102021464001

PROFORMA

Nro.: 002-000-000000324

Cliente: CALVA PARDO KARINA CECIBEL

Ruc. C/I: 1105267965

Fecha: 24/06/2015

Direcc.: CATACocha Y AV UNIVERSITARIA

Teléf.:

Usuario: FLOR SANDOVAL

Cant.	Cod.	Detalle	V.Unit.	V.Total
4	021447	RD A4 R DISPALASER 75GR	2.9300	11.72
48	012195	* LNM LAPIZ MAPED NUMERADO 2H	0.2165	10.39
40	000216	* BP PZ-20 BORRADOR PELIKAN (CJAX20	0.1500	6.00
8	007754	* CLIP PEQUENO ALEX 9-32 CAJA 001356	0.1800	1.44
2	000881	* PERFORADORA KW-TRIO 978 GRANDE PF K	4.4300	8.86
2	010981	* GRAPADORA ARTESCO NEGRA M-727	3.3600	6.72
2	010677	* GRAPAS ALEX 26 6 DE 5000 UNIDADES	0.5800	1.16
96	000141	* BBF AZ BOLIG BIC FINO AZUL	0.2450	23.52
24	016150	* FMC CE FOLDER MAN 180GR T OF S VINCHA	0.1060	2.54
24	001329	* VA VINCHA CARPETA ALEX 001558	0.0200	0.48
12	015932	* AO ARCH NG OF IDEAL	1.9200	23.04
12	015936	* AT ARCH NG TELEGRAMA IDEAL	1.9300	23.16
1	005820	* CC MX-120S CALCULADORA CASIO	5.6700	5.67
2	017077	* SACAGRAPAS EAGLE R5026B	0.4300	0.86
4	017900	* TJIERA PF MAPED GREENLOGIC 17CM	1.2100	4.84
4	020338	* SET ORGANIZADOR ESCRITORIO 6PCS SH	11.5600	46.24
4	014309	* PORTACLIP CUADRADO LANCER SH PC 891	0.6200	2.48
4	002779	* SAM 1S SACAPUNTA ARTESCO METALICO	0.2300	0.92
4	022002	* RMP NJ RESALTADOR MAPED PEPS	0.6600	2.64
4	001461	* RP AM 301Y RESALTADOR PASSOLA ENERGY	0.3500	1.40
4	000104	* NOTITAS 3X3 CUBO NEON REF 2811	2.5192	10.08
4	021302	* CS 18X20 CINTA SCOSH NEWSTAR 3 4	0.2200	0.88
2	000047	* CA 100H CDROS ACAD ESCRIBE	0.8571	1.71

SUBTOTAL	DESCTO.	IVA 0%	IVA 12.00%	TOTAL US\$
196.75700	0.0000	11.7200	22.20	218.96

OBSERVACIONES:





SUPER CABLE TV

DE: Lupe Marlene Torres Moreno RUC: 1102534516001 Telf. 2687-273
 Dir. Jerónimo Carrión S/n Intersección 18 de Noviembre. Cariamanga-Loja- Ecuador

PROFORMA

Cliente: María Fernanda Soto Fecha: 25-05-2015
 Dirección: Carrera Chile y 2400 Mayo
 Ruc: 1104539216 Telf. 2688-384

N° SPOT DIARIOS	DETALLE	VALOR TOTAL PAQUETE PUBLICITARIO	
9	Spots publicitarios en programación de Lunes a Domingo distribuidos en el siguiente horario: 2 spots en Noticiarios (1 en Acontecer al día y 1 en Super Cable Noticias 7spots en programación regular Duración del Spot publicitario: 30-45 segundos.	\$100.00	
 Autorizado		TOTAL INCLUYE IVA...	\$/100.00

master pc

MASTERPC CIA LTDA
AZUAY 12-57 Y BERNARDO VALDIVIESO
Dir Sucursal:
Contribuyente especial Nro: 00290
OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD: SI

R.U.C.: 119173252500
COTIZACIÓN Nro: 2961
FECHA: 2015-06-29

CLIENTE: Karina Calva

CI/RUC:

Cod.	Cod.	Cant.	Descripción	Detalle Adicional	Precio Unitario	Descuento	Prec: Total:
1947		1	MONITOR 20 LG LED 20M35A 1600X900		152.69	0.00	152.
2875		1	REGULADOR DE VOLTAJE ALTEK PS1600 PROTECTOR		7.82	0.00	7.
5137		1	COBERTORES 20 PUL LCD CON LOGO		3.08	0.00	3.
1655		1	PAD MOUSE DE FIGURAS PVC		0.63	0.00	0.
41		1	COMPUTADOR MASTERPC GOLD DC 3.0GHZ ,4GBRAM,1TB HDD,DVDRW,LECTOR,MOUSE,WIFI,TECLADO no incluye MONITOR		409.86	0.00	409.
2365		1	IMPRESORA EPSON MATRICIAL LX-350 9 AGUJAS		355.48	0.00	355.
5089		1	TELEFONO PANASONIC KX-TGC212 GRIS (2 TELEFONOS)		67.50	0.00	67.

Dirección: Loja Juan Jose Peña entre Lourdes y Olmedo
Teléfono:
Email:

OBSERVACIONES:

Tipo Pago: CONTADO pC
Bodega: MASTERPC
Vendedor: MARIA AGUSTA Bravo
Técnico: silvana yaguana
Usuario: MARIA AGUSTA Bravo

SUBTOTAL 12%:	0.0
SUBTOTAL 0%:	997.0
Subtotal:	997.0
TOTAL Recargo:	0.0
TOTAL Descuento:	0.0
Subtotal Neto:	997.0
ICE:	0.0
IVA 12%:	119.6
VALOR TOTAL:	1116.7

Cariamanga, 25 de mayo del 2015

Sra. Ing.
Maria Fernanda Soto
Ciudad.



De mi especial consideración:

Con un respetuoso saludo para Usted, LA RED "ECUASUR" FM. Stereo Se pone a vuestras órdenes.

Transmitimos en la frecuencia 102.1 MHz unificada para una gran cobertura, 5 repetidoras con sus antenas transmisoras en los siguientes cerros:

- **Cerro Motilón (102.1)** en Celica: con cobertura para Celica, Pindal, Puyango, Zapotillo, Paltas, Chaguarpamba, Olmedo y la Provincia de El Oro con cobertura para sus diferentes cantones y además parte del Guayas.
- **Cerro Morupe (102.1)** Utuana en Calvas, con cobertura para Macará, Sozoranga, Calvas y Norte del Perú.
- **Cerro Yeso (102.1)** en Cariamanga: con cobertura para Cariamanga
- **Cerro Colambo (102.1)** en Gonzanamá: con cobertura para Gonzanamá, Espindola, Catamayo, Quilanga, Vilcabamba, Malacatos.
- **Cerro Ventanas (102.1)** en Loja: con cobertura para Loja (capital provincial), Saraguro, parte de Zamora Chinchipe y parte del Azuay

Porque la publicidad no es un gasto, es una inversión.

Somos la estación radial con mayor cobertura, potencia y sintonía en el sur y austro del país

Transmitimos desde Cariamanga con nuestro estudio 1 así como también desde la ciudad de Loja con nuestro estudio 2, con un equipo Humano, Dinámico y muy profesional.

Informativos éticos, veraces y de gran credibilidad. Llegando a un público joven y adulto tanto en el área urbana como rural gracias a nuestra excelente cobertura, programación y una gran variedad de géneros musicales. Razones muy importantes para anunciar y llegar a una población económicamente activa de más de un millón de habitantes.


Con sus potentes transmisores ubicados en zonas estratégicas, su gran calidad en sonido, y un sistema computarizado para brindarle un pautaaje preciso, son algunas de las garantías de anunciar con nosotros.

Será un gusto poder servirlo.

NOTA: su publicidad puede ser enviada por email a nuestra dirección electrónica: ecuasurfm102@yahoo.es o ecuasurfmradio@hotmail.com

ATENTAMENTE:


Dr. Angel Javier Cabrera Mena
GERENTE GENERAL
ECUASUR FM

 ECUASUR F.M. STEREO
Dr. Javier Cabrera Mena
GERENTE-PROPIETARIO
RUC: 1100478642001

Estudio Cariamanga: Calle Eloy Alfaro 0438 y Padre Esteban Nargáñez | Telf.: 07 2687687 - 07 2687167
Estudio Loja: Sucre entre Celica y Gonzanamá Edificio Aval | Telf.: 07 2577995
Celulares: 0999307027 - 0989390326 | Email: ecuasurfmradio@hotmail.com



PROGRAMACIÓN

De: lunes a viernes

www.ecuasurfmradio.com
más potencia en radio

HORARIO	PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
06:00 07:00	PRIMERO LO NUESTRO	El orgullo de ser Ecuatorianos, nuestra música Pasillos, sanjuanitos, pasacalles, etc.
07:00 09:00	EL MATINAL "DE PRIMERA"	Revista informativa matinal con entrevistas, reportajes, temas de ciencia, tecnología, salud y más, desde nuestros estudios en Loja y Carimanga
09:00 12:00	PUNTO DE PARTIDA	Programa interactivo, concursos y más
12:00 13:00	NOTICIAS ECUASUR Primera Emisión	Las más completa cobertura informativa reportajes, entrevistas desde nuestros estudios en Loja y Carimanga
13:00 14:00	ADRENALINA DEPORTIVA	Un equipo de profesionales llegan con toda la información deportiva desde los estudios Loja
14:00 18:00	CONEXIÓN	Programa en vivo, nota de tecnología, farándula cultura, música y con los temas de estreno y en boga
16:00 18:00	TOP 20 (VIERNES)	Las mejores canciones de la semana y los temas nuevos que llegan a la estación
18:00 19:00	ATARDECER INFORMATIVO	Noticias locales, nacionales e internacionales; entrevistas. Los viernes Atardecer Cultural, artistas invitados, música en vivo.
19:00 20:00	LAS MEJORES CANCIONES DE NUESTRA VIDA	Temas que nos recordarán las grandes estrellas de la música de todos los tiempos
20:00 24:00	CRAZY NIGHT (de lunes a Jueves)	Interactivo, saludos del público, estrenos y más

Fin de semana (sábado y domingo)

HORARIO	PROGRAMA	CARACTERÍSTICAS
06:00 06:30	PRIMERO LO NUESTRO	Música ecuatoriana
06:30 08:00	LA VOZ DEL CAMPESINO	Programa en vivo
08:00 10:00	MAÑANAS ENERGIZANTES	Interactivo, concursos, farándula estrenos y más
10:00 13:00	ENLACE CIUDADANO	Cadena Presidencial
13:00 15:00	LA VOZ DEL PUEBLO	Noticias de los cantones de la provincia de Loja, interactivos.
15:00 18:00	MEZCLAS EN VIVO	Los mejores ritmos, mezclas, para disfrutar del fin de semana
18:00 19:00	MÚSICA DE RECUERDO	Canciones románticas del ayer y de hoy en español y en otros idiomas de los años 60s a los 90s. Programa interactivo, temas de interés de superación personal.
19:00 23:00	MÚSICA CONTINUA	Éxitos de actualidad.

Estudio Carimanga: Calle Eloy Alfaro 0438 y Padre Esteban Nargánez | Telf.: 07 2687687 - 07 2687167
Estudio Loja: Sucre entre Celica y Gonzanamá Edificio Aval | Telf.: 07 2577995
Celulares: 0999307027 - 0989390326 | Email: ecuasurfmradio@hotmail.com

INFORMACIÓN GENERAL



www.ecuasurfmradio.com
más potencia en radio

GERENTE GENERAL: Dr. Javier Cabrera M. Cel: 0999 307027
DIRECTOR GENERAL: Lic. Mauricio Cabrera P. Cel: 0989390326
DIRECCIÓN: Calle Eloy Alfaro y Padre Esteban Nargánez
TELÉFONOS: Gerencia 2 688 006
Estudio 1 Cmga: 2 687 - 687
Estudio 2 Loja: 2 577 - 995

E-MAIL: ecuasurfm102@yahoo.es / ecuasurfm@hotmail.com

POTENCIA: 5 Transmisores de 1000 vatios cada uno

FRECUENCIA: 102.1 en todas sus repetidoras (frecuencia unificada)

COBERTURA: Loja, El Oro, Zamora Chinchipe, parte del Azuay, Norte del Perú.



Somos la estación Radial con mayor cobertura, potencia y sintonía

Llegamos a un público joven y adulto económicamente activo de más de un millón de oyentes, garantía para que su empresa o institución sea conocida en todas partes. Más lejos y a más radioescuchas.

Transmitimos a todo el mundo con audio real calidad HD:

www.ecuasurfmradio.com

COSTO PUBLICITARIO 2015

3 cuñas diarias	\$ 135 al mes más iva
5 cuñas diarias más. 1 bonificación diaria	\$ 200 al mes más iva

Estudio Carimanga: Calle Eloy Alfaro 0438 y Padre Esteban Nargánez | Telf.: 07 2687687 - 07 2687167
Estudio Loja: Sucre entre Celica y Gonzanamá Edificio Aval | Telf.: 07 2577995
Celulares: 0999307027 - 0989390326 | Email: ecuasurfmradio@hotmail.com

FERROTEC

DE: CARLOS EDUARDO GUAMÁN

VENTA AL POR MENOR ESPECIALIZADA DE ARTÍCULOS DE FERRETERÍA, FABRICACIÓN DE MOBILIARIO, COCINAS Y CLOSETS E INSTALACIONES ELÉCTRICAS

DIRECCION: Av. 8 De Diciembre s/n Y Pío Montufar
TELEFONO: 0987133950

RUC: 1103265458001

LOJA-ECUADOR

PROFORMA # 0007996

CLIENTE: Karina Calva Pardo

FECHA: 02-07-2015

DIRECCION: Catachocha Entre Av. Universitaria Y 18 De Noviembre

RUC: 1105267965

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Sillas tapizadas en cuerina	53,57	214,28
2	Archivadores	142,857	285,71
4	Escritorios rectos de 1500mm*650mm	196,429	785,72
1	Antesala (mesa e incluye muebles)	446,429	446,43
4,2 m2	Panel divisorio de oficinas	133,929	562,50
		TOTAL	2294,64
		IVA 12%	275,36
		TOTAL INCLUIDO IVA	2570,00




Firma Proveedor

Firma Cliente

FERROTEC
RUC 1103265458001
Dr. Carlos Guamán
Celular 0987133950 * LOJA - ECUADOR

NOTITAS		
	Inscripcion	mensual.
Linea	\$60 + IVA	6,94 + Con
Internet	\$50 + IVA	20,16
	110 + IVA	27,10
0		
5 Megas \$ 27,90		



Febbraio Februar Février February Febre

L	M	M	J	V	S	DI	LUNES MONDAY LUNDI MONTAG LUNEDI
					1	2	10
3	4	5	6	7	8	9	
10	11	12	13	14	15	16	
17	18	19	20	21	22	23	
24	25	26	27	28	29	30	
31							

PROFORMA

① BANNER DE 0,85 x 2m full color
 VALOR \$55,00

② Carta full color 15,00
 DE 1,20 x 0,80.

TOTAL \$70,00

SOCIEDAD RUBY
 RUC: 0701986982001
 Edif. Helvetic

13 SERVICIOS ESPECIALIZADOS 45,50.

CR/ 0986121868.
 RUBY AGUIAR

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	4
c. INTRODUCCIÓN.....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	33
f. RESULTADOS.....	39
g. DISCUSIÓN.....	138
h. CONCLUSIONES.....	140
i. RECOMENDACIONES.....	142
j. BIBLIOGRAFÍA.....	143
k. ANEXOS.....	147
ÍNDICE.....	192