



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN PIÑAS Y SU COBERTURA EN LOS CANTONES ZARUMA Y PORTOVELO DE LA PROVINCIA DE EL ORO”

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE
INGENIERAS COMERCIALES

AUTORAS: *Karla Yuliana Mejía Torres*

Verónica Rosibel Romero Gallardo

DIRECTOR: *Lic. Diego Paul Falconí.*

Loja-Ecuador
2010-2011

CERTIFICACIÓN

LIC. DIEGO PAUL FALCONÍ ESPINOZA DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

Certifica:

Que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del grado de ingeniero comercial, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación, sustentación y defensa.

Loja, julio del 2011

Atentamente

Lic. Diego Falconí

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Las opiniones, conceptos, criterios, análisis, afirmaciones, interpretaciones, recopilación de datos estadísticos, conclusiones, recomendaciones y demás aspectos vertidos en el desarrollo del presente trabajo investigativo son de absoluta responsabilidad de las autoras.

Karla Yuliana Mejía Torres

Verónica Rosibel Romero Gallardo

AGRADECIMIENTO

Al concluir esta tesis agradecemos a la Universidad Nacional de Loja que viene contribuyendo en la formación de la juventud; a los docentes de la carrera de Administración de Empresas que supieron compartir sus conocimientos y experiencias para hacer de nosotros entes capaces de enfrentar con responsabilidad y eficiencia en las labores profesionales, en especial al Lic. Diego Falconí; maestro y amigo quién supo guiar y dirigir acertadamente el trabajo investigativo.

A nuestro queridos padres, hermanos por su apoyo incondicional ya que sin ellos no hubiese sido posible la culminación del mismo, a Dios, por darnos la vida, la salud y así poder culminar con éxito este objetivo propuesto..

LAS AUTORAS

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a Dios que nos permitió culminar con esta meta trazada, a nuestros familiares que gracias a su apoyo incondicional tanto moral como económico hicieron posible la realización de este trabajo, a nuestros amigos por su ayuda permanente.

LAS AUTORAS

TITULO

a) TITULO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN PIÑAS Y SU
COBERTURA EN LOS CANTONES DE ZARUMA Y PORTOVELO DE
LA PROVINCIA DE EL ORO”**

RESUMEN

b) RESUMEN.

El presente trabajo investigativo, se titula: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN PIÑAS Y SU COBERTURA EN LOS CANTONES DE ZARUMA Y PORTOVELO DE LA PROVINCIA DE EL ORO”**, inicia con identificación del problema central siendo: ***“La falta de una empresa que brinde servicio de limpieza en el cantón Piñas y su cobertura en los cantones de Zaruma y Portovelo de la Provincia de el Oro”***, luego se establecieron los objetivos general y específicos siendo; general: determinar la factibilidad e implementación de una empresa de servicios de limpieza en el Cantón Piñas y su cobertura en los cantones de Zaruma y Portovelo de la provincia de el oro; específicos: realizar un Estudio de Mercado con la finalidad de determinar la oferta y la demanda del servicio; establecer un estudio técnico que nos permita definir el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto; ejecutar el estudio administrativo para detallar los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa; elaborar un estudio financiero para conocer: la inversión del proyecto, fuentes de financiamiento, presupuesto de costos y ingresos totales, punto de equilibrio y evaluación financiera, dentro de la cual encontramos el VAN, la TIR, PRC, RBC.

Seguidamente se estableció la metodología indicando los métodos empleados como: científico, deductivo-inductivo, estadístico y técnicas de

investigación como: la observación, la encuesta y censo estableciendo una muestra poblacional de 398 encuestas a las familias de los cantones en estudio.

En los resultados dentro del estudio de mercado realizado a una muestra de 398 encuestas aplicadas a las familias y 66 encuestas aplicadas a las instituciones de los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo de una población total de 65.423 y población familias de 16.356, identificamos las preguntas más relevantes las cuales permitieron segmentar el mercado, de las 398 personas encuestadas, 134 que representa el 34% manifiestan que si utilizan el servicio de limpieza para el arreglo de sus casas y 264 que representa el 66% comentaron que no utilizan este tipo de servicios; en cuanto a si se instalara una empresa especializada que preste el servicio de limpieza el 73,13% de las personas encuestadas manifiestan que si harían uso del servicio; mientras que el 26,87% no lo haría; en cuánto a las instituciones el 77,27% de las personas encuestadas manifiestan que si utilizan el servicio de limpieza, ya que la empresa no cuenta con una persona estable que lo realice y el 22,73% no utiliza este tipo de servicio, porque cuentan con personal estable para esta área; así mismo con respecto a la pregunta de implementación el 90,20% de las personas encuestadas manifiestan que si se instalará una empresa dedicada a prestar el servicio de limpieza, si harían uso del servicio; mientras que el 9,80% no lo haría; así mismo se estimo el uso

promedio anual del servicio de limpieza obteniendo un resultado de 76 de uso anual del servicio en las familias y 212 de uso anual del servicio en las instituciones, esto nos permitió determinar la demanda efectiva en número de veces que utilizan el servicio, para el primer año es de 309.92 en las familias y 9.752 en las instituciones; luego se determinó la oferta total que es de 7.200. Una vez obtenidas la demanda y oferta futuras se procedió a determinar la demanda insatisfecha que existe en estos cantones en cuánto al servicio de limpieza la misma que es para el primer año en las familias 301.892 y en las empresas 2.552.

Una vez recogida la información del mercado se diseñó el plan de comercialización donde se definió como nombre comercial "clean extrem" Cia. Ltda. otro aspecto importante definido es el precio de venta directa a los usuarios que será de \$10.05. El mismo que se lo obtuvo considerando el costo total de producción dividido para el número de prestación del servicio más el margen de utilidad. La publicidad será transmitida por: radio como es Elite Stéreo y Lluvia FM, prensa como es Diario el Nacional y televisión como es Ecuavisa y CQ15, por ser los medios más escuchados, leídos y observados por la ciudadanía.

En lo que respecta al Estudio Técnico en base al estudio previo (de mercado) y en función a la demanda insatisfecha se estima una capacidad instalada de 11.520 en número de veces de prestación del servicio, así mismo se estima una capacidad utilizada de 9.216

atendiendo para el primer año el 80%, para el segundo año 90% y para los tres restantes en un 100%.

La Empresa se ubicará en la Provincia de el Oro, en el cantón Piñas, en la parte céntrica en la calle Juan León Mera entre Loja y Sucre.

En lo que concierne al aspecto legal, se conformó una empresa de responsabilidad limitada: La compañía se denomina “CLEAN EXTREM” Cia Ltda.”, de acuerdo a los requerimientos establecidos por la Superintendencia de compañías, con un aporte de capital social de \$27.499,50 con un de préstamo bancario de \$10.000, es así que el monto de la inversión asciende a \$37.499,50. La vida útil estimada de la empresa es de 5 años a partir de su creación. Se proponen también los organigramas estructural, posicional y funcional, y el respectivo manual de funciones.

Luego se estiman las inversiones en el Estudio Financiero tanto en Activos Fijos que será de 29.366,33; en Diferidos 1.246,30 y Circulantes de 6.886,87; que dan un total de inversión necesaria de \$37.499,50.

El costo total de producción para el primer año será de 79.822,23; y, para el último año de 92.493,91.

La utilidad líquida en el primer año luego de asumir sus obligaciones con trabajadores y tributarias será de 7.327,68 en el primer año y de 20.165,98 en el quinto año.

El punto de equilibrio donde los costos se igualan a los ingresos será en el primer año al emplear el 80.02% de la capacidad instalada y \$74.097,63 en ventas

Finalmente los flujos de caja obtenidos para los cinco años de vida útil del proyecto que son positivos, de: 16.465,85; base sobre la cual se aplicaron los indicadores VAN, que fue de 65.633,31 por lo que el proyecto es factible financieramente; también se determinó el Periodo de Recuperación de Capital que será de 2 año, 1 mes, 9 días, la Relación Beneficio Costo será de 0,30 centavos por cada dólar invertido; la Tasa Interna de Retorno es de 62,30% superior al costo del capital, por lo tanto se genera mayor rendimiento del costo de la deuda; en el análisis de sensibilidad con el 6,75% de incremento en los costos el coeficiente de sensibilidad resultó 0,99, que es menor a 1 por lo tanto el proyecto no es sensible a estos cambios, en cambio lo que respecta al análisis de sensibilidad con el 5,25% de disminución en los ingresos el coeficiente de sensibilidad resultó 0,99, igualmente no es sensible a dicha disminución.

Finalmente con toda la información recopilada se procede a realizar las respectivas conclusiones y recomendaciones, respecto a la investigación realizada.

Conclusiones tenemos las siguientes:

- La empresa de servicios CLEAN EXTREM Cía. Ltda. se inserta como una de las empresas tipo, con un perfil de microempresa, para ofrecer

a los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo el servicio de limpieza total para sus hogares o instituciones.

- Desde el punto de vista técnico y mediante las encuestas realizadas a los tres cantones pudimos observar que existe una demanda insatisfecha, que puede ser cubierta con la implementación de este proyecto, ya que el servicio que se va a ofrecer llena las expectativas de los usuarios.
- Se ha realizado un estudio del sector de servicio de limpieza en los tres cantones y se ha podido constatar que no existen empresas que presten el servicio, solo existen personas que brindan el servicio de una manera informal y también lo hacen las amas de casa.
- La inversión que se necesita para implementar y poner en marcha el proyecto es de \$37.499,50 dólares, de los cuales \$ 10.000,00 dólares que representan el 26,67% se obtendrá mediante un crédito bancario solicitado al Banco de Loja, mientras que los restantes \$ 27.499,50 que alcanzan el \$73,33 es aportado por los inversionistas.
- La utilidad neta que se obtendrá del proyecto para el primer año de vida útil será de \$ 7.327,68 dólares y el flujo de caja neto será de \$ 16.465,85.
- En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$ 65.633,31; Tasa Interna de Retorno de 62,30%; Relación Beneficio Costo es de 1,30; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 1 mes, 9 días; Análisis de

Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 6,75% y una disminución en los ingresos del 5,25%.

- La empresa se constituirá legalmente como una compañía de responsabilidad limitada y su razón social será: **CLEAN EXTREM CÍA. LTDA.**
- Analizando estos indicadores para la toma de decisiones, se concluye que el proyecto es factible de implementar.

Las recomendaciones a las que se llegó son las siguientes:

- Al establecerse que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad por los inversionistas y su importante aporte al desarrollo empresarial de la provincia del Oro.
- Resulta de vital importancia la implementación de la empresa, dado que además de satisfacer la demanda existente del servicio de limpieza, se estará contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo.
- Los inversionistas y empresarios deberían apoyarse a este tipo de estudios de factibilidad antes de implementar una empresa, para de esta manera evitar los fracasos.
- El gobierno a través de las diferentes organizaciones de apoyo a las empresas debería ser más flexible en cuanto a los requerimientos, plazos de pago y tasas de interés.

SUMMARY

This research paper is titled, "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A CLEANING SERVICE COMPANY IN THE CANTON PINEAPPLE AND ITS COVERAGE IN CANTON ZARUMA and Portovelo OF THE PROVINCE OF GOLD" begins with identifying the central problem where: "The lack of a company that provides cleaning services in the canton Piñas and coverage in the cantons of Zaruma and Portovelo of the Province of Gold", then established general and specific objectives being; general: to determine the feasibility and implementation of a cleaning services company in Canton Piñas and coverage in the cantons of Zaruma and Portovelo of the province of gold, specifically: conducting a market study in order to determine the supply and demand for the service; establish a technical study that allows us to define the size, location and engineering of the project, run the administrative study to detail the issues related to legal and administrative organization of the company, develop a financial study to know: the investment of the project, funding sources, budget costs and revenues, breakeven and financial evaluation, in which we find the NPV, IRR, PRC, RBC. Following the methodology established the methods used as scientific, deductive-inductive, statistical and research techniques such as observation, survey and census establishing a population sample of 398 household surveys of the cantons in the study.

The results in the market survey to a sample of 398 surveys of households and 66 surveys of institutions in the cantons of Piñas, Zaruma and Portovelo of a total population of 65,423 and 16,356 families population, identify the questions which allowed most important market segment, of the 398 respondents, 134 representing 34% report that they use the cleaning service for the settlement of their homes and 264 representing 66% said they do not use this type of service , as to whether the installation of a specialized company that provides the service of cleaning

the 73.13% of respondents state that if they would use the service, while 26.87% would not, in how the institutions 77.27% of respondents report that they use the cleaning service, as the company does not have a stable person who makes it and 22.73% do not use this type of service, because they have permanent staff for this area, so the same with respect to the question of implementation, the 90.20% of respondents state that if you install a company dedicated to providing the cleaning service, if they would use the service, while 9.80% do not would, likewise was estimated using average annual cleaning obtaining a result of 90 annual service usage in households and 289 annual service usage in institutions, this allowed us to determine the effective demand in the number of times use the service for the first year is 366,011 in 13,294 families and in institutions, then determined the total supply is 7,200. Once the future demand and supply proceeded to determine the unmet demand that exists in these counties in how much cleaning is the same as for the first year in 358,811 households and 6094 businesses.

Once market data collection was designed marketing plan which was defined as a trade name "clean end" Co. Ltd. is another important set the sale price directly to users to be \$ 10.05. The same as it was considering the total production cost divided for the number of service plus profit margin. Advertising will be transmitted by: Elite radio as FM Stereo and Rain, newspapers such as the National Journal and television as Ecuavisa and CQ15, being the most listened to, read and seen by the public. In regard to the technical study based on previous study (market) and according to the unmet demand is estimated installed capacity of 11,520 the number of times of service, and it is estimated 9216 capacity utilization in response to the first year 80% for the second year and 90% for the remaining three by 100%

The Company is located in the province of El Oro, in the canton Piñas, on

the street downtown Juan Leon Mera between Loja and Sucre. Regarding the legal aspect, it formed a limited liability company: The company is called "CLEAN EXTREM" Cia Ltda, "according to the requirements established by the Superintendency of Companies, with a capital contribution of \$ 27,499, 50 with a bank loan of \$ 10,000, so that the amount of the investment amounts to \$ 37,499.50. The estimated useful life of the company is 5 years from creation. It also proposes the organizational structure, positional and functional, and the respective operating manual.

Then we estimate the investment in both financial study will be of Fixed Assets 29366.33; in Deferred 6886.87 1246.30 and Circulating, who put a total investment required of \$ 37,499.50.

The total cost of production for the first year is 79,822.23, and for the last year of 92493.91

The net income in the first year after taking their tax obligations and workers will be in the first year 7327.68 and 22635.87 in the fifth year. The balance point where the costs are equal to revenues in the first year will be to use the 80.02% of installed capacity and \$ 74,097.63 in sales. Finally, the cash flows obtained for the five year life of the project are positive, from: 16465.85; base on which indicators are applied, which was 65.633,31 so the project is financially feasible; also determined the Capital Recovery Period will be of 2 years, 1 month, 9 days, the benefit cost is 0.30 cents for every dollar invested, the Internal Rate of Return 62,30% is higher than the cost capital, therefore higher yield is generated in the cost of debt in the sensitivity analysis with 6,75% increase in costs the sensitivity coefficient was 0.99, which is less than 1 so the project does not is sensitive to these changes, however with regard to sensitivity analysis

with 5,25% decline in revenue the sensitivity coefficient was 0.99, also not sensitive to the decline.

Finally with all the information collected is necessary to perform the respective conclusions and recommendations regarding the investigation. Conclusions are the following:

- The utility Cia EXTREM CLEAN. Ltd. is inserted as a business type, with a micro-profile, to offer the cantons of Piñas, Zaruma and Portovelo full cleaning service for homes or institutions.
- From the technical point of view and through surveys of the three counties we observed that there is an unmet demand, which can be covered with the implementation of this project, and that the service will be offered full user expectations
- We carried out a study of the cleaning service industry in the three counties and it has been shown that there are companies that provide the service, there are only people who provide the service in an informal way and so do housewives.
- The investment needed to implement and launch the project is \$37,499.50, of which \$ \$ 10,000.00 representing 26.67% will be obtained through a bank loan to Banco de Loja requested, while the remaining \$ 27,499.50 to reach the \$ 73.33 is contributed by investors.
- Net income of the project will be obtained for the first year of life will be \$ 7327.68 U.S. dollars and net cash flow will be \$ 16,465.85.
- On the Financial Assessment, this project has the following indicators: Net Present Value \$ 65.633,31; Internal Rate of Return 62,30% Benefit

Cost Ratio is 1.30, Capital Recovery Period is 2 years, 1 month, 9 days; sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in costs of 8.8% and a decrease in revenue of 6.7%.

- The company is legally constituted as a limited liability company and its name is: CLEAN EXTREM CIA. LTDA.

- Analyzing the indicators for decision-making, it is concluded that the project is feasible to implement. The recommendations that were reached are:

- By establishing that the project is feasible to run it is recommended to implement it, given its high yield investors and their important contribution to business development in the province of Gold

- It is vital to the implementation of the company as well as meeting the demand of cleaning services, you will be contributing to the generation of jobs.

- Investors and entrepreneurs should be supported for this type of feasibility studies prior to implementing an enterprise, thus avoiding failures.

- The government through various organizations to support the companies should be more flexible in terms of requirements, payment terms and interest rates

INTRODUCCIÓN

c) INTRODUCCIÓN

Desde hace varias décadas, la Provincia del Oro, especialmente los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo, se ve afectada por un escaso desarrollo empresarial, siendo una limitante para su progreso, ya que se ha convertido en una provincia de consumo con un crecimiento lento de las actividades productivas y sobre todo aquellas relacionadas con el servicio.

Además es importante indicar que en la Provincia del Oro la mayoría de empresas productoras y comercializadoras de bienes y/o servicios son implementadas de forma inadecuada, puesto que no se consideran aspectos técnicos indispensables para alcanzar el éxito deseado, como son: estudio de mercado, técnico, organizacional y financiero, lo que impide obtener adecuados márgenes de utilidad que le permitan su crecimiento, desarrollo y permanencia en el tiempo.

Esta realidad, se constituye en un reto para las nuevas generaciones de profesionales, quienes deben buscar alternativas viables y rentables, en donde se aproveche la mano de obra calificada, el acceso a nueva tecnología y sobre todo identificar las necesidades del mercado para satisfacerlas. Con estos antecedentes se diseñó un proyecto de inversión destinado a crear una empresa de servicios de limpieza en el cantón

Piñas y su cobertura en los cantones de Zaruma y Portovelo de la Provincia del Oro. También se realizó una Revisión de Literatura relacionada con los datos históricos de cada cantón.

Dentro de Materiales y Métodos, se realiza una descripción de los métodos, técnicas e instrumentos científicos para el desarrollo de la investigación, realizando además el cálculo de la muestra, determinando que se aplicarían 398 encuestas a las familias de los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo y 66 encuestas a empresas públicas y privadas de los cantones en estudio.

A continuación se procedió a efectuar la tabulación e interpretación de los Resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a demandantes del servicio, lo que posibilitó su Discusión mediante la estructuración del Estudio de Mercado, que permite establecer la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha, planteando además estrategias de comercialización enfocadas al servicio, precio, plaza y promoción.

Enseguida se realizó el Estudio Técnico, en donde se trató la temática del tamaño y localización, con la finalidad de determinar la capacidad de instalada y utilizada, así como la mejor ubicación de esta empresa a nivel macro y micro, considerando algunos factores que influyen en esta decisión. De igual forma, en la Ingeniería del Proyecto se enfocan

cuestiones relativas a las investigaciones técnicas preliminares y a los problemas especiales de la ingeniería que se plantea, además incluye el proceso de generación de servicio, especificación de equipos, distribución de la planta, entre los principales.

En el Estudio Organizacional de la empresa se determinó su estructura orgánica funcional, esto es la base legal y organizacional, también se construyeron los organigramas, estructural, funcional, y posicional, y además el manual de funciones en donde se especifica la naturaleza, funciones principales y características de cada uno de los puestos.

En lo referente al Estudio Financiero, en primer lugar se realizó el cálculo de los recursos necesarios que se requieren para la instalación y funcionamiento de la empresa y se determinó las fuentes de donde se obtendrá los recursos económicos. El cálculo de la inversión total, los costos totales, el costo unitario y los ingresos por ventas están respaldados en los respectivos presupuestos, elementos indispensables para realizar la Evaluación Financiera en la que se verificó la viabilidad del proyecto a través de los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) que es de \$ 65.633,31; la Tasa Interna de Retorno (TIR) alcanza el 62,30%, la Relación Beneficio Costo (B/C) es de 1,30; el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 2 años, 1 mes, 9 días y el Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento del 6,75% en los costos y una disminución del 5,25% en los ingresos; lo que en definitiva demuestra que el proyecto es

factible de realizarse por lo tanto es conveniente su ejecución.

Finalmente, se determinaron las conclusiones y recomendaciones a las que se llegó en base a los resultados obtenidos y aprovechar las oportunidades que brinda el mercado. Conjuntamente se presenta la bibliografía utilizada y los anexos respectivos que complementan el trabajo, esperando que este sea un aporte sustancial y un incentivo para incrementar las inversiones en la Provincia del Oro.

REVISIÓN
DE
LITERATURA

d) REVISIÓN DE LITERATURA

1. ANTECEDENTES¹

La provincia de El Oro, cuya cabecera cantonal, es la ciudad de Machala, conocida a nivel mundial como la **Capital Bananera del Mundo**; considerada por propios y extraños como un lugar privilegiado ya que cuenta con una naturaleza, propia de un enorme potencial turístico de relieve mundial, ya que dada su posición geográfica ofrece regiones de costa, altiplano e insular, su diversidad ecológica y cultural hacen notar que aquí, en esta pequeña provincia se encuentra un paraíso cual milagro converge la riqueza en todas sus formas; al contemplar sus playas y manglares, sus ríos y cascadas; sus bosques, su fauna, flora en sus plantas, sus minas de oro, plata; sus milenarios recursos, arqueológicos y que decir la fortaleza que poseen sus hijos.

Porque el turismo constituye una actividad económica dinámica que se distingue por la capacidad de impulsar el crecimiento económico, la generación de empleos formales y el desarrollo provincial en condiciones más ventajosas y equilibradas que otras actividades.

¹ Ilustre Municipio del Cantón Machala

La topografía órense es de caprichosa naturaleza, poseedora de cuatro tipos de climas: cálido húmedo, cálido seco, templado y frío; sus cantones se ubican unos en las montañas, y otros en la planicie costera, tiene bosques secos y bosques húmedo; Dios además premió a ésta provincia con una región insular, el hermosos Archipiélago de Jambelí, donde el manglar y las playa se conjugan en un paraíso.

Esta Provincia se encuentra ubicada a 3.200 m. SNM., todo el encanto de esta maravillosa Provincia de el Oro, su cultura, riqueza ornitológica, la amabilidad de su gente, ríos, playa montañas, candidatizada Patrimonio Cultura, también es fuente inagotable de riqueza agrícola, pesquera, minera, pecuaria, artesanal e industrial. Se destaca principalmente por la producción y cosecha del banano, que después del petróleo es el producto mayormente vendido al exterior y que nos deja grandes rubros económicos en el país, conozca en esta provincia un universo verde, pues en ella existe más de 35 mil hectáreas de bananeras, observe de cerca su siembra, su embalaje hasta su exportación.

Capital.- Machala

Limites.- Limita al norte con la provincia del guayas y Azuay, al sur y este con Loja y al oeste el océano pacifico y la línea de protocolo de rio de Janeiro de 1942.

Superficie: 5.988 Km2.

Cantones: Machala, Arenillas, Atahualpa, Balsas, Chilla, El Guabo, Huaquillas, Marcabelí, Pasaje, Piñas, Portovelo, Santa Rosa, Zaruma y Las Lajas.

Altitud.- Varía, en la zona baja 6 m SNM. y la zona alta hasta 3.600 m SNM.

Población: 559.846 habitantes

Creación: 23 de abril de 1884.

Clima.- Zona baja: su temperatura varía desde 18°C hasta 30°C, igual en precipitación anual.

Zona Alta: La temperatura oscila entre 14" C y 22° siendo la precipitación anual promedio de 1500 m distribuidos en todo el año. Posee una gama de climas que van desde el cálido en región costanera hasta el frío-andino en la Cordillera Chilla.

2. PIÑAS²

2.1. Fundación

La historia cívica de Piñas está enriquecida por hechos trascendentales. Inicialmente su Cantonización fue en el año de 1822 con el nombre de Independencia, pero solo tuvo dos años de duración y luego paso a depender de Zaruma.

² www.google.com.ec

La ley de división territorial del 23 de abril de 1824 expedida durante el Gobierno del Dr. José María Plácido Caamaño, la confirma como parroquia rural del cantón Zaruma en 1892 con motivo del apoyo a la revolución Liberal, el pueblo resolvió pronunciarse por su autonomía y tomó el nombre de independencia siendo reconocida por el Gobierno del Gral. Eloy Alfaro. Por cosas del destino político dos años más tarde en 1897, en la convención nacional por dos votos en el parlamento quedó desconocida siendo efímera su existencia desde allí el sentimiento fue cristalizándose, constituyéndose en un compromiso a Heraldo Gallardo Añasco, junto al pueblo de Piñas, se levantaron en procura de obtenerla, la misma que se concretaría previa la aprobación por parte del parlamento nacional y finalmente por decreto expedido por el Gobierno del Dr. Carlos Alberto Arroyo del Río el 8 de Noviembre de 1940 y publicado en el registro oficial N. 64 del mismo año que fue catonizada definitivamente.

2.2. Aspectos Geográficos

Geográficamente está ubicado en el altiplano Orense al sur oriente de Machala, su geografía ha dado paso a la naturaleza para privilegiar al cantón Piñas con una variedad exquisita de orquídeas, de esta bella variedad se deriva su nombre. Se encuentra estratégicamente ubicado entre los cantones; Zaruma, Portovelo, Atahualpa, Balsas y Marcabelí.

Clima y Temperatura: En Piñas el clima es temperado y pre-montañoso. Su temperatura es de 25° C, con una Altura de 1.044 m.s.n.m., y con una superficie de: 571 Km. Cuadrados.

2.3. Aspectos Demográficos del Cantón Piñas

El cantón Piñas tiene un moderado crecimiento demográfico, tal como lo demuestran los censos de la población, ya que no han tenido ninguna variación desde el 2001. El crecimiento cuantitativo y cualitativo de la población de un país, región, provincia y cantón siempre ha sido y será indispensable en el pensamiento y acción del ser humano y la sociedad en su conjunto.

2.4. Evolución de la Población

El censo de 1950 reveló que en Piñas existía 13.713 habitantes lo cual significaba que en este cantón habitaban el 15.4% del total de la población de la provincia de El Oro. Para el año 2001 el censo demostró que en este cantón residían 23.871 ciudadanos que comparados con la totalidad de habitantes de la provincia que es de 539.888 habitantes, representa el 4.4%.

2.5. Población Urbana y Rural

La población del Cantón Piñas según INEC registra en el 2001, 23.871 habitantes, de los cuales 13.025 habitantes, es decir el 54.5% pertenece a la zona urbana, mientras que el 10.846 habitantes, es decir el 45.5% se localiza en la zona rural del cantón.

3. ZARUMA³

3.1. Reseña Histórica

La población de ZARUMA, fue fundada en forma definitiva el 8 de diciembre de 1595 con el nombre de “VILLA DEL CERRO DE ORO DE SAN ANTONIO DE ZARUMA” y proclama su independencia el 26 de noviembre de 1820.

La fundación de Zaruma significó la oficialización de la esclavitud indígena y el oro que extrajeron por toneladas de nuestras minas fue a incrementar la economía de España, y junto al preciado metal, extrajeron también nuestra heredad cultural nativa, pues, murió el indio en los oscuros socavones y como un mágico ritual de ofrenda la pacha mama, su sangre se mezcló con el dorado metal y es como si hubiesen profetizado el final

³ Ilustre Municipio del Cantón Zaruma

de la opulencia indígena y el inicio de la esclavitud, el dolor y la muerte de una floreciente cultura.

La fundación española de Zaruma tiene muchos significados y entre ellos, la pérdida de nuestra identidad cultural por la sobre posición de una cultura dominante, que vino a callar las voces de nuestros antepasados y lo único que han resaltado son voces prestadas, es también la formación de las férreas estructuras de la injusticia es el choque cultural que se tuvo, pues nuestro indígena fue atrapado por una cultura o por una civilización que no venía a ese encuentro de civilizaciones sino que venía con el afán de devastar y de acumular riquezas.

Finalmente Zaruma se cantonizó el 25 de junio de 1824 y fue la primera capital de la provincia de el Oro, cuya creación se efectuó el 29 de noviembre de 1882, sin embargo esta condición de capital provincial fue efímera, duro hasta 23 de abril de 1883.

- 1549 – Primera fundación española por el capitán Alonso de Mercadillo.
- 1593 – Felipe II Rey de España mediante cédula real, le otorga el título de Villa de San Antonio del cerro de Oro de Zaruma.
- 1595 – Fundación definitiva de Zaruma por el capitán Damián Meneses

- 1820 – Noviembre 26, se independiza del yugo español.
- 1824 – Junio 25, se cantoniza de acuerdo a la Ley de división territorial de la Gran Colombia.
- 1822 – Noviembre 29, Zaruma proclama la creación de la provincia de El Oro.
- 1822 – 84 Zaruma fue la primera capital de la provincia de El Oro
- 1977 – La Dirección Nacional de Turismo declara a Zaruma ciudad de interés turístico nacional.
- 1990 – El Ministerio de Educación y Cultura declara a Zaruma patrimonio cultural del Estado ecuatoriano⁴.

3.2. Ubicación Geográfica

El cantón Zaruma está ubicado en las estribaciones occidentales del callejón interandino, al suroeste del Ecuador, en la provincia de El Oro, entre las coordenadas geográficas:

Longitud: 79° 88´ Occidental.

Latitud 3° 41´ Sur

Límites

Los límites del cantón Zaruma son:

- **Norte:** Con la provincia de Azuay.
- **Sur:** Con los cantones Portovelo.

⁴ Plan estratégico del cantón Zaruma. . Municipalidad de Zaruma. 2005

- **Este:** Con la provincia de Loja
- **Oeste:** Con los cantones Piñas, Atahualpa, Chilla y Pasaje.

3.3. División Política – Administrativa

El cantón Zaruma cuenta con una parroquia urbana, con el mismo nombre de Zaruma y con nueve parroquias rurales: Abañín, Arcapamba, Guanazán, Güizagüiña, Huertas, Malvas, Muluncay, Sinsao y Salvias. La población del Catón Zaruma según INEC registra en el 2001, 24.036 habitantes, de los cuales 8.960 habitantes pertenecen a la zona urbana, mientras que 15.076 habitantes se localiza en la zona rural del cantón.

3.4. Actividades Económicas

La agricultura (35.5%) y la ganadería (33%) son actividades que se han mantenido como las principales fuentes de ingreso de la población. La minería artesanal (16.5%) ha sufrido un descenso considerable a partir del año 2000, cuando se impuso la dolarización y por ausencia de oro de la superficie. Otros rubros que se van destacando y que se constituyen en promisorias fuentes de trabajo son: El Turismo (1.8%) y el comercio (6.5%), donde se engloba la microempresa y otras actividades.

4. PORTOVELO⁵

4.1. Aspectos Históricos

Portovelo pueblo minero desde su antigüedad fue descubierto por los ambiciosos conquistadores llegados del viejo continente iniciaron a explotar el origen del precioso “Oro” en las arenas de río grande y descubrieron la gran riqueza que en ella había, esta gran fuente que luego le llamaron Portovelo por el parecido que había entre un puerto Panameño el cual se lo conocía como Puerto Bello.

Portovelo como asiento minero nace en el año de 1549 cuando fue creado por los españoles como campamento, estuvo poblado por aborígenes que se dedicaban para la extracción de el oro del hoy llamado Río amarillo y la explotación de las minas, se tiene referencias que al sector también se lo conocía como Curipamba o Pampa de Oro. Luego el centro poblado se ubicaría de manera definitiva en territorios de la zona alta, por razones climáticas, ya que el clima era demasiado caluroso y propicio a la aparición de “terciarias”, como reseña, la crónica escrita por el veedor del rey de España que visitó esta región a principios del siglo XIX y así fue fundada en 1595.

4.2. Aspectos Geográficos

⁵ Ilustre Municipio del Cantón Portovelo

Portovelo rica región minera, enclavada en las estribaciones de la cordillera occidental de los andes al pie de la cordillera de Vizcaya y bañada por el río Amarillo, está situada al sur este de la provincia de El Oro, a 105 Km. de su capital Machala, abarca un área de 35 Km., la altitud del cantón varía entre los 600 msnm y los 3000 msnm. Ocupa las siguientes coordenadas: latitud norte 9594200- 9578900; longitud este de 680900- 650500; y limita con:

Al norte con el cantón Zaruma

Al sur con la provincia de Loja, cantones Chaguarpamba y Catamayo.

Al este con la provincia de Loja, cantones Loja y Saraguro.

Al oeste con el cantón Piñas

Portovelo cuenta con una extensión territorial de 286.20 Km². de superficie.

4.3. Clima y Temperatura

Su clima fluctúa entre los 21 y 28 grados, posee tierras altas que llegan hasta los 3600 metros sobre el nivel del mar y la parte baja esta a 610 metros sobre el nivel del mar, cuenta con dos estaciones durante el año, una de verano (junio a noviembre) temperatura cálida, humedad entre 5 y 15 grados en las zonas bajas fluctúa entre el 40 y 50 % de humedad y la de invierno (diciembre a mayo).

4.4. División Política Administrativa del Cantón

Portovelo al momento se encuentra dividido en una parroquia urbana que es la cabecera cantonal y tres parroquias rurales como se detalla:

PARROQUIAS URBANAS	PARROQUIA RURALES
Cabecera cantonal Portovelo	1. Morales
	2. Curtincapac
	3. Salatí

Fuente: Inec – 2004

4.5. Población Urbana y Rural

La población del Catón Portovelo según INEC registra en el 2001, 11.320 habitantes, de los cuales 6.836 habitantes, pertenece a la zona urbana, mientras que el 4.484 habitantes se localiza en la zona rural del cantón.

5. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. ⁶

⁶ SAPAG CHAIN, Reinaldo y Nassier. Preparación y Evaluación de Proyectos

Su importancia radica en ser una valiosa fuente de información acerca del mercado, que permite tomar decisiones y crear sobre bases reales, encontrando, dirigiendo y disciplinando acciones que habrán de seguirse y evaluarse.

Entre los factores que se analizan en el estudio de mercado están:

- Necesidades.
- Gustos y preferencias del consumidor.
- Número de consumidores actuales, potenciales y reales.
- Competidores.
- Proveedores de materia prima.
- Costos de transporte.
- Normas legales.

5.1. Objetivo de un Estudio de Mercado

El objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.

Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.)

Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad.

Los Objetivos específicos son:

- Definir claramente la demanda.
- Conocer la oferta actual y potencial.
- Establecer qué podemos vender.
- Saber a quién podemos venderlo.
- Conocer cómo podemos venderlo.
- Conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes.
- Conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.
- Evaluar resultados de estrategias de comercialización.
- Conocer los precios a los que se venden los servicios.

El estudio del mercado no sólo sirve para determinar la demanda, la oferta, los precios y los medios de publicidad, sino también es la base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos de un proyecto.

5.2. Aspectos que nos interesa definir sobre el estudio de mercado.

5.2.1. Demanda

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un mercado están dispuestos a adquirir en un precio determinado.”⁷

Con el objetivo de conocer si la entidad en formación, así como los productos y servicios financieros que ofrecerá, contarán con una demanda que haga viable el proyecto, debe efectuarse una investigación de mercado que se sustentará en la evaluación del sistema financiero y de variables sociales y económicas.

5.3. Oferta.

El análisis de la oferta deberá considerar ampliamente las condiciones bajo las que se competirá en el mercado financiero, tomando en cuenta los productos y servicios financieros ya existentes en el mercado en que se pretende posicionar.

5.4. Balance entre Oferta y Demanda

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de los pollos en el mercado de la ciudad de Piñas,

⁷ BOLTEN Steven, Manual de Administración de Proyectos, 1995. Tercer Edición.

dato fundamental para el cálculo de la capacidad instalada y capacidad utilizada de la empresa productora.

5.5. Estrategia de Mercado

Es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el producto al consumidor final, en condiciones óptimas del lugar y tiempo para lo cual establecemos un plan de comercialización.

Plan de Comercialización: La comercialización es un intercambio de bienes y servicios con el fin de satisfacer necesidades fundamentales del consumidor, en el presente proyecto la comercialización será una estrategia que permita determinar hacia qué mercado va dirigido el producto ofrecido y al mismo tiempo analizar los procedimientos que permitan hacer llegar el producto al consumidor final.

Elementos de Comercialización: Está conformada por las cuatro P que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Producto: Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos
2. La diferenciación de productos

3. La marca

4. La presentación

Precio: Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Es el elemento del mix que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, coste.

- Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.
- Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:
 - ✓ Los costes de producción, distribución...
 - ✓ El margen que desea obtener.
 - ✓ Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
 - ✓ Las estrategias de Marketing adoptadas.
 - ✓ Los objetivos establecidos.

Plaza o Distribución: Elemento del mix que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente.

Cuatro elementos configuran la política de distribución:

1. Canales de distribución. Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.

2. Planificación de la distribución. La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
3. Distribución física. Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
4. Merchandising. Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

Promoción: La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- ✓ Comunicar las características del producto.
- ✓ Comunicar los beneficios del producto.
- ✓ Que se recuerde o se compre la marca/producto.

La comunicación es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- ✓ La publicidad.
- ✓ Las relaciones públicas.
- ✓ La venta personal.
- ✓ La promoción de ventas.
- ✓ El Marketing directo.

6. ESTUDIO TÉCNICO

“El estudio técnico, entrega la información necesaria para determinar cuánto hay que invertir y los costos de operación asociados de llevar a cabo el proyecto.”⁸

Este estudio, responde las preguntas cuándo, cuánto, cómo y con qué producir el bien o servicio del proyecto, además, el estudio técnico permite definir el tamaño, la localización del proyecto, la tecnología que se usará y la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles. La elección de un lugar determinado dependerá de diversos factores como disponibilidad y costo de mano de obra, factores del medio ambiente, medios y costos de transporte, cercanía del mercado y de las fuentes de abastecimiento, disponibilidad de insumos, etc.

También, es posible determinar la estructura organizacional de la empresa y los recursos a utilizar en la operación del proyecto.

6.1. Tamaño y Localización de la Empresa

Tamaño de la Planta

⁸ MIRANDA MIRANDA, Juan José, Gestión de Proyectos, Quinta Edición, Editorial MM Editores, Bogotá D. C., Colombia, Año 2008. Pág. 119.

El tamaño del proyecto consiste en determinar la capacidad de producción que tendrá la empresa en un tiempo determinado, incluye determinar la capacidad instalada y la utilizada, la cual se mide en unidades producidas por año.

Para determinar el tamaño del proyecto y hacerlo adecuadamente se toma en cuenta la relación existente entre éste y el estudio de mercado, por lo que para determinarla se considera los resultados obtenidos en la demanda insatisfecha.

Capacidad Instalada: Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado. Está en función a la demanda a cubrir durante el período de vida de la empresa. Se mide en un número de unidades producidas de una determinada unidad de tiempo

Capacidad Utilizada: La capacidad utilizada mide el porcentaje de uso de la capacidad industrial instalada, esta cifra la da a conocer la Reserva Federal junto con el reporte de la producción industrial, la capacidad utilizada manufacturera, de servicios básicos y la minera son subsectores industriales.

Localización de la Empresa

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta industrial para la elaboración de un producto, ya que se refiere al lugar donde debe ubicarse la misma y es importante porque influye sobre la inversión y costos operativos. Para la localización se debe tomar en cuenta algunos factores que influyen en la decisión como son:

- Materia Prima
- Mano de Obra
- Recursos
- Vías de Transporte
- Servicios Básicos

Factores que influyen en la localización

Macro-localización: Los factores del entorno a la macro localización tienen relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Consta de un número determinado de establecimientos al público o delegaciones comerciales para obtener un éxito de funcionalidad y rentabilidad depende de un buen funcionamiento orgánico por parte de todos los componentes de dicha organización.

Micro-localización: Indica el lugar exacto donde se implementará la empresa dentro del mercado local.

6.2. Ingeniería del Proyecto

Esta aplicación se caracteriza por utilizar principalmente el ingenio de una manera más pragmática y ágil que el método científico, puesto que una actividad de ingeniería, por lo general, está limitada a un tiempo y recursos dados por proyectos, en donde se determinan las etapas del estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, también ayuda a determinar la magnitud de los costos para las inversiones permite seleccionar un proceso productivo óptimo que ayude a determinar las necesidades de los equipos maquinaria, personal, espacios físicos y obras físicas.

7. ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL⁹

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

Para que una empresa se constituya legalmente la superintendencia de compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Razón social
- Objeto

⁹ www.gestiopolis.com/estructuraorganizacional.htm

- Domicilio
- Nacionalidad
- Duración
- Capital

7.1. Derechos de los Socios

- Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
- No puede obligárseles a incrementar su participación social.
- Debe ser preferido en la adquisición de participantes de otros socios.
- Puede pedir la revocatoria de la designación del gerente.
- Puede convocar a junta general en base a lo dispuesto por la ley de Compañías.

7.2. Obligaciones de los Socios

- Pagar a la empresa la participación suscrita.
- Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.
- No entrometerse en los actos administrativos de la compañía.

7.3. Estructura Administrativa

Considerando que una empresa es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas capaz de comunicarse y actuar conjuntamente para alcanzar un objetivo común, es necesario determinar un modelo de organización que le permita a la nueva empresa funcionar de la manera más eficiente.

7.4. Niveles Administrativos

Los niveles administrativos cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos.

Nivel Ejecutivo: Gerente tiene como función principal ser la cabeza de la empresa, así como, planear, organizar, controlar, supervisar, etc. Todas las actividades y operaciones de la empresa.

Nivel Auxiliar: Secretaria, tiene como función mecanografiar, despachar y atender la correspondencia en forma oportuna, manejándola con diplomacia y eficiencia. Concertar entrevista con el gerente y atender al público que solicita información. Convocar a reuniones a petición del gerente y del directorio y controlar la asistencia del personal.

Nivel Asesor: Asesor Jurídico, Abogado. Tiene la función de resolver e informar sobre asuntos jurídicos, participar en procesos contractuales, reuniones de junta de socios, convocar a reuniones a petición del gerente, y todas las que tengan que ver en áreas del ámbito legal y en la que se involucra la empresa.

Nivel Operativo: Asesor Comercial, atender y aumentar el nivel de ventas que genere incremento en ingresos de la empresa.

7.5. Organigramas

La empresa contará con los departamentos necesarios para su funcionamiento, los que han sido establecidos de acuerdo a sus requerimientos básicos. Una forma de representar gráficamente a la organización es a través del uso de organigramas, los cuáles se definen como una representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Organigrama Estructural: Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo aprovechar la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional: Es una modalidad de la estructura, consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por la más importante y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

7.6. Manual de Funciones

Un manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía, este corresponde a un documento que se divide en los siguientes aspectos:

- ❖ Descripción básica del cargo.
- ❖ Objetivo estratégico del cargo.
- ❖ Funciones básicas.
- ❖ Personal relacionado con el cargo.
- ❖ Perfil del cargo.

8. ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se especifican las necesidades de los recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiamiento (aporte propio y crédito) y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil del

proyecto. Esto permite establecer los recursos el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará.

“La función básica del estudio financiero es de determinar el monto de la inversión y la forma de cómo financiarlo, conocer los beneficios que se obtendrán al ejecutarla”¹⁰

5.1. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1.1. Inversión

Es la aplicación que las personas dan a sus fondos tanto propios como ajenos y que se realizan con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro. La inversión se compone por los bienes materiales e inmateriales que son necesarios para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran:

- **Inversión Fija.-** Los activos tangibles se refiere al terreno, edificaciones, maquinaria y equipos, mobiliario, herramientas, vehículos, etc.
- **Inversiones Diferidas.-** Los activos intangibles se refiere al conjunto de bienes de propiedad de la empresa, necesarios para su

¹⁰ BOLTEN, Steven, Administración Financiera., Edit. Limusa, Vol. I., México 1981.

funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisición de derechos, patentes de invención, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, gastos preoperativos y de instalación, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.

- **Activo Circulante o Capital de Trabajo.**- “Contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa”.¹¹

5.1.2. Financiamiento

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

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

¹¹ CÓRDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.

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

5.2. ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

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

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

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

5.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

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

5.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es uno de los costos financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos con las principales operaciones del negocio, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas. El estado de pérdidas y ganancias llamando también Estado de Resultados nos muestra cual es la utilidad y la pérdida durante un periodo económico.

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

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

5.5. FLUJO DE CAJA

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

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

“Permite demostrar que la inversión propuesta se da o no económicamente rentable mediante la combinación de operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación basada en valores actuales de ingresos y gastos”¹².

Los criterios más utilizados son:

¹² ROSEMBERG, Jerry M. “DICCIONARIO INTERACTIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS”, Grupo Editorial Océano. SEPARATAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. 2005.

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

Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos y ingresos a través de la vida útil del proyecto. En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontar una tasa de interés pagada por beneficiarse del préstamo a obtener. Actualizando los valores se debe decidir la aceptación o rechazo del proyecto bajo los siguientes fundamentos:

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

Tasa Interna de Retorno (TIR)

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

Los criterios de decisión para la TIR son los siguientes:

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

Relación Beneficio Costo (R B/C)

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

$B/C > 1$ Se debe ejecutar el proyecto

$B/C = 1$ Es indiferente ejecutar el proyecto

$B/C < 1$ Se debe rechazar el proyecto

Periodo de Recuperación de Capital (PR/C)

El periodo de recuperación de la inversión comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original; es una medida de la rapidez en que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. Las mejores inversiones son aquellas que tienen un periodo de recuperación más corto.

Análisis de Sensibilidad

En un proyecto es importante efectuar el análisis de sensibilidad porque éste indicador mide la resistencia del proyecto ante situaciones que comúnmente se dan dentro de una economía, esto es el incremento de los costos y la disminución de los ingresos, el análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar el proyecto, debido a que no se conocen las condiciones en las que se desenvolverá la empresa en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- Si el Coeficiente de Sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible.
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente
- Si el Coeficiente de Sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible.

MATERIALES

Y

MÉTODOS

e) MATERIALES Y MÉTODOS

1. MATERIALES

▪ Adquisición de bibliografía	200.00
▪ Suministros y material de oficina.	80.00
▪ Gastos de movilización	160.00
▪ Digitación e impresión de textos	200.00
▪ Derechos, papeles valorados	120.00
▪ Anillado y empastados	160.00
▪ Copias (encuestas)	55.00
▪ Flash memory (disco extraíble)	60.00
▪ Borradores del proyecto	100.00
▪ Internet	135.00
▪ Copias proyecto	80.00
▪ Copias y empastado de la tesis final	50.00
▪ Imprevistos	100.00
TOTAL	1500.00

Financiamiento.

El presente trabajo de investigación fue financiado en su totalidad por las autoras.

2. MÉTODOS

Para la realización del presente trabajo de tesis se recurrió a la aplicación de diferentes métodos de investigación.

- **Método Científico:** Este método nos ayudó a determinar leyes, normas, principios y procedimientos concernientes a un proyecto de inversión.
- **Método Deductivo - Inductivo:** Este método nos permitió partir de afirmaciones, de carácter general hacia afirmaciones particulares, las cuales fueron comparadas con la realidad a través de las conclusiones que se dedujeron en el planteamiento de la investigación.
- **Método Estadístico:** Se utilizó en la determinación de la población y muestra objeto de estudio, así como en la tabulación y análisis de la información obtenida en la investigación de campo, que fue presentada a través de cuadros y gráficos estadísticos.

3. TÉCNICAS

- **Observación:** Es una técnica que se la utilizó en forma muy objetiva, la cual nos permitió visualizar las principales necesidades de los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo. La información obtenida fue

analizada con el fin de adquirir elementos de juicio para la explicación del tema propuesto.

- **Encuesta:** Consiste en formular un banco de preguntas que permiten recopilar información necesaria para su posterior análisis.

Para el presente trabajo de investigación fue necesario aplicar dos tipos de encuestas; una a la muestra poblacional (familias) de los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo; y otra a las empresas (públicas y privadas) de estos cantones, para conocer sus gustos y preferencias en lo que tiene que ver al proyecto como: servicio, precio, plaza, promoción, publicidad, etc.

4. PROCEDIMIENTO

Para obtener la muestra poblacional, primeramente investigamos la población de los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo en el 2001, datos que nos proporciono el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), seguidamente proyectamos esta población al 2011 con sus respectivas tasas de crecimiento; finalmente aplicamos la formula de la muestra para conocer el número de encuestas a aplicar.

**Proyección de la Población para el 2011 cantones Piñas, Zaruma y
Portovelo**

Fórmula para la Proyección de la Población

$$pf = po(1 + i)^n$$

Piñas

$$pf = 23.871(1 + 0.01)^{10}$$

$$pf = 26.368$$

Zaruma

$$pf = 24.036(1 + 0.01)^{10}$$

$$pf = 26.551$$

Portovelo

$$pf = 11.320(1 + 0.01)^{10}$$

$$pf = 12.504$$

A los resultados los sumamos, teniendo un total de 65.423 habitantes, luego lo dividimos para 4 miembros por familia, y obtenemos 16.356 familias que van hacer parte del presente estudio. Para obtener la muestra aplicamos la siguiente formula.

Fórmula para obtener la muestra

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

Donde:

- n = Tamaño de la muestra
N = Universo total a encuestar
e = 5 % de margen de error
1 = constante

$$n = \frac{16356}{1 + 16356(0.05)^2}$$

$n = 398$ Encuestas

Cuadro N°1

Distribución muestral

Cantones	Población 2011	Familias	Porcentaje	Número de encuestas
Piñas	26.368	6.592	40%	160
Zaruma	26.551	6.638	41%	162
Portovelo	12.504	3.126	19%	76
Total	65.423	16.356	100%	398

Se aplicaron 398 encuestas a las familias de los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo.

NÚMERO DE EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS POR CANTONES

EMPRESAS DEL CANTÓN PIÑAS

Cuadro N°2

CANTÓN	EMPRESAS	
	PÚBLICAS	PRIVADAS
PIÑAS	Municipio	Banco de Machala
	Hospital Luis Moscoso	Banco del Pichincha
	Empresa Eléctrica	Banco del Austro
	Banco de Fomento	Clínica Reina del Cisne
	Juzgado Civil	Clínica Santa Rita
	Bomberos	Sindicato de choferes Profesionales
	Cámara de Comercio	Clínica Jácome
	Colegio Leovigildo Loayza Loayza	Hotel Orquídea
	Colegio ocho de Noviembre	Hotel Ciudad de Piñas
	Escuela Sagrado Corazón	Hotel Arasari
	Escuela Abad Grijalva	Hotel Catleya Real
	Escuela Cristóbal Colón	Empresa de contadores Aguilar y Aguilar
	Escuela Teresa Molina	Importadora W&W
	Policía Nacional	
TOTAL	14	13

EMPRESAS DEL CANTÓN ZARUMA

Cuadro N°3

CANTÓN	EMPRESAS	
	PÚBLICAS	PRIVADAS
ZARUMA	Municipio	Banco de Machala
	Banco de Fomento	Banco del Pichincha
	Colegio 26 de Noviembre	Sindicato de Choferes
	Hospital	Hotel Roland Hotel
	Empresa Eléctrica	Hostal Romería
	Policía Nacional	Empresa de confecciones Joe
	Bomberos	Empresa Minera BIRA S.A
	Colegio	Hotel Cerro de Oro
	Cámara de Comercio	Hotel Águila Dorada
	Escuela Gabriela Mistral	Clínica La Inmaculada
	Colegio Miguel Sánchez	Empresa Minera ÉLITE
	Escuela Guillermo Maldonado	Empresa Minera SODIREc
	Colegio Don Bosco	
TOTAL	13	11

EMPRESAS DEL CANTÓN PORTOVELO

Cuadro N°4

CANTÓN	EMPRESAS	
	PÚBLICAS	PRIVADAS
PORTOVELO	Municipio	Banco de Machala
	Hospital	Empresa Minera MINANCA
	Empresa Eléctrica	Hotel Curipamba
	Policía Nacional	Hotel Portovelo
	Bomberos	Clínica Federico Flower
	Colegio 13 de Mayo	Empresa Minera O&P
	Escuela 24 de Mayo	
	Escuela Jon Diu	
	Escuela Ciudad de Portovelo	
TOTAL	9	6

RESULTADOS

f) RESULTADOS

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LOS CANTONES PIÑAS, ZARUMA Y PORTOVELO.

Cuadro Nº 5

Ingresos Mensuales

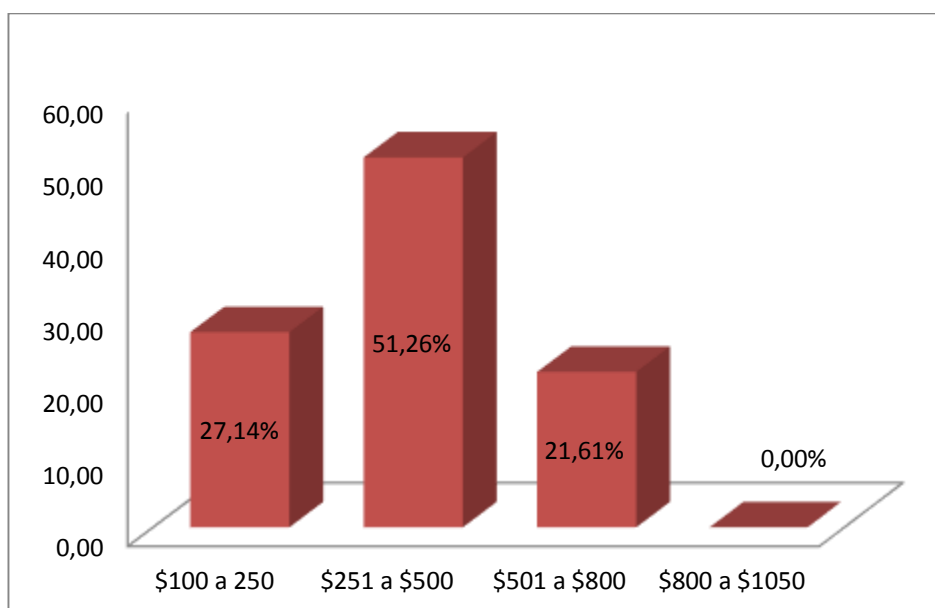
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	XM	XM.F
\$100 a 250	108	27,14	175	18900
\$251 a \$500	204	51,26	375,5	76602
\$501 a \$800	86	21,61	650,5	55943
\$800 a \$1050	0	0,00	925	0
TOTAL	398	100,00		151445

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico Nº 1

Ingresos



Fórmula del promedio:

$$X = \frac{\sum FXM.T}{N} = \frac{151445}{398} = 380,51$$

Análisis e Interpretación

Del total de personas encuestadas, el 51,26% tiene ingresos mensuales entre \$251 y \$500 dólares, el 27,14% tiene ingresos mensuales entre \$100 y \$250 dólares, y el 21,61% restante cuenta con ingresos entre \$501 y \$800 dólares. Obteniendo un sueldo promedio mensual de \$380,51 dólares.

Cuadro N° 6

Utilización del servicio

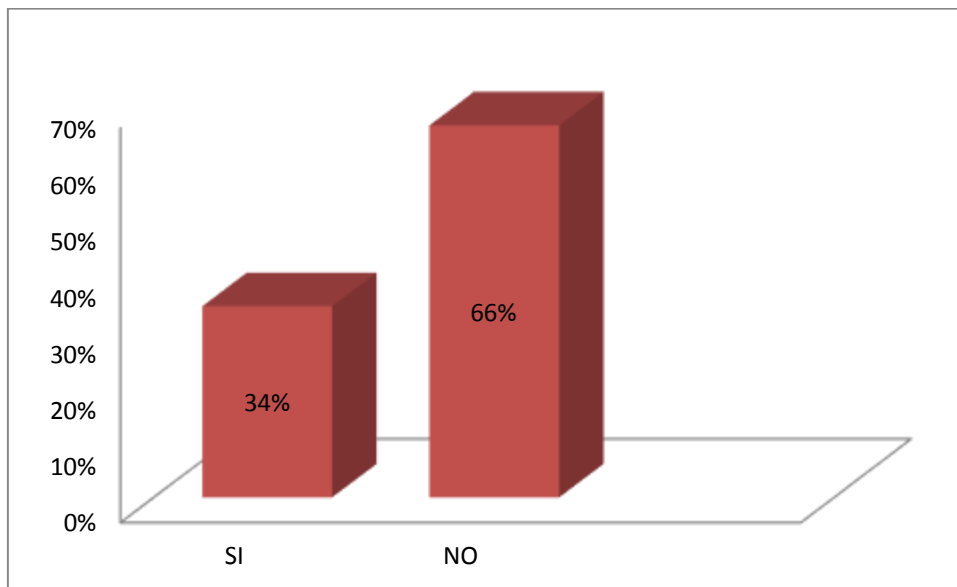
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	134	34%
NO	264	66%
TOTAL	398	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 2

Utilización



Análisis e Interpretación

De las 398 personas encuestas, 134 que representa el 34% manifiestan que si utilizan el servicio de limpieza para el arreglo de sus casa y 264 que representa el 66% comentaron que no utilizan este tipo de servicios.

Cuadro N° 7

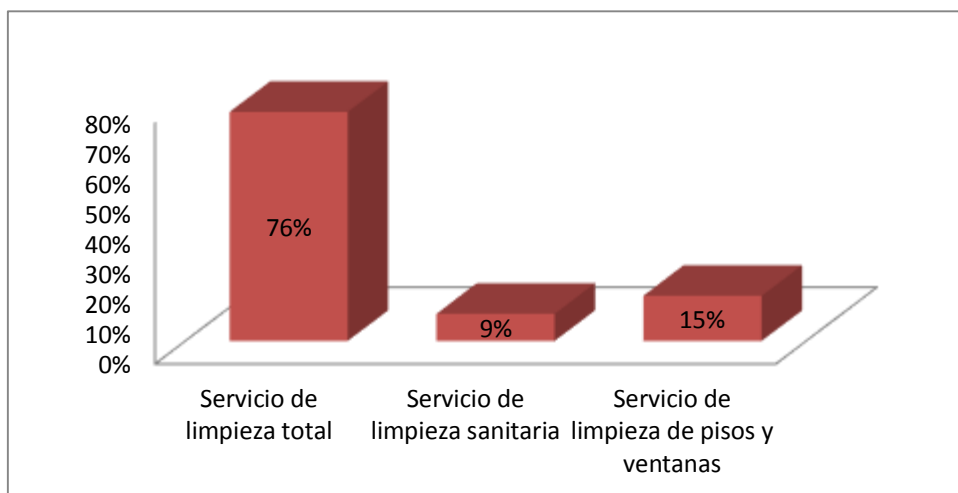
Tipo de servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Servicio de limpieza total	102	76%
Servicio de limpieza sanitaria	12	9%
Servicio de limpieza de pisos y ventanas	20	15%
TOTAL	134	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 3

Tipo



Análisis e Interpretación

En cuanto a la preferencia del servicio de limpieza 102 personas que corresponde al 76% manifiestan que prefieren el servicio de limpieza total, 12 que es el 9% optan por el servicio de limpieza sanitaria, 20 que es el 15% se inclinan por el servicio de limpieza de pisos y ventanas.

Cuadro N° 8

Motivos para utilizar el servicio

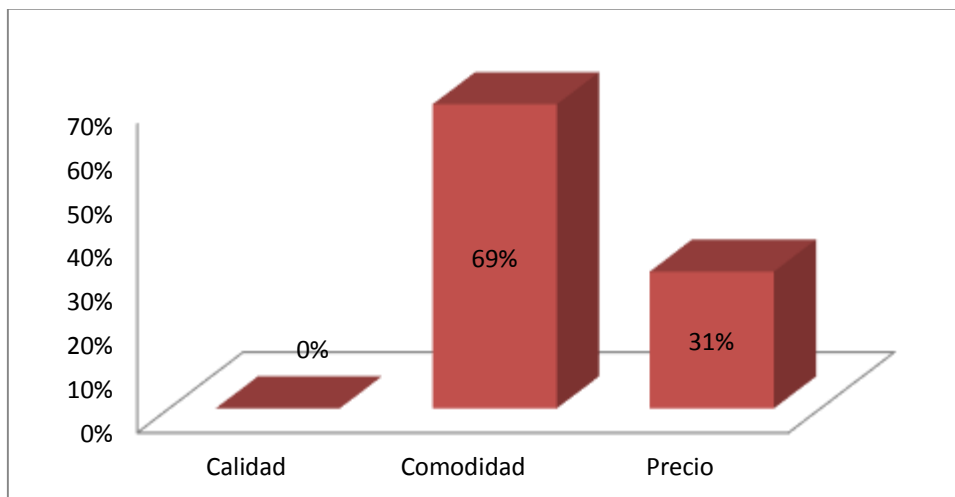
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	0	0%
Comodidad	92	69%
Precio	42	31%
TOTAL	134	100%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 4

Motivos



Análisis e Interpretación

De acuerdo a las encuestas realizadas a las familias, 92 que representa el 69% dicen que prefieren este tipo de servicio por comodidad, 42 que representa el 31% por el precio. Es así que se ha podido determinar que la mayoría de las familias utilizan el servicio de limpieza por comodidad.

Cuadro N° 9

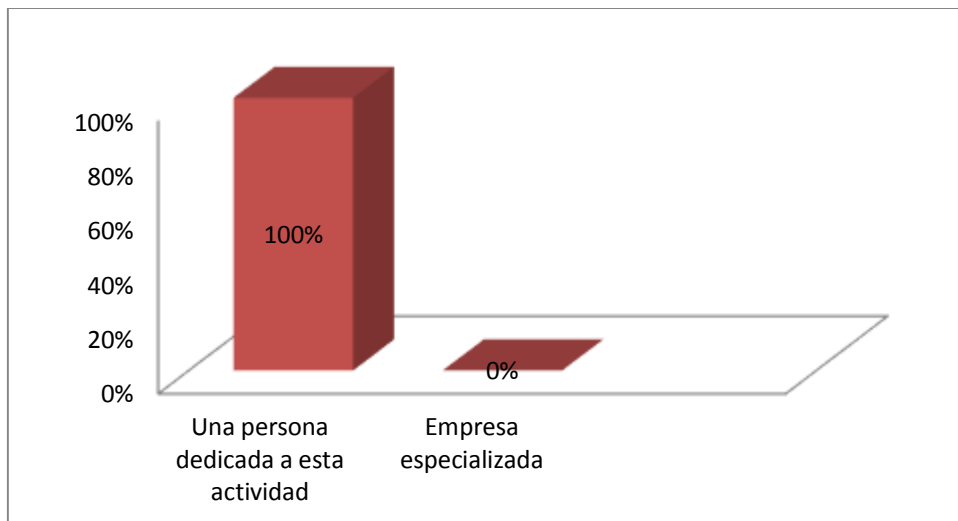
Quién realiza la limpieza

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Una persona dedicada a esta actividad	134	100%
Empresa especializada	0	0%
TOTAL	134	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 5

Quien



Análisis e Interpretación

Del total de personas encuestadas, el 100% manifiestan que para realizar las actividades de limpieza en su hogar contratan los servicios de una persona especializada.

Cuadro N° 10

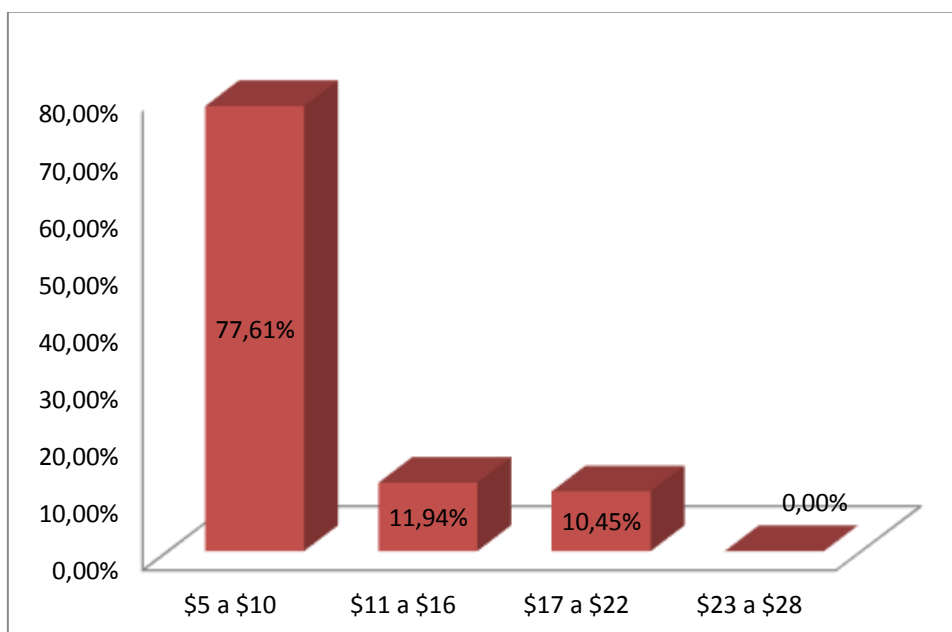
Precio que paga por el servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	XM	XM.F
\$5 a \$10	104	77,61%	7,5	780
\$11 a \$16	16	11,94%	13,5	216
\$17 a \$22	14	10,45%	19,5	273
\$23 a \$28	0	0,00%	25,5	0
TOTAL	134	100,00%		1269

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 6

Precio



Fórmula del promedio:

$$X = \frac{\sum FXM.T}{N} = \frac{1269}{134} = 9,47$$

Análisis e Interpretación

Con respecto a la interrogante sobre el precio, 104 de los encuestados que representa el 77,61% pagan por el servicio de limpieza entre \$5 y 10 dólares, 36 que corresponde al 11,94% pagan por el servicio entre \$11 y \$16 dólares; 14 que representa el 10,45% pagan un precio entre \$17 y \$22 dólares. Dándonos un promedio de \$9,47 dólares por el servicio de limpieza.

Cuadro N° 11

Tiempo que utiliza el servicio

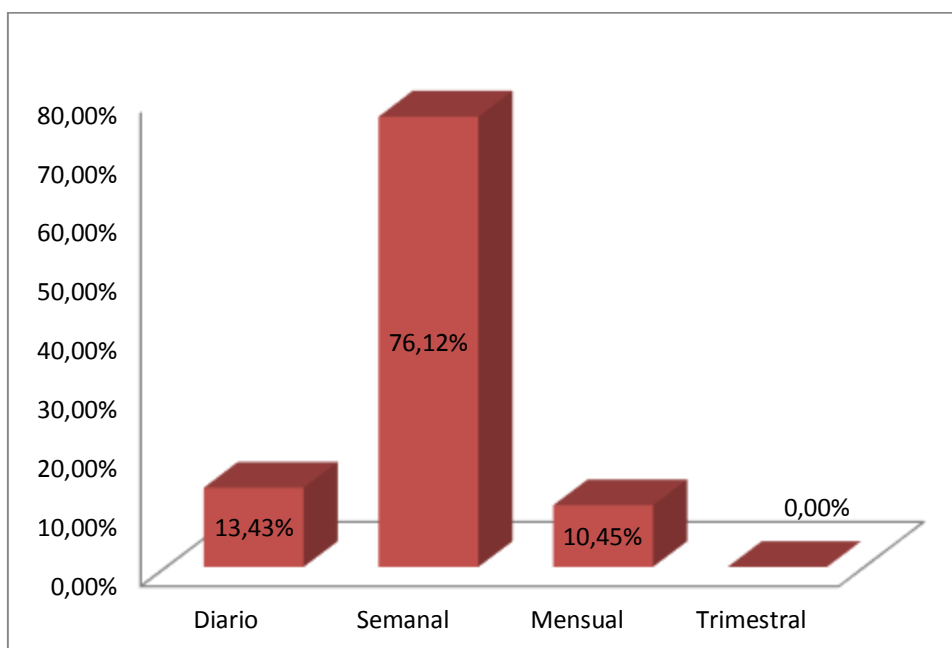
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	X	F.X
Diario	18	13,43%	264	4752
Semanal	102	76,12%	52	5304
Mensual	14	10,45%	12	168
Trimestral	0	0,00%	4	0
TOTAL	134	100,00%		10224

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 7

Tiempo



Fórmula del promedio:

$$X = \frac{\sum FXM.T}{N} = \frac{10224}{134} = 76$$

Análisis e Interpretación

Del total de personas encuestadas el 76,12% utiliza el servicio de limpieza semanalmente, el 13,43% lo hace diariamente, y el 10,45% restante utiliza mensualmente este servicio. Dándonos un promedio de 76 veces que utilizan este tipo de servicio al año.

Cuadro N° 12

Solicitud del servicio

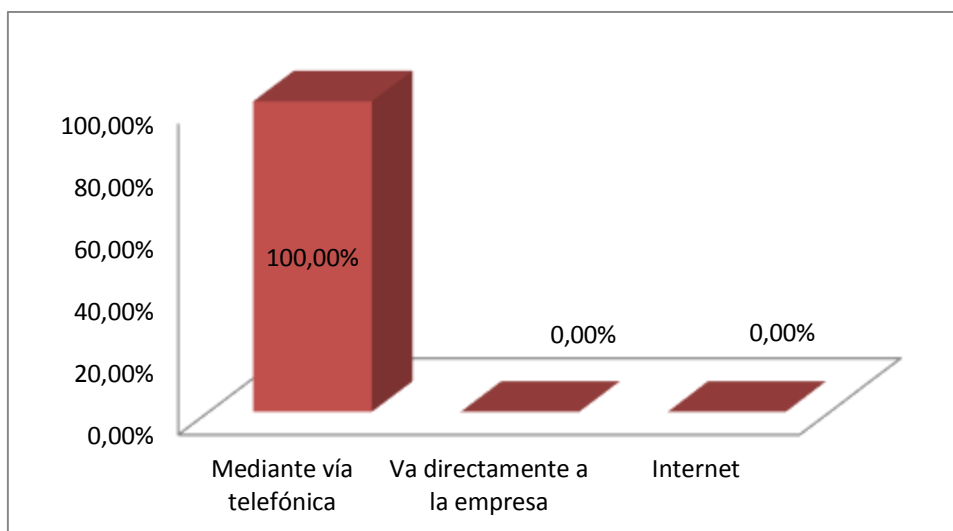
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mediante vía telefónica	134	100,00%
Va directamente a la empresa	0	0,00%
Internet	0	0,00%
TOTAL	134	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 8

Solicitud



Análisis e Interpretación

El 100% de las personas encuestadas manifiestan que para solicitar este tipo de servicio lo hacen telefónicamente, ya que en estos cantones no existe una empresa especializada en este tipo de servicio.

Cuadro N° 13

Si se instalara una empresa especializada, haría uso del servicio

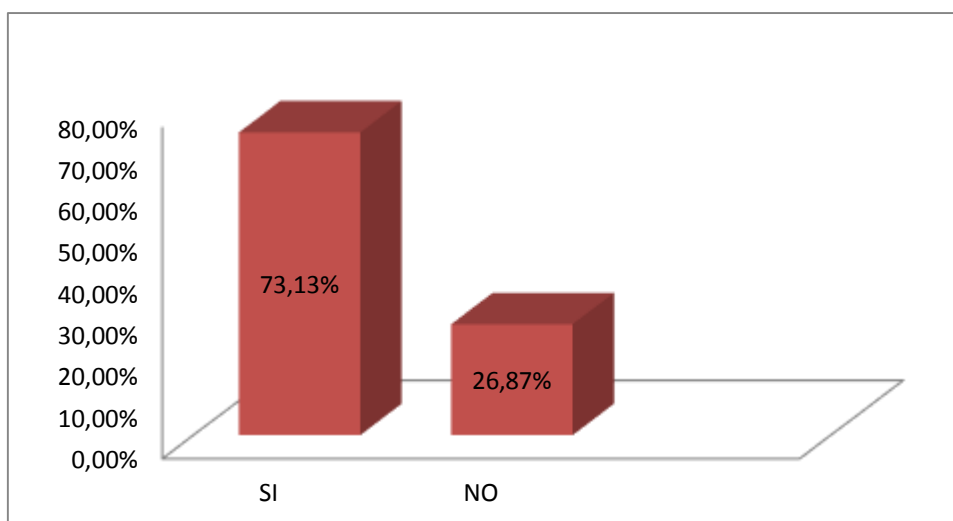
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	98	73,13%
NO	36	26,87%
TOTAL	134	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 9

Haría uso del servicio



Análisis e Interpretación

El 73,13% de las personas encuestadas manifiestan que si se instalará una empresa dedicada a prestar el servicio de limpieza, si harían uso del servicio; mientras que el 26,87% no lo haría.

Cuadro N° 14

Que le gustaría que le ofrezca la nueva empresa

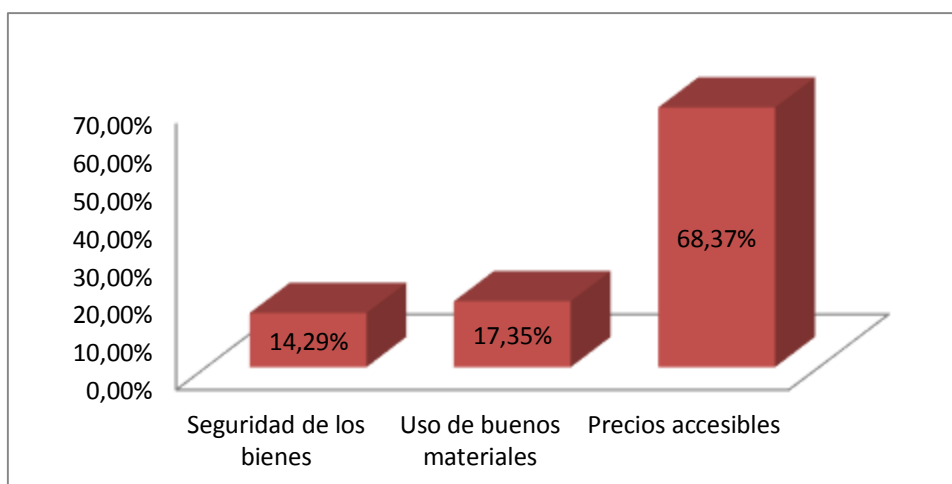
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad de los bienes	14	14,29%
Uso de buenos materiales	17	17,35%
Precios accesibles	67	68,37%
TOTAL	98	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 10

Le gustaría recibir



Análisis e Interpretación

El 68,37% de las personas encuestadas dicen que les gustaría que la empresa tenga precios accesibles con respecto al servicio que ofrece, el 17,35% que para la limpieza utilicen materiales de buena calidad, mientras que el 14,29% restante manifiesta seguridad de los bienes.

Cuadro N° 15

Promociones que le gustaría recibir

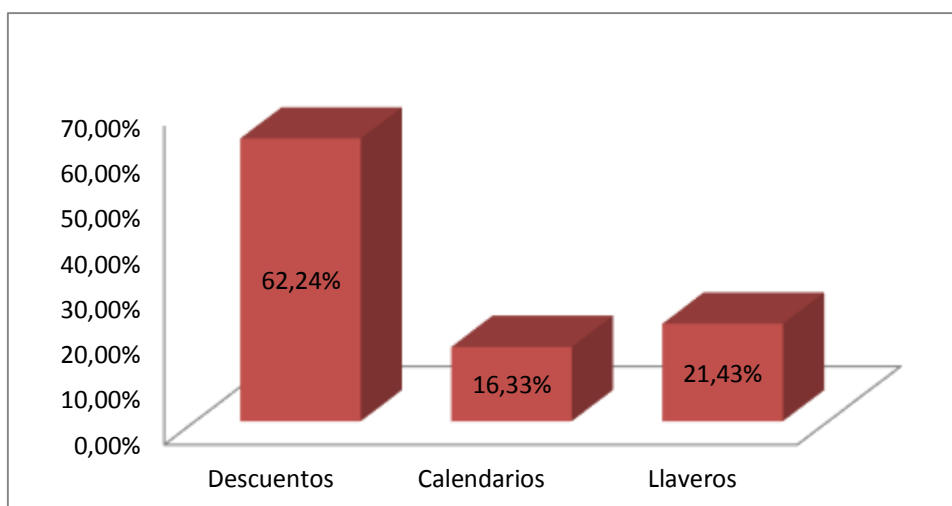
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	61	62,24%
Calendarios	16	16,33%
Llaveros	21	21,43%
TOTAL	98	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 11

Promociones



Análisis e Interpretación

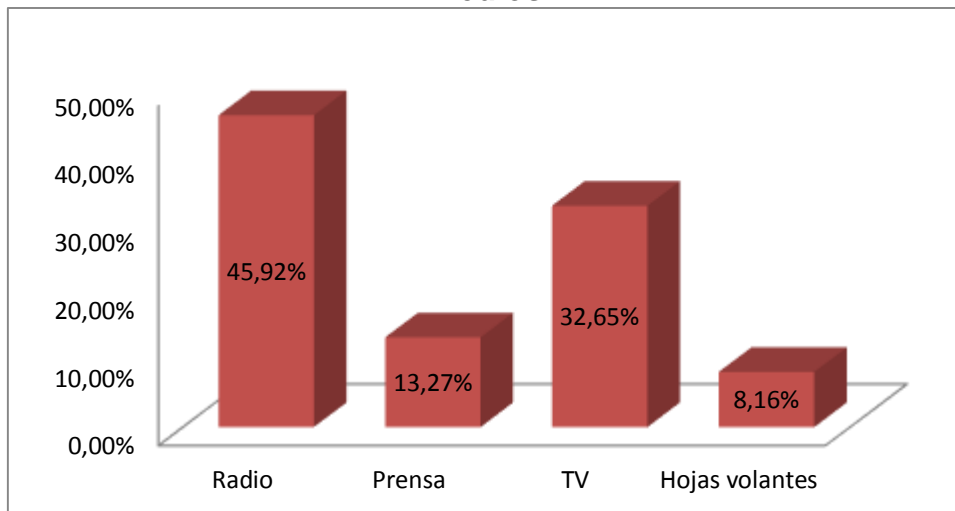
Del total de personas encuestadas en cuanto a las promociones, el 62,24% prefieren descuentos, el 21,43% llaveros, mientras que el 16,33% restante prefiere calendarios.

Cuadro N° 16
Medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	45	45,92%
Prensa	13	13,27%
TV	32	32,65%
Hojas volantes	8	8,16%
TOTAL	98	100,00%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 12
Medios



Análisis e Interpretación: Sobre la base de datos proporcionados por los demandantes se puede determinar que el 45,92% escucha radio, mencionando que las emisoras más escuchadas y de mayor sintonía son Elite Stereo 102.7 y Lluvia FM 97.5; el 32,65% observa la televisión, recalcando que los canales más observados por la ciudadanía son Ecuavisa y CQ15; el 13,27% lee prensa, mencionando que el diario más leído y acogido por el público es Diario Nacional, y el 8,16% restante manifiesta que les gustaría informarse de los servicios que ofrece la empresa por medio de hojas volantes.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS PUBLICAS Y PRIVADAS DE LOS CANTONES PIÑAS, ZARUMA Y PORTOVELO.

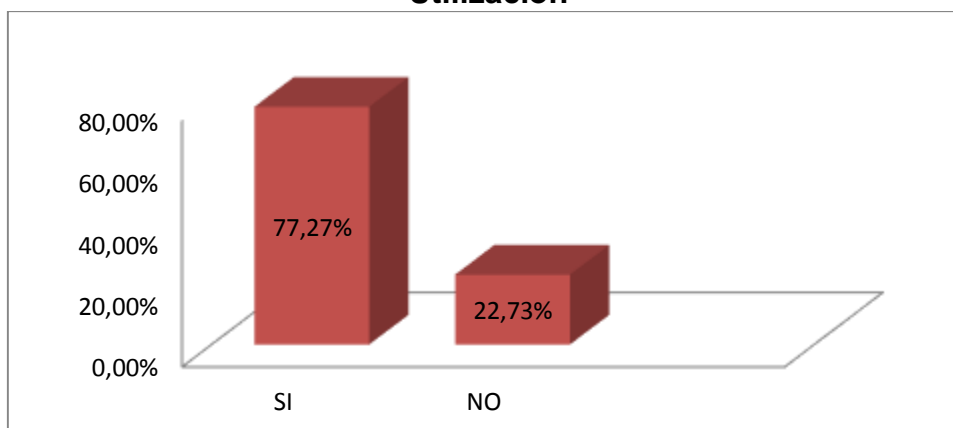
**Cuadro N° 17
Utilización del Servicio**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	51	77,27%
NO	15	22,73%
TOTAL	66	100,00%

Fuente: Encuestas Directas

Elaboración: Las Autoras

**Gráfico N° 13
Utilización**



Análisis e Interpretación

El 77,27% de las personas encuestadas manifiestan que si utilizan el servicio de limpieza, ya que la empresa no cuenta con una persona estable que lo realice y el 22,73% no utiliza este tipo de servicio, porque cuentan con personal estable para esta área.

Cuadro N° 18

Tipo de servicio que utiliza

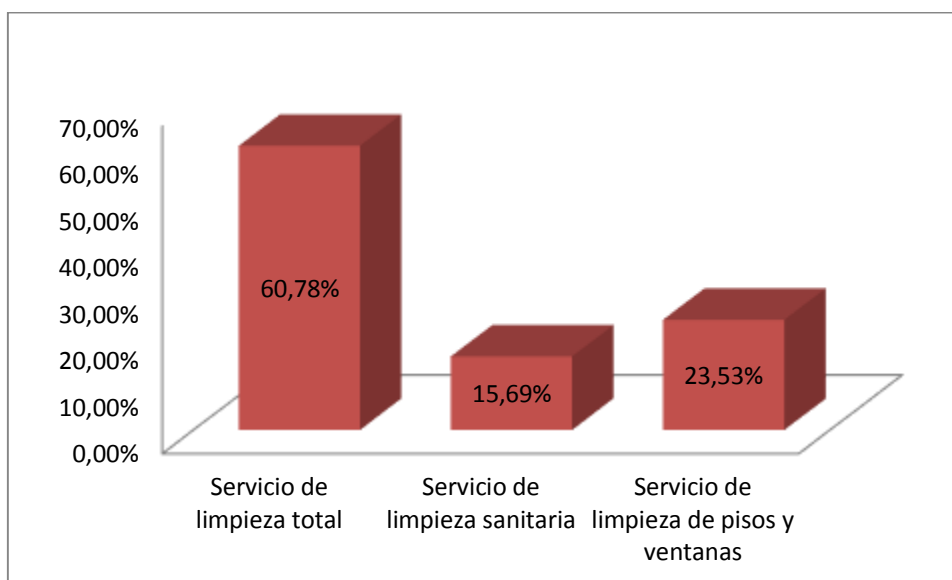
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Servicio de limpieza total	31	60,78%
Servicio de limpieza sanitaria	8	15,69%
Servicio de limpieza de pisos y ventanas	12	23,53%
TOTAL	51	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 14

Tipo de servicio



Análisis e Interpretación

Del total de personas encuestadas el 60,78% utilizan el servicio de limpieza total, el 23,53% limpieza de pisos y ventanas, mientras que el 15,69% restante utiliza el servicio de limpieza de sanitarios.

Cuadro N° 19

Quién realiza la limpieza

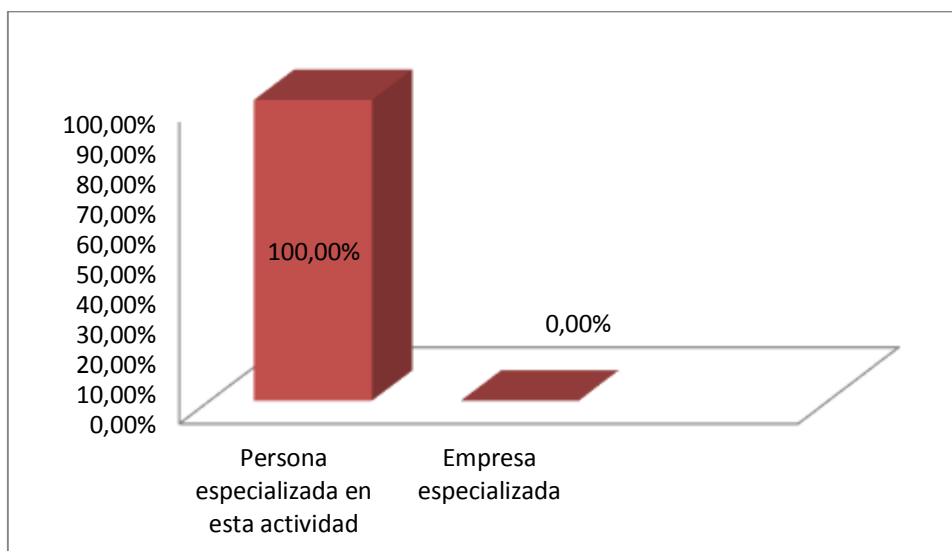
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Persona especializada en esta actividad	51	100,00%
Empresa especializada	0	00,00%
TOTAL	51	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 15

Quién



Análisis e Interpretación

El 100% de las personas encuestadas manifiestan que la limpieza de la empresa la realiza una persona especializada en esta materia. Por lo tanto podemos decir que no existe una empresa especializada en prestar este tipo de servicio.

Cuadro N° 20

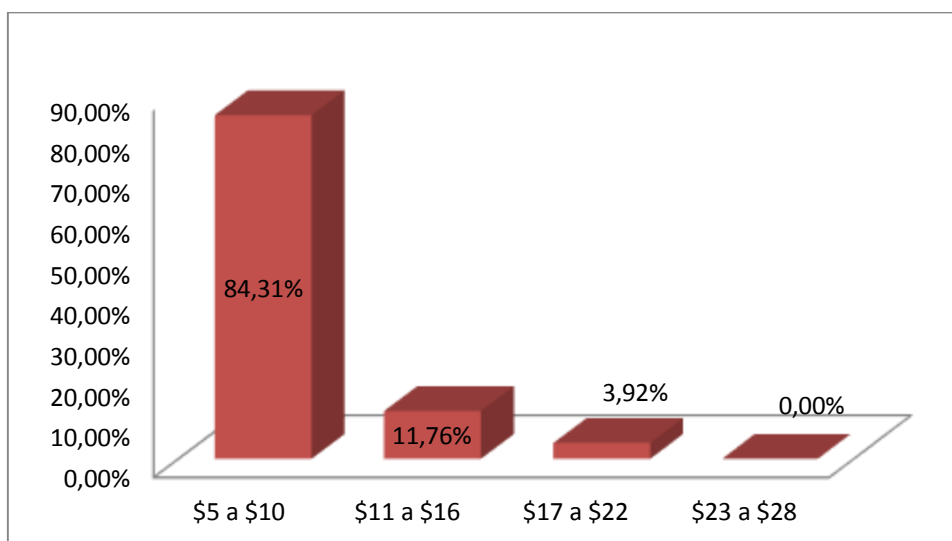
Precio que paga por el servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	XM	XM.F
\$5 a \$10	43	84,31%	7,5	322,5
\$11 a \$16	6	11,76%	13,5	81
\$17 a \$22	2	3,92%	19,5	39
\$23 a \$28	0	0,00%	25,5	0
TOTAL	51	100,00%		442,5

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 16

Precio



Fórmula del promedio:

$$X = \frac{\sum FXM.T}{N} = \frac{442,5}{51} = 8,68$$

Análisis e Interpretación

Con respecto a la interrogante sobre el precio, 43 de los encuestados que representa el 84,31% pagan por el servicio de limpieza entre \$5 y 10 dólares, 6 que corresponde al 11,76% pagan por el servicio entre \$11 y \$16 dólares; 2 que representa el 3,92% pagan un precio entre \$17 y \$22 dólares. Dándonos un promedio de \$8,68 dólares por el servicio de limpieza.

Cuadro N° 21

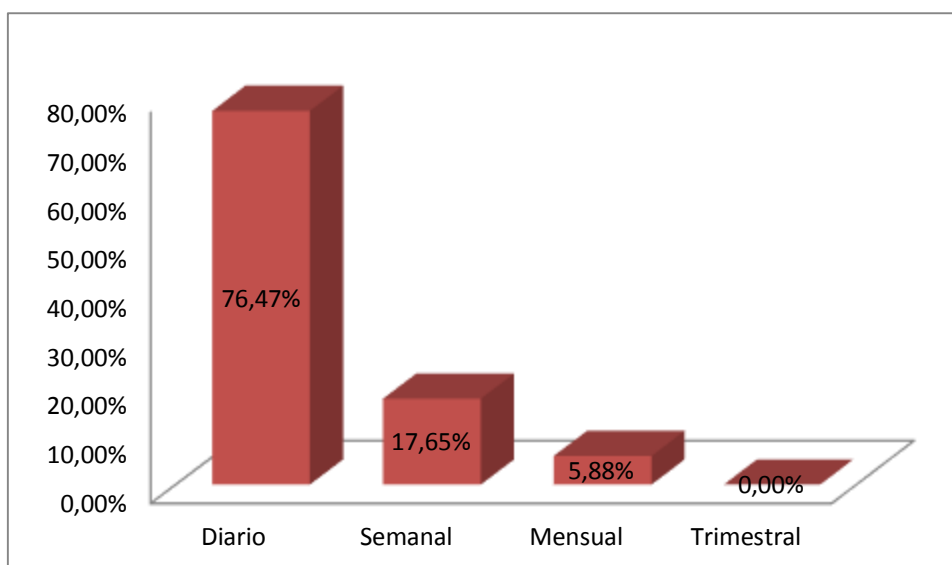
Tiempo que utiliza el servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	X	F.X
Diario	39	76,47%	264	10296
Semanal	9	17,65%	52	468
Mensual	3	5,88%	12	36
Trimestral	0	0,00%	4	0
TOTAL	51	100,00%		10800

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 17

Tiempo



Fórmula del promedio:

$$X = \frac{\sum FXM.T}{N} = \frac{10800}{51} = 212$$

Análisis e Interpretación

Del total de personas encuestadas el 76,47% utiliza el servicio de limpieza diario, el 17,65% lo hace semanalmente, y el 5,88% restante utiliza el servicio mensualmente. Dándonos un promedio mensual de 212 veces que utilizan este tipo de servicio al año.

Cuadro N° 22

Si se instalara una empresa especializada, haría uso del servicio

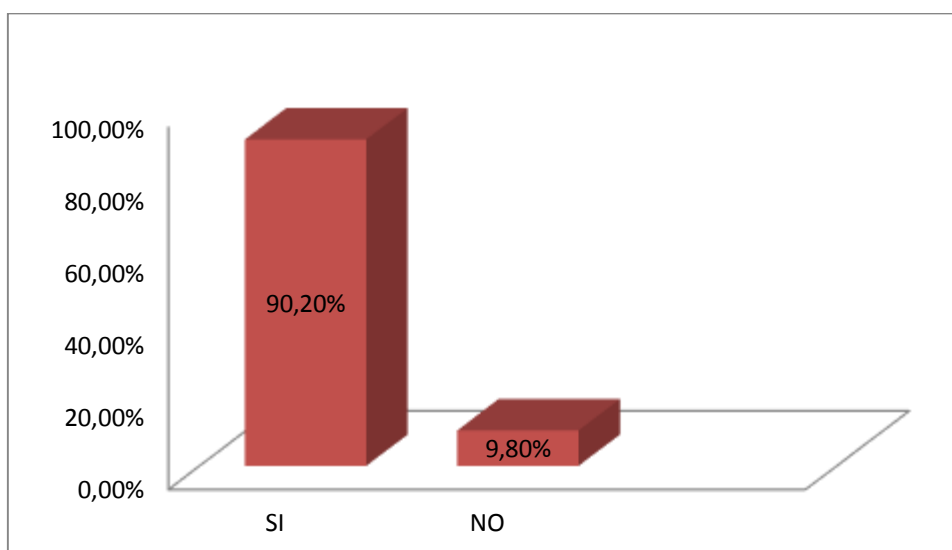
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	46	90,20%
NO	5	9,80%
TOTAL	51	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 18

Haría uso del servicio



Análisis e Interpretación

El 90,20% de las personas encuestadas manifiestan que si se instalará una empresa dedicada a prestar el servicio de limpieza, si harían uso del servicio; mientras que el 9,80% no lo haría.

Cuadro N° 23

Que le gustaría que le ofrezca la nueva empresa

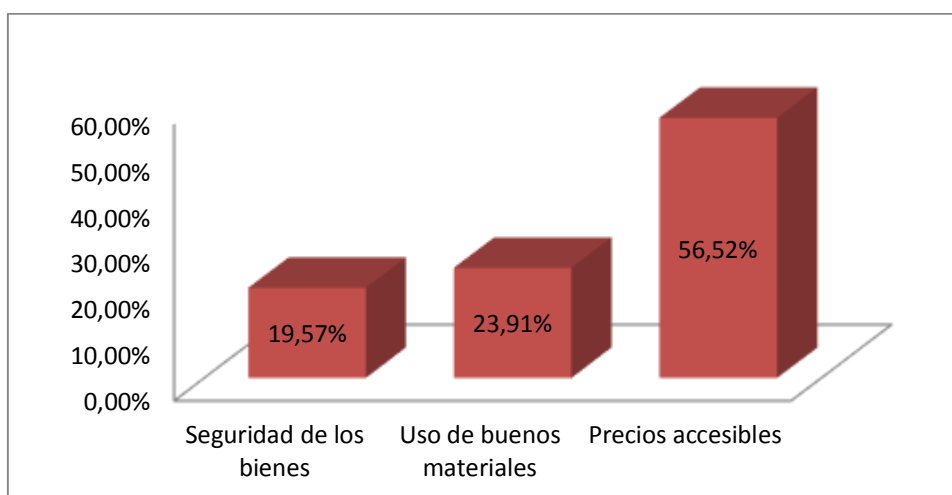
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad de los bienes	9	19,57%
Uso de buenos materiales	11	23,91%
Precios accesibles	26	56,52%
TOTAL	46	100,00%

Fuente: Encuesta Directa

Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 19

Le gustaría recibir



Análisis e Interpretación

El 56,52% de las personas encuestadas dicen que les gustaría que la empresa tenga precios accesibles con respecto al servicio que ofrece, el 23,91% que para la limpieza utilicen materiales de buena calidad, mientras que el 19,57% restante manifiesta seguridad de los bienes.

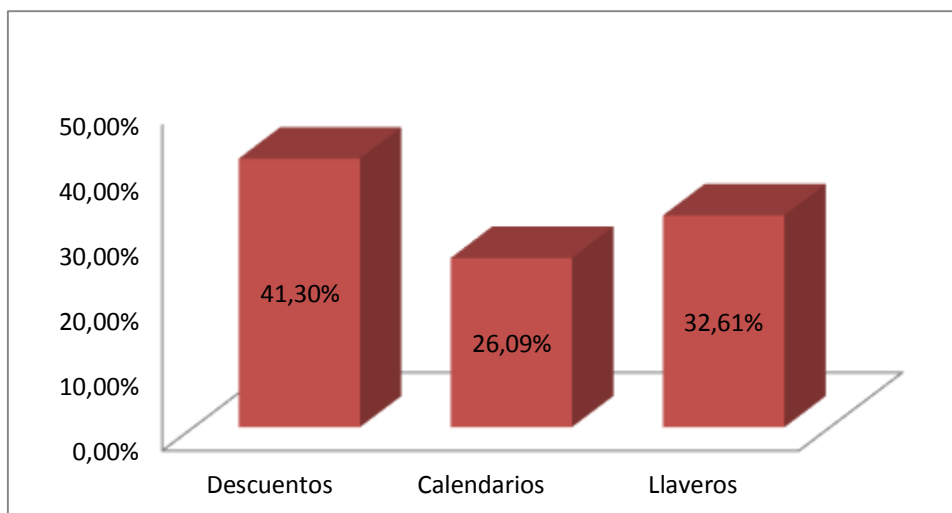
Cuadro N° 24
Promociones que le gustaría recibir

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	19	41,30%
Calendarios	12	26,09%
Llaveros	15	32,61%
TOTAL	46	100,00%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 20

Promociones



Análisis e Interpretación

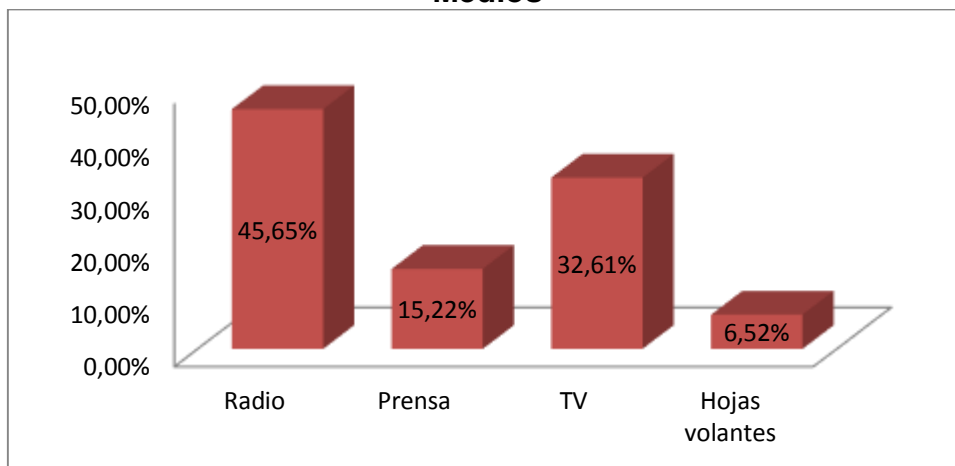
Del total de personas encuestadas en cuanto a las promociones, el 41,30% prefiere descuentos, el 32,61% llaveros, mientras que el 26,09% restante prefiere calendarios.

Cuadro N° 25
Medios de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	21	45,65%
Prensa	7	15,22%
TV	15	32,61%
Hojas volantes	3	6,52%
TOTAL	46	100,00%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: Las Autoras

Gráfico N° 21
Medios



Análisis e Interpretación:

Sobre la base de datos proporcionados por los demandantes se puede determinar que el 45,65% escucha radio, mencionando que las emisoras más escuchadas y de mayor sintonía son Elite Stereo 102.7 y Lluvia FM 97.5; el 32,61% observa la televisión, recalcando que los canales más observados por la ciudadanía son Ecuavisa y CQ15; el 15,22% lee prensa, mencionando que el diario más leído y acogido por el público es Diario Nacional, y el 6,52% restante manifiesta que les gustaría informarse de los servicios que ofrece la empresa por medio de hojas volantes.

DISCUSIÓN

g) DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado es un instrumento que se utiliza para encontrar o recabar información y para conocer el comportamiento de una población determinada hacia cierto tipo de producto o servicio.

El Estudio de mercado, es la determinación y cuantificación de Oferta y Demanda para realizar las transacciones de bienes y/o servicios a precios determinados, sirve para medir el comportamiento de la Oferta y Demanda de un bien o servicio que genera una unidad productiva, frente a potenciales usuarios, ubicados en una determinada área geográfica.

1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un mercado están dispuestos a adquirir a un precio determinado. El principal propósito de nuestro análisis es determinar la posibilidad que tiene el servicio de limpieza en la satisfacción de dicha demanda, determinando ciertos factores como son:

- Determinación de la demanda potencial.
- Determinación de la demanda real.

- Determinación de la demanda insatisfecha.

1.1.1. DEMANDA POTENCIAL

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan en el mercado.

Demanda potencial familias

Para determinar los demandantes potenciales del presente proyecto, se realizaron 398 encuestas a una muestra de familias de los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo, de los cuales 134 que equivale al 34% utilizan el servicio de limpieza.

CUADRO Nº 26

Demanda Potencial Familias

POBLACIÓN FAMILIAS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDANTES POTENCIALES
16.356	34%	5.561

FUENTE: CUADRO Nº 6
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

Demanda potencial empresas

En cuanto a las empresas se determinó que 51 adquieren el servicio, representando el 77,27% del 100%.

CUADRO N° 27

Demanda Potencial Empresas

POBLACIÓN EMPRESA	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDANTES POTENCIALES
66	77,27%	51

FUENTE: CUADRO N° 17
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

1.1.2. DEMANDA EFECTIVA

Es el volumen de bienes o servicios que en la práctica son requeridos en un mercado determinado.

Demanda efectiva familias

Para establecer la demanda efectiva se toma como referencia las respuestas obtenidas de los encuestados en relación a su aceptación para la implementación de una empresa de servicios de limpieza, obteniendo que el 73,13% de la demanda potencial aceptara este nuevo servicio.

CUADRO N° 28

Demanda Efectiva Familias

POBLACIÓN FAMILIAS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDANTES EFECTIVOS
5.561	73,13%	4.067

FUENTE: CUADRO N° 13
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

Demanda efectiva empresas

Las empresas tanto públicas como privadas en un 90,20% aceptan la implementación de una empresa de servicios de limpieza.

CUADRO N° 29

Demanda Efectiva Empresas

POBLACIÓN FAMILIAS	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDANTES EFECTIVOS
51	90,20%	46

FUENTE: CUADRO N° 22
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

1.1.2.1. DEMANDA EFECTIVA (NÚMERO VECES QUE UTILIZAN EL SERVICIO).

Familias

Para determinar la demanda efectiva en número de veces que utilizan el servicio de limpieza (familias), multiplicamos la demanda efectiva por **90 que es promedio de veces que utilizan las familias este tipo de servicio al año**. Según la pregunta número 5 de la encuesta aplicada a las familias.

CUADRO N° 30

Demanda Efectiva Familias

AÑOS	POBLACIÓN FAMILIAS	DEMANDA POTENCIAL 34%	DEMANADA EFECTIVA 73,13%	PROMEDIO DE USO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA N° VECES QUE UTILIZAN EL SERVICIO
2011	16356	5561	4067	76	309092
2012	16520	5617	4107	76	312132
2013	16685	5673	4149	76	315324
2014	16852	5730	4190	76	318440
2015	17020	5787	4232	76	321632
2016	17190	5845	4274	76	324824

FUENTE: CUADROS N° 26 y 28
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

El promedio de 76, es el que se determina en la pregunta número 7 de la encuesta aplicada a las familias de los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo, representa el número de veces (promedio) de familias que utilizan el servicio de limpieza en el año.

Empresas

Para determinar la demanda efectiva en número de veces que utilizan el servicio de limpieza (empresas), multiplicamos la demanda efectiva por **212 que es promedio de veces que utilizan las empresas este tipo de servicio al año**. Según la pregunta número 5 de la encuesta aplicada a los gerentes.

CUADRO Nº 31

DEMANDA EFECTIVA EMPRESAS

AÑOS	EMPRESAS PÚBLICAS Y PRIVADAS	DEMANDA POTENCIAL 77,27%	DEMANADA EFECTIVA 90,20%	PROMEDIO DE USO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA Nº VECES QUE UTILIZAN EL SERVICIO
2011	66	51	46	212	9752
2012	67	52	46	212	9752
2013	67	52	47	212	9964
2014	68	53	47	212	9964
2015	69	53	48	212	10176
2016	69	54	48	212	10176

FUENTE: CUADROS Nº 27 y 29

ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

El promedio de 212, es el que se determina en la pregunta número 5 de la encuesta aplicada a los gerentes de las empresas públicas y privadas, representa el número de veces (promedio) de empresas que utilizan el servicio de limpieza en el año.

1.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA

La Oferta se define como la cantidad de bienes, productos o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado en determinadas cantidades, precio, tiempo, y lugar. De acuerdo con la observación directa que se realizó en los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo se pudo establecer que al momento no existe ninguna empresa especializada que ofrezca el servicio de limpieza.

Sin embargo, con el fin de proporcionar otros elementos de análisis para tener un mejor conocimiento, se ha efectuado una indagación de los servicios sustitutos que tendría la nueva empresa como son los trabajadoras informales, ya que ellos se convertirían en nuestra principal competencia.

Para determinar la oferta se realizó una encuesta a 153 trabajadoras informales que se dedican a esta actividad eventualmente.

2. ¿Cuántas casas o instituciones limpia usted al mes?

CUADRO N° 32

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	XM	XM.F
5 a 10	104	67,97%	7,5	780
11 a 16	35	22,88%	13,5	472,5
17 a 22	14	9,15%	19,5	273
23 a 28	0	0,00%	25,5	0
TOTAL	153	100,00%		1525,5

Fuente: Entrevista Directa
Elaboración: Las Autoras

Formula del promedio:

$$X = \frac{\sum FXM.T}{N} = \frac{1525,5}{153} = 9,97 = 10$$

En promedio una trabajadora limpia 10 casas o instituciones al mes, multiplicadas por 12 meses tenemos 120 casas al año.

5. ¿Cuántas veces al mes usted vuelve a limpiar la misma casa o institución?

CUADRO N° 33

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	XM	XM.F
1 a 5	111	72,55	3	333
6 a 10	37	24,18	8	296
11 a 15	5	3,27	13	65
16 a 20	0	0,00	18	0
TOTAL	153	100,00		694

Fuente: Entrevista Directa
Elaboración: Las Autoras

Formula del promedio:

$$X = \frac{\sum FXM.T}{N} = \frac{694}{153} = 4,54 = 5$$

En promedio una trabajadora limpia la misma casa o institución en un mes 5 veces, multiplicadas por 12 meses tenemos 60 veces al año.

Para conocer la oferta de la empresa en visitas para el año 2011 multiplicamos el promedio de casas o instituciones por el número de

veces que se la visita en este caso: 120 x 60 y obtenemos 7.200 visitas al año.

1.2.1. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

A continuación se realiza la proyección de la oferta para los 5 años de vida útil del proyecto, tomando como base el año 2011 y la tasa de crecimiento poblacional de 1%.

CUADRO N° 34

Oferta para los 5 años de vida útil del proyecto

Años	Población
2011	7.200
2012	7.272
2013	7.345
2014	7.418
2015	7.492
2016	7.567

FUENTE: CUADROS N° 32 y 33
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

1.3. BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha del servicio de limpieza en el mercado de los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo, dato fundamental para el cálculo

de la capacidad instalada y capacidad utilizada de la empresa de servicios. En el siguiente cuadro se realizan las operaciones para determinar la demanda insatisfecha:

CUADRO N° 35

Demanda Insatisfecha Familias

AÑO	DEMANDA EFEC (Nº veces que utiliza el servicio)	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
2011	309092	7.200	301.892
2012	312132	7.272	304.860
2013	315324	7.345	307.979
2014	318440	7.418	311.022
2015	321632	7.492	314.140
2016	324824	7.567	317.257

FUENTE: CUADRO N° 30

ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

CUADRO N° 36

Demanda Insatisfecha Empresas

AÑO	DEMANDA EFEC (Nº veces que utiliza el servicio)	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
2011	9752	7.200	2.552
2012	9752	7.272	2.480
2013	9964	7.345	2.619
2014	9964	7.418	2.546
2015	10176	7.492	2.684
2016	10176	7.567	2.609

FUENTE: CUADRO N° 31

ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

1.4. ESTRATEGIAS DE MERCADO

Es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el producto o servicio al consumidor final, en condiciones optimas de lugar y tiempo para lo cual establecemos un plan de comercialización.

Plan de Comercialización: La comercialización es un intercambio de bienes y servicios con el fin de satisfacer necesidades fundamentales del consumidor, en el presente proyecto la comercialización será una estrategia que permita determinar hacia qué mercado va dirigido el servicio ofrecido y al mismo tiempo analizar los procedimientos que permitan hacer llegar el producto al consumidor o usuario final.

Elemento de Comercialización: Para la comercialización del servicio de limpieza se toma en cuenta la mezcla conformada por las 4P que son: producto, precio, plaza y publicidad.

1.4.1. Producto o Servicio:

El servicio que la empresa de Limpieza "CLEAN EXTREM" pretende ofrecer en el mercado de los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo es el servicio de limpieza en los hogares y empresas que consiste en la

limpieza de pisos, ventanas, baños, aspirado de muebles entre otros servicio que satisface todas las necesidades en cuanto a la limpieza.

1.4.2. Precio:

El análisis del precio es un elemento muy importante de la estrategia de mercado ya que de este depende la rentabilidad del proyecto y definirá el nivel de los ingresos. La fijación de precios por parte de la empresa, cuando se dan circunstancias como: introducción o ampliación de productos en el mercado, la competencia cambia su política de precios o se producen modificaciones en el comportamiento de los consumidores. El precio para las familias estará en un promedio de \$9 dólares, mientras que para las empresas en \$8,68 dólares.

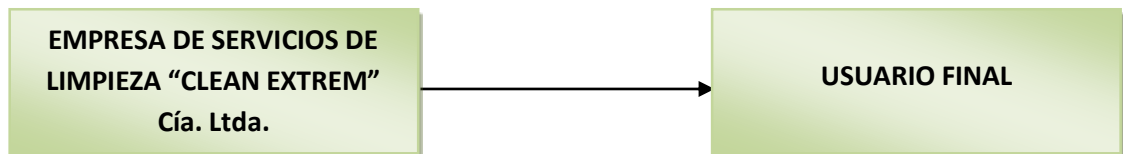
1.4.3. Plaza o Distribución:

Es el conjunto de operaciones y actividades que se utilizan para desplazar los bienes o servicios desde el productor hasta el consumidor final por medio de diferentes canales de distribución.

Canal de Distribución:

En este punto se muestran las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante hasta el consumidor final. En el

desarrollo del presente proyecto y en base a las encuestas realizadas hemos podido determinar un canal de distribución por el cual se comercializará el servicio como es:



1.4.4. Publicidad:

Es uno de los recursos más utilizados para comercializar sus productos o servicios, es además una comunicación masiva, sus mensajes llegan de forma rápida permitiendo obtener información que envía el propio público sobre sus gustos y necesidades; se realiza mediante los medios de comunicación:

Objetivos de la Publicidad

- Estimular las ventas del servicio establecido.
- Atraer nuevos nichos de mercados.
- Ayudar a la etapa de lanzamiento del producto
- Ayudar al canal de distribución atrayendo más comunicadores.

Para que las familias lleguen a conocer nuestro servicio, la publicidad tendrá un mensaje que indique los beneficios del mismo como indicadores de calidad, precio, pagando cuñas y espacios publicitarios, utilizando los siguientes medios de comunicación:

Radio: Ya que es un medio aceptable, es decir se puede cambiar el mensaje con rapidez, es bastante económico en comparación con otros medios, por lo que se utilizarán las emisoras de mayor sintonía para pasar cuñas radiales, las mismas que serán elaboradas por profesionales en la materia invitando a la ciudadanía a utilizar el servicio de limpieza de nuestra empresa. Las radios en mención son: Elite Estéreo 102.7 y Lluvia FM 97.5, en las cuales se promocionara la empresa 4 veces al mes por un año en las 2 radios, es decir, total de cuñas publicitarias publicadas en el año 96.

**PUBLICIDAD
CUÑA PUBLICITARIA**

RADIO	CANT. DE CUÑAS	VALOR DE CADA CUÑA	VALOR TOTAL ANUAL
ELITE STEREO102.7	48	1.50	72.00
LLUVIA FM 97.5	48	1.50	72.00
TOTAL	96		144.00

FUENTE: radio Elite Stereo Lluvia FM

ELABORACIÓN: Las Autoras.

ATENCIÓN

LLEGO A LA PARTE ALTA DE LA PROVINCIA DE EL ORO LA PRIMERA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA TOTAL PARA SU HOGAR O EMPRESA BRINDANDO UN SERVICIO ESPECIALIZADO DE LIMPIEZA CON LOS MEJORES EQUIPOS Y PERSONAL CAPACITADO

VISITENOS EN NUESTRO LOCAL UBICADO EN LAS CALLES: Juan León Mera entre Loja y Sucre.

O LLAMENOS A LOS TELEFONOS: PORTA 097358034 O MOVISTAR 084918979

“CLEAN EXTREM”

Prensa Escrita: Se utilizarán los periódicos de mayor circulación para hacer conocer nuestro servicio y sus características, en este caso Diario Nacional. Se realizarán 12 vallas publicitarias al año, es decir, una mensual.

Vallas Publicitarias

PRENSA	CANT VALLAS	VALOR DE CADA VALLA	VALOR TOTAL ANUAL
DIARIO EL NACIONAL	12	35.84	430.08
TOTAL	96		430.08

FUENTE: DIARIO EL NACIONAL
ELABORACIÓN: Las Autoras

¿ESTÁS BUSCANDO LO MEJOR EN LIMPIEZA?

“CLEAN EXTREM” te ofrece limpieza de su hogar o empresa con el equipo adecuado y los productos necesarios para ganar tiempo y eficiencia.

Dirección: Calle. Juan León Mera entre Loja y Sucre

Contactos: porta 097358034 - movistar 084918979

Televisión: En cuanto a la tv se lanzaran spot publicitarios 6 veces al año, es decir una cada 2 meses por los canales más observados como es: Ecuavisa y CQ15 canal de la Provincia del Oro

SPOT PUBLICITARIO

PUBLICIDAD MENSUAL

TELEVISIÓN	CANTIDAD DE STOK	VALOR DE CADA STOK	VALOR TOTAL\$
ECUAVISA	1 (3)	150.00	450.00
CQ15	1 (3)	150.00	450.00
TOTAL			900,00

FUENTE: ECUAVISA Y CQ15.

ELABORACIÓN: Autores.

CLEAN EXTREM

¡¡LO MEJOR EN LIMPIEZA!!

NUESTRA EMPRESA BRINDA servicio de limpieza garantizada y eficaz.

Consúltenos, lo visitaremos para su inspección sin costo

Dir. Calle. Juan León Mera entre Loja y Sucre

Telf. Porta 097358034 Movistar 084918979

2. ESTUDIO TÉCNICO

“Uno de los aspectos que mayor atención requiere al momento de elaborar un proyecto de inversión, es el estudio técnico que supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden legal y financiero.”¹³

Todo el andamiaje financiero del proyecto que corresponde a la estimación de las inversiones, los costos e ingresos además de la identificación de las fuentes está condicionado en gran parte en el resultado de los estudios técnicos. Por un lado, la selección del tamaño óptimo es básica para la determinación de las inversiones y los costos de operación, teniendo en cuenta las estimaciones futuras del mercado. Por otro lado, la ubicación final del proyecto es un factor que tiene notables repercusiones principalmente sobre los costos de operación, y es preciso elegir entre varias alternativas teniendo en cuenta los costos de transporte de insumos y productos, la disponibilidad de materiales, del talento humano, vías y medios de comunicación adecuados, normas legales favorables, etc.

¹³ MIRANDA M., Juan José, Gestión de Proyectos, Quinta Edición, Editorial MM Editores, Bogotá D. C., Colombia, Año 2008. Pág. 119.

El estudio técnico además, se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos disponibles. De aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesarios durante la vida útil del proyecto.

2.1. TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño del proyecto mide la relación de capacidad productiva o del servicio durante un periodo considerado. Las variables determinantes del tamaño son: dimensión del mercado, tecnología del proceso productivo, disponibilidad de materia prima, etc.

Al definir el tamaño del proyecto como una función de la capacidad, se hace necesario diferenciar la capacidad instalada y utilizada.

2.1.1. CAPACIDAD INSTALADA

Es el volumen máximo de producción que se puede lograr sometiendo los equipos a su pleno uso, independientemente de los costos de producción que genere. La capacidad instalada de la empresa para la prestación de servicio está en función de la demanda insatisfecha a cubrir durante un periodo de vida útil de la empresa y está determinada por el rendimiento

máximo que puede alcanzar el componente tecnológico y humano en un periodo de tiempo determinado.

La capacidad instalada de la empresa tiene relación con la demanda insatisfecha, la misma que es de 304.444 visitas (familias + empresas) para el año base del proyecto, del cual se cubrirá el 3,784%, es decir, 11520 servicios anuales, 960 servicios mensuales, para lo cual se requiere un área física de 95 m², para el área administrativa y de servicios. En el siguiente cuadro se detalla la capacidad instalada para la empresa:

CUADRO N° 37
CAPACIDAD INSTALADA

AÑO	PERIODO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA
2011	0	304.444	11.520
2012	1	307.340	11.520
2013	2	310.598	11.520
2014	3	313.568	11.520
2015	4	316.824	11.520
2016	5	304.444	11.520

FUENTE: CUADRO N° 35
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

2.1.2. CAPACIDAD UTILIZADA

La capacidad utilizada para el presente proyecto de inversión, se programa de acuerdo a la capacidad instalada, y considerando que en toda empresa siempre existe un periodo de adaptación (para alcanzar un óptimo nivel para la coordinación entre el personal y para el manejo de los equipos y maquinaria), que impide la utilización eficiente de los recursos que posee la empresa, se ha establecido para el primer año de vida útil de la empresa un 80%, para el segundo un 90% y para el tercer, cuarto y quinto año el 100% tal como se detalla a continuación:

CUADRO N° 38
CAPACIDAD UTILIZADA

Servicios a ofrecer	Capacidad Instalada	CAPACIDAD UTILIZADA				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIOS DE LIMPIEZA	11.520	80%	90%	100%	100%	100%
		9.216	10.368	11.520	11.520	11.520
Producción Anual		9.216	10.368	11.520	11.520	11.520
Producción Mensual		768	864	960	960	960

FUENTE: CUADRO N° 37
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

2.1.3. CAPACIDAD FINANCIERA O FINANCIAMIENTO

Luego de haber analizado las condiciones económicas financieras con las que disponemos, es decir luego de haber determinado la capacidad para financiar nuestro proyecto, creemos conveniente trabajar con capital propio de \$ 37.499,50

2.1.4. CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Si bien es cierto el éxito de toda empresa depende básicamente de la capacidad que tenga para administrar todos los recursos de la misma, es por ello que la capacidad administrativa juega un papel muy importante en la empresa puesto que es el principal factor determinante para el surgimiento y crecimiento de la misma. Es por ello que para nuestro proyecto debemos contar con personas eficientes y eficaces que se desempeñen y tengan conocimientos básicos y técnicos del proceso de generación del servicio así como también conocimientos teóricos y prácticos sobre administración, contando con todos estos requerimientos nosotros vamos a trabajar con 4 obreros, 1 inspector y 4 administrativos (gerente, secretaria – contadora, jefe de mercadotecnia, jefe de finanzas).

Obreros: Seleccionan los equipos y materiales necesarios para su respectivo traslado al lugar demandante, se encargan de la limpieza,

manejo, control, almacenamiento de los equipos y materiales que retornan a la empresa.

Administrativo 1.- Gerente. Inspecciona los lugares demandantes de la limpieza.

Administrativo 2.- Secretaria Contadora.

2.2. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Este estudio nos ayuda a definir el lugar más idóneo para ubicar la empresa. La localización óptima es aquella que ayudará a obtener la máxima generación de servicio, logrando así maximizar los beneficios y reducir en lo posible los costos.

2.2.1. Macro-localización

Nuestra empresa estará ubicada en la Ciudad de Piñas-Ecuador, en la parte sur de la Provincia de El Oro. Asentada sobre un sorprendente valle que se extiende desde el sitio La Garganta y continúa por un riachuelo torrentoso, se mantiene siempre bella y lozana. Limita al norte con los cantones Santa Rosa y Atahualpa, al sur con los cantones Balsas y Marcabellí y la Provincia de Loja y al Oeste con el cantón Arenillas. Su altitud varía entre 350 a 1300 metros sobre el nivel del mar en la cual la población de Piñas está a 1014 metros sobre el nivel del mar. Tiene

relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional.

La empresa está ubicada:

- País: Ecuador
- Región: Sur del País
- Provincia: El Oro
- Cantón: Piñas

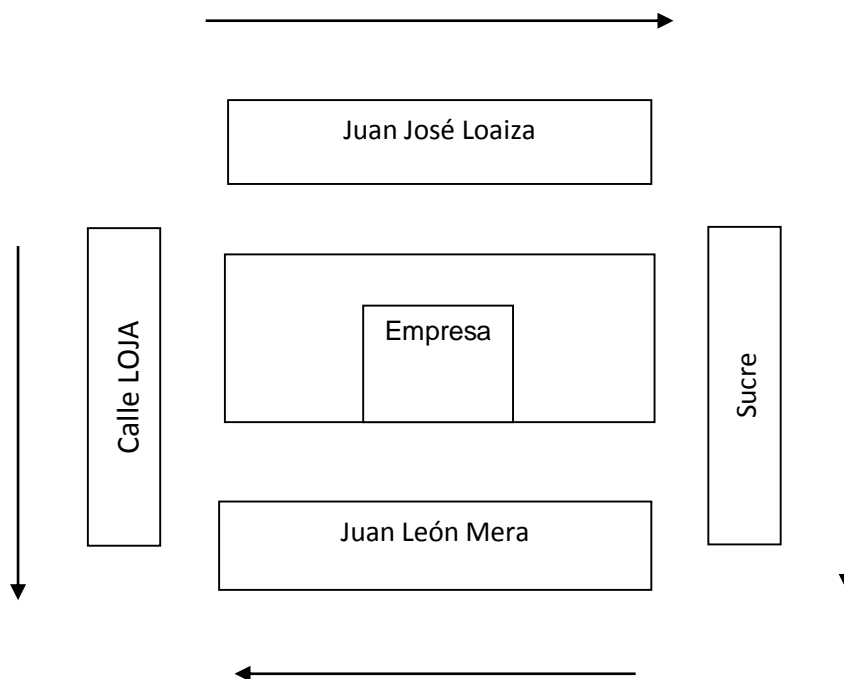
Gráfico N° 25
MAPA DE LA PROVINCIA DE EL ORO



2.2.2. Micro-localización

La micro localización se refiere a la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, por tanto la empresa de servicios de limpieza se instalará en la Ciudad de Piñas ubicada en las calles Juan León Mera entre calle Loja y Sucre área céntrica de la ciudad, esto en virtud de que se cuenta con todos los servicios básicos indispensables para el funcionamiento de la empresa y por ser un lugar de preferencia comercial.

Gráfico N° 26



2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

2.3.1. Descripción del Servicio

La descripción del bien o servicio debe mostrar las especificaciones físicas del producto. Para ello será necesario identificar la materia prima (insumos) que se utilizarán y los procesos tecnológicos necesarios para su fabricación. La empresa ofrecerá servicio de limpieza en los hogares y empresas que consiste en la limpieza de pisos, ventanas, baños, aspirado de muebles entre otros servicios que satisface todas las necesidades, todo esto dirigido a las diferentes familias e instituciones públicas y privadas de los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo.

2.3.2. Descripción de Insumos y Herramientas

Recogedor y Escoba: Utensilio compuesto por un haz de ramas flexibles o de filamentos de otro material sujetos normalmente al extremo de un palo o de un mango largo, que sirve para limpiar el suelo.

Infaltables para recoger el polvo a la usanza tradicional, aún teniendo aspirador siempre son necesarios. Colgar o poner boca arriba el recogedor para que no se deformen, lavar la escoba con agua jabonosa una vez al mes.

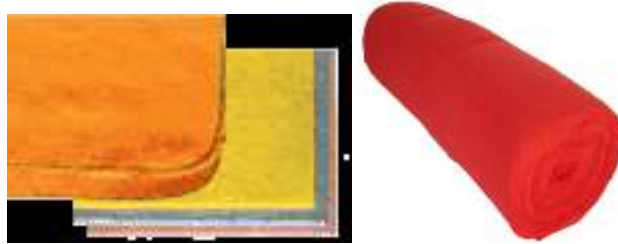


Trapeador.-Utensilio para limpiar el suelo.



Franela.-Tejido fino de lana o algodón, que se utiliza para la limpieza de objetos delicados. Aprovechar las toallas, sabanas o camisetas viejas para secar. Siempre hay preferencias para utilizar unos por otros, para los cristales los que no desprenden pelusa, las toallas para la vajilla por que

absorben mejor el agua y los demás para atrapar el polvo. No mezclar las bayetas y estropajos del baño con las de la cocina.



Limpia vidrios.- Limpia totalmente los vidrios.



Desinfectante.- sirve para desinfectar.



Detergente.-Sustancia o producto que limpia químicamente.



Aspiradora.-El electrodoméstico más práctico a la hora de limpiar la casa, no solo quita el polvo, restos de comidas de los tapizados, mesada, etc. sino que limpia moquetas y alfombras.



Barredora Industrial.- se ha construido para el barrido rápido y fácil. Hace el trabajo de cinco hombres con escobas tradicionales y aspira totalmente el polvo. Su gran área de limpieza efectiva ahorra tiempo y dinero, beneficiando su negocio y su bienestar



Fregonas y Cubos.-Lo ideal es tener un cubo con agua jabonosa y otro con agua limpia para enjuagar el mocho. Evitara que el agua jabonosa se ensucie a medida que va fregando.



Cepillos.- Necesitará un cepillo para ropa, uno pequeño para las juntas de los alicatados de baños y cocinas y otro para quitar manchas rebeldes de los suelos.



Escalera.- Armazón de dos largueros y varios travesaños, semejante a una escalera de mano corta, para subir a los pisos.



2.3.3. Descripción del proceso

Con este elemento se pretende describir la secuencia de operaciones que llevan al bien a transformarse en un producto terminado. En él se pueden incluir tiempos y requerimientos y para su mejor presentación y entendimiento se sugieren los diagramas de flujo los cuales sirven para mostrar los espacios y la transformación de los materiales hasta llegar a su última presentación.






Proceso de generación del servicio

- 1. Recepción de llamada.-** En este paso la secretaria se encarga de receptor las llamadas de los clientes para la adquisición del servicio.

2. **Inspección del Lugar.-** Se procede a enviar uno de los obreros a inspeccionar el lugar para conocer el espacio y así poder enviar los materiales y obreros necesarios para efectuar la limpieza.
3. **Contrato de Prestación del Servicio.-** Consiste en dar a conocer las cláusulas con las cuáles la empresa maneja para la prestación del servicio.
4. **Salida de Obreros, Equipos y Materiales al Lugar de Destino.-** Se basa en el envío de obreros, equipos y materiales en un vehículo de la empresa con destino al lugar demandante.
5. **Limpieza.-** Es el trabajo que hace el obrero conjuntamente con los equipos y materiales en un tiempo establecido.
6. **Inspección de la Obra.-** Consiste en verificar minuciosamente si la limpieza se realizó acorde a la necesidad del cliente.
7. **Facturación del Costo del Servicio.-** El obrero emite una factura al cliente con el costo total del trabajo realizado.
8. **Retorno a la Empresa de Obreros y Materiales.-** Luego de cumplir con todo el proceso de servicio de limpieza se trasladan los obreros, equipos y materiales a la empresa.
9. **Bodega.-** Se procede al almacenamiento de los equipos y materiales en su bodega o lugar respectivo.

2.3.4. Diagrama de flujo del proceso de generación del servicio exclusivo de limpieza.

Gráfico N° 27

N°	DESCRIPCIÓN						TIEMPO
		OPERACIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO	INSPECCIÓN	
1	Recepción de llamada	X					2min
2	Inspección del Lugar					X	3min
3	Movilización		X				8min
4	Contrato de Prestación del Servicio	X					3min
6	Salida de Obreros, Equipos y Materiales al lugar de destino		X				3min
7	Limpieza (Nota: esto se detalla en el estudio de mercado en producto)	X					(120)m2 30min
8	Inspección de la Obra					X	3min
9	Facturación del Costo del Servicio	X					2min
10	Retorno a la Empresa de Obreros y Materiales		X				3min
11	Bodega				X		3min
TOTAL DE TIEMPO							60min

FUENTE: Diagrama del Proceso de Generación del Servicio de Limpieza.

ELABORACIÓN: Las Autoras.

NOTA: Se realizará una limpieza total de 32 casas o instituciones diarias (en promedio un trabajador limpiará 8 casas o instituciones al día), las cuales equivalen a un tiempo estimado de 60 minutos por casa o institución.

2.3.5. MERCADO

El segmento clave para nuestra empresa se encuentra alrededor de la misma, porque dicho servicio va dirigido a las familias y empresas públicas y privadas de las ciudades, Piñas, Zaruma y Portovelo, así mismo el lugar escogido para la implementación de la empresa lo consideramos un lugar idóneo en vista que estamos trabajando con los cantones aledaños al cantón Piñas por lo que la empresa se encuentra en el lugar céntrico de estos, lo que facilitará la adquisición del servicio por parte del cliente y el despacho eficiente de los pedidos que se le haga a la empresa.

DISPONIBILIDAD DE LOS SERVICIOS BÁSICOS.- El sitio donde estará ubicada la planta cuenta con todos los servicios básicos necesarios como: energía eléctrica, agua potable y red telefónica, todo esto para el buen funcionamiento de la empresa.

DISPONIBILIDAD DE PERSONAL CAPACITADO: Se dispone de un equipo de trabajo bien capacitado y especializado en la función que va a desempeñar cada uno ya sea en la limpieza que se demande como en atención al cliente, lo que genera que el trabajo a efectuarse se lo haga con eficiencia obteniendo resultados positivos y eficaces. En lo referente a

los costos del personal se encontrarán enmarcados dentro de los parámetros legales y de acuerdo con el código de trabajo.

2.3.6. INFRAESTRUCTURA FISICA

En vista de que la empresa se encontrará en la parte céntrica de la ciudad de Piñas, se necesitará para la implementación de la misma un local comercial que tenga un área de 95m². En dicho local se realizará las adecuaciones correspondientes a fin de permitir que el proceso de generación del servicio se cumpla a cabalidad. Para ello contaremos con profesionales especialistas en diferentes áreas para llevar a cabo una buena adecuación, instalación y funcionamiento de la planta, ofreciendo seguridad y confort para los empleados y sus clientes.

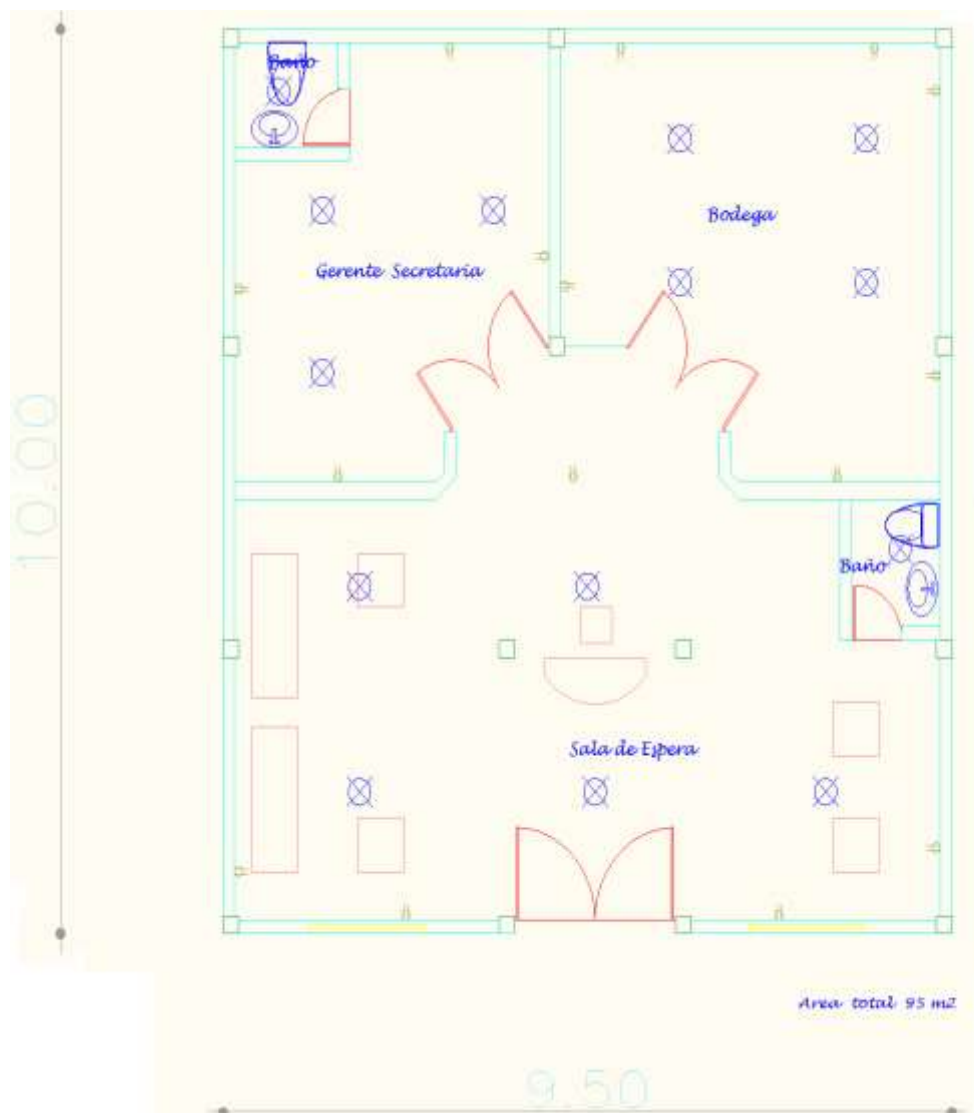
DISTRIBUCION FISICA.

El espacio físico de la planta estará distribuido de la siguiente manera:

- Sala de espera
- Oficina de Administración
- Bodega
- Baños

En el gráfico siguiente podemos observar la distribución de las instalaciones:

Gráfico N° 28



2.3.7. LOGOTIPO DE LA EMPRESA

El logotipo permite identificar o diferenciar a la empresa por sus servicios en el mercado y también la diferencia de la competencia, el logotipo de nuestra empresa tendrá las iniciales del nombre de la misma, es decir constará de una C. y una E.

LOGOTIPO DE LA EMPRESA

“CLEAN EXTREM”



3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo pretende establecer los aspectos relacionados con la organización legal y administrativa de la empresa.

3.1. ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

Para efectos del presente estudio, y luego de un análisis de los tipos de compañías, se ha llegado a la conclusión que para obtener una mayor eficiencia organizativa de la empresa, esta será una “Compañía de Responsabilidad Limitada”.

Para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

RAZÓN SOCIAL: Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será “Clean Extrem Cía. Ltda.”

OBJETO: El objeto principal de la compañía será brindar un servicio de limpieza eficiente y eficaz

NACIONALIDAD: La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboren.

DOMICILIO: La empresa estará ubicada en la ciudad de Piñas.

DURACIÓN: El plazo de duración para esta empresa es de 5 a partir de la fecha de su inscripción en el registro mercantil.

3.2. DERECHOS DE LOS SOCIOS

- Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía.
- Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
- No puede obligárseles a incrementar su participación social.
- Debe ser preferido en la adquisición de participaciones de otros socios
- Puede pedir la revocatoria de la designación del gerente.
- Puede convocar a junta general en base a lo dispuesto por la ley de Compañías.

3.3. OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

Las obligaciones de los socios en este tipo de compañía, entre otras, son las siguientes:

- Pagar a la empresa la participación suscrita.
- Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.

- No entrometerse en los actos administrativos de la compañía.

3.4. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Considerando que una empresa es un sistema de actividades conscientemente coordinadas formado por dos o más personas capaz de comunicarse y actuar conjuntamente para alcanzar un objetivo común, es necesario determinar un modelo de organización que le permita, a la nueva empresa, funcionar de la manera más eficiente.

3.4.1. NIVELES JERARQUICOS

Los niveles jerárquicos lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posee independiente de las funciones que realizan. Existen en la presente los siguientes niveles administrativos:

Nivel Legislativo: Representa el primer nivel de autoridad de la empresa, lo constituye la Junta General de Socios, cuya función es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones.

Nivel Directivo: Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y mas directivas técnicas y administrativas de alto nivel

y los tramites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución. Es el responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando puede delegar autoridad mas no responsabilidad. El nivel directivo es unipersonal, cuando exista un presidente, o director.

Nivel Ejecutivo: Es el segundo nivel de autoridad y lo constituye el gerente, este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

Nivel Asesor: La empresa contará con un asesor temporal en el área legal quien asesorará al gerente para la constitución de la compañía, se lo contratará de acuerdo a los requerimientos de la empresa.

Nivel Auxiliar: Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

Nivel Operativo: El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quién ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los Organismos superiores.

3.4.2. ORGANIGRAMAS

La empresa contará con los departamentos necesarios para su funcionamiento, los que han sido establecidos de acuerdo a sus requerimientos básicos. Una forma de representar gráficamente a la organización es a través del uso de organigramas, los cuáles se definen

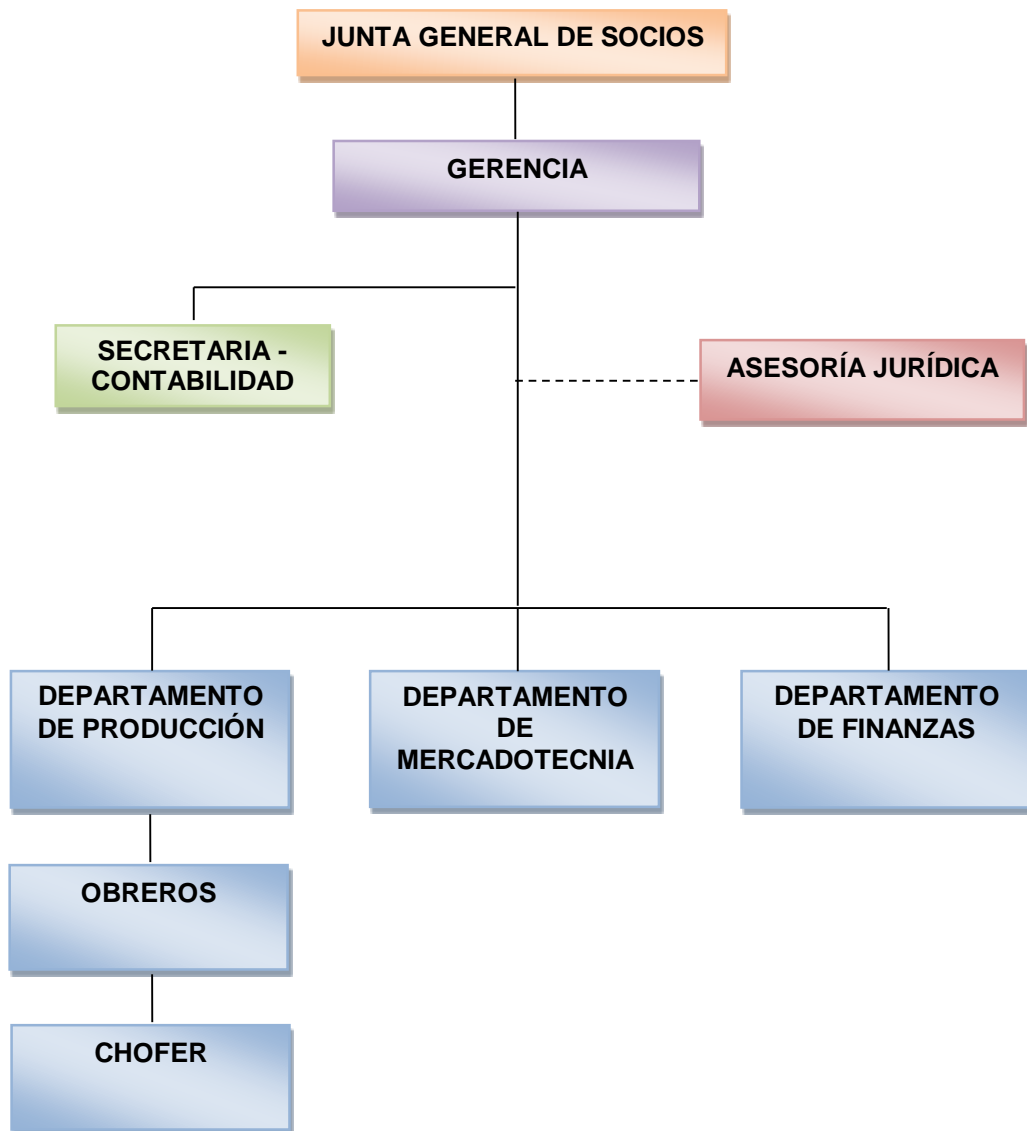
como una representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

Organigrama Estructural: Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo aprovechar la organización de la empresa como un todo.

Organigrama Funcional: Es una modalidad de la estructura, consiste en representar gráficamente las funciones principales básicas de unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por la más importante y luego se registra aquellas de menor trascendencia.

A continuación se presentan los organigramas de la empresa:

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
DE LA EMPRESA CLEAN EXTREM CÍA. LTDA.**

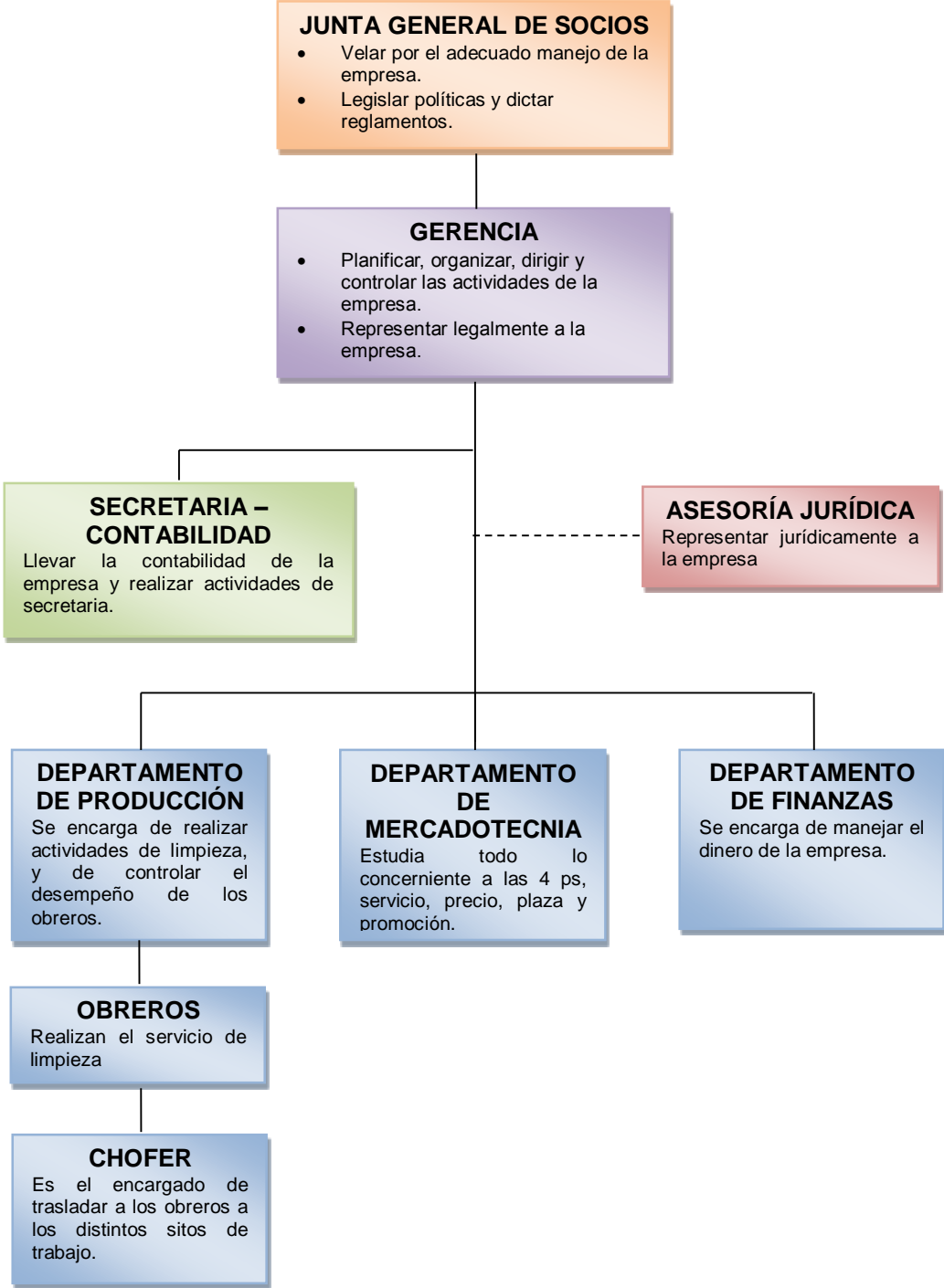


Simbología:

-  NIVEL LEGISLATIVO
-  NIVEL EJECUTIVO
-  NIVEL ASESOR
-  NIVEL AUXILIAR
-  NIVEL OPERATIVO

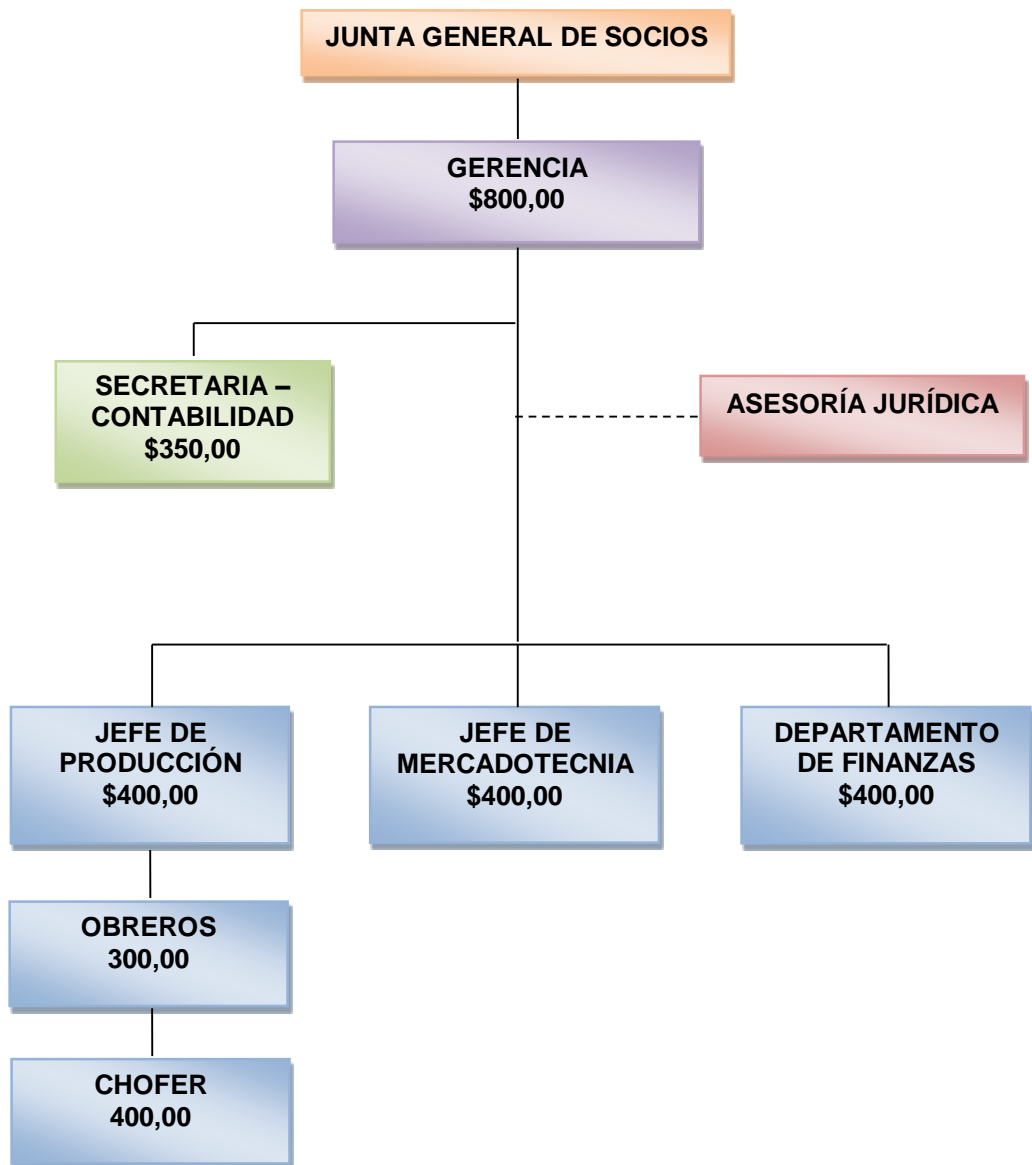
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

ORGANIGRAMA FUNCIONAL
DE LA EMPRESA CLEAN EXTREM CÍA. LTDA.



ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

**ORGANIGRAMA POSICIONAL
DE LA EMPRESA CLEAN EXTREM CÍA. LTDA.**



ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

3.4.3. MANUAL DE FUNCIONES

En el manual de funciones se describen las tareas que deben cumplir cada unidad o departamento de la empresa, mismo que facilita una correcta selección del personal para los distintos cargos y al mismo tiempo sirve de guía para la persona que ocupe un determinado puesto de trabajo, puesto que en él se encuentran detalladamente las funciones que debe cumplir, por lo que se hace indispensable y a la vez fundamental el uso de este manual para la empresa “Clean Extrem”.

Dentro del manual de funciones existen algunas ventajas a saber:

- Analiza la estructura y funciones de la empresa.
- Delimita el campo de acción, funciones, atribuciones y responsabilidad de cada unidad o departamento.
- Ayuda a la clasificación y valoración de los puestos de trabajo.

Las partes que integran el presente manual de funciones son las siguientes

- Código
- Título del puesto
- Naturaleza del trabajo

A continuación hacemos el detalle del manual de funciones para diferentes puestos de trabajo a cubrir en la empresa de servicio.

CODIGO:	001
TITULO DEL PUESTO:	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUPERIOR INMEDIATO:	NINGUNO
SUBALTERNOS:	TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Definir políticas, reglamentos, normas y procedimientos para el normal funcionamiento de la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- ✚ Legislar las actividades de la empresa, dictar y aprobar políticas, diseñar la normatividad de trabajo, tomar decisiones en aumento o disminución del capital de la empresa, aprobar o rechazar presupuestos presentados por los directivos.
- ✚ Conocer, analizar, aprobar o vetar documentos contables y demás informaciones administrativas que le sean remitidos para su revisión.
- ✚ Nombrar o remover de sus cargos a los miembros de los organismos administrativos de la empresa o cualquier otro funcionario.
- ✚ Acordar acerca de la disolución anticipada de la compañía.
- ✚ Resolver acerca de la distribución de los beneficios que se obtengan en cada periodo económico.

- ✚ Definir las políticas y reglamentos para el normal funcionamiento de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO:

- ✚ Para ser socio de la empresa es importante tener espíritu emprendedor y comprender que el esfuerzo conjunto es necesario para desarrollar la actividad empresarial.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✚ Ser socio de la empresa

CÓDIGO:	002
TITULO DEL PUESTO:	GERENTE GENERAL
SUPERIOR INMEDIATO:	JUNTA GENERAL DE SOCIOS
SUBALTERNOS:	TODO EL PERSONAL

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades que realiza la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- ✚ Representar legal, judicial y extrajudicial a la empresa.
- ✚ Planear, organizar, dirigir, controlar, supervisar, todas las actividades y operaciones de la empresa.
- ✚ Cumplir con las disposiciones dadas por la Junta General de Socios e informar sobre la marcha de las mismas.
- ✚ Ejecutar los diferentes planes de acción trazados y las disposiciones de la Junta General de Socios.
- ✚ Elaborar programas de trabajo y controlar que estos se cumplan.
- ✚ Planificar y capacitar permanentemente al personal de la empresa.
- ✚ Controlar la ejecución de los planes para realizar los ajustes correspondientes.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO:

- ✚ El puesto requiere de un profesional dinámico con habilidades para planificar, programar, organizar, dirigir y controlar las actividades que se realicen en la empresa.
- ✚ Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.
- ✚ Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes a su cargo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✚ **Educación:** Ingeniero Comercial, conocimientos en administración de Empresas
- ✚ **Experiencia:** Dos años en funciones análogas

CÓDIGO: 003

TITULO DEL PUESTO: SECRETARIA - CONTADORA

DEPARTAMENTO: ADMINISTRATIVO

DEPENDE: GERENTE

SUPERVISA: Ninguno

NATURALEZA DEL TRABAJO: Llevar el sistema de contabilidad, es responsable por el manejo de los libros contables; realiza las relaciones públicas, lleva el control de la comunicación de la empresa.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- ✚ Elaborar los estados financieros de la empresa, presupuestos, los formularios de ingresos, presentar informes contables, elaborar los libros contables, flujo de caja, roles de pago, presentar las declaraciones al SRI, realizar los análisis financieros, registrar los ingresos, realizar ajustes económicos, seleccionar el software adecuado.
- ✚ Receptar llamadas y pedidos, prepara las sesiones de trabajo, y redactar las sesiones de trabajo.
- ✚ Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa.
- ✚ Registrar y redactar oficios, memorándums.
- ✚ Facturación del servicio.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Responsable por la información financiera, económica y bienes, riesgos aspecto físico, y visual; también es responsable de la fidelidad de la información.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Contadora profesional, secretaria ejecutiva.

EXPERIENCIA: Dos años de experiencia en funciones afines.

CURSOS:

- ✚ Contabilidad computarizada.
- ✚ Programas contables actualizados.
- ✚ Relaciones públicas y relaciones humanas.

CÓDIGO:	004
TITULO DEL PUESTO:	ASESOR JURÍDICO
SUPERIOR INMEDIATO:	GERENTE
SUBALTERNOS:	NINGUNO

NATURALEZA DEL TRABAJO: Intervenir en los asuntos legales de la empresa, su ámbito de acción se limita a aconsejar u orientar más no a la de intervenir.

FUNCIONES PRINCIPALES:

- ✚ Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes.
- ✚ Asesorar a los directivos y funcionarios de la empresa sobre asuntos de carácter jurídico.
- ✚ Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- ✚ Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- ✚ Elaborar contratos de trabajo

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO:

- ✚ El puesto requiere de un profesional en jurisprudencia con iniciativa y capacidad para resolver problemáticas de tipo legal. Además su participación en la empresa será eventual.

- ✚ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✚ **Educación:** Doctor en Jurisprudencia o Abogado.
- ✚ **Experiencia:** Un año en funciones afines.

CÓDIGO: 005
TITULO DEL PUESTO: OBREROS
DEPARTAMENTO: PRODUCCIÓN
DEPENDENDE: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar todo el proceso de Limpieza en casas e instituciones tanto públicas como privadas.

FUNCIONES TÍPICAS

- ✚ Selecciona los equipos y materiales necesarios para su respectivo traslado al lugar demandante.
- ✚ Limpieza de las casas o instituciones que requieren del servicio de acuerdo al procedimiento.
- ✚ Se encarga de la limpieza, manejo, control, almacenamiento de los equipos y materiales que retornan a la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE

- ✚ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.
- ✚ Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la empresa así como con los clientes de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: Experiencia en labores a fines.

CURSOS:

- En manejo de maquinarias y equipos de Limpieza.
- Seguridad en el trabajo.

CÓDIGO: 006
DEPARTAMENTO: JEFE FINANCIERO
SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE
SUBALTERNOS: NINGUNO

NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las labores de resección, custodia y entrega de dinero, responsable de la existencia de la misma.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✚ Organizar y dirigir las labores referentes a su cargo.
- ✚ Presentar informes concernientes a sus actividades dentro de la empresa.
- ✚ Llevar un inventario de activos de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- ✚ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✚ Ing. Administración de Empresas.
- ✚ Experiencia un año en trabajos similares.

CÓDIGO: 006
DEPARTAMENTO: JEFE DE MERCADOTECNIA

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

SUBALTERNOS: NINGUNO

NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar actividades concernientes a producto y/o servicio, precio, plaza y promoción.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✚ Conocer si el canal de comercialización es el más adecuado.
- ✚ Identificar la manera más adecuada de poder realizar el servicio de manera que se pueda captar más clientes.
- ✚ Conocer si el precio que ofrece la empresa es competitivo en el mercado.
- ✚ Realizar planes de publicidad para poder posicionar la empresa.
- ✚ Proponer alternativas adecuadas y modernas en cuanto a las 4 ps.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- ✚ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✚ Ing. Administración de Empresas.
- ✚ Experiencia un año en trabajos similares.

CÓDIGO:	007
DEPARTAMENTO:	CHOFER
SUPERIOR INMEDIATO:	GERENTE
SUBALTERNOS:	NINGUNO

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Es el encargado de trasladar al personal a los diferentes sitios de trabajo, donde el cliente lo requiera.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ✚ Trasladar al personal a los diferentes sitios de trabajo sean estas casas o instituciones.
- ✚ Ser responsable y estar puntual.
- ✚ Llevar los diferentes implementos que el personal de trabajo requiera.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- ✚ El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- ✚ Tener licencia profesional.
- ✚ Experiencia un año en trabajos afines.

4. ESTUDIO FINANCIERO

Se refiere a la factibilidad económica de un proyecto, cuyo objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores así, como elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales, para la evaluación del proyecto y así poder determinar la rentabilidad del proyecto¹⁴.

El estudio financiero determina cual será el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, la que a su vez permitirá determinar su rentabilidad.

4.1. INVERSIONES

Son los gastos que se generan para aumentar la riqueza futura y posibilitar un crecimiento de la producción. La materialización de la inversión depende del agente económico que la realice¹⁵.

¹⁴ALARCON, César Augusto. Al Futuro con la Microempresa.

¹⁵ CORDOVA, Marcial. Formulación y Evaluación de Proyectos.

Están representadas por el capital necesario para el inicio y funcionamiento de un proyecto en la producción de bienes o servicios, los mismos que sirven para satisfacer las necesidades de los demandantes. Las inversiones son todo lo que se requiere en bienes tangibles e intangibles para el funcionamiento de una empresa.

La inversión está considerada como los desembolsos de dinero que se deben efectuar para la implementación, funcionamiento y puesta en marcha de una unidad económica. En donde constan los activos: fijos, diferidos; y, corrientes o circulantes. Los que constituyen las inversiones necesarias para llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

4.1.1. INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son el conjunto de bienes patrimoniales adscritos a la sociedad de forma duradera y que son imprescindibles para la propia actividad de la misma, pueden ser materiales, inmateriales y financieros

Los activos fijos se distribuyen de la siguiente manera:

Maquinaria y Equipo: Para la prestación del servicio de limpieza se requiere de equipo como es una barredora industrial y una aspiradora, la cual fue cotizada en la ciudad de Loja, su valor es de \$ 13.800,00.

Cuadro N° 39

Maquinaria y Equipo

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Barredora Industrial	6	\$ 1.300,00	\$ 7.800,00
Aspiradora	6	\$ 1.000,00	\$ 6.000,00
TOTAL			\$ 13.800,00

FUENTE: Almacenes de venta de Equipo

ELABORACIÓN: Las Autoras

Muebles y Enseres: Los muebles y enseres serán utilizados por el personal administrativo, operativo y clientes de la empresa, cuyo valor total es de \$ 1.050,00 dólares americanos.

Cuadro N° 40

Muebles y Enseres

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorio Tipo Gerente	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Escritorio tipo Secretaria	\$ 230,00	\$ 230,00
1	Sillón tipo Gerente	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Sillón tipo Secretaria	\$ 150,00	\$ 150,00
1	Archivador Metálico	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Basureros	\$ 15,00	\$ 15,00
5	Sillas	\$ 15,00	\$ 75,00
TOTAL			\$ 1.050,00

FUENTE: Almacenes de venta de la localidad

ELABORACIÓN: Las Autoras

Vehículo: Es indispensable adquirir un vehículo para hacer posible el traslado del personal a los diferentes sectores del área de estudio. Se comprará un vehículo marca Chevrolet con furgón, modelo 2001, a diesel.

CUADRO N° 35.

Vehículo

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Total
Vehículo marca Chevrolet incluido furgón	Unidad	1	11500,00	11500,00
Total				11500,00

FUENTE: Patios de carros

ELABORACIÓN: Las Autoras

Equipo de Cómputo: La empresa contará con una computadora LG y una impresora HP, mismas que se cotizan con un valor de \$950,00.

Cuadro N° 41

Equipo de Cómputo

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computadora LG	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
1	Impresora HP	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 1.200,00

FUENTE: Modert Computer

ELABORACIÓN: Las Autoras

Equipo de Oficina: Comprende los componentes necesarios para el funcionamiento de la toda la empresa que serán utilizados por el personal administrativo, las cotizaciones se las realizo en la localidad por un monto

de \$ 361,00 dólares. La empresa al momento de iniciar sus actividades comenzará con los siguientes equipos de oficina:

Cuadro N° 42
Equipo de Oficina

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Telé-fax Panasonic KXF981	\$ 225,00	\$ 225,00
2	Teléfonos	\$ 60,00	\$ 120,00
1	Grapadora Maped	\$ 3,00	\$ 3,00
1	Sumadora Casio MJ-100TW	\$ 10,00	\$ 10,00
1	Perforadora E&GLE	\$ 3,00	\$ 3,00
TOTAL			\$ 361,00

FUENTE: Almacenes de venta de la localidad

ELABORACIÓN: Las Autoras

Herramientas: Las herramientas son importantes en la prestación del servicio, las cuales se describen en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 43
Herramientas

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escobas	20	\$ 3,50	\$ 70,00
Recogedores	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Trapeadores	20	\$ 3,00	\$ 60,00
Limpia Vidrios	20	\$ 10,00	\$ 200,00
Escaleras	6	\$ 25,00	\$ 150,00
Cepillos	20	\$ 3,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 600,00

FUENTE: Almacenes de venta de la localidad

ELABORACIÓN: Las Autoras

Imprevistos: Han sido calculadas en un 3%, por lo que la actividad de la empresa no amerita mayores riesgos su valor es de \$ 855,33

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Cuadro N° 44

Detalle	% Deprec.	Vida Útil	Valor	Valor Residual	Depreciación
Maquinaria y equipo	10%	10	\$ 13.800,00	\$ 1.380,00	\$ 1.242,00
Muebles y enseres	10%	10	\$ 1.050,00	\$ 105,00	\$ 94,50
Vehículo	20%	5	\$ 11.500,00	\$ 2.300,00	\$ 1.840,00
Equipo de Computación	33%	10	\$ 1.200,00	\$ 399,96	\$ 80,00
Equipo de oficina	10%	3	\$ 361,00	\$ 36,10	\$ 108,30
Herramientas	33%	3	\$ 361,00	\$ 120,32	\$ 80,23
Total				\$ 4.341,38	\$ 3.445,03

FUENTE: Cuadros N° 38, 39, 40,41.

ELABORACIÓN: Las Autoras

TOTAL DE ACTIVOS FIJOS

El rubro total en activos fijos que la empresa necesita para su normal funcionamiento es de **\$ 29.366,33** dólares americanos.

Cuadro N° 45

Total de Activos Fijos

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y Equipo	\$ 13.800,00
Muebles y enseres	\$ 1.050,00
Vehículo	\$ 11.500,00
Equipo de Computación	\$ 1.200,00
Equipo de oficina	\$ 361,00
Herramientas	\$ 600,00
Imprevistos 3%	\$ 855,33
TOTAL	\$ 29.366,33

FUENTE: Cuadros 38 a 42

ELABORACIÓN: Las Autoras

4.1.2. ACTIVOS DIFERIDOS

Son todas aquellas inversiones que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para el normal funcionamiento del trabajo que le permita la instalación y su posterior operación. Estos activos solo se registran en la fase pre - operativa o el periodo correspondiente al año 0. Estos activos pueden ser: constitución legal, estudios administrativos, etc.

Gastos de Constitución: Son los gastos legales que la empresa debe realizar al momento de establecerse en la ciudad de Piñas, con un valor de \$300,00.

Estudios del Proyecto: Son los gastos que ha generado el proceso investigativo para llevar a efecto el proyecto, con un valor de \$200,00.

Línea Telefónica: Son los gastos que la empresa tiene para de esta manera facilitar la comunicación interna y externamente, su valor es \$360,00.

Adecuaciones del Local: Para la buena imagen de nuestra empresa, siendo un local arrendado vamos a darle una readecuación que consiste en el pintado y decorado del mismo, invirtiendo un total de \$200,00.

Marcas y Patentes: Son todos los trámites que se realiza para registrar legalmente el servicio a ofrecer, su costo es de \$150,00.

Imprevistos: Han sido calculadas en un 3%, por lo que la actividad de la empresa no amerita mayores riesgos 36,30%.

CUADRO Nro.46
VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
Gastos de Constitución	\$ 300,00
Estudios del Proyecto	\$ 200,00
Línea Telefónica	\$ 360,00
Adecuaciones del Local	\$ 200,00
Marcas y Patentes	\$ 150,00
Imprevisto 3%	\$ 36,30
TOTAL	\$ 1.246,30

FUENTE: Instituciones Públicas y Privadas de la ciudad

ELABORACIÓN: Las Autoras

4.1.3. ACTIVO CIRCULANTE

Son todos los valores en que se debe incurrir, para dotar a la empresa de todos los componentes que haga posible laborar normalmente durante un periodo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas y está constituido por todos los valores necesarios para la operación normal del proyecto como son materia prima directa, materia prima indirecta, mano de obra, etc.

El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la prestación del servicio.

Elementos de limpieza: Los elementos de limpieza son los siguientes:

CUADRO Nro.47

Elementos de limpieza

DENOMINACIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	V. UNITARIO	V. ANUAL	V. MENSUAL
Desinfectante	80	litros	4	\$ 320,00	
Detergente	80	kilos	4	\$ 320,00	
Franelas	96		4	\$ 384,00	
Fregonas y cubos	30		2	\$ 60,00	
TOTAL				\$ 1.084,00	\$ 90,33

FUENTE: Almacenes de venta de la localidad
ELABORACIÓN: Las Autoras

Mano de obra directa: Está integrado por los obreros y por el chofer.

CUADRO Nro.48

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (11.15%)	APORTE IESS-SECAP (1%)	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
4	OBREROS	\$ 300,00	\$ 25,00	\$ 22,00	\$ 25,00	\$ 12,50	\$ 33,45	\$ 3,00	\$ 420,95	\$ 1.683,80	\$ 20.205,60
1	CHOFER	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 553,93	\$ 553,93	\$ 6.647,20
TOTALES			\$ 58,33	\$ 44,00	\$ 58,33	\$ 29,17	\$ 78,05		\$ 974,88	\$ 2.237,73	\$ 26.852,80

Sueldos administrativos: Está integrado por el siguiente personal.

CUADRO Nro.49

CANTIDAD	PUESTO	SUELDO BÁSICO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL	APORTE IESS-SECAP (1%)	VALOR MENSUAL	VALOR DE NÓMINA MENSUAL	VALOR ANUAL
1	GERENTE	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 22,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 8,00	\$ 1.077,87	\$ 1.077,87	\$ 12.934,40
1	SECRETARIA - CONTADORA	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 22,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 39,03	\$ 3,50	\$ 483,94	\$ 483,94	\$ 5.807,30
1	JEFE DE MERCADOTECNIA	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 549,93	\$ 549,93	\$ 6.599,20
1	JEFE DE FINANZAS	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 22,00	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 4,00	\$ 549,93	\$ 549,93	\$ 6.599,20
TOTALES			\$ 162,50	\$ 88,00	\$ 162,50	\$ 81,25	\$ 217,43		\$ 2.661,68	\$ 2.661,68	\$ 31.940,10

Suministros de Oficina: Son los suplementos necesarios en una oficina como son esferos, cartuchos de tinta, grapadora, perforadora, etc. Obteniendo un total de **\$ 115,75** dólares.

CUADRO Nro.50

Suministros de Oficina

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
2	Resma de papel bond	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 72,00
1	Caja de esferos color negro Bic 24 unidades	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
1	Caja de lápiz Mongol 24 unidades	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
3	Borradores	\$ 0,10	\$ 0,30	\$ 3,60
1	Cuaderno espiral grande de 100 hojas a cuadro	\$ 1,20	\$ 1,20	\$ 14,40
4	Carpetas (archivadores)	\$ 2,08	\$ 8,32	\$ 99,84
1	Cuaderno para apuntes contables	\$ 2,08	\$ 2,08	\$ 24,96
3	Carpetas Folder	\$ 0,20	\$ 0,60	\$ 7,20
2	Correctores	\$ 2,00	\$ 1,80	\$ 21,60
2	Sellos	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 120,00
4	Tinta de impresión	\$ 18,50	\$ 74,00	\$ 888,00
15	Cd	\$ 0,25	\$ 3,75	\$ 45,00
1	Clips(Caja)	\$ 0,20	\$ 0,20	\$ 2,40
1	Grapas(Caja)	\$ 0,50	\$ 0,50	\$ 6,00
TOTAL			\$ 115,75	\$ 1.389,00

Fuente: Librerías de la localidad

Elaboración: Las Autora.

Materiales de aseo: En toda empresa se hace necesario la compra de materiales de aseo y limpieza que ayuden a mantener las instalaciones físicas impecables para una mejor atención al cliente y a las personas que

visiten la empresa. Dentro de los materiales de aseo se consideran los siguientes:

CUADRO Nro.51

Materiales de aseo

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Total
Escobas	Unidad	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Trapeador	Unidad	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Papel Higiénico	Paquete	6	\$ 3,95	\$ 23,70
Desinfectante	Galón	4	\$ 5,00	\$ 20,00
Detergente	Kilos	6	\$ 2,71	\$ 16,26
Jaboncillos	Unidad	6	\$ 0,75	\$ 4,50
Ambiental	Galón	6	\$ 0,50	\$ 3,00
Lavador de baño	Unidad	3	\$ 3,15	\$ 9,45
Franelas	Metro	6	\$ 1,50	\$ 9,00
Fundas de basura	Paquete	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Recogedor de basura	Unidad	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Balde escurridor	Unidad	2	\$ 3,95	\$ 7,90
Basurero	Unidad	2	\$ 4,50	\$ 9,00
Toalla	Unidad	6	\$ 4,25	\$ 25,50
Total Anual				\$ 151,31
Total Mensual				\$ 12,61

Servicios Básicos: Son los servicios indispensables para el funcionamiento de la empresa, lo conforma la energía eléctrica, agua potable, teléfono e internet que serán utilizados en el área administrativa.

Dando un total de \$ 721,20 en servicios básicos anuales.

CUADRO Nro.52**Servicios Básicos**

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
240	Teléfono (minutos)	\$ 0,06	\$ 14,40	\$ 172,80
30	Agua (metros cúbicos)	\$ 0,19	\$ 5,70	\$ 68,40
	Internet		\$ 25,00	\$ 300,00
125	Luz (Kilovátios)	\$ 0,12	\$ 15,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 60,10	\$ 721,20

Arriendo: Son los gastos generados por el arriendo del Local donde funciona la empresa su costo es de \$ 400.

CUADRO Nº.54

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Arriendo del Local	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL			\$ 400,00	\$ 4.800,00

Publicidad: Dentro de este rubro están inmersos los gastos de publicidad y propaganda que serán realizados a través de los diferentes medios de comunicación. Cuyo rubro total asciende a \$ 1.108,08 dólares mensuales.

CUADRO Nº.55

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
96	Radio	1,5	\$ 144,00	\$ 1.728,00
6	Televisión	89	\$ 534,00	\$ 1.000,00
12	Prensa	35,84	\$ 430,08	\$ 5.160,96
TOTAL			\$ 1.108,08	\$ 7.888,96

Fuente: Medios de publicidad locales
Elaboración: Las Autoras

Imprevistos: Han sido calculadas en un 3%, por lo que la actividad de la empresa no amerita mayores riesgos, su valor es de \$ 200,59

TOTAL DE ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

Para el presente proyecto se tendrá una inversión en activo corriente o capital de trabajo total de **\$ 6.886,87** dólares americanos, es importante indicar que esta inversión está calculada para el mes.

CUADRO N°.56

VALOR DE LAS INVERSIONES CIRCULANTES

ESPECIFICACIÓN	TOTAL
Elementos de limpieza	\$ 90,33
Mano de obra directa	\$ 2.237,73
Sueldo personal administrativo	\$ 2.661,68
Suministros de oficina	\$ 115,75
Materiales de aseo	\$ 12,61
Arriendo del local	\$ 400,00
Servicios Básicos	\$ 60,10
Publicidad y Propaganda	\$ 1.108,08
Imprevistos	\$ 200,59
TOTAL	\$ 6.886,87

Fuente: Cuadros 44 a 50
Elaboración: Las Autoras.

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

CUADRO Nº.57

ESPECIFICACIÓN	VALOR TOTAL
ACTIVOS FIJOS	
Equipo	\$ 13.800,00
Muebles y enseres	\$ 1.050,00
Vehículo	\$ 11.500,00
Equipo de Computación	\$ 1.200,00
Equipo de oficina	\$ 361,00
Herramientas	\$ 600,00
Imprevistos 3%	\$ 855,33
Subtotal	\$ 29.366,33
ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	\$ 300,00
Estudios del Proyecto	\$ 200,00
Línea Telefónica	\$ 360,00
Adecuaciones del Local	\$ 200,00
Marcas y Patentes	\$ 150,00
Imprevistos 3%	\$ 36,30
Subtotal	\$ 1.246,30
ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO	
elementos de limpieza	\$ 90,33
Mano de obra directa	\$ 2.237,73
Sueldo personal administrativo	\$ 2.661,68
Suministros de oficina	\$ 115,75
Materiales de aseo	\$ 12,61
Arriendo del local	\$ 400,00
Servicios Básicos	\$ 60,10
Publicidad y Propaganda	\$ 1.108,08
Imprevistos 3%	\$ 200,59
Subtotal	\$ 6.886,87
TOTAL	\$ 37.499,50

4.2. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia el costo total del proyecto, se requerirá analizar la manera de financiamiento. La esencia, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, describir los mecanismos mediante los cuales se canalizaran estos recursos hacia los usos específicos del proyecto. De acuerdo con su origen existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

4.2.1. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Fuente interna - capital propio: Es el capital que aportan los socios y que se utiliza con el fin de obtener utilidades, este capital propio puede considerarse aquel que aportan los propietarios, como también aquellos fondos que son producto de las ganancias retenidas. El monto del capital propio de la empresa será \$ 27.499,50 dólares.

Fuente externa- capital ajeno: Es un capital pedido a una tasa de interés establecida y que se rembolsará a una fecha específica. Es una obligación a largo plazo que generalmente incurre un riesgo. Para poder adquirir el financiamiento externo, se requerirá acceder a los créditos de

entidades financieras particulares, en este caso se utilizará a la institución financiera Banco de Machala, ya que las condiciones en las cuales proporciona el respectivo préstamo es sin duda la más conveniente, debido a que la tasa de interés del 13.50% es baja, por tanto se accede al préstamo bancario por el monto de 10,000.00 dólares americanos.

CUADRO No. 58

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN TOTAL DE PROYECTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Fuente interna	\$ 27.499,50	\$ 73,33
Fuente externa	\$ 10.000,00	\$ 26,67
TOTAL	\$ 37.499,50	\$ 100,00

Fuente: Inversión Total

Elaboración: Las Autoras

AMORTIZACIÓN

La amortización es un procedimiento utilizado para distribuir los costos de los activos fijos e intangibles durante el tiempo en el cual van a derivarse los beneficios.

CRÉDITO BANCARIO (BANCO DE MACHALA)

Monto: 10000.00, **Interés:** 13.50%, **Plazo:** 5 años, **Amortización:** Semestral, **Número de pagos:** 10, **Pagos anuales:** 2, **Porcentaje mensual:** $0.1350 / 2 = 0.0675$

FORMULA

$$D = C \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

SIMBOLOGÍA

C = Capital

I = Interés

D = Dividendo

N = Periodo

$$D = 10000 \frac{0.0675(1 + 0.0675)^{10}}{(1 + 0.0675)^{10} - 1}$$

D = 1407.37

CUADRO No. 59

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

MESES	SALDO ANTERIOR	DIVIDENDOS	INTERÉS	AMORTIZ.	SALDO FINAL
0	10000,00				10000,00
1	10000,00	1407,37	675,00	732,37	9267,63
2	9267,63	1407,37	625,57	781,80	8485,83
3	8485,83	1407,37	572,79	834,58	7651,25
4	7651,25	1407,37	516,46	890,91	6760,34
5	6760,34	1407,37	456,32	951,05	5809,29
6	5809,29	1407,37	392,13	1015,24	4794,05
7	4794,05	1407,37	323,60	1083,77	3710,28
8	3710,28	1407,37	250,44	1156,93	2553,35
9	2553,35	1407,37	172,35	1235,02	1318,33
10	1318,33	1407,37	88,99	1318,33	0,00
TOTAL			4073,65	10000,00	

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Amortización de los activos diferidos, la misma que se ha obtenido realizando la división del monto total de éstos activos para el número de años de vida útil del proyecto, siendo así ésta de \$249,26 dólares.

CUADRO No. 60

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

DENOMINACIÓN	VIDA ÚTIL	MONTO AMORTIZAR	VALOR ANUAL
Activos Intangibles	5	\$ 1.246,30	\$249,26
TOTAL			\$249,26

Fuente: Inversión en Activos Diferidos

Elaboración: Las Autoras

4.3. PRESUPUESTO DE COSTOS

La estimación de los costos para los 5 años del proyecto constituye aspectos básicos para la realización del mismo; aquí se determina la rentabilidad del proyecto así como la valoración de los desembolsos del mismo.

Al iniciar el funcionamiento de la empresa se incurre en algunos gastos, los mismos que están basados en los precios del mercado y también están dados por la inflación, que para este proyecto se a considerado el 3.33%. La estimación de los costos totales permite el cálculo de los

costos unitarios y por tanto el precio de venta a nivel de productor, el mismo que debe ser competitivo para que tenga éxito la empresa.

Estos costos se agrupan en el denominado presupuesto de operación proyectado, cuya fuente son los cuadros referenciales de presupuestos.

Se detallan a continuación:

Cuadro N° 61
COSTOS PARA LOS CINCO AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCION	\$ 32.254,34	\$ 33.485,40	\$ 34.769,16	\$ 36.107,89	\$ 37.503,94
COSTO PRIMO					
Elementos de limpieza	\$ 1.084,00	\$ 1.120,10	\$ 1.157,40	\$ 1.195,94	\$ 1.235,76
Mano de Obra Directa	\$ 26.852,80	\$ 28.010,16	\$ 29.217,39	\$ 30.476,66	\$ 31.790,21
Total de costos primos	\$ 27.936,80	\$ 29.130,25	\$ 30.374,79	\$ 31.672,60	\$ 33.025,97
GASTOS DE FABRICACIÓN					
Depreciaciones	\$ 3.445,03	\$ 3.445,03	\$ 3.445,03	\$ 3.445,03	\$ 3.445,03
Servicios básicos	\$ 721,20	\$ 752,28	\$ 784,71	\$ 818,53	\$ 853,81
Materiales de aseo	\$ 151,31	\$ 157,83	\$ 164,63	\$ 171,73	\$ 179,13
Total de gastos de fabricación	\$ 4.317,54	\$ 4.355,15	\$ 4.394,37	\$ 4.435,29	\$ 4.477,97
COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 47.567,89	\$ 49.339,95	\$ 51.168,01	\$ 53.051,63	\$ 54.989,97
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos	\$ 31.940,10	\$ 33.316,72	\$ 34.752,67	\$ 36.250,51	\$ 37.812,91
Suministros de Oficina	\$ 1.389,00	\$ 1.448,87	\$ 1.511,31	\$ 1.576,45	\$ 1.644,39
Arriendo del Local	\$ 4.800,00	\$ 5.006,88	\$ 5.222,68	\$ 5.447,77	\$ 5.682,57
Total Gastos Administrativos	\$ 38.129,10	\$ 39.772,46	\$ 41.486,66	\$ 43.274,73	\$ 45.139,87
GASTOS DE VENTA					
Publicidad	\$ 7.888,96	\$ 8.228,97	\$ 8.583,64	\$ 8.953,60	\$ 9.339,50
Total Gasto de Venta	\$ 7.888,96	\$ 8.228,97	\$ 8.583,64	\$ 8.953,60	\$ 9.339,50
GASTO FINANCIERO					
Amortizaciones de activo diferido	\$ 249,26	\$ 249,26	\$ 249,26	\$ 249,26	\$ 249,26
Interés de préstamo	\$ 1.300,57	\$ 1.089,25	\$ 848,45	\$ 574,04	\$ 261,34
Total Gasto Financiero	\$ 1.549,83	\$ 1.338,51	\$ 1.097,71	\$ 823,30	\$ 510,60
TOTAL DE COSTOS	\$ 79.822,23	\$ 82.825,35	\$ 85.937,17	\$ 89.159,52	\$ 92.493,91

4.4. CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

A los costos totales se los clasifica en Fijos y Variables, debido a que algunos costos se incrementan el nivel de producción, mientras otros permanecen sin variación para cualquier nivel de producción. Esta clasificación se la realiza con la finalidad de obtener los datos necesarios para el análisis del punto de equilibrio,

Costos Fijos: Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente si existe o no producción. Generalmente son los arriendos, sueldos al personal administrativo, útiles de limpieza, materiales de oficina, etc.

Costos Variables: Son aquellos valores en los que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción o servicio, está en relación directa con los niveles de producción. Los costos variables comprenden la materia prima directa e indirecta, los servicios básicos, mano de obra directa e indirecta, etc.

4.5. ESTIMACIÓN DE INGRESOS

Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de la producción, en el siguiente cuadro se puede observar el detalle de los ingresos.

Costo Unitario de Servicio

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción o servicio para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas, en este caso se presenta los costos totales para los años de vida útil del proyecto.

$$CUP = \frac{CTP}{\#UP}$$

$$CUP = \frac{79822,23}{9216}$$

$$CUP = 8,66$$

En Donde:

CUP= Costo Unitario de Producción.

CTP= Costo Total de Producción.

#UP= Número de casas a limpiar.

Costo unitario servicio

COSTO DE OPERACIÓN	CAPACIDAD UTILIZADA	PRECIO UNITARIO DE SERVICIO
79.822,23	9.216,00	8,66
82.825,35	10.368,00	7,99
85.937,17	11.520,00	7,46
89.159,52	11.520,00	7,74
92.493,91	11.520,00	8,03

Establecimiento de Precios

Para establecer el precio de venta se debe considerar siempre como base el costo total del servicio, sobre el cual se adicionara un margen de utilidad, en nuestro caso el margen de utilidad será de 16%.

Precio: Costo Unitario de Producción o Servicio.

$$PVP = CPU + MU$$

$$PVP = 8,66 + 16\%$$

$$PVP = 10,05$$

Precio de venta al público

PRECIO UNITARIO DEL SERVICIO	% UTILIDAD	P. V. P.
8,66	0,16	10,05
7,99	0,27	10,15
7,46	0,38	10,29
7,74	0,38	10,68
8,03	0,38	11,08

Estimación de Ingresos

Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de la producción, en el siguiente cuadro se puede observar el detalle de los ingresos.

CUADRO N°.63

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	P. V. P.	INGRESOS TOTALES
1	9.216,00	10,05	92.593,78
2	10.368,00	10,15	105.188,19
3	11.520,00	10,29	118.593,30
4	11.520,00	10,68	123.040,14
5	11.520,00	11,08	127.641,59

Fuente: Cuadros N° 34-54 a 58

Elaboración: Las Autora

4.6. Punto de Equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto es usado comúnmente para determinar la posible rentabilidad de vender determinado producto. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos.

Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el **punto de equilibrio** tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas.

Para Calcular el Punto de Equilibrio necesitamos lo siguiente:

Costos Fijos: Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo de producción.

Costos Variables. Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

Método Matemático: Por medio de este método es posible establecer el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada, de las ventas y de los productos o servicios producidos. El punto de equilibrio para la empresa se ha calculado para el primero, tercero y quinto año como se explica a continuación.

Punto de Equilibrio Año 1

1.- Método Matemático

a) En Función de la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{\text{VentasTotales} - \text{CostoVariableTotal}} * 100$$

$$PE = \frac{51.164,23}{92.593,78 - 28.658,00} * 100$$

$$PE = 80,02\%$$

b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{\text{CostoFijoTotal}}{1 - \frac{\text{CostoVariableTotal}}{\text{VentasTotales}}}$$

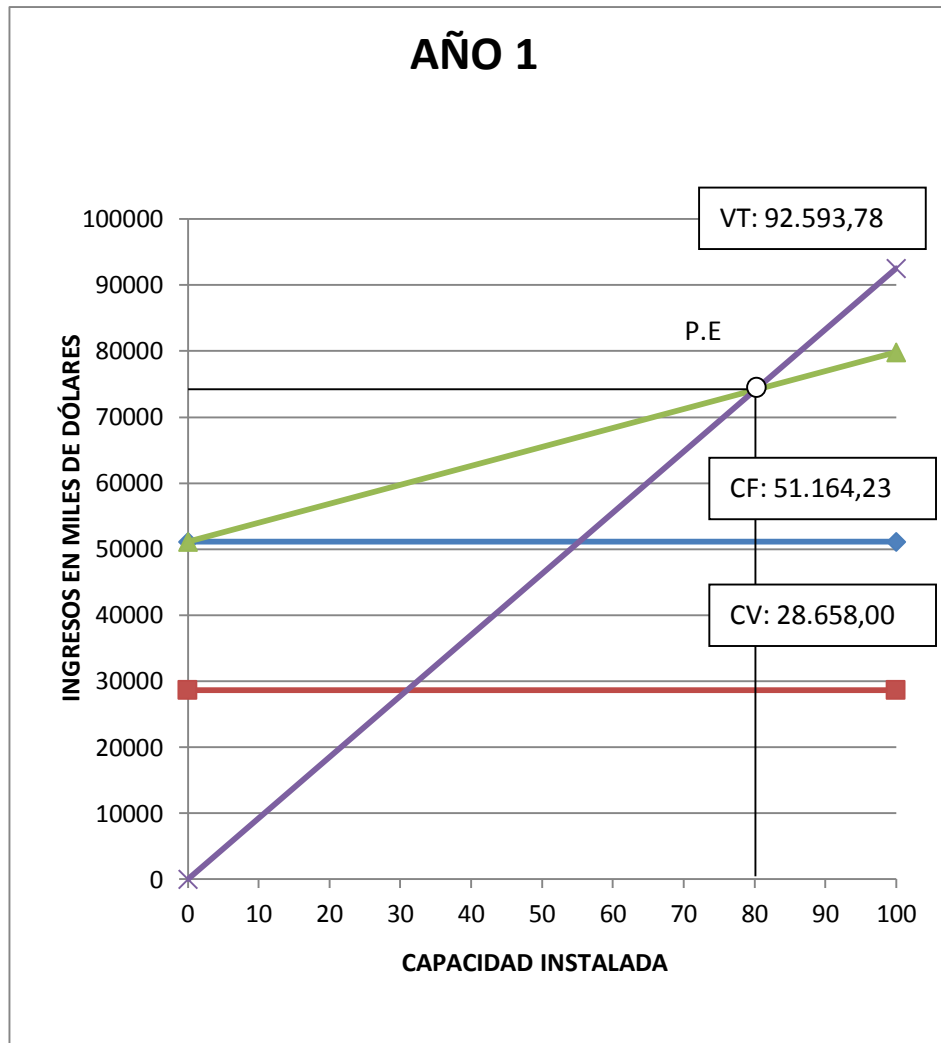
$$PE = \frac{51.164,23}{1 - \frac{28.658,00}{92.593,78}}$$

$$PE = 74.097,63 \text{ dólares}$$

2.- Método Grafico

Representación Grafica del Punto Equilibrio

GRAFICO Nº 29



Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 80.02% y con un ingreso en las ventas de 74.097,63 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

4.7. ESTADO DE PÉRDIDAS O GANANCIAS

De los datos obtenidos en los presupuesto tanto de ingresos como de costos y luego de establecer su diferencia se obtiene la utilidad neta para completar el estado de resultados, se toma en cuenta el 15% de distribución de utilidades entre los servidores de la empresa posteriormente se aplica el 25% de impuestos a la renta de las sociedades; y, el 10% de reserva legal. El estado de pérdidas y ganancias se lo proyecta durante la vida útil del proyecto y los resultados representan la utilidad líquida para ser distribuidos.; y, para proyectarlos en los cinco años estipulados para la empresa.

Cuadro N° 64

ESTADO DE PERDIDAS O GANACIAS PROYECTADO

AÑOS	1	2	3	4	5
INGRESOS					
Ventas	\$ 92.593,78	\$ 105.188,19	\$ 118.593,30	\$ 123.040,14	\$ 127.641,59
Total ingresos	\$ 92.593,78	\$ 105.188,19	\$ 118.593,30	\$ 123.040,14	\$ 127.641,59
EGRESOS					
Costo de Producción	\$ 32.254,34	\$ 33.485,40	\$ 34.769,16	\$ 36.107,89	\$ 37.503,94
Costos de Operación	\$ 47.567,89	\$ 49.339,95	\$ 51.168,01	\$ 53.051,63	\$ 54.989,97
Total Egresos	\$ 79.822,23	\$ 82.825,35	\$ 85.937,17	\$ 89.159,52	\$ 92.493,91
Utilidad Gravable	\$ 12.771,56	\$ 22.362,84	\$ 32.656,13	\$ 33.880,62	\$ 35.147,68
15% Para Trabajadores	\$ 1.915,73	\$ 3.354,43	\$ 4.898,42	\$ 5.082,09	\$ 5.272,15
Utilidad Antes de Impuestos (UAI)	\$ 10.855,82	\$ 19.008,42	\$ 27.757,71	\$ 28.798,53	\$ 29.875,53
25% Impuesto a la Renta	\$ 2.713,96	\$ 4.752,10	\$ 6.939,43	\$ 7.199,63	\$ 7.468,88
Utilidad Antes de Reserva Legal	\$ 8.141,87	\$ 14.256,31	\$ 20.818,28	\$ 21.598,89	\$ 22.406,65
10% Reserva Legal	\$ 814,19	\$ 1.425,63	\$ 2.081,83	\$ 2.159,89	\$ 2.240,66
UTILIDAD NETA	\$ 7.327,68	\$ 12.830,68	\$ 18.736,45	\$ 19.439,00	\$ 20.165,98

4.8. EVALUACIÓN FINANCIERA.

Es el proceso de medición de su valor, que se basa en la comparación de los beneficios que genera y los costos o inversiones que requiere, desde un punto de vista determinado.

Se basa normalmente en el análisis de los ingresos y gastos relacionados con el proyecto, teniendo en cuenta cuando son efectivamente recibidos y entregados (en los flujos de caja que se obtiene en dicho proyecto), con el fin de determinar si son suficientes para soportar el servicio de la deuda anual (principal + interés) y de retribuir adecuadamente el capital aportado por los socios. Sirve para evaluar la viabilidad de un proyecto de inversión, los indicadores más utilizados por los expertos son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RC/C), Periodo de Recuperación de Capital (PR/C), entre otros.

La evaluación financiera de un proyecto da la oportunidad de cuantificar los costos y beneficios que se podrán obtener como rentabilidad en períodos determinados de actividades.

Para obtener la rentabilidad se estructuró el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias, para lo cual se aplicó indicadores financieros y

económicos para conocer los beneficios económicos que obtendrán los futuros inversionistas.

4.8.1. Flujo Efectivo de Caja

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre los resultados que en ella se determinen.

El flujo de caja se obtiene de la diferencia entre los ingresos totales y los egresos totales de cada año.

Los ingresos están representados por las ventas del servicio producido y el valor residual, generada por la depreciación. En tanto, los egresos son: los costos totales menos la depreciación, reparto de utilidades, impuestos y reserva legal.

En el cuadro siguiente se realiza el cálculo del flujo de caja que sirve de base para elaborar todos los métodos de evaluación para el presente proyecto de factibilidad.

Cuadro N° 65
FLUJO DE CAJA

DENOMINACION	PERIODOS					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ingreso por ventas		\$ 92.593,78	\$ 105.188,19	\$ 118.593,30	\$ 123.040,14	\$ 127.641,59
Capital propio	\$ 27.499,50					
Credito	\$ 10.000,00					
Valor residual				\$ 399,96		
TOTALINGRESOS	\$ 37.499,50	\$ 92.593,78	\$ 105.188,19	\$ 118.993,26	\$ 123.040,14	\$ 127.641,59
EGRESOS						
Activo fijo	\$ 29.366,33					
Activo diferido	\$ 1.246,30					
Activo circulante	\$ 6.886,87					
Costos totales de producción	\$ 0,00	\$ 79.822,23	\$ 82.825,35	\$ 85.937,17	\$ 89.159,52	\$ 92.493,91
TOTAL EGRESOS	\$ 37.499,50	\$ 79.822,23	\$ 82.825,35	\$ 85.937,17	\$ 89.159,52	\$ 92.493,91
Utilidad Gravable		\$ 12.771,56	\$ 22.362,84	\$ 33.056,09	\$ 33.880,62	\$ 35.147,68
Depreciaciones		\$ 3.445,03	\$ 3.445,03	\$ 3.445,03	\$ 3.445,03	\$ 3.445,03
Amortizaciones diferidas		\$ 249,26	\$ 249,26	\$ 249,26	\$ 249,26	\$ 249,26
FLUJO NETO	\$ 0,00	\$ 16.465,85	\$ 26.057,13	\$ 36.750,38	\$ 37.574,91	\$ 38.841,98

4.8.2. Valor Actual Neto (VAN)

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. El VAN representa los valores actuales, y total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido generado por el proyecto. Si el VAN es igual o mayor a cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario, caso contrario no es conveniente su ejecución.

CUADRO N°.66

VALOR ACTUAL NETO

Años	Flujo Neto	Fact. Actul.13%	Flujo descontado
0	-37.499,50		
1	16.465,85	0,881057269	14.507,35
2	26.057,13	0,776261911	20.227,16
3	36.750,38	0,683931199	25.134,73
4	37.574,91	0,602582554	22.641,98
5	38.841,98	0,530909739	20.621,58
		Total	103.132,81
		Inversión	-37.499,50
		VAN	65.633,31

$$\text{VAN} = \sum \text{VAN} (1 \text{ a } 5 \text{ años}) - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 103.132,81 - 37.499,50$$

$$\text{VAN} = 65.633,31$$

Al tener un VAN positivo, la empresa aumentará su valor durante la etapa de operación, por lo tanto es conveniente ejecutar el proyecto.

4.8.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este método de evaluación considera el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante los 5 años de vida útil del proyecto. La TIR es aquella tasa que iguala al valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial. Los criterios que se consideran para aceptar o rechazar un proyecto en base a la TIR son los siguientes:

- TIR mayor que la tasa del costo del capital se acepta el proyecto.
- TIR igual que la tasa del costo del capital es indiferente ejecutar el proyecto.
- TIR menor que la tasa del costo del capital se rechaza el proyecto.

A continuación se presenta el cálculo de este indicador:

CUADRO N°.67
TASA INTERNA DE RETORNO

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de decuento	Valor Actual
		62,00%	Tm	63,00%	TM
0	- 37.499,50		-37.499,50		-37.499,50
1	16.465,85	0,61728395	10.164,10	0,6134969325	10.101,75
2	26.057,13	0,38103948	9.928,80	0,3763784862	9.807,34
3	36.750,38	0,23520955	8.644,04	0,2309070468	8.485,92
4	37.574,91	0,14519108	5.455,54	0,1416607649	5.322,89
5	38.841,98	0,08962412	3.481,18	0,0869084447	3.375,70
VAN Tm			174,16	VAN TM	-405,90
				TIR	62,30%

$$TIR = 67 + 1 \left(\frac{174,16}{174,16 - (-405,90)} \right)$$

$$TIR = 62,30\%$$

En el presente proyecto la TIR es 62,30% superior al costo de capital, por lo tanto el proyecto es rentable.

4.8.4. Relación Beneficio Costo (RB/C)

La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar invertido en el proyecto.

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

B/C > 1 Se debe ejecutar el proyecto.

B/C = 1 Es indiferente ejecutar el proyecto.

B/C < 1 Se debe realizar el proyecto.

Se inicia renovando los ingresos y los egresos, con la ayuda del factor de actualización. El procedimiento matemático utilizado para su cálculo se indica en el cuadro siguiente:

CUADRO N°.68

Año	Actualización del Costo Total			Actualización de Ingresos		
	Costo Total Original	Factor de Actualización 10,05%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor de Actualización 10,05%	Ingreso Actualizado
0						
1	79.822,23	0,88105727	70.327,95	92.593,78	0,88105727	81.580,42
2	82.825,35	0,77626191	64.294,16	105.188,19	0,77626191	81.653,59
3	85.937,17	0,68393120	58.775,11	118.593,30	0,68393120	81.109,66
4	89.159,52	0,60258255	53.725,97	123.040,14	0,60258255	74.141,84
5	92.493,91	0,53090974	49.105,92	127.641,59	0,53090974	67.766,16
			296.229,12			386.251,67
					RBC	1,30

$$RB / C = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos Actualizados}} = \frac{386.251,67}{296.229,12} = 1,30$$

Este valor significa que por cada dólar invertido, se obtendrá un beneficio de 0.30 centavos de dólar.

4.8.5. Periodo de Recuperación de Capital (PR/C).

El periodo de recuperación de la inversión comprende el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión original; es una medida de la rapidez en que el proyecto reembolsara el desembolso original de capital, las mejores inversiones son aquellas que tienen un periodo de recuperación más corto. Para calcular el periodo de recuperación del capital entre una de las formas de hacerlo, y tomando como base el flujo de caja se aplica el procedimiento siguiente:

CUADRO N°.69

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización 10.05%	Valor actualizado
0	- 37.499,50		
1	16.465,85	0,881057269	14507,35
2	26.057,13	0,776261911	20227,16
3	36.750,38	0,683931199	25134,73
4	37.574,91	0,602582554	22641,98
5	38.841,98	0,530909739	20621,58

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{37.499,50 - 59.869,24}{25.134,73} = 2,11$$

Años= 2

Meses= 0,11*12= 1,32= 1 meses

Días= 0,32*30= 9,6= 9 días

La inversión se recuperará en 2 años, 1 mes, 9 días.

4.8.6. Análisis de Sensibilidad.

En un proyecto es importante efectuar el análisis de sensibilidad porque este indicador mide la resistencia del proyecto ante situaciones que comúnmente se dan dentro de una economía, esto es el incremento de los costos y la disminución de los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar el proyecto, debido a que no se conocen las condiciones en las que se desenvolverá la empresa en el futuro.

Los criterios de decisión que considera este indicador son:

- ❖ Si el coeficiente de sensibilidad es mayor que 1, el proyecto es sensible.
- ❖ Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1, el proyecto es indiferente.
- ❖ Si el coeficiente de sensibilidad es menor que 1, el proyecto no es sensible.

CUADRO N° 70

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 4% EN LOS COSTOS								
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado 6,75%	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización 38,0%	Valor Actual	Factor de Actualización 39,0%	Valor Actual
0				-37.499,50				
1	79.822,23	85.210,23	92.593,78	7.383,56	0,72463768	5.350,40	0,7194245	5.311,91
2	82.825,35	88.416,06	105.188,19	16.772,13	0,52509977	8.807,04	0,5175716	8.680,78
3	85.937,17	91.737,93	118.593,30	26.855,37	0,38050708	10.218,66	0,3723536	9.999,69
4	89.159,52	95.177,79	123.040,14	27.862,35	0,27572977	7.682,48	0,2678803	7.463,78
5	92.493,91	98.737,25	127.641,59	28.904,35	0,19980418	5.775,21	0,1927197	5.570,44
					Total	37.833,79	Total	37.026,59
					Inversión	-37.499,50	Inversión	-37.499,50
					VAN Tm	334,29	VAN TM	-472,91
							NTIR	38,41%
	Tasa mayor	0,39						
	Tasa menor	0,38						
	Diferencia de Tasa	0,01		TIR del Proyecto		0,6230		
	VAN Tasa menor	334,29		1) Diferencia de TIR =		0,2388		
	VAN Tasa mayor	-472,91		2) % de Variación =		0,3834		
	NTIR	0,3841		3) Sensibilidad		0,9981		

El proyecto soporta un incremento en los costos de 6,75%, con este valor obtenemos una sensibilidad de 0,99 que es menor que uno, es decir, que el proyecto no es sensible a esta variación, por lo tanto no sufre ningún efecto y es factible de realizar.

CUADRO Nº 71

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 3% EN LOS INGRESOS									
Años	Ingreso Original	Ingreso original disminuido 5,25%	Costo Original	Actualización					
				Flujo Neto	Factor de Actualización 38,0%	Valor Actual Tm	Factor de Actualización 39,0%	Valor Actual TM	
0				-37.499,50					
1	92.593,78	87.732,61	79.822,23	7.910,38	0,72463768	5.732,16	0,7194245	5.690,92	
2	105.188,19	99.665,81	82.825,35	16.840,46	0,52509977	8.842,92	0,5175716	8.716,15	
3	118.593,30	112.367,15	85.937,17	26.429,98	0,38050708	10.056,79	0,3723536	9.841,30	
4	123.040,14	116.580,53	89.159,52	27.421,01	0,27572977	7.560,79	0,2678803	7.345,55	
5	127.641,59	120.940,41	92.493,91	28.446,50	0,19980418	5.683,73	0,1927197	5.482,20	
						Total	37.876,40	Total	37.076,11
						Inversión	-37.499,50	Inversión	-37.499,50
						VAN	376,90	VAN	-423,38
								NTIR	38,47%

Tasa mayor	0,3900
Tasa menor	0,3800
Diferencia de Tasa	0,0100
VAN Tasa menor	376,8979
VAN Tasa mayor	-423,3846
NTIR	0,3847

TIR del Proyecto	0,6230
1) Diferencia de TIR =	0,24
2) % de Variación =	0,38
3) Sensibilidad	0,9943

El proyecto soporta una disminución en los ingresos de 5.25%, con este valor obtenemos una sensibilidad de 0,99 que es menor que uno, es decir, que el proyecto no es sensible a esta variación, por tanto no sufre ningún efecto y es ejecutable.

CONCLUSIONES

h) CONCLUSIONES

Al haber concluido el presente estudio, se han llegado a las siguientes conclusiones:

- La empresa de servicios CLEAN EXTREM Cia. Ltda. se inserta como una de las empresas tipo, con un perfil de microempresa, para ofrecer a los cantones de Piñas, Zaruma y Portovelo el servicio de limpieza total para sus hogares o instituciones.
- Desde el punto de vista técnico y mediante las encuestas realizadas a los tres cantones pudimos observar que existe una demanda insatisfecha, que puede ser cubierta con la implementación de este proyecto, ya que el servicio que se va a ofrecer llena las expectativas de los usuarios.
- Se ha realizado un estudio del sector de servicio de limpieza en los tres cantones y se ha podido constatar que no existen empresas que presten el servicio, solo existen personas que brindan el servicio de una manera informal y también lo hacen las amas de casa.
- La inversión que se necesita para implementar y poner en marcha el proyecto es de \$37.499,50 dólares, de los cuales \$ 10.000,00 dólares que representan el 26,67% se obtendrá mediante un crédito bancario solicitado al Banco de Loja, mientras que los restantes \$ 27.499,50 que alcanzan el \$73,33 es aportado por los inversionistas.

- La utilidad neta que se obtendrá del proyecto para el primer año de vida útil será de \$ 7.327,68 dólares y el flujo de caja neto será de \$ 16.465,85.
- En cuanto a la Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$ 65.633,31; Tasa Interna de Retorno de 62,30%; Relación Beneficio Costo es de 1,30; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 1 mes, 9 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 6,75% y una disminución en los ingresos del 5,25%.
- La empresa se constituirá legalmente como una compañía de responsabilidad limitada y su razón social será: **CLEAN EXTREM CÍA. LTDA.**
- Analizando estos indicadores para la toma de decisiones, se concluye que el proyecto es factible de implementar.

RECOMENDACIONES

i) RECOMENDACIONES

Una vez culminado el presente estudio de factibilidad se presenta las siguientes sugerencias:

- Al establecerse que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda ponerlo en ejecución, dada su alta rentabilidad por los inversionistas y su importante aporte al desarrollo empresarial de la provincia del Oro.
- Resulta de vital importancia la implementación de la empresa, dado que además de satisfacer la demanda existente del servicio de limpieza, se estará contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo.
- Los inversionistas y empresarios deberían apoyarse a este tipo de estudios de factibilidad antes de implementar una empresa, para de esta manera evitar los fracasos.
- El gobierno a través de las diferentes organizaciones de apoyo a las empresas debería ser más flexible en cuanto a los requerimientos, plazos de pago y tasas de interés.

BIBLIOGRAFÍA

j) BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR MONTEVERDE, Alonso. Globalización y Capitalismo. México: Plaza & Janés, 2002, ISBN.
- BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, 2da Edic. 1994. ACCIÓN SOCIAL Y PATRONAL “Relaciones Humanas en la Empresa.
- BAUMAN, Zygmunt. La globalización: consecuencias humanas. Segunda edición en español. México: Fondo de Cultura Económica, 2002, ISBN-X. BOLTEN, Steven, Administración Financiera., Edit. Limusa., Vol. I., México 1981.
- COHEN, E. (1992). Evaluación de Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México.
- CIRCULO DE LECTORES. (1991).Curso Básico De Administración. Editorial Norma.
- COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.
- INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS. “Fascículo Población, Censo Loja, año 2001”
- LEDESMA MARTÍNEZ, ZULEIMA. (1997). Análisis Económico Social de un Proyecto de Inversión.

- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo. “Fundamentos de la Preparación y Evaluación de Proyectos” Editorial Presencia, Bogota Colombia, 1998.
- VARIOS, “ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN”; Guía de Estudio, Módulo X; Carrera de Administración de Empresas; Área Jurídica, Social y Administrativa; Editorial Universitaria; UNL Loja- Ecuador, 2004 – 2005; 114pp.
- Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2009 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.

PAGINAS WEB:

- <http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml>
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>
- www.google.com
- www.monografias.com
- www.gestiopolis.com
- www.wikipedia.com

ANEXOS

k) ANEXOS

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA

La presente encuesta tiene la finalidad de recoger información válida para determinar los gustos y preferencias en cuanto al servicio de limpieza en los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo Loja.

DATOS GENERALES

- a) **SEXO**
Masculino () Femenino ()
- b) **¿Usted trabaja?**
SI () NO ()
- c) **¿Cuál es su ingreso por mes?**

.....

1. **¿Usa usted servicio de limpieza para su hogar?**
Si () NO ()

SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA POR FAVOR PASE A LA PREGUNTA Nº 10

2. **¿Qué tipo de servicio de limpieza utiliza preferentemente?**
Escoja una de ellas.
- | | |
|--|-----|
| Servicio de limpieza Total | () |
| Servicio de limpieza sanitaria | () |
| Servicio de limpieza de pisos y ventanas | () |
3. **¿Por qué prefiere este tipo de servicio? Señale según su importancia en una escala del 1 al 3.**
- | | |
|------------|-----|
| Calidad | () |
| Eficiencia | () |
| Precio | () |

4. ¿Qué precio paga usted por el servicio de limpieza? Elija una de ellas.

\$ 10 a 25 () \$26 a 55 () \$56 a 95 () \$95 o más ()

5. ¿Cada qué tiempo utiliza usted el servicio de limpieza? De las siguientes opciones escoja una de ellas.

Diario ()

Semanal ()

Mensual ()

Trimestral ()

6. ¿Cómo solicita usted este tipo de servicio de limpieza? Señale una opción en la que usted con más frecuencia obtiene el mismo.

Mediante vía telefónica ()

Va directamente a la empresa ()

Internet ()

7. ¿Qué promociones recibe por usar este servicio de limpieza?

Descuentos ()

Calendarios ()

Llaveros ()

Otros.....

.....

8. ¿Qué medios de comunicación escucha, lee u observa preferencialmente? Señale uno de ellos.

¿Cuál? ¿A qué hora?

Radio.....

Prensa.....

Tv.....

Otros.....

.....

9. ¿Considera una buena idea que una empresa brinde el servicio de limpieza para su hogar y/o local comercial?

SI () NO ()

Porque.....

.....

10. ¿Al momento de implementar una empresa de servicios de limpieza en el cantón Piñas y su cobertura en los cantones Zaruma y Portovelo. Usted estaría dispuesto a usar el servicio?

SI () NO ()

Porque.....
.....

Gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

La presente entrevista tiene la finalidad de recoger información válida para determinar los gustos y preferencias en cuanto al servicio de limpieza en los cantones Piñas, Zaruma y Portovelo.

DATOS GENERALES

- d) Sexo del Representante de la Empresa**
Masculino () Femenino ()

- 1. ¿La empresa utiliza servicio de limpieza?**
Si () NO ()

SI SU RESPUESTA ES NEGATIVA POR FAVOR PASE A LA PREGUNTA Nº 10

- 2. ¿Qué tipo de servicios de limpieza preferentemente usa?**
Escoja una de ellas.

Servicio de limpieza Total ()
Servicio de limpieza sanitaria ()
Servicio de limpieza de pisos y ventanas ()
Otros ()

- 3. ¿Por qué prefiere este tipo de servicio? Señale según su importancia en una escala del 1 al 3.**

Calidad ()
Comodidad ()
Precio ()
Otros ()

- 4. ¿A qué precio adquiere usted el servicio de limpieza? Elija una de ellas.**

\$ 50 a \$ 150 () \$251 a \$350 ()
\$151 a \$ 250 () \$351 a \$500 ()
\$500 ()

5. ¿Cada qué tiempo utiliza usted el servicio de limpieza? De las siguientes opciones escoja una de ellas.

- Diario ()
- Semanal ()
- Mensual ()
- Trimestral ()

6. ¿Cómo solicita usted este tipo de servicio de limpieza? Señale una opción en la que usted con más frecuencia obtiene el mismo.

- Mediante vía telefónica ()
- Va directamente a la empresa ()
- Internet ()

7. ¿Qué promociones recibe por adquirir este servicio de limpieza?

- Descuentos ()
- Calendarios ()
- Llaveros ()
- Ninguno ()
- Otros.....
-

8. ¿Qué medios de comunicación escucha, lee u observa preferencialmente? Señale uno de ellos.

- | ¿Cuál? | ¿A qué hora? |
|-------------|--------------|
| Radio..... | |
| Prensa..... | |
| Tv..... | |
| Otros..... | |
| | |
| | |

9. ¿Considera una buena idea que una empresa brinde el servicio de limpieza para su institución?

- SI () NO ()
- Porque.....
-
-

10. ¿Al momento de implementar una empresa de servicios de limpieza en el cantón Piñas y su cobertura en los cantones

Zaruma y Portovelo. Usted estaría dispuesto a adquirir el servicio?

SI () NO ()

Porque.....
.....
.....

Gracias por su colaboración

ÍNDICE

I) INDICE

CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
RESUMEN EN ESPAÑOL.....	2
RESUMEN EN INGLES.....	9
c. INTRODUCCIÓN.....	14
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	18
ANTECEDENTES.....	18
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	52
f. RESULTADOS.....	59
ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS.....	59
ENCUESTA APLICADA A LAS EMPRESAS.....	74
g. DISCUSIÓN.....	85
ESTUDIO DE MERCADO.....	85
ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	85
ANALISIS DE LA OFERTA.....	90

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA.....	93
ESTRATEGIAS DE MERCADO.....	95
ESTUDIO TECNICO.....	101
TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN.....	102
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	108
ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	121
ORGANIZACIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.....	121
DERECHOS DE LOS SOCIOS.....	122
OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.....	122
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	123
ORGANIGRAMAS.....	124
MANUAL DE FUNCIONES.....	129
ESTUDIO FINANCIERO.....	144
INVERSIONES DEL PROYECTO.....	144
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	159
PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS.....	164
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.....	168
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	174
VALOR ACTUAL NETO.....	177
TASA INTERNA DE RETORNO.....	178
RELACIÓN BENEFICIO COSTO.....	179

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.....	181
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	182
h. CONCLUSIONES.....	185
i. RECOMENDACIONES.....	187
j. BIBLIOGRAFÍA.....	188
k. ANEXOS.....	190
l. ÍNDICE.....	196