



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE
LOS DOMICILIO EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA

MÓNICA ELIZABETH PÉREZ QUEZADA

DIRECTOR

Ing. MAURICIO LEÓN

LOJA – ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

ING. MAURICIO LEÓN, DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo investigativo titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOS DOMICILIOS EN EL CIUDAD DE LOJA”**, presentada por la egresada, Mónica Elizabeth Pérez Quezada, previo a optar el grado de Ingeniera en Administración de Empresas, ha sido realizado bajo mi dirección y luego de su revisión autorizo su presentación para que continúe con los tramites respectivos previos a la graduación.

Loja, julio del 2015



ING. MAURICIO LEÓN
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **MÓNICA ELIZABETH PÉREZ QUEZADA**; declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autora: MÓNICA ELIZABETH PÉREZ QUEZADA

Firma: _____

Cédula: 1900758341

Fecha: Loja 09 DE JULIO del 2015

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR(A)
PARA LA CONSULTA DE REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, Mónica Elizabeth Pérez Quezada, declaro ser autora de la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOS DOMICILIOS EN EL CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar el grado de ingenieros; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar los contenidos de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 23 días del mes de Julio del 2015, firma la autora.

Firma:



Autora: Mónica Elizabeth Pérez Quezada

Cedula: 1900758341

Dirección: Zamora Huayco

Correo Electronico: mpeliza1391@gamail.com

Telefono: 0985737720

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Mauricio León, Mg. Sc.

Tribunal de Grado:

Presidente: Ing. Rocío Toral Tinitana, Mg. Sc.

Vocal: Lic. César Augusto Neira Hinojosa, Mg. Sc.

Vocal: Ing. Paulina Tapia León, Mg. Sc.

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento.

A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.

Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.

A mi esposo y a mis suegros quienes me brindaron su amor, su cariño, su estímulo y me prestaron el tiempo que les pertenecía para terminar mi objetivo, son evidentes de su gran amor. A mi hija quien ha sido y es una mi motivación, inspiración y felicidad.

A mis hermanas que de una manera indirecta me ayudaron y apoyaron incondicionalmente para que culmine este paso fundamental en mi vida profesional.

MONICA ELIZABETH PEREZ QUEZADA

AGRADECIMIENTO

Dejo constancia de mi agradecimiento a las autoridades, personal administrativo que laboran en la carrera de Administración de Empresas del Área Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, por su colaboración brindada durante el desarrollo del presente trabajo, y a todos los docentes por sus conocimientos impartidos en la trayectoria de mi carrera y en especial al Ing. Mauricio León, quien con su acertada dirección me supo orientar y guiar con sus conocimientos profesionales para culminar con satisfacción este trabajo investigativo.

LA AUTORA

a. TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE
UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE
LOS DOMICILIOS EN EL CIUDAD DE LOJA**

b. RESUMEN

En el presente proyecto se determina el problema, que es la falta de una empresa que de un servicio completo de limpieza, brindándonos oportunidades que este negocio sea todo un éxito; por tal razón se presenta el tema titulado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOS DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE LOJA”**

El presente trabajo de investigación tiene por objetivo realizar un estudio de factibilidad para implementar una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de los domicilios, el cual está conformado por cuatro estudios como son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero.

Para realizar el proyecto se utilizó los siguientes métodos: deductivo e inductivo, así mismo técnicas como entrevistas y encuestas a los demandantes que se aplicó a una muestra de 397 a las familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Actualmente la ciudad de Loja se ve afectada por una notoria recesión en lo referente a empresas de servicios, siendo una barrera para el desarrollo sostenido, lo que no permite competir con otras provincias del país. Las nuevas generaciones de profesionales debemos realizar esfuerzos en pro de crear empresas innovadoras, ocupando la mano de obra local, con recursos de la zona y productos que puedan salir al mercado en condiciones óptimas de calidad y precio. La innovación de

tecnología es cada vez más usual, para que la producción de bienes y servicios sean más eficientes, mejores y baratos.

Siendo un nuevo servicio en el mercado de buena calidad y con un precio competitivo, a esto se le suma una buena acogida en el mercado creando de esta manera, nuevas fuentes de trabajo, aprovechando los recursos existentes, creando un valor agregado y poner en práctica los conocimientos adquiridos, en beneficio de la sociedad.

EL objetivo principal es determinar la factibilidad del proyecto, en base a los siguientes estudios; de mercado, técnico, administrativo y financiero, para lograr los objetivos nos basamos en la metodología siguiente:

En el Estudio de Mercado, se determinó el tamaño de la oferta y la demanda, mediante un análisis, que permitió determinar la demanda insatisfecha. Posterior a esto se realizó el plan de comercialización donde se establece las cuatro p's como son: producto, precio, plaza y promoción.

El estudio técnico se enfatiza en la localización y tamaño de la planta como es su capacidad Instalada y utilizada; ingeniería del proyecto con la descripción de la maquinaria, equipo y herramientas requeridas, distribución de la planta, proceso productivo, flujo grama y diagramas y diagrama de procesos.

Además se ha establecido su organización Legal y administrativa con lo que se establece una Compañía Limitada, los diferentes niveles jerárquicos y las funciones que se debe desempeñar en cada uno de

los puestos de trabajo en la empresa. Esta como tal, está estructurada y se ha previsto que la vida útil del proyecto sea de un período de cinco años, estando ubicada en la ciudad de Loja, cantón Loja.

El estudio financiero establece el monto de la inversión que es de \$24853,41 dólares, el mismo que está conformado por el capital interno aportado por los socios, y el capital externo obtenido a través de un crédito de \$7000,00 dólares al Banco Nacional de Fomento con un interés del 15%. Como también se establece la estructura de los costos, el estado de pérdidas y ganancias, clasificación de costos y punto de equilibrio.

Al realizar la Evaluación Financiera del Proyecto, se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de \$21045,46 dólares; la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 32,98%. La Relación Beneficio-Costo es \$ 1,35 centavos; el Periodo de Recuperación de Capitalice dará en 2 años, 8 meses y 12 días. Finalmente en lo que respecta al Análisis de Sensibilidad el estudio realizado nos determina que el proyecto resiste un incremento de 21,47% en los costos y una disminución del 16,02% en los ingresos.

Finalmente se concluye que el proyecto es factible como se lo demuestra matemáticamente por esta razón se recomienda su ejecución.

ABSTRACT

This research aims to conduct a feasibility study to implement a company of cleaning services and maintenance of the homes, which is comprised of four studies such as: market research, technical study, organizational study and financial study.

The plaintiffs applied to a sample of 397 families in urban parishes in the city of Loja deductive and inductive, also techniques such as interviews and surveys: for the project the following methods were used.

Currently the city of Loja is affected by a marked downturn in terms of utilities, being a barrier to sustainable development, making it impossible to compete with other provinces. The new generations of professionals must make efforts to create innovative companies, occupying the local workforce, with resources of the area and products that can go to market in optimum quality and price. Technology innovation is increasingly common, for the production of goods and services more efficient, better and cheaper.

As a new service in the market with good quality and a competitive price, to this is added a good reception in the market thereby creating new sources of work, leveraging existing resources, creating added value and implement the acquired knowledge for the benefit of society.

The main objective is to determine the feasibility of the project, based on the following studies; market, technical, administrative and financial, to achieve the goals we rely on the following methodology:

In the market study, the size of the supply and demand was determined by analysis which identified unmet demand. Product, price, place and promotion: after this marketing plan where the four p's and are set was performed.

The technical study emphasizes the location and size of the plant as is their capacity installed and used; engineering project with the description of the machinery, equipment and tools required, plant layout, production process flow chart and diagrams and process diagram.

It has also established its legal and administrative organization that established a limited company, the different hierarchical levels and functions should play in each of the jobs in the company. This as such is structured, it is envisaged that the project life is a period of five years, being located in the city of Loja, Loja canton.

The financial study establishes the amount of the investment is \$ 24853.41 US dollars, the same which is made by internal capital contributed by partners and external capital raised through a loan of \$ 7000.00 US dollars to the National Bank Development with an interest of 15%. As the cost structure is also set, the state of income, classification of costs and break even.

In conducting the Financial Assessment Project, a Net Present Value (NPV) of \$ 21045.46 US dollars was obtained; Internal Rate of Return (IRR) of 32.98%. The benefit-cost ratio is \$ 1.35 cents; Recovery Period Capitalize will in 2 years, 8 months and 12 days. Finally with regard to

sensitivity analysis the study determined that the project we resist an increase of 21.47% in costs and a decrease of 16.02% in revenue.

Finally it is concluded that the project is feasible as demonstrated mathematically therefore recommend its implementation

c. INTRODUCCION

El desarrollo del país, indudablemente depende del trabajo de sus habitantes, sin embargo la centralización del presupuesto no ha permitido el crecimiento industrial en todas las provincias, por ello es necesario que se adopten alternativas para que el sector privado pueda invertir y competir en iguales condiciones entre provincias.

La diversidad de producción permitirá que las provincias como la de Loja se desarrolle en el campo empresarial, pasando de simples consumidoras a productoras, logrando eliminar la dependencia económica.

En estos días justamente se está proponiendo la competitividad para el avance de los pueblos, que es un plan que nos interesa, puesto que ésta es una ayuda que ofrecen entidades extranjeras para facilitar la creación de empresas que impulsen al desarrollo de una ciudad o provincia.

Teniendo conocimiento de la problemática ecuatoriana, se emprende en una verdadera alternativa y como mecanismo de diversificación de la producción de servicios planteando la necesidad de implementar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de los domicilios para la ciudad de Loja, cantón Loja.

El presente proyecto empieza con la Introducción, donde se da una breve descripción de todo el trabajo investigativo; seguidamente se encuentra la Revisión de Literatura, que contiene los diferentes relacionados con los cuatro estudios que son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y evaluación financiera.

Así también consta de una Metodología, donde se detalla los diferentes métodos y técnicas utilizados para el análisis y recopilación de datos. Seguidamente tenemos los Resultados, en las cuales se encuentran las encuestas realizadas a las 396 familias, que servirá para determinar la demanda y oferta.

Para demostrar la factibilidad de ejecución del presente proyecto, se lo ha estructurado de tal manera que inicie con la descripción del servicio, luego se expone en forma técnica el estudio del mercado mediante el análisis de demanda total y la demanda efectiva y existe una oferta del servicio que satisface la demanda, pero debiendo indicar que los servicios ofertados son de diferente naturaleza que de una u otra manera solucionan dicha demanda, existe demanda insatisfecha de 275879 de servicios de limpieza y mantenimiento, además se analizó los factores de mercado como: producto, precio, plaza y promoción para elaborar el plan de comercialización.

Seguidamente se tiene el estudio técnico, donde se determinó el tamaño y localización en su macro y micro localización; ingeniería del proyecto con la descripción de maquinaria equipo y herramientas requeridas; distribución de la planta; descripción del proceso productivo; Flujo grama y diagrama de procesos.

En el estudio administrativo se define la estructura organizativa legal determinada como Compañía Limitada; así como también los organigramas posicional y estructural; el manual de funciones en el cual se determina las actividades del personal de la empresa.

El estudio financiero, en el cual se determinó la inversión y financiamiento del proyecto, además la evaluación del proyecto, para establecer su conveniencia y ejecución, para lo que se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad: con el incremento en los costos y disminución en los ingresos.

Finalmente se plantea las Conclusiones y Recomendaciones, a las que se llegó después de realizar el presente trabajo, las mismas que se pretenden sean válidas para ejecutar el proyecto.

d. REVISION DE LITERATURA

Proyecto de Inversión¹

Proyecto de inversión: Es un plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

Evaluación de un proyecto de inversión: Tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable

Es muy importante para iniciar el análisis del proyecto de inversión que realizaremos tener el conjunto de datos, cálculos y documentos explicativos que lo integran en forma metodológica que dan los parámetros de cómo ha de ser, cómo lo vamos a realizar, cuánto va a costar y los beneficios que habrán de obtenerse de la obra, que serán sometidos a un análisis y evaluación para fundamentar la decisión de aceptación o rechazo.

Todos los proyectos de inversión deberán realizarse con información relativa a los aspectos de mercado, técnicos, organizacionales, financieros y de evaluación, de tal modo que los resultados obtenidos de los análisis y evaluaciones den como resultado una toma de decisiones adecuada para realizar o no un proyecto de inversión, o bien para darle un nuevo enfoque a su estructura.

¹ Baca, Urbina Gabriel. "Evaluación de Proyectos", 3ª. Edición. 1998

Un proyecto está formado por cuatro estudios principales:

PROYECTO			
ESTUDIO DE	ESTUDIO	ESTUDIO DE	ESTUDIO
MERCADO	TECNICO	ORGANIZACIÓN	FINANCIERO

ESTUDIO DE MERCADO²

Definición

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

El estudio de mercado puede ser utilizado para determinar que porción de la población comprara un producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, ubicación y nivel de ingresos.

El Proceso del Estudio de Mercado³

Según Kotler, Bloom y Hayes, un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

1. Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

² <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

³ Malhotra K. Naresh; Del libro: «Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico», Segunda Edición, , Prentice-Hall Hispanoamericana, 1997, Págs. 90 al 92

2. Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.
3. Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:
 - Investigación basada en la observación
 - Entrevistas cualitativas
 - Entrevista grupal
 - Investigación basada en encuestas
 - Investigación experimental
4. Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio

Objetivos del Estudio de Mercado⁴

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

⁴ Paul y Hayes Thomas; Del libro: «El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición, de Kotler Philip, Bloom, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, Pág. 98

Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

ANALISIS DE LA DEMANDA⁵

Definición de la demanda

En términos generales, la "demanda" es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado (la otra es la "oferta") y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

Ahora, teniendo en cuenta que ésta definición es muy general y que los mercadologías necesitan tener una idea más completa acerca de lo que es la demanda, en el presente artículo se incluye: 1) Las definiciones que proponen diversos expertos en temas de mercadotecnia y economía; y 2) un análisis estructural de la definición de demanda que revela las partes más importantes que conforman la demanda.

⁵ <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/080803/estudio-mercado-definicion-estudio-mercado-componentes-del-estudio-mercado>

Demanda Potencial⁶

La demanda potencial es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas.

Si además quisiéramos estimar la demanda potencial del mercado habría que establecer hipótesis adicionales respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto pues como sabemos la demanda global se forma por agregación de demandas individuales.

Demanda Real⁷

La demanda real o actual es la demanda que existe de nuestro producto o servicio en este año o durante el último año. Para calcular este dato deberás recurrir a estudios de tu sector que suelen calcular estos datos a nivel nacional o regional. Si no encontraras datos exactos del volumen del mercado intenta calcularlo de un modo aproximado por otros medios.

Demanda Efectiva

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado.

La demanda efectiva es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo.

Demanda Insatisfecha⁸

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por

⁶ <http://www.forexeco.com/la-demanda-potencial>

⁷ <http://megestiono.com/articulos/analisis-del-mercado.html>

⁸ <http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta.

ANALISIS DE LA OFERTA⁹

La oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado." Complementando ésta definición, ambos autores indican que la ley de la oferta "son las cantidades de una mercancía que los productores están dispuestos a poner en el mercado, las cuales, tienden a variar en relación directa con el movimiento del precio, esto es, si el precio baja, la oferta baja, y ésta aumenta si el precio aumenta.

Factores Determinantes de la Oferta

El precio no es el único factor que determina la cantidad ofrecida. La oferta también depende de otros factores.

- **Los costes de producción.** Cuando aumenta los costes (precio de los factores de producción) las empresas reducen su producción. La cantidad ofrecida de un bien está relacionada negativamente con los costes.
- **La tecnología.** Los progresos de la tecnología dan lugar a la reducción de los costes de producción, lo que provoca un aumento de la oferta. Lo contrario se produciría si tuviera lugar un retroceso en la aplicación de los métodos científicos en el proceso de producción.

⁹ Del libro: Mercadotecnia, Tercera Edición, de Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, Pág. 243

- **Expectativas empresariales.** Si las empresas esperan que en el futuro los factores que afectan a la oferta (costes, precio, etc.) evolucionen favorablemente las empresas aumentarán su oferta.
- **Tipo de mercado.** Si se encuentra en competencia, monopolio, etc.

Estrategias De Marketing¹⁰

Las estrategias de marketing, también conocidas como estrategias de mercadotecnia, estrategias de mercadeo o estrategias comerciales, consisten en acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado objetivo relacionado con el marketing.

El diseño de las estrategias de marketing es una de las funciones del marketing. Para poder diseñar las estrategias, en primer lugar debemos analizar nuestro público objetivo para que luego, en base a dicho análisis, podamos diseñar estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos, o aprovechar sus características o costumbres.

Calidad¹¹

La calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación

¹⁰ <http://www.monografias.com/trabajos93/estrategias-de-mercadotecnia/estrategias-de-mercadotecnia.shtml>

¹¹ Deming, W. Edwards (1989) Calidad, productividad y competitividad.pag56

del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

Ingeniería de Proyectos¹²

El estudio de ingeniería está relacionado con los aspectos técnicos del proyecto. Para comenzar este estudio, se necesita disponer de cierta información. Esta información proviene del estudio de mercado, del estudio del marco regulatorio legal, de las posibles alternativas de localización, del estudio de tecnologías disponibles, de las posibilidades financieras, de la disponibilidad de personal idóneo y del estudio del impacto ambiental.

Es necesario destacar que el estudio de Ingeniería del Proyecto, de la misma manera que las demás etapas que comprenden la elaboración de un proyecto, no se realiza de forma aislada al resto sino que necesitará constante intercambio de información e interacción con las otras etapas. Uno de los resultados de este estudio será determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Para determinar la función de producción óptima deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo los montos de inversiones, los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción para luego realizar el estudio económico.

¹² <http://es.scribd.com/doc/12953479/Capitulo-2-Ingenieria-de-Proyectos>

Proceso de Producción

Es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de estos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción.

Publicidad

Conjunto de actividades dirigidas a promover las ventas de una empresa, ampliar o crear la necesidad de sus productos y a mantener o perfeccionar la imagen de la empresa en el ámbito del consumidor.

Localización del Proyecto

Es la que se constituye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, u obtener el costo unitario mínimo. El objetivo de la localización es determinar el sitio donde se va a instalar la planta, cuya determinación está dada por el estudio de mercado.

ESTUDIO TECNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios

para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización

Tamaño

Con el tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, por mes o por año. Depende del equipo que se posea, así será nuestra capacidad de producción.

Capacidad Instalada

Término que se usa para hacer referencia al volumen de producción que puede obtenerse en un período determinado en una cierta rama de actividad.

Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la Capacidad Instalada depende del conjunto de bienes de Capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la Oferta que existe en un momento dado.

Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad: hay algunos Bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de Capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un Bien determinado.

Cuando hay situaciones de Recesión o de crisis el porcentaje de la capacidad instalada utilizado tiende a disminuir, aumentando la capacidad

ociosa o no utilizada. Este último término se usa equivocadamente para hacer referencia a los Recursos Naturales que las empresas, por razones de Costos o por causas de la estrechez del Mercado, no están en condiciones de explotar en un momento dado: así hay tierras que no conviene utilizar porque sus rendimientos son muy pobres y producirían Bienes a un Costo mayor que el que puede aceptar el Mercado; hay Recursos hidroeléctricos que no tiene sentido desarrollar por cuanto la capacidad de generación eléctrica ya instalada es suficiente para atender la Demanda, etc.

Es un error frecuente pensar que la producción puede siempre utilizar por completo todos los Recursos Naturales y de Capital disponibles: la utilización o no de un Factor Productivo depende, en última instancia, de consideraciones económicas y no puramente técnicas, por lo cual no tiene sentido incorporar a la producción aquellos elementos que darían por resultado un Precio más alto que el del Mercado.

Capacidad Utilizada

Se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

Capacidad Administrativa

Se puede definir a la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, Además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes.

“Capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente.”

Capacidad Financiera

“Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones (por citar algunas).”

Localización¹³

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social).

Macro Localización

Es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, también llamada macro zona. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Micro Localización

En este aspecto se conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. También denominada sitio, en que se localizará y operara el proyecto dentro de la macro zona.

¹³ BACA, Gabriel. *EVALUACION DE PROYECTOS cuarta edición 2000*

EL ESTUDIO DE ORGANIZACIÓN.

Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una empresa es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato.

Niveles Jerárquicos

Una organización jerárquica es una estructura organizativa donde cada entidad en la organización, excepto una, está subordinada a una entidad única. Este acuerdo es una forma de una jerarquía. En una organización, la jerarquía está formada normalmente por un grupo singular y de poder en la parte superior con los niveles posteriores por debajo de ellos. Este es el modo dominante de organización entre las grandes organizaciones; mayoría de las empresas, los gobiernos y las religiones organizadas son las organizaciones jerárquicas, con diferentes niveles de gestión, poder o autoridad.

Organigramas

“El organigrama es una representación gráfica de la estructura organizacional de una institución, donde se refleja en forma esquemática

las unidades que las componen, su relación orgánica, sus niveles jerárquicos y canales formales de comunicación y asesoría”.

- Enrique B. Franklin, “El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra relaciones que guardan entre si el órgano que la componen”.
- Jack Fleitman, “El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que integran la empresa, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y de asesoría”.
- Agustín Reyes Ponce, “Los sistemas de organización se representan en forma intuitiva y con objetividad en los llamados organigramas, conocidos también como Cartas o Gráficas de Organización”.

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una organización, es donde se pone manifiesta la relación formal existente entre las diversas unidades que la integran, sus principales funciones, los canales de supervisión y la autoridad relativa de cada cargo.

Manual de Funciones¹⁴

Este instrumento facilita la ubicación y orientación del personal además de que Permite establecer claras delimitaciones en las funciones y responsabilidades de cada cargo. Que aspectos se debe tener en cuentas para desarrollar un manual de funciones para una empresa limitada o que pasos se deben seguir para desarrollarlo. La existencia y desarrollo de un

¹⁴ <http://www.difementes.com/formatos/mfunciones>.

manual de funciones no depende del tipo de sociedad (limitada, anónima etc.). La finalidad del este manual es la de definir la estructura de la empresa, cargos que la conforman, así como funciones, responsabilidades, requisitos y relaciones jerárquicas, en consecuencia para la elaboración de un manual de funciones se deberá:

- Definir estructura organizacional de la empresa
- Definir la denominación y número de cargos que conformarán la estructura.
- Asignar a cada cargo las funciones que le corresponden
- Establecer los requisitos (estudios, experiencia, perfil) necesarios para desempeñar las funciones asociadas.
- Establecer las relaciones jerárquicas entre los diferentes cargos.
- Aprobar y divulgar el manual en la empresa

EL ESTUDIO FINANCIERO.¹⁵

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de

¹⁵ www.zonaeconomica.com/estudio-financiero

mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc.

La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. Usualmente hay períodos de tiempo en los que las empresas no son rentables. En los períodos iniciales de un emprendimiento, la empresa debe incurrir en costos que otorgan beneficios en el futuro, como la publicidad, costos de organización, compra de stock de materiales, etc. Pero debe haber una expectativa de obtener beneficios en el futuro. En este caso, el estudio financiero deberá establecer si la empresa será capaz de sortear los períodos de rentabilidad negativa sin incurrir en cesación de pagos, y estimar en qué momento la rentabilidad será positiva y la relación entre la rentabilidad y el capital invertido o los activos.

PROYECTO DE INVERSION¹⁶

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

¹⁶ Fundamentos de economía de la empresa. F.Tarrágo Sabaté. El propio autor 1986.Página 308

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal.

Inversión

La inversión consiste en la aplicación de recursos financieros a la creación, renovación, ampliación o mejora de la capacidad operativa de la empresa.

Financiamiento

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán a para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico

Capital de trabajo

Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entendiéndose por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año. Está generalizado por la mayoría de los especialistas y literatura especializada el criterio de que Capital de Trabajo no es más que la diferencia entre Activo Circulante y Pasivo Circulante

Presupuesto¹⁷

Un presupuesto es un es la estimación programada, de manera sistemática, de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado. También dice que el

¹⁷ Según Burbano y Ortiz (2004)

presupuesto es una expresión cuantitativa formal de los objetivos que se propone alcanzar la administración de la empresa en un periodo, con la adopción de las estrategias necesarias para lograrlos.

Ingresos

Entradas de dinero o valores que lo presentan, se origina en la venta de bienes o servicios mediante un periodo de tiempo.

Egresos¹⁸

Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado. El término hace referencia específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que por lo tanto no puede ser contado como ganancia.

Costos fijos¹⁹

Costos fijos o periódicos: Son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta. Resultan constantes dentro de un margen determinado de volúmenes de producción o venta.

Costos variables

Costos Variables. Son aquellos en los que: “el costo total cambia en proporción directa a los cambios en el volumen de producción, dentro del rango relevante”, en tanto que el costo unitario permanece constante. Los costos variables son controlados por el jefe responsable del departamento.

¹⁸ C.P. Jaime A. Acosta Altamirano. Obra: Apuntes de Contabilidad de Costos I

¹⁹ autorneto.com/negocios/empresas/costos-variables

Costo total

Por Costo Total (CT), se pueden entender: la sumatoria de los Costos Fijos (CF) y Variables (CV), que se utilizan Directa o Indirectamente en una Proceso Productivo de Bienes o Servicios

Punto De Equilibrio

Es el nivel de ventas que permite cubrir los costos, tanto fijos como variables. Dicho de manera más simple, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, es decir, su beneficio es igual a cero.

Si el punto de equilibrio determina el momento en el que las ventas cubren exactamente los costos, entonces, un aumento en el nivel de ventas por encima del nivel del punto de equilibrio, nos dará como resultado algún tipo de beneficio positivo. Y así, una disminución ocasionará pérdidas. Este cálculo es útil, al comienzo, para conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y recuperar la inversión. Una vez en marcha el emprendimiento, vas a poder saber si el nivel de ventas alcanza para cubrir costos, y de no ser así, podrías realizar cualquier modificación que sea conveniente.

El punto de equilibrio puede calcularse en unidades o en dólares, veamos:

Por la unidades producidas

Los elementos que componen la fórmula son:

Pe: punto de equilibrio

CF: costo fijo

Cont. Marg: contribución marginal, no es más que el precio de venta unitario menos el costo variable unitario (costo de producción)

Y así, sería:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Contribución Marginal}}$$

Y ahora es sólo cuestión de cuentas, primero restas el precio de venta unitario menos el costo variable unitario, después divides el costo fijo por ese resultado y ahí tienes la cantidad de paquetes de sales que tienes que vender para cubrir los costos.

En dólares o ingresos

Tienes 2 opciones:

- **Si ya calculaste el punto de equilibrio en unidades**, entonces simplemente multiplica esa cantidad de unidades por tu precio de venta.
- **Si no lo calculaste en unidades** puedes calcularlo directamente en dólares usando esta fórmula:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$

En este caso, primero se divide el costo variable unitario por el precio de venta unitario, después restas 1 menos esa división. Finalmente divides el costo fijo por el resultado que obtuviste, o sea, 1 menos el costo variable dividido el precio de venta. Con este cálculo tienes tu punto de

equilibrio en ingresos, es decir, en dólares cuántos paquetes necesitas vender para cubrir los costos.

Costo financiero

Es el que se integra por los gastos derivados de allegarse fondos de financiamiento por lo cual representa las erogaciones destinadas a cubrir en moneda nacional o extranjera, los intereses, comisiones y gastos que deriven de un título de crédito o contrato respectivo, donde se definen las condiciones específicas y los porcentajes pactados; se calculan sobre el monto del capital y deben ser cubiertos durante un cierto periodo de tiempo. Incluye las fluctuaciones cambiarias y el resultado de la posición monetaria.

Estado de situación inicial²⁰

El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales. Informe contable que se prepara para presentar la situación patrimonial y financiera de una empresa.

²⁰ es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situación-inicial

Estado de pérdidas y ganancias²¹

El Estado de Pérdidas y Ganancia es un estado financiero básico, es un documento complementario donde se informa detallada y ordenadamente como se obtuvo la utilidad del ejercicio contable. El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

Rentabilidad

Desde el punto de vista de la inversión de capital, la rentabilidad es la tasa mínima de ganancia que una persona o institución tiene en mente, sobre el monto de capital invertido en una empresa o proyecto...”

EVALUACION DE PROYECTOS²²

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. Lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática. El valor presente neto y la tasa interna de rendimiento se mencionan juntos porque en realidad es el mismo método, sólo que sus resultados se expresan de manera distinta.

²¹ <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/estado-ganancias-perdidas>

²² BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill, México, 1987, p. 179.

Evaluación Financiera

Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto

La evaluación financiera de proyectos está destinada a observar los factores involucrados en la concreción de un proyecto. Sin ella, una entidad comercial no tiene la información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos de un proyecto.

Valor Actual Neto (Van).

Es aquel que permite atraer el valor futuro al valor actual a través de un factor de actualización. Además si él VAN es positivo el proyecto es conveniente financieramente, caso contrario el proyecto no conviene.

Se lo obtiene así: VAN = E del (flujo neto de caja) x fact. De actualización.
Servirá para demostrar a los inversionistas si el proyecto conviene o no ponerlo en ejecución.

Formula : $FA = \frac{1}{(1+i)^n}$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de descuento que hace que el valor presente proporcione entradas en efectivo iguales a la inversión neta seleccionadas con el proyecto. Ayudará a determinar que si el proyecto tiene una tasa mayor que la de la banca, el proyecto es conveniente financieramente. Su fórmula es:

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

Relación Beneficio Costo (RCB)

El indicador financiero beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

$B/C > 1$ Se puede realizar el proyecto.

$B/C = 1$ Es indiferente realizar el proyecto.

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

Su fórmula es:

$$C/B = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

Análisis de sensibilidad

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos. Cuando en un proyecto afectan estas variaciones es sensible el proyecto. Cuando se dan condiciones viceversa no es sensible el proyecto. Se la obtendrá mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

$$As = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva tasa de retorno}}$$

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.

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

Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.

$$TIR.R = TIRO - N.TIR$$

b. Se calcula el porcentaje de variación.

$$\% V = \left(TIR.R / TIR.O \right) * 100$$

d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.

$$S = \% V / N.TIR$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para realizar la presente investigación se utilizaron los siguientes materiales

Materiales

Suministros de oficina: dentro de ellos se encuentran las resmas de papel bond, carpetas, esferos, borrador, entre otros

Equipo de oficina: entre ellos se utilizó los siguientes, computador, impresora, flash memory, cd, cámara digital, entre otros

Métodos

Cada proceso de la investigación implica la utilización de métodos siguientes métodos.

Deductivo: Permitió obtener conclusiones válidas para determinar si es viable o no la creación del proyecto, conociendo de forma real el entorno dónde se ubica la empresa.

Inductivo: Este método ayudó en el estudio de mercado y el estudio financiero, en dónde se maneja información resultante de encuestas mismas que permitieron determinar los gustos y diferencias de los consumidores.

Método Estadístico: Este método ayudó a tabular e interpretar los datos obtenidos en las encuestas.

Método Analítico: Este método permitió realizar un análisis y síntesis de la información obtenida para plantear posibles soluciones al problema detectado.

Técnicas

Encuesta: Esta dirigida a la población de la ciudad de Loja, la misma que brindó la información necesaria para el desarrollo de la presente investigación.

Revisión Literaria: Es un instrumento que se lo utilizó en toda la investigación, recopilando información que sirvió de sustento para elaborar el marco teórico.

Procedimientos

Muestra Poblacional

El grupo de personas para quien va dirigido la presente muestra, es para la población de la ciudad de Loja; que según el censo de población y vivienda del 2010 es de 180617 habitantes.

Determinación de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, en el presente proyecto se tomó en consideración a la población de la Ciudad de Loja, para lo cual se asigna un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 0,05%.

Según datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), La población urbana en el Cantón Loja es de 180617 habitantes existente en las cuatro parroquias urbanas que son: El Sagrario, San Sebastián, El Valle, Sucre; Con estos datos se procede a

calcular la muestra para proceder a la investigación de campo, se aplicó las siguientes formulas:

Tasa de crecimiento según el INEC 2,65%

Fórmula:

$$Pf_{2015} = 180617 (1+0,0265)^5$$

$$Pf_{2015} = 180617 (1,081625)$$

$$Pf = P_0 (1+r)^n$$

$$Pf_{2015} = 205851 \text{ habitantes}$$

Con el propósito de conocer el tamaño de la muestra se tomó la población proyectada para el año 2015, de 205851 habitantes, que lo dividimos para el promedio de 4 miembros de cada familia, lo que da un total de 51463 familias.

Cuadro de Proyección de Parroquias Urbanas

Cuadro N° 1

POBLACIÓN PARROQUIAS URBANAS (Tasa de crecimiento 2,65%)								
Parroquias	Habitantes 2010	Tasa de Crecimiento	Proyección 2011	Proyección 2012	Proyección 2013	Proyección 2014	Proyección 2015	Familias
		2,65%						
EL VALLE	32511	2,65%	33373	34257	35165	36097	37053	9263
SUCRE	63216	2,65%	64891	66611	68376	70188	72048	18012
EL SAGRARIO	25286	2,65%	25956	26644	27350	28075	28819	7205
SAN SEBASTIAN	59604	2,65%	61184	62805	64469	66178	67931	16983
TOTAL	180617	2,65%	185403	190317	195360	200537	205851	51463

Elaboración: La Autora

Muestra de la Población

Para determinar la muestra se ha tomado el número de familias en la ciudad de Loja del año 2015 que representa a 51463 familias.

Formula:

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

$$n = \frac{51463}{1 + (0.05)^2 51463}$$

$$n = \frac{51463}{129.6} = 396,91 = 397$$

n= Tamaño de muestra

e= Margen de error (5%)=0,05

N= Población o universo

1= Constante

Cuadro de Distribución de las Encuestas**Cuadro N° 2**

Parroquias Urbanas	Población de Familias	Encuestas
EL VALLE	9263	71
SUCRE	18012	139
EL SAGRARIO	7205	56
SAN SEBASTIAN	16983	131
TOTAL	51463	397

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La Autora

Procedimiento

Uno de los procedimientos más utilizados en la aplicación de las encuestas, es el método estratificado simple, el cual se aplicó en el presente estudio investigativo; este consiste en sectorizar los diferentes barrios a encuestar, determinando en números de manzanas de los sectores (parroquias de la ciudad de Loja) y numerando las casas de viviendas, las mismas que se las procede a enumerar al azar; de tal manera que se escoge uno o más números aleatorios de cada manzana, serán los hogares a encuestar. Este método permitió a través de la numeración de las manzanas, no duplicar la información y por otro lado a efectuar encuestas a hogares estratificados al azar sin determinar el

origen y condición de los mismos; este sistema es muy práctico de fácil aplicación y positivo para obtener la información requerida.

Una vez aplicados los instrumentos de investigación al sector en estudio, se procedió a sistematizar la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representada a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se obtuvo una mayor comprensión sobre los datos realizando un análisis e interpretación de la información; estos datos son de vital importancia ya que permitió determinar la oferta y demanda, así como la existencia de la demanda insatisfecha. Posterior al estudio de mercado se ejecutó el estudio técnico, con la finalidad de determinar el tamaño, localización e ingeniería de proyecto. Una vez realizado ese estudio se procedió a presentar una propuesta organizacional para la empresa, a fin de establecer su base legal y su estructura organizacional; así como la parte financiera del proyecto, con sus respectivas conclusiones y recomendaciones.

f. RESULTADOS

ENCUESTAS REALIZADAS A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

1. ¿Cuál es su ingreso mensual?

Cuadro N° 3
Ingreso Mensual

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
\$354-\$400	192	48	377	72384
\$401-\$500	87	22	450,5	39193,5
\$501-\$600	85	21	550,5	46792,5
más de \$601	33	8	601	19833
Total	397	100		178203

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

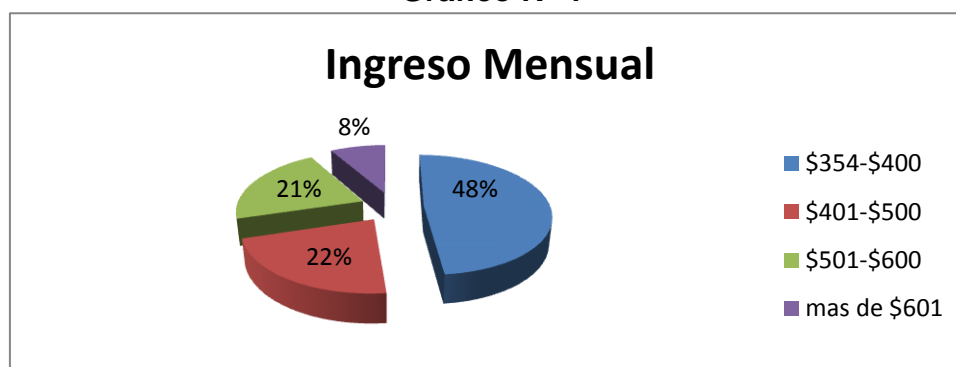
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{X.f}{n}$$

$$X = \frac{178203}{397}$$

$$X = 448,87 \text{ Rta}$$

Gráfico N° 1



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Se observa que el 48% de las familias tiene un ingreso mensual de \$354 a 400 dólares, un 22% su ingreso se encuentra entre \$401 a \$500, el 21% entre \$501 a \$600, y tan solo el 8% más de \$601 dólares.

- **SERVICIO DE LIMPIEZA**

2. **¿Utiliza usted el servicio de aseo y limpieza para su casa?**

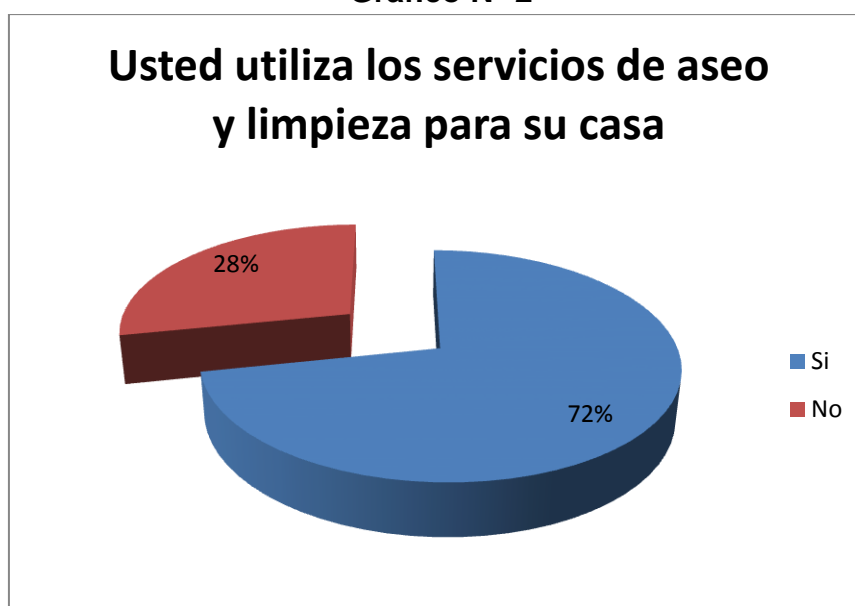
Cuadro N° 4
Usted utiliza los servicios de aseo y limpieza para su casa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	285	72
No	112	28
Total	397	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 72% de las familias encuestadas nos dijeron que si utilizan el servicio de aseo y limpieza para su casa, y el 28% nos dijeron que no utilizan estos servicios.

Esta pregunta es fundamental para determinar la segmentación de la demanda potencial.

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

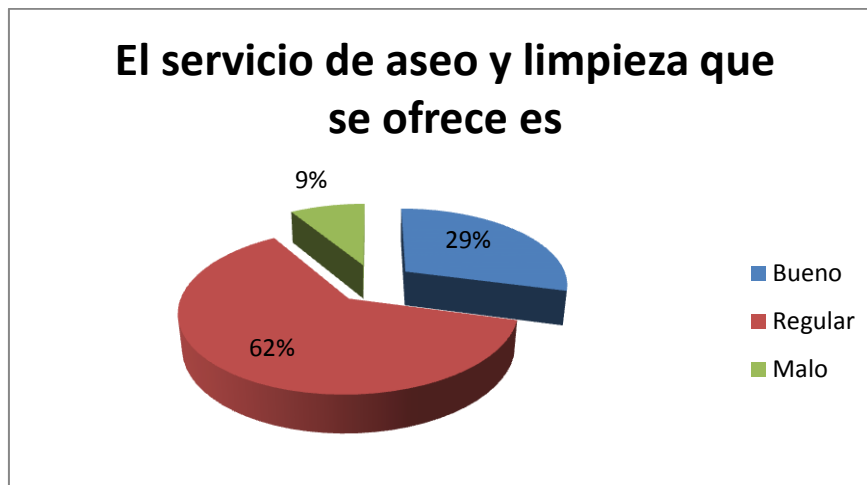
Cuadro N° 5
El servicio de aseo y limpieza que se ofrece es

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	83	29
Regular	177	62
Malo	25	9
Total	285	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 3



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 62% de las familias manifiestan que el servicio de aseo y limpieza que se ofrece en la ciudad es regular, un 29% indicó que los servicios son buenos y un 9% consideran que estos servicios son malos.

Por consiguiente los servicios que se ofrecen en la ciudad de Loja no son tan buenos, para lo cual la empresa deberá tener un servicio de calidad.

4. ¿Usted recibe algún tipo de promociones por el servicio que adquiere en estas empresas?

Cuadro N° 6
Promociones

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	116	41
Sorteos	34	12
Premios	12	4
Ninguno	123	43
Total	285	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: En cuanto a las promociones que reciben las familias indican que el 43% no recibe ninguna clase de promoción por prescindir del servicio de aseo y limpieza, el 41% recibe descuentos, el 12% manifiesta que las empresas dedicadas a este servicio realizan sorteos con los clientes, y un 4% manifiesta que recibe premios.

5. ¿Si hace uso del servicio de limpieza para su hogar: Cuales son los servicios que usted más utiliza?

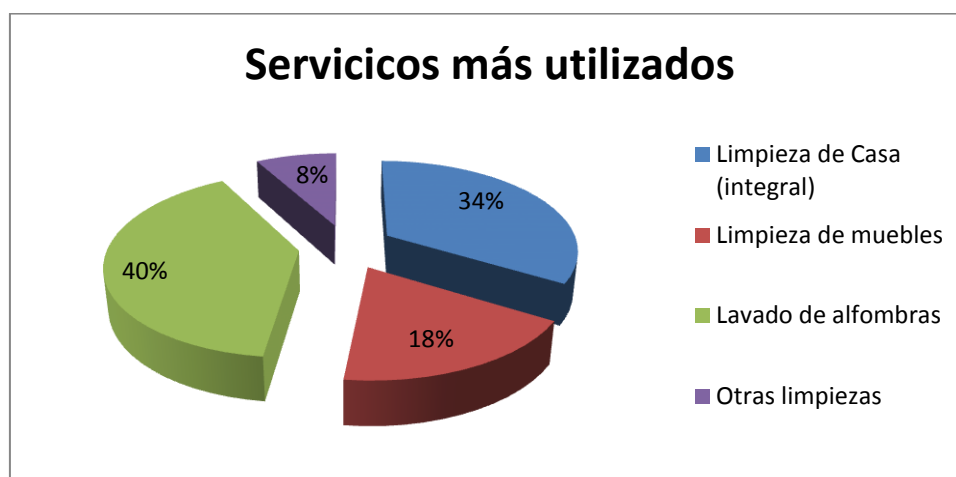
Cuadro N° 7
Servicios más utilizados

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Limpieza de Casa (integral)	96	34
Limpieza de muebles	52	18
Lavado de alfombras	114	40
Otras limpiezas	23	8
Total	285	100

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 5



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Según las respuestas el 40% de las familias indican que el servicio que más utilizan es el de lavado de alfombra, el 34% la limpieza de casa (integral), un 18% limpieza de muebles y el 8% manifestó que ellos utilizan otra clase de limpieza.

Se tomaran en consideración los servicios de mayor porcentaje para este estudio así como el lavado de alfombra y la limpieza de casa (integral).

Para los que respondieron que utilizan más el servicio de aseo y limpieza en casas:

6. ¿Cuántos metros tiene su casa?

Cuadro N°8
M² de las casas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
10 a 30 m2	12	13	20	240
31 a 60 m2	28	29	45,5	1274
Más de 61 m2	56	58	61	3416
Total	96	100		4930
Promedio				51,35

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

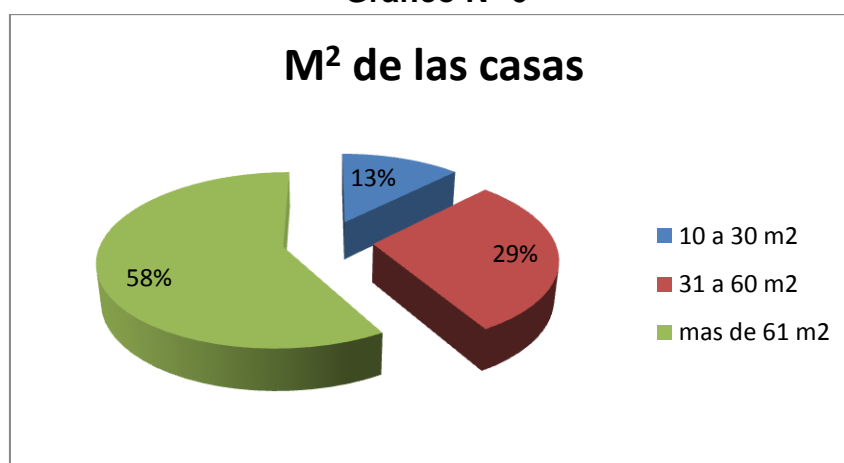
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{x \cdot f}{n}$$

$$X = \frac{4930}{96}$$

$$X = 51,35 \text{ m}^2 \text{ Rta}$$

Gráfico N° 6



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: En lo que respecta a las medidas de las casa el 58% manifestó que su casa tiene una medida más de 61 m², el 29% entre 31 a 60 m² y un 13% la medida de su casa está entre 10 a 30 m². Realizando el promedio de las casas se obtiene que sea de 51,35 m².

7. ¿En el año cuantas veces realiza aseo y limpieza en su hogar?

Cuadro N° 9
Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
1 a 2 veces	66	69	1,5	99
3 a 4 veces	28	29	3,5	98
Más de 5 veces	2	2	5	10
Total	96	100		207
	Promedio			2

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

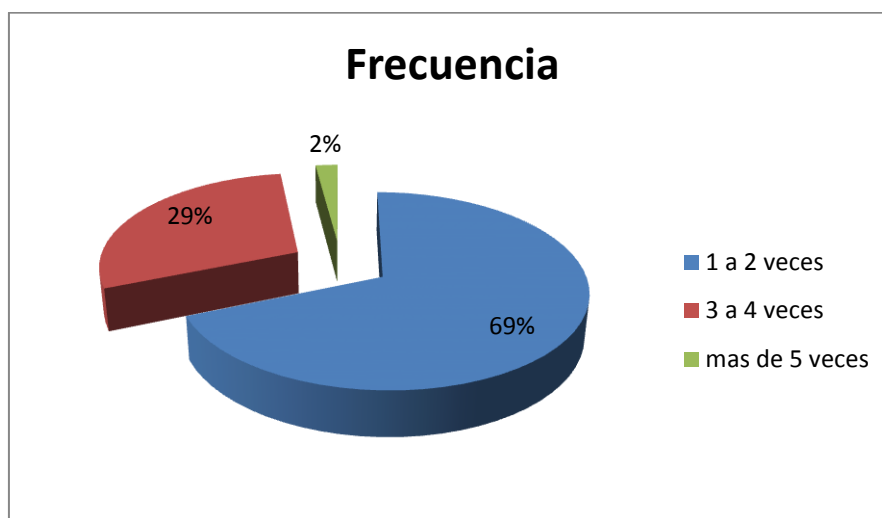
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{X.f}{n}$$

$$X = \frac{207}{96}$$

$$X = 2 \text{ veces Rta}$$

Gráfico N° 7



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Las veces que realizan la limpieza en sus hogares es: el 69% de 1 a 2 veces en el año, el 29% entre 3 a 4 veces y un 2% requiere de este servicio más de 5 veces en el año.

El promedio del número de veces requerido este servicio es de 2 veces en el año.

8. ¿Cuál es el precio que paga por metro cuadrado?

Cuadro N° 10
Precio por m²

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 0,50	66	69
\$ 0,75	22	23
Más de \$1,00	8	8
Total	96	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 8



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 69% de las familias indican que pagan por el m² es de \$0,50, el 23% es de \$0,75 y un 8% paga más de \$1,00 por el m² de limpieza.

Se tomara en consideración esta pregunta para establecer el precio del servicio.

9. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

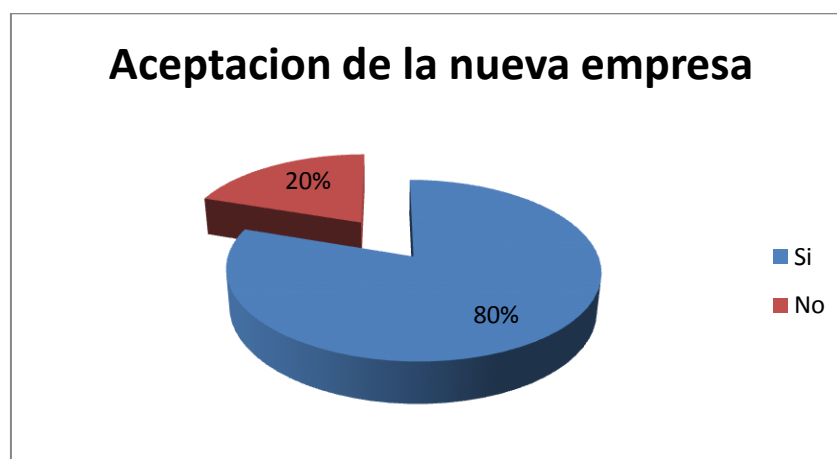
Cuadro N° 11
Aceptación de la nueva empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	80
No	19	20
Total	96	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 9



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Del total de las familias que requieren el aseo y limpieza de sus hogares el 80% si está de acuerdo con la nueva implementación de la empresa, mientras que un 20% no está de acuerdo con esto.

Se observa que existe un alto porcentaje en la aceptación de la implementación de la empresa de limpieza y mantenimiento de casas en la ciudad de Loja.

Para los que respondieron que utilizan más el servicio de lavado de alfombras

10. ¿Cuántos metros tiene la o las alfombras que usted posee?

Cuadro N° 12
M² de alfombras

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
1 a 3 m ²	8	7	2	16
4 a 6 m ²	83	73	5	415
Más de 7 m ²	23	20	7	161
Total	114	100		592
		Promedio		5

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Ciudad de Loja

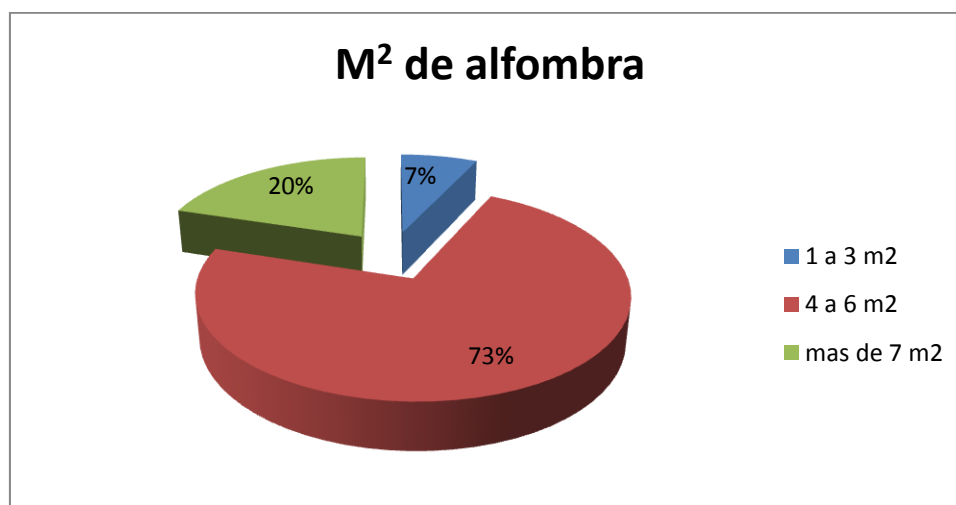
Elaboración: La autora

$$X = \frac{X.f}{n}$$

$$X = \frac{592}{114}$$

$$X = 5 \text{ m}^2 \text{ Rta}$$

Gráfico N° 10



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 73% de las familias indicaron que la medida de sus alfombras es de 4 a 6 m², el 20% de 1 a 3 m² y un 7% más de 7m².

El promedio de la medida de las alfombras es de 5 m².

11. ¿En el año cuantas veces realiza el lavado de alfombras?

Cuadro N° 13
Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
1 a 2 veces	45	40	1,5	67,5
3 a 4 veces	55	48	3,5	192,5
más de 5 veces	14	12	5	70
Total	114	100		330
Promedio				3

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Ciudad de Loja

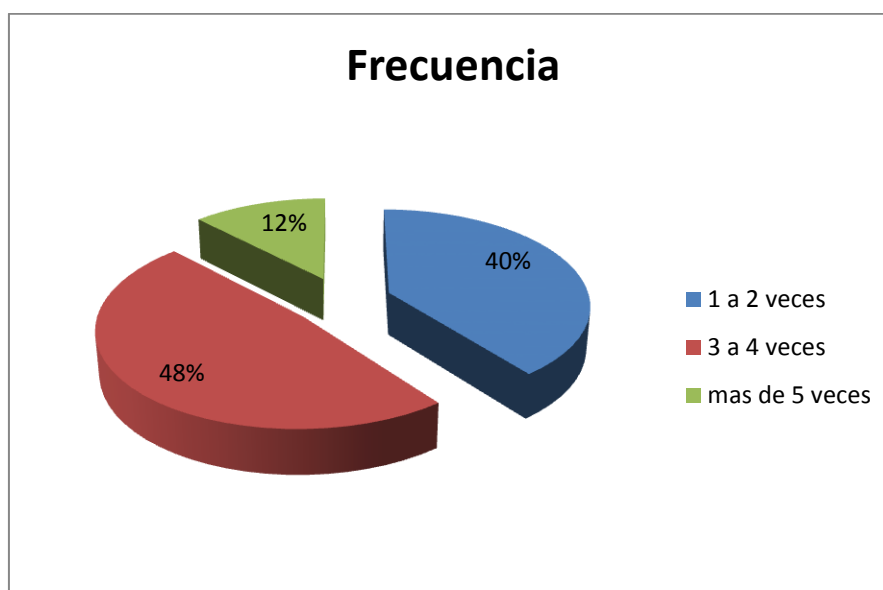
Elaboración: La autora

$$X = \frac{X.f}{n}$$

$$X = \frac{330}{114}$$

$$X = 3 \text{ veces Rta}$$

Gráfico N° 11



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 48% de las familias manifestaron que el lavado de sus alfombras lo realizan de 3 a 4 veces en el año, el 40% de 1 a 2 veces y un 12% más de 5 veces en el año.

El promedio del lavado de alfombra es de 3 veces en el año.

12. ¿Cuál es el precio que paga por metro cuadrado?

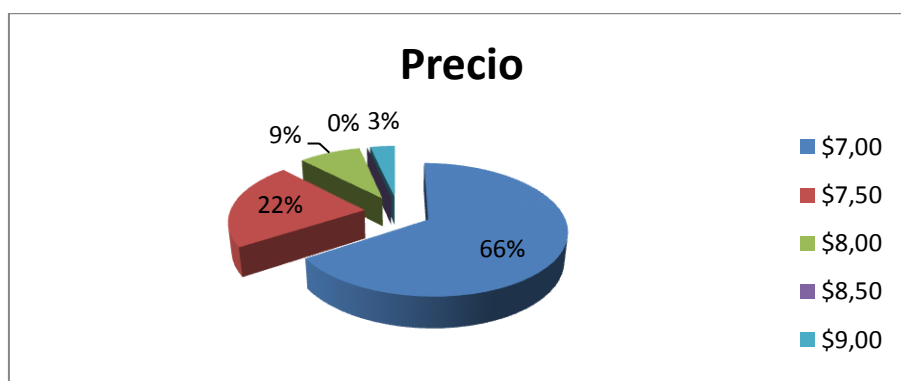
Cuadro N° 14
Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 7,00	75	66
\$ 7,50	25	22
\$ 8,00	10	9
\$ 8,50	0	0
\$ 9,00	4	3
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 12



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 66% paga por el m² de lavado de alfombra \$7,00, el 22% paga \$7,50, el 9% paga \$8,00 y un 3% paga por metro cuadrado \$9,00.

Se tomara en consideración esta pregunta para establecer el precio del servicio.

13. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

Cuadro N° 15
Aceptación de la nueva empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	82	72
No	32	28
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 13



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Del total de las familias que requieren el lavado de alfombras el 72% si está de acuerdo con la nueva implementación de la empresa, mientras que un 28% no está de acuerdo con esto.

Se observa que existe un alto porcentaje en la aceptación de la implementación de la empresa de Limpieza y mantenimiento de casas en la ciudad de Loja.

Para las personas que están de acuerdo con la implementación de la empresa de limpieza y mantenimiento de casas.

14. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la empresa?

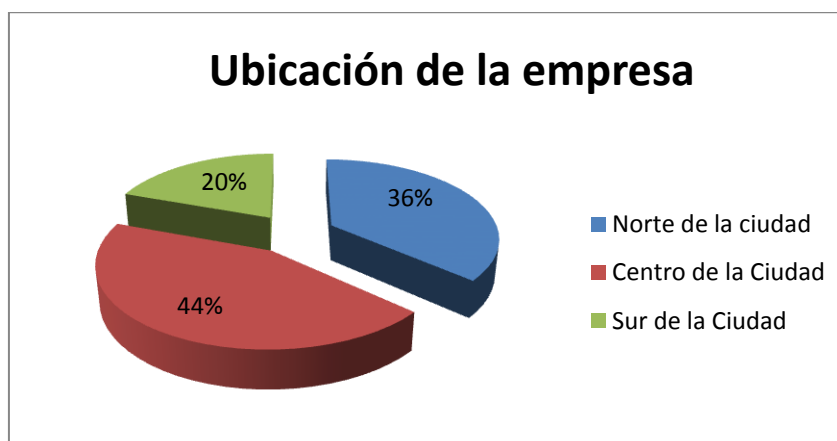
Cuadro N° 16
Ubicación de la empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Norte de la ciudad	58	36
Centro de la ciudad	70	44
Sur de la ciudad	31	20
Total	159	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 14



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 44% de las personas que desean que se implemente esta nueva empresa desea que sea ubicada en el centro de la ciudad, el 36% en la parte norte de la ciudad y un 20% en el sur de la ciudad.

Pregunta clave para la ubicación de la nueva empresa.

15. ¿porque medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de la nueva empresa?

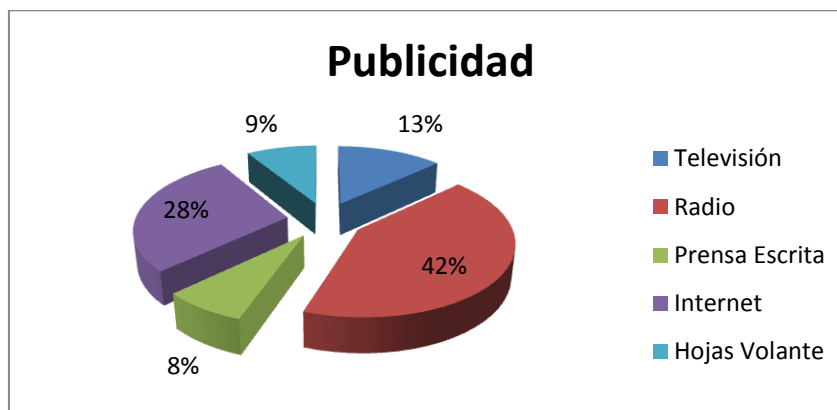
**Cuadro N° 17
Publicidad**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	21	13
Radio	67	42
Prensa Escrita	12	8
Internet	45	28
Hojas Volante	14	9
Total	159	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 15



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Los medios de comunicación que más acogida tiene es la radio con un 42%, seguido por el internet con un 28%, la televisión con un 13% y los de menos acogida son las hojas volante con un 9% y la prensa escrita con un 8%.

Se tendrá en cuenta cuales son los medios de mayor acogida para la publicidad de la empresa.

- **SERVICIO DE MANTENIMIENTO**

1. **¿Usted utiliza los servicios de mantenimiento para su hogar?**

Cuadro N° 18
Utiliza los servicios de mantenimiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	325	82
No	72	18
Total	397	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 16



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Del total de las familias encuestadas el 82% si utiliza el servicio de mantenimiento para su hogar, mientras que un 18% no lo utiliza.

Se observa que la mayor parte de la población si está haciendo uso del servicio de mantenimiento

2. ¿Según su criterio, en la actualidad el servicio de mantenimiento de casas que se ofrece es?

Cuadro N° 19
El servicio de mantenimiento que se ofrece es

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	135	42
Regular	178	55
Malo	12	4
Total	325	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 17



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: EL servicio de mantenimiento que se está ofreciendo es regular según respuestas del 55%, bueno con un 41% y con un 4% malo.

Lo cual manifiesta que se debe poner más énfasis en esto para brindar un servicio de calidad y satisfaga las necesidades de los clientes.

3. ¿Usted recibe algún tipo de promociones por el servicio que adquiere en estas empresas?

Cuadro N° 20
Promociones

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	156	48
Sorteos	34	10
Premios	12	4
Ninguno	123	38
Total	325	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 18



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 48% de las familias manifiestan que por la adquisición de los servicios de mantenimiento reciben descuentos, el 38% no reciben ninguna clase de promociones, el 10% indican que las empresas realizan sorteos y un 4% reciben premios.

Se debe tomar en consideración las respuestas para establecer promociones por la adquisición de nuestros servicios.

4. ¿Si hace uso del servicio de mantenimiento para su hogar: Cuales son los servicios que usted más utiliza?

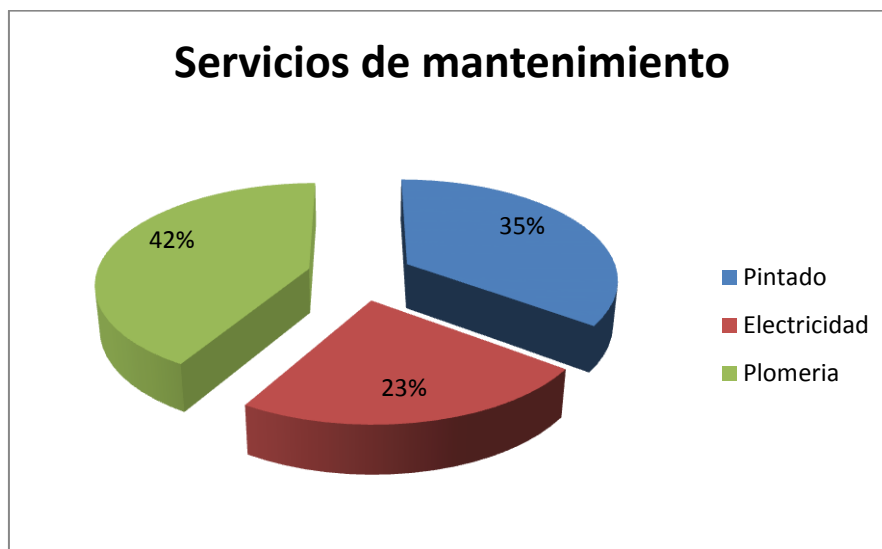
Cuadro N° 21
Servicios de mantenimiento

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Pintado	114	35
Electricidad	76	23
Plomería	135	42
Total	325	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico N° 19



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: De las personas que si utilizan el servicio de mantenimiento el 42% lo realiza más en plomería, el 35% en pintado de casa y un 23% en arreglos de electricidad.

Se debe tomar en consideración estos servicios para que así se pueda brindar en la nueva empresa.

Para los que respondieron que utilizan más el servicio de pintado de casas

5. ¿cuantos metros tiene su casa?

Cuadro N° 22
M² de casas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Xm	xm*f
10 a 30 m ²	12	11	20	240
31 a 60 m ²	45	39	45,5	2047,5
Más de 61 m ²	57	50	61	3477
Total	114	100		5764,5
Pintado				50,57

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

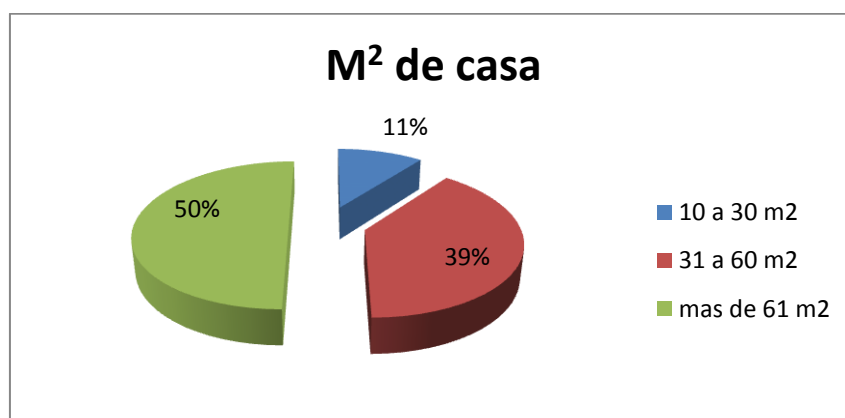
Elaboración: La autora

$$X = \frac{X \cdot f}{n}$$

$$X = \frac{5764,5}{114}$$

$$X = 50,57 \text{ m}^2 \text{ Rta}$$

Gráfico N° 20



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 50% de los encuestados manifiesta que la medida de su casa es más de 61 m², el 39% está entre 31 a 60 m² y el 11% sus medias de casas esta entre 10 a 30 m².

El promedio de la medida de casa es de 50,57 m².

6 ¿En el año cuantas veces realiza el pintado de su hogar?

Cuadro N° 23
Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
1 a 2 veces	84	74	1,5	126
3 a 4 veces	28	25	3,5	98
Más de 5 veces	2	2	5	10
Total	114	100		234
Promedio				2

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Ciudad de Loja

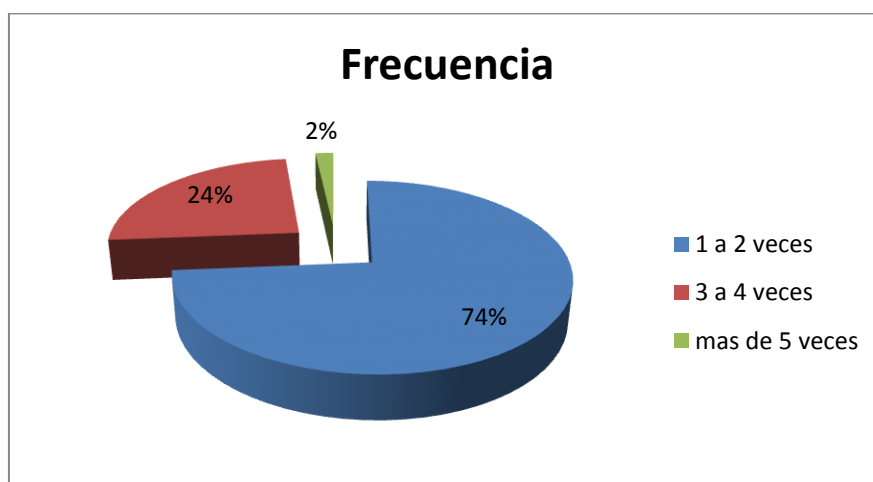
Elaboración: La autora

$$X = \frac{x.f}{n}$$

$$X = \frac{234}{114}$$

$$X = 2 \text{ veces Rta}$$

Gráfico N° 21



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 74% indica que realizan el pintado de casa 1 a 2 veces en el año, el 24% de 3 a 4 veces y un 2% más de 5 veces en el año.

El promedio de pintado de las casas es 2 veces en el año.

7 ¿Cuánto es el precio que paga por metro cuadrado?

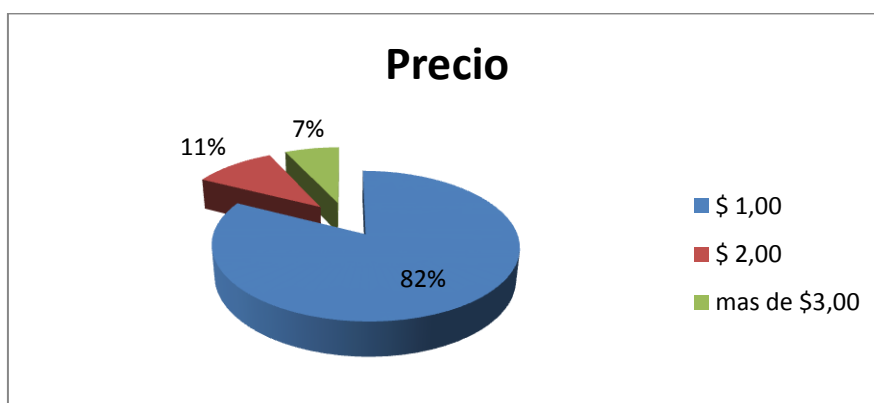
Cuadro N° 24
Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1,00	94	82
\$ 2,00	12	11
Más de \$3,00	8	7
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 22



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El precio que se paga por cada m² de pintado es con el 82% de \$1,00, el 11% de \$2,00 y un 7% paga más de \$3,00.

Se tomara en cuenta estos datos para establecer el precio del servicio que ofrecerá la nueva empresa.

6. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

Cuadro N° 25
Aceptación de la nueva empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	102	89
No	12	11
Total	114	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico N° 23



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Del total de las familias que requieren el servicio de pintado de casa el 89% si está de acuerdo con la nueva implementación de la empresa, mientras que un 11% no está de acuerdo con esto.

Se observa que existe un alto porcentaje en la aceptación de la implementación de la empresa de Limpieza y mantenimiento de casas en la ciudad de Loja.

Para los que respondieron que utilizan más el servicio es electricidad

7. ¿En su hogar cuánto es el promedio de puntos que cambia?

Cuadro N° 26
Promedio por puntos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	Xm	xm*f
1 a 2 puntos	58	76	1,5	87
3 a 4 puntos	12	16	3,5	42
Más de 5 puntos	6	8	5	30
Total	76	100		159
Promedio				2

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

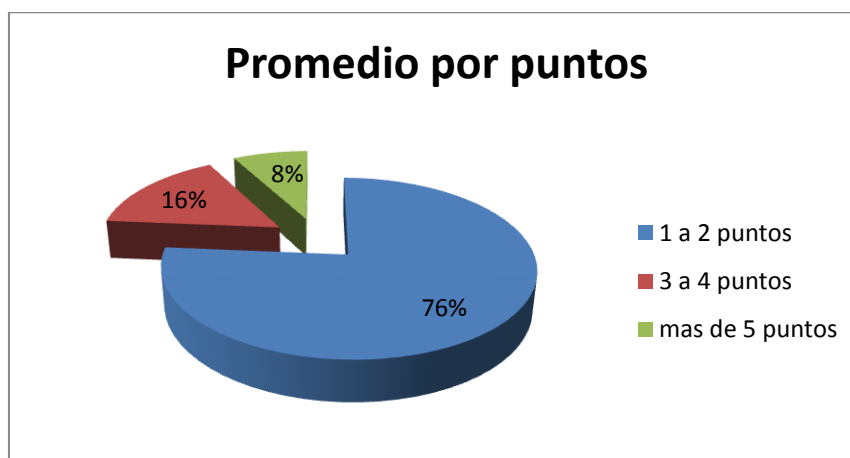
Elaboración: La autora

$$X = \frac{Xf}{n}$$

$$X = \frac{159}{76}$$

$$X = 2 \text{ puntos Rta}$$

Gráfico N° 24



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 76% indica que en su hogar cada vez realiza de 1 a 2 puntos el mantenimiento de electricidad, el 16% de 3 a 4 puntos y un 8% más de 5 puntos.

El promedio del número de puntos a cambiar por hogar es de 2 puntos.

8. ¿En el año cuantas veces realiza mantenimiento de electricidad en su hogar?

Cuadro N°27
Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
1 a 2 veces	76	100	1,5	114
3 a 4 veces	0	0	3,5	0
Más de 5 veces	0	0	5	0
Total	76	100		114
Promedio				1,50

Fuente: Encuesta aplicada a las familias

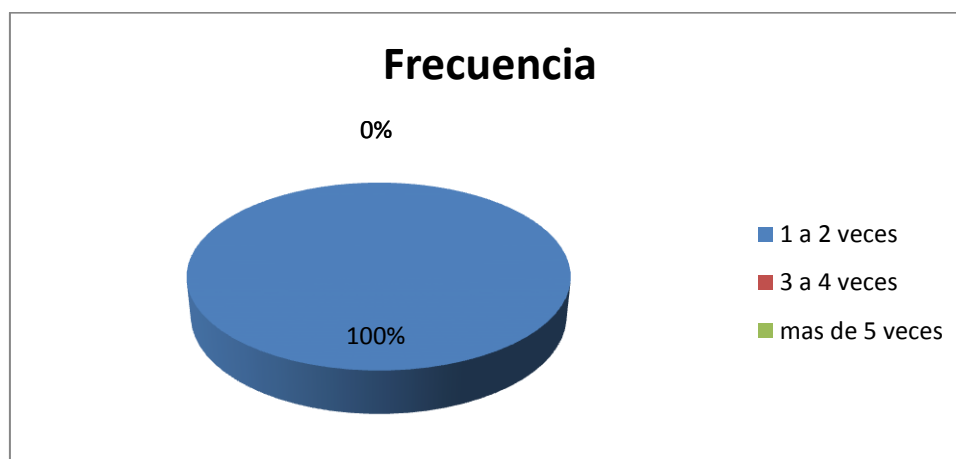
Elaboración: La autora

$$X = \frac{X \cdot f}{n}$$

$$X = \frac{114}{76}$$

$$X = 1,5 \text{ veces Rta}$$

Gráfico N° 25



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 100% de las familias que utilizan el servicio de mantenimiento de electricidad lo realiza de 1 a 2 veces en el año.

El promedio de mantenimiento en electricidad es 1,5 veces en el año.

9. ¿Cuánto es el precio que paga por punto?

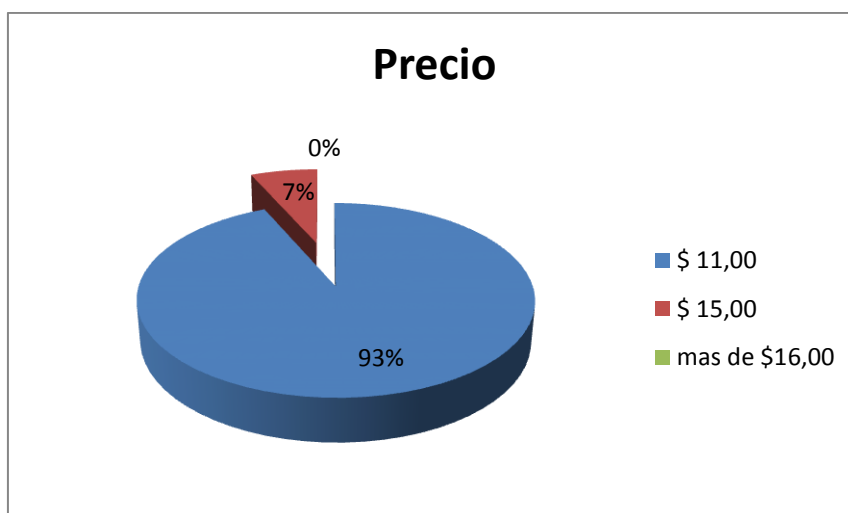
Cuadro N° 28
Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 11,00	71	93
\$ 15,00	5	7
Más de \$16,00	0	0
Total	76	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 26



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El precio que se paga por cada punto de electricidad es con el 93% de \$11,00 y un 7% paga más de \$15,00.

Se tomara en cuenta estos datos para establecer el precio del servicio que ofrecerá la nueva empresa.

10. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

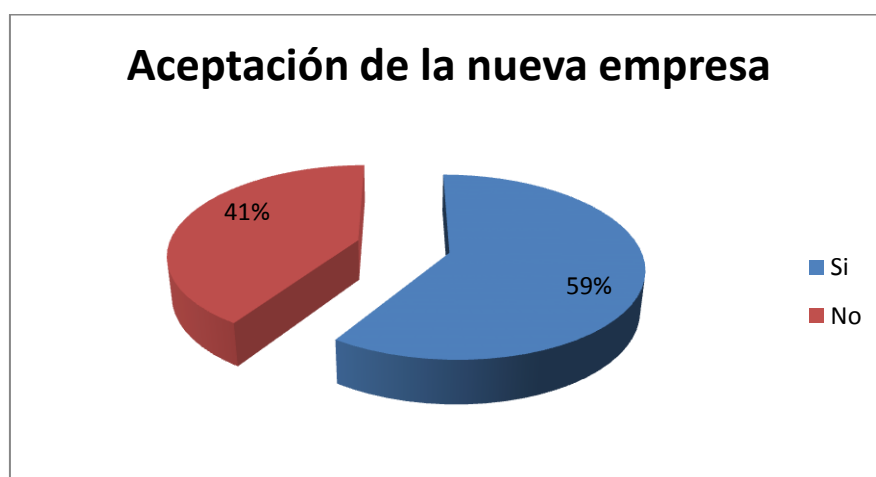
Cuadro N° 29
Aceptación de la nueva empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	45	59
No	31	41
Total	76	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 27



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Del total de las familias que requieren el servicio de mantenimiento de electricidad el 59% si está de acuerdo con la nueva implementación de la empresa, mientras que un 41% no está de acuerdo con esto.

Se observa que existe un alto porcentaje en la aceptación de la implementación de la empresa de Limpieza y mantenimiento de casas en la ciudad de Loja.

Para los que respondieron que utilizan más el servicio es plomería

11. ¿Cuánto es el promedio de puntos que cambia?

Cuadro N° 30
Promedio por puntos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
1 a 2 puntos	112	83	1,5	168
3 a 4 puntos	17	13	3,5	60
Más de 5 puntos	6	4	5	30
Total	135	100		258
Promedio				2

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

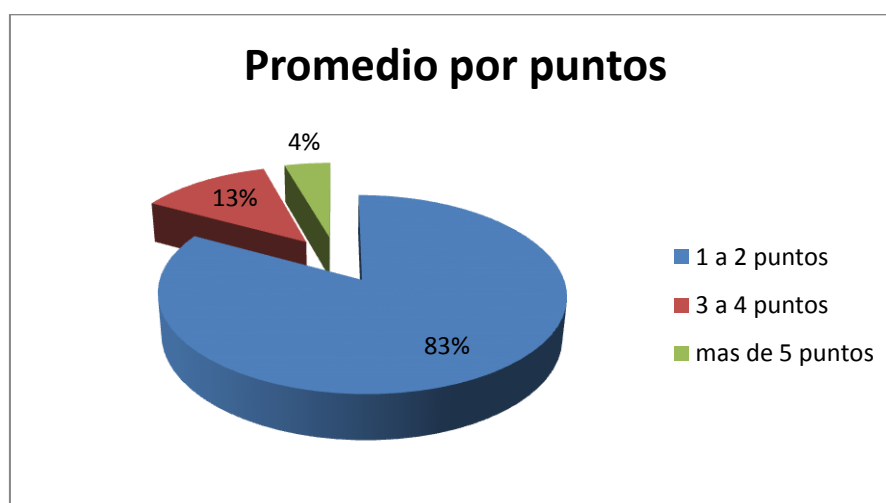
Elaboración: La autora

$$X = \frac{X.f}{n}$$

$$X = \frac{258}{135}$$

$$X = 2 \text{ puntos Rta}$$

Gráfico N° 28



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 83% indica que en su hogar cada vez realiza de 1 a 2 puntos el mantenimiento de plomería, el 13% de 3 a 4 puntos y un 4% más de 5 puntos.

El promedio del número de puntos a cambiar por hogar es de 2 puntos.

12. ¿En el año cuantas veces realiza mantenimiento de plomería en su hogar?

Cuadro N° 31
Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm*f
1 a 2 veces	102	76	1,5	153
3 a 4 veces	31	23	3,5	108,5
más de 5 veces	2	1	5	10
Total	135	100		271,5
Promedio				2

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

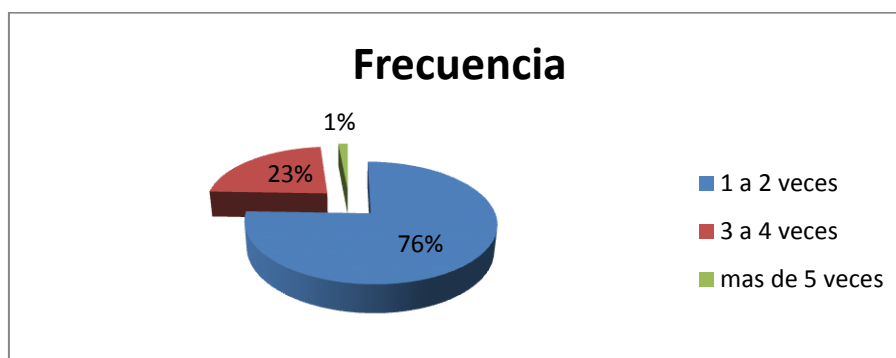
Elaboración: La autora

$$X = \frac{X.f}{n}$$

$$X = \frac{271,5}{135}$$

$$X = 2 \text{ veces Rta}$$

Gráfico N° 29



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 76% de las familias que utilizan el servicio de mantenimiento de plomería lo realiza de 1 a 2 veces en el año, el 23% de 3 a 4 veces y un 1% más de 5 veces en el año.

El promedio de mantenimiento de plomería es 2 veces en el año.

13. ¿Cuánto es el precio que paga por punto?

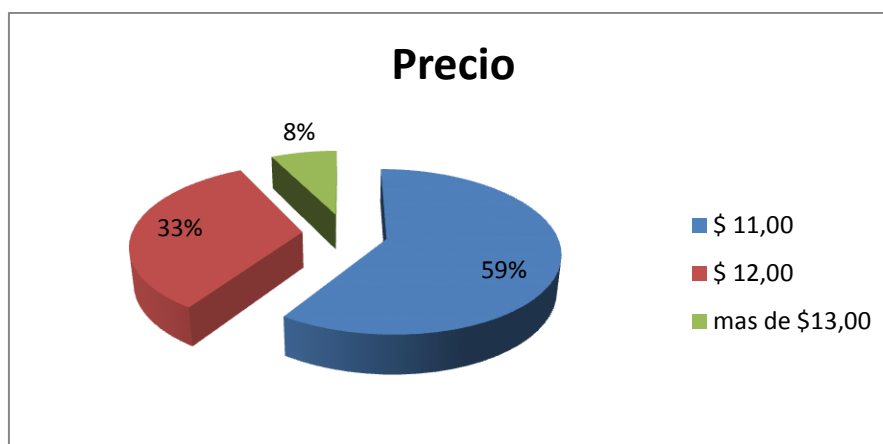
Cuadro N° 32
Precio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 11,00	80	59
\$ 12,00	45	33
más de \$13,00	10	8
Total	135	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 30



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El precio que se paga por cada punto de plomería es con el 59% de \$11,00, el 33% paga \$12,00 y un 8% paga más de \$13,00.

Se tomara en cuenta estos datos para establecer el precio del servicio que ofrecerá la nueva empresa.

14. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

Cuadro N° 33
Aceptación de la nueva empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	85	63
No	50	37
Total	135	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la Ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Gráfico N° 31



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Del total de las familias que requieren el servicio de mantenimiento de plomería el 63% si está de acuerdo con la nueva implementación de la empresa, mientras que un 37% no está de acuerdo con esto.

Se observa que existe un alto porcentaje en la aceptación de la implementación de la empresa de Limpieza y mantenimiento de casas en la ciudad de Loja.

Para las personas que si desean que se implemente la nueva empresa

15. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la empresa?

Cuadro N° 34
Ubicación de la nueva empresa

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Norte de la ciudad	58	25
Centro de la Ciudad	98	42
Sur de la Ciudad	76	33
Total	232	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias
Elaboración: La autora

Gráfico N° 32



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja
Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: El 42% de las personas que desean que se implemente esta nueva empresa desea que sea ubicada en el centro de la ciudad, el 33% en la parte norte de la ciudad y un 25% en el sur de la ciudad.

Pregunta clave para la ubicación de la nueva empresa.

16. ¿Porque medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de la nueva empresa?

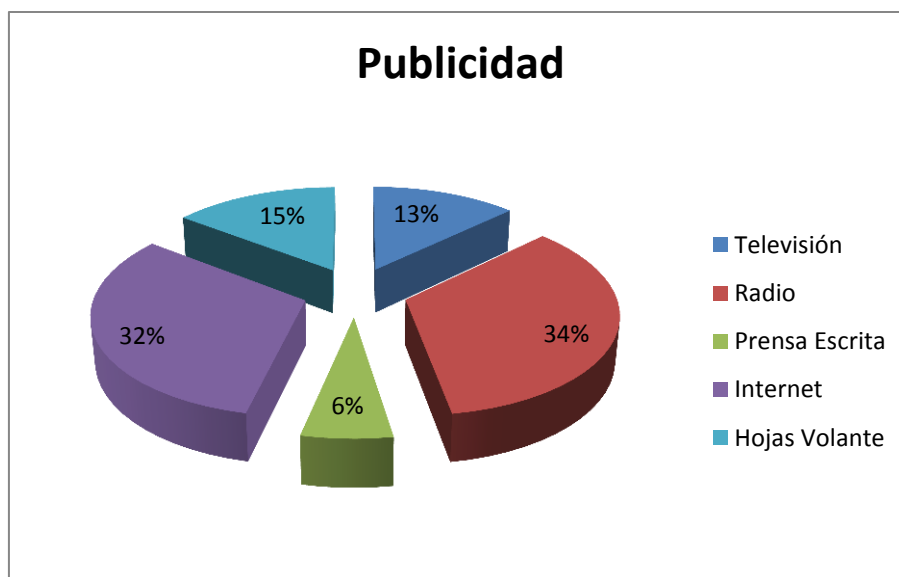
Cuadro N° 35
Publicidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	30	13
Radio	80	34
Prensa Escrita	14	6
Internet	74	32
Hojas Volante	34	15
Total	232	100

Fuente: Encuesta aplicada a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico N° 33



Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación: Los medios de comunicación que más acogida tiene es la radio con un 34%, seguido por el internet con un 32%, la televisión con un 15% y los de menos acogida son las hojas volante con un 13% y la prensa escrita con un 6%.

Se tendrá en cuenta cuales son los medios de mayor acogida para la publicidad de la empresa.

PREGUNTAS REALIZADOS A LOS OFERENTES

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

Cuadro N°36
Cuántos clientes atiende usted al mes en su negocio

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100 a120	1	13%
121 a 130	4	50%
131 a 140	3	37%
TOTAL	8	100%

Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

Gráfico N° 34



Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

El 50% de los oferentes respondieron que ellos atienden al mes en su negocio de 121 a 130, el 37% de 131 a 140 y el 13% respondieron que de 100 a 120.

2. ¿Cuántos m² de servicio de limpieza realiza usted semanalmente?

Cuadro N° 37
Cuántos m² de servicios de limpieza

DETALLE	xm	FRECUENCIA A	f(xm)	PORCENTAJE
20m ² a 30m ²	25	2	50	25%
31m ² a 40m ²	35,5	4	142	50%
41m ² a 50m ²	45,5	2	91	25%
TOTAL	106	8	283	100%

Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

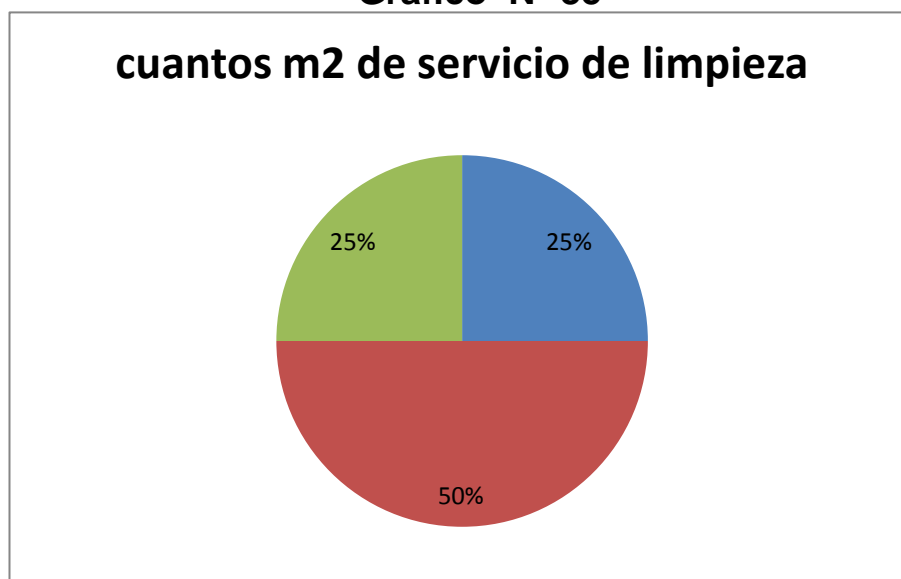
$$x = \frac{X \cdot f}{n}$$

$$x = \frac{283}{8}$$

$$x = 35m^2$$

Para obtener el promedio anual se multiplico los 35m² por las 52 semanas que tiene el año da como resultado 1820m²

Gráfico N° 35



Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 50% de las familias encuestadas 20m² a 30m², el 25% de 31m² a 40m² y el 25% de 41m² a servicios de limpieza.

3. ¿Cuántos mantenimientos por puntos realiza usted en el mes?

Cuadro N° 38
Cuántos mantenimientos realiza usted al año

DETALLE	Xm	FRECUENCIA	f(xm)	PORCENTAJE
200 a 250	225	2	450	25%
251 a 300	275,5	2	551	25%
301 a 350	325.5	4	1302	50%
TOTAL	826	8	2303	100%

Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

$$X = \frac{X \cdot f}{n}$$

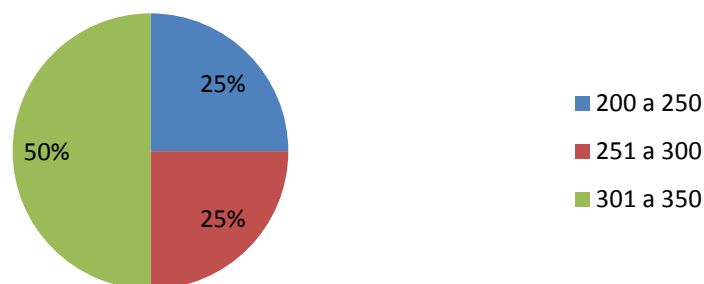
$$X = \frac{2303}{8}$$

X = 288 mantenimientos

Para obtener el promedio anual se multiplico los 288 puntos por los 12 meses que tiene el año da como resultado 3456 puntos en el año.

Gráfico N° 36

Cuántos mantenimientos realiza usted al año



Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Del 50% de las personas encuestadas de 301 a 350 puntos realizan en el mes, el 25% de 251 a 300 y el 25% de 200 a 250 puntos.

4. ¿Realiza publicidad en su negocio?

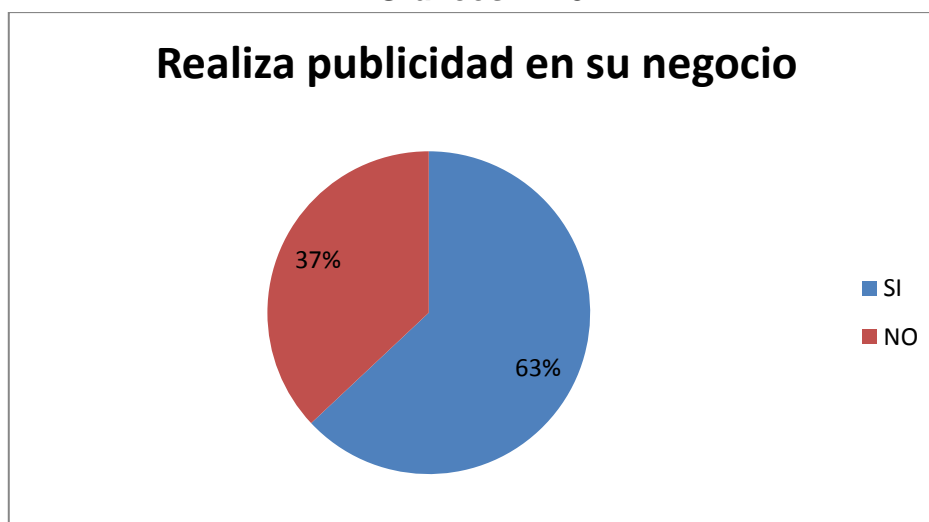
Cuadro N° 39
Realiza publicidad en su negocio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	63%
NO	3	37%
TOTAL	8	100%

Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

Gráficos N° 37



Fuente: entrevista aplicadas a los oferentes

Elaboración: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION:

El 63% de los negocios de limpieza y mantenimiento si realizan publicidad y el 37% dijeron que no hacen publicidad.

g. DISCUSIÓN

1. DIAGNOSTICO

Para realizar la presente investigación se efectuó cuatro estudios como son: **Estudio de Mercado**, que permitió conocer los antecedentes de la oferta actual y potencial, establecer lo que se va a ofrecer, saber a quién y cómo se lo puede vender al servicio, conocer las preferencias de nuestros clientes, conocer la competencia y contrarrestar sus efectos.

En el **Estudio Técnico**, se elaboró una descripción detallada del proceso del servicio, teniendo en cuenta el tamaño y las características necesarias de la nueva empresa como lo son ubicación, servicios públicos, medios de transporte, entre otros.; en este paso también se debe nombrar las necesidades tecnológicas que se requiere y sus respectivos beneficios.

En el **Estudio Organizacional**, se representa uno de los aspectos más importantes dentro de esta investigación, se designan funciones y responsabilidades sustentándolas en un organigrama dónde se adopte y se describa la cultura organizacional de la empresa. Se incluye el aspecto legal de la empresa, nombrando su razón social y objetivo social, los permisos que requiere, y los respectivos trámites de constitución de la empresa con sus respectivas normas, leyes, reglamentos y lo que establezca la ley.

En el **Estudio Financiero**, se debe contener información acerca de un plan de financiamiento nombrando aspectos como los recursos con los que cuenta, las necesidades de crédito o inversión. Se debe describir y elaborar tablas que sustenten su proyección de ventas y de costos, e

incluir una descripción del flujo de caja, esta proyección debe hacerse de manera anual. Se debe tener en cuenta el costo total, la rentabilidad y los ingresos esperados deben estar claramente identificados.

2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado representa la primera parte del presente proyecto de factibilidad, el mismo que consta de la oferta y la demanda, dicha información se recolectó mediante la aplicación de métodos y técnicas como: la entrevista, la encuesta, y la revisión literaria las mismas que permitieron obtener información para determinar las demandas.

2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Este proyecto básicamente está enfocado a la prestación del servicio de limpieza y mantenimiento de los domicilios. Para establecer las demandas se tomó una muestra poblacional de 397 familias a las cuales se las encuestó; estos datos afianzaron el cálculo de las demandas potencial, real y efectiva.

Demanda Potencial: Se considera la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de familias de la ciudad de Loja, para la proyección de la demanda potencial se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional, que es de 2,65% según datos proporcionados por el INEC 2010.

- **Servicio de Limpieza**

Para determinar la demanda se realizó una encuesta a las familias en la cual se les pregunto si utilizan el servicio de aseo y limpieza para su hogar indicando el 72% que si lo realizan.

Cuadro N° 40

Año	Nº de Familias (2,65%)	72% Demanda Potencial
1	51463	37053
2	52826	38035
3	54226	39043
4	55663	40077
5	57138	41139

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: El Autora

- **Servicio de Mantenimiento**

Para determinar la demanda se realizó una encuesta a las familias en la cual se les pregunto si utilizan el servicio de Mantenimiento para su hogar indicando el 82% que si lo realizan.

Cuadro N° 41

Año	Nº de Familias (2,65%)	82% Demanda Potencial
1	51463	42200
2	52826	43317
3	54226	44465
4	55663	45644
5	57138	46853

Fuente: Cuadro N° 18

Elaboración: El Autora

DEMANDA REAL

Está constituida por la cantidad de veces que los usuarios utilizan nuestro servicio una vez expuesto al mercado. Se determinó de la encuesta a los demandantes al conocer cuáles son los servicios que más utilizan.

Formula:

Demanda Real o Actual=Demanda potencial * % de la demanda real

- **Servicio de Limpieza**
 - **Limpieza en casas (integral):** Las familia que más utilizan este servicio es el 34%.

Cuadro N° 42
Demanda Real

Año	Demanda Potencial	34% demanda Real
1	37053	12598
2	38035	12932
3	39043	13275
4	40077	13626
5	41139	13987

Fuente: Cuadro N° 7 y 40

Elaboración: La Autora

- **Lavado de Alfombras:** Las familia que más utilizan este servicio es el 40%.

Cuadro N° 43
Demanda Real

Año	Demanda Potencial	40% demanda Real
1	37053	14821
2	38035	15214
3	39043	15617
4	40077	16031
5	41139	16456

Fuente: Cuadro N° 7 y 40

Elaboración: La Autora

- **Servicio de Mantenimiento**

- **Pintado de casa:** Las familia que más utilizan este servicio es el 35%.

**Cuadro N° 44
Demanda Real**

Año	Demanda Potencial	35% demanda Real
1	42200	14770
2	43317	15161
3	44465	15563
4	45644	15975
5	46853	16399

Fuente: Cuadro N° 21 y 41

Elaboración: La Autora

- **Electricidad:** Las familia que más utilizan este servicio es el 23%.

**Cuadro N° 45
Demanda Real**

Año	Demanda Potencial	23% demanda Real
1	42200	9706
2	43317	9963
3	44465	10227
4	45644	10498
5	46853	10776

Fuente: Cuadro N° 21 y 41

Elaboración: La Autora

- **Plomería:** Las familia que más utilizan este servicio es el 42%.

**Cuadro N° 46
Demanda Real**

Año	Demanda Potencial	42% demanda Real
1	42200	17724
2	43317	18193
3	44465	18675
4	45644	19170
5	46853	19678

Fuente: Cuadro N° 21 y 41

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA

Es la cantidad de servicios que en la práctica son requeridos por nuestros clientes que se dedican a ésta actividad.

Para el cálculo de la demanda efectiva se tomó del cuadro N° 11 los demandantes reales, de los cuales el 80% son demandantes efectivos, dicha información se obtuvo de la pregunta número 9 de las encuestas aplicadas.

Formula:

Demanda Efectiva = Demanda real * % de la demanda efectiva

- **Servicio de Limpieza**

- **Limpieza en casas (integral):** Las familia que si están de acuerdo con la implementación de la nueva empresa es el 80%.

**Cuadro N° 47
Demanda Efectiva**

Año	Demanda Real	Demanda Efectiva 80% de Aceptación
1	12598	10079
2	12932	10345
3	13275	10620
4	13626	10901
5	13987	11190

Fuente: Cuadro N° 11 y 42

Elaboración: La Autora

- **Lavado de Alfombras:** Las familia que si están de acuerdo con la implementación de la nueva empresa es el 72%.

**Cuadro N° 48
Demanda Efectiva**

Año	Demanda Real	Demanda Efectiva 72% de Aceptación
1	14821	10671
2	15214	10954
3	15617	11244
4	16031	11542
5	16456	11848

Fuente: Cuadro N° 15 y 43

Elaboración: La Autora

- **Servicio de Mantenimiento**

- **Pintado de casa:** Las familia que si están de acuerdo con la implementación de la nueva empresa es el 89%.

Cuadro N° 49
Demanda Efectiva

Año	Demanda Real	Demanda Efectiva 89% de Aceptación
1	14770	13145
2	15161	13493
3	15563	13851
4	15975	14218
5	16399	14595

Fuente: Cuadro N° 25 y 44

Elaboración: La Autora

- **Electricidad:** Las familia que si están de acuerdo con la implementación de la nueva empresa es el 63%.

Cuadro N° 50
Demanda Efectiva

Año	Demanda Real	Demanda Efectiva 63% de Aceptación
1	17724	11166
2	18193	11462
3	18675	11766
4	19170	12077
5	19678	12397

Fuente: Cuadro N° 29 y 45

Elaboración: La Autora

- **Plomería:** Las familia que si están de acuerdo con la implementación de la nueva empresa es el 59% (cuadro N° 33)

**Cuadro N° 51
Demanda Efectiva**

Año	Demanda Real	Demanda Efectiva 59% de Aceptación
1	9706	5726
2	9963	5878
3	10227	6034
4	10498	6194
5	10776	6358

Fuente: Cuadro N° 33 y 46

Elaboración: La Autora

DEMANDA EFECTIVA N° DE SERVICIO

Formula: Demanda Efectiva = Demanda efectiva * Uso promedio

- **POR METROS CUADRADOS**

Posteriormente se obtiene la demanda efectiva en m² multiplicando la demanda efectiva por cantidad de m² promedio.

- **Limpieza en casas (integral):** En las familias se multiplico el promedio de la medida de las casas que es de 51,35 m² la cual está en el cuadro N° 8 por la cantidad uso del servicio en el año que es de 2 veces en el cuadro N° 9, obteniendo un promedio de 102,70 m2 en el año.

Cuadro N° 52
Demanda Efectiva por m²

Año	Demanda efectiva (familias)	Cantidad Promedio	Demanda Efectiva por m²
1	10079	102,70	1035063
2	10345	102,70	1062477
3	10620	102,70	1090635
4	10901	102,70	1119537
5	11190	102,70	1149203

Fuente: Cuadro N° 8, 9 y 47

Elaboración: La Autora

- **Lavado de Alfombras:** En las familias se multiplico el promedio de la medida de las alfombras que es de 5 m² en el cuadro N° 12 por la cantidad uso del servicio en el año que es de 3 veces cuadro N° 13, obteniendo un promedio de 15 m² en el año.

Cuadro N° 53
Demanda Efectiva por m²

Año	Demanda efectiva (familias)	Cantidad Promedio	Demanda Efectiva por m²
1	10671	15	160071
2	10954	15	164310
3	11244	15	168665
4	11542	15	173134
5	11848	15	177722

Fuente: Cuadro N° 12, 13 y 48

Elaboración: La Autora

- **Pintado de casa:** En las familias se multiplico el promedio de la medida de las casas que es de 50,57 m² en el cuadro N° 22 por la cantidad uso del servicio en el año que es de 2 veces cuadro N° 23, obteniendo un promedio de 101,14 m² en el año.

Cuadro N° 54
Demanda Efectiva por m²

Año	Demanda efectiva (familias)	Cantidad Promedio	Demanda Efectiva por m²
1	13145	101,14	1329505
2	13493	101,14	1364717
3	13851	101,14	1400885
4	14218	101,14	1438009
5	14595	101,14	1476114

Fuente: Cuadro N° 22, 23 y 49
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 55
Sumatoria Total de la Demanda Efectiva por m²

Años	Demanda efectiva m²
1	2524639
2	2591504
3	2660184
4	2730680
5	2803039

Fuente: Cuadro N° 52, 53 y 54
Elaboración: La Autora

- **POR PUNTOS**

Posteriormente se obtiene la demanda efectiva puntos multiplicando la demanda efectiva por la cantidad de puntos promedio.

- **Electricidad:** En las familias se multiplico el promedio de los puntos que se cambia en una casa que es de 2 puntos cuadro N° 26 por la cantidad uso del servicio en el año que es de 1,5 veces cuadro N° 27, obteniendo un promedio de 3 puntos en el año.

Cuadro N° 56
Demanda Efectiva por puntos

Año	Demanda efectiva (familias)	Cantidad Promedio	Demanda Efectiva por Puntos
1	5726	3	17179
2	5878	3	17634
3	6034	3	18102
4	6194	3	18582
5	6358	3	19074

Fuente: Cuadro N° 26, 2 y 50

Elaboración: La Autora

- **Plomería:** En las familias se multiplico el promedio de los puntos que se cambia en una casa que es de 2 puntos cuadro N° 30 por la cantidad uso del servicio en el año que es de 2 veces cuadro N° 31, obteniendo un promedio de 4 puntos en el año.

Cuadro N° 57
Demanda Efectiva por puntos

Año	Demanda efectiva (familias)	Cantidad Promedio	Demanda Efectiva por Puntos
1	11166	4	44664
2	11462	4	45847
3	11766	4	47062
4	12077	4	48309
5	12397	4	49589

Fuente: Cuadro N° 30, 31 y 51

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 58
Sumatoria Total de la Demanda Efectiva por Puntos

Años	Demanda efectiva m²
1	61844
2	63482
3	65164
4	66891
5	68663

Fuente: Cuadro N° 56 y 57

Elaboración: La Autora

ANALISIS DE LA OFERTA

“se denomina oferta a la cantidad de una mercancía o servicio que entra en el mercado a un precio dado en un periodo de tiempo dado”.

Para determinar la oferta se tomaron datos de la cámara de comercio de Loja, en el anexo N° 2 se detallan el número de empresas que ofrecen el servicio de limpieza y mantenimiento.

Cuadro N° 59
Oferta de Servicios m²

OFERTA		
N° EMPRESAS	PROMEDIO	OFERTA ANUAL
8	1820	14560

Fuente: Cámara de Comercio de Loja y cuadro N° 37

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 60
Oferta de Servicios por Puntos

OFERTA		
N° EMPRESAS	PROMEDIO	OFERTA ANUAL
8	3456	27648

Fuente: Cámara de Comercio de Loja y cuadro N° 38

Elaboración: La Autora

OFERTA PROYECTADA

Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 2.65% de la ciudad de Loja de acuerdo a los datos recabados en el INEC. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

Cuadro N° 61
Oferta Proyectada en m²

Años	Oferta m ²
1	14560
2	14946
3	15342
4	15748
5	16166

Fuente: INEC 2010 y cuadro N° 59

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 62
Oferta Proyectada por Puntos

Años	Oferta m ²
1	27648
2	28381
3	29133
4	29905
5	30697

Fuente: INEC 2010 y cuadro N° 60

Elaboración: La Autora

Análisis Demanda Insatisfecha

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de los servicios de limpieza de los domicilios en el mercado de la ciudad de Loja.

- **Demandad Insatisfecha por m²:** Para el primer año la demanda es de 2.524.639 Demanda Efectiva Anual en m², con una oferta de 14560 m², la diferencia de estas nos da como resultado una

demanda insatisfecha de 2.510.079 servicios al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

Cuadro N° 63
Demanda Insatisfecha por m²

Años	Demanda Efectiva Anual en m²	Oferta de servicios	Demanda Insatisfecha m²
1	2.524.639	14.560	2.510.079
2	2.591.504	14.946	2.576.558
3	2.660.184	15.342	2.644.842
4	2.730.680	15.748	2.714.931
5	2.803.039	16.166	2.786.874

Fuente: Cuadros N° 55 y 61

Elaboración: La Autora

- **Demandad Insatisfecha por Puntos:** Para el primer año la demanda es de 61.844 Demanda Efectiva Anual por puntos, con una oferta de 27.648, la diferencia de estas nos da como resultado una demanda insatisfecha de 34.196 servicios al año. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

Cuadro N° 64
Demanda Insatisfecha por Punto

Años	Demanda Efectiva Anual por Puntos	Oferta de servicios	Demanda Insatisfecha por Puntos
1	61.844	27.648	34.196
2	63.482	28.381	35.101
3	65.164	29.133	36.031
4	66.891	29.905	36.986
5	68.663	30.697	37.966

Fuente: Cuadros N° 58 y 62

Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACION

Para la prestación de servicios de mantenimiento y limpieza para los hogares se toma en cuenta la mezcla de mercado conformada por las cuatro P que son: Producto, Precio, Plaza, y Promoción.

SERVICIO

El servicio de limpieza para el hogar a prestarse será óptima calidad, eficiente, garantizado y con precios cómodos. Este servicio contara con una marca la cual la denominamos como **PRONTO LIMPIO**, distintiva, fácil de pronunciar y recordar, adaptable a los servicios adicionales que se puedan ofrecer. Realizar programas para mantener un nivel de calidad deseado y mejorar las posibilidades de comercialización de nuestro servicio.

La empresa de limpieza que se pretende crear para prestar dicho servicio cumplirá a cabalidad y se dedicara a, como por ejemplo en el caso de limpieza del hogar tenemos: Barrido, Aspirado, Otros. En horarios matutino o vespertinos.

A continuación prestamos el logotipo que se podrían tomar en cuenta para que se utilice en la publicidad.

Grafico N° 38



EL PRECIO

El precio lo determinaremos en base a los costos de materia prima, mano de obra más un margen de ganancias, tomando en consideración los precios de la competencia ya que influye mucho sobre el precio, a mayor competencia a menor precio y viceversa, el precio se lo fijara utilizando política de precios de las cuales nos guiaremos.

Precios de penetración es la política de precios que utilizaremos ya que es óptima para el servicio de limpieza los cuales trata de precios bajos, para asegurar una posición dominante al introducir este servicio nuevo en el mercado.

LA PLAZA

Para lograr una buena distribución o comercialización, debemos realizar una selección de circuitos de los métodos de venta para llevar el servicio adecuado, al lugar apropiado en el momento oportuno, los canales de distribuciones que utilizare serán.

PRODUCTOR  USUARIO

PRODUCTOR  AGENTE  USUARIO

Estos canales nos permitirá hacer llegar nuestro servicio al usuario final, si hablamos de primer canal se puede decir que en servicio se lo prestara directamente del productor al usuario, y en el caso del segundo canal al contratar un agente este se encargara de realizar la publicidad y venta del servicio de casa a los usuarios.

LA PROMOCION

Es una herramienta comercial para “empujar el producto hacia el consumidor/cliente, mediante la promoción la empresa se comunica directamente con los clientes potenciales a través de los medios de comunicación realizando la publicidad.

LA PUBLICIDAD

A través de este se informa, persuade, recuerda y motiva sobre el servicio que se presta, lo cual llevaremos a cabo a través de.

La comunicación radial como son:

- La radio luz y vida en FM 88.1 en el horario de las 11:00am a 12:00pm.

La comunicación escrita como son:

- La hora en los clasificados en los días sábados y domingos.

Ya que son medios de comunicación no muy costosos y son muy accesibles.

ESTUDIO TECNICO

DETRMINACION DEL TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO

TAMAÑO

El tamaño de un proyecto no es más que la capacidad instalada, que es el resultado del estudio de mercado, en lo tiene que ver con la demanda a cubrir, expresándose en unidades de producción por año, se determinara por el análisis realizado para la localización, la disponibilidad de costos de los suministros e insumos, la descripción del proceso, la organización humana, jurídica que se requiere para el funcionamiento de la empresa.

CAPACIDAD INSTALADA PARA LIMPIEZA

Es la capacidad total que tiene la planta y tiene relación directa con la cantidad de servicios que cubrirá la demanda insatisfecha.

Se considera que si la empresa trabaja las 8 horas laborables y los 365 días al año se obtendría la siguiente capacidad instalada:

NUMERO DE SERVICIOS POR M²

- **Limpieza de casas (integral):** En cuanto a la limpieza general de una casa de un promedio de 30 m², se necesita a una sola persona.
- **Lavado de Alfombra:** Una sola persona puede lavar 1 alfombra de 2 m² en 2 horas, por lo tanto en las 8 horas podrá realizar el lado de 4 alfombras.

- **Pintada de casa:** Una sola persona puede pintar 8 m² en una hora, es decir en las 8 horas puede pintar 48 m².

Cuadro N° 65

Servicio	N° de Personas	Cantidad de m ² en el Día	Días al Año	Total de m ²
Limpieza de casas	1	30	365	10950
Lavado de Alfombras	1	8		2920
Pintado	1	48		17520
Total				31390

Elaboración: La Autora

NUMERO DE SERVICIOS POR PUNTOS

- **Electricidad:** Una persona puede realizar 10 puntos en el día (8 horas).
- **Plomería:** Una persona puede realizar 10 puntos en el día (8 horas).

Cuadro N° 66

Servicio	N° de Personas	Cantidad por Puntos en el Día	Días al Año	Total de Puntos
Electricidad	1	10	365	3650
Plomería	1	10		3650
Total				7300

Elaboración: La Autora

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

Cuadro N° 67
En m²

Años	Demanda Insatisfecha m ²	capacidad instalada m ²	% participación
1	2.510.079	31390	1,25
2	2.576.558	31390	1,22
3	2.644.842	31390	1,19
4	2.714.931	31390	1,16
5	2.786.874	31390	1,13

Fuente: Cuadro N° 63 y 65

Elaboración: LA Autora

Cuadro N° 68
Por Puntos

Años	Demanda Insatisfecha por Puntos	capacidad instalada por Puntos	% participación
1	61.844	7300	11,80
2	63.482	7300	11,50
3	65.164	7300	11,20
4	66.891	7300	10,91
5	68.663	7300	10,63

Fuente: Cuadro N° 62 y 64

Elaboración: LA Autora

CAPACIDAD UTILIZADA

Es la producción o generación máxima de uno o varios productos o servicios, que el sistema de trabajadores de la empresa pueden generar, de acuerdo a las condiciones dadas en el mercado y de disponibilidad de recursos, indica y explica el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

Calculo de días al año

5Días a la semana (lunes a viernes) * 52 Semanas al año = 260 Días al año.

Calculo capacidad utilizada

Se toma la misma capacidad instalada en cuanto al número de servicios que pueden realizar las personas en 8 horas, con excepción a los días, ya que la empresa considera trabajar los 260 días laborables, según el cálculo de días; a continuación se indica el número de servicios:

NUMERO DE SERVICIOS POR M²

- **Limpieza de casas (integral):** En cuanto a la limpieza general de una casa de un promedio de 30 m², se necesita a una sola persona.
- **Lavado de Alfombra:** Una sola persona puede lavar 1 alfombra de 2 m² en 2 horas, por lo tanto en las 8 horas podrá realizar el lado de 4 alfombras.
- **Pintada de casa:** Una sola persona puede pintar 8 m² en una hora, es decir en las 8 horas puede pintar 48 m².

Cuadro N° 69

Servicio	N° de Personas	Cantidad de m² en el Día	Días al Año	Total de m²
Limpieza de casas	1	30	260	7800
Lavado de Alfombras	1	8		2080
Pintado	1	48		12480
Total				22360

Elaboración: La Autora

NUMERO DE SERVICIOS POR PUNTOS

- **Electricidad:** Una persona puede realizar 10 puntos en el día (8 horas).
- **Plomería:** Una persona puede realizar 10 puntos en el día (8 horas).

Cuadro N° 70

Servicio	N° de Personas	Cantidad por Puntos en el Día	Días al Año	Total de Puntos
Electricidad	1	10	260	2600
Plomería	1	10		2600
Total				5200

Elaboración: La Autora

Proyección de la capacidad Utilizada: para los 5 años de vida útil del proyecto, en el primer año solo se trabaja el 71,23% de la capacidad instalada, y para los siguientes años se sumara el 5%, concluyendo en el quinto año con un porcentaje de 91,23%.

Cuadro N° 71
Limpieza de Casas

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	10.950	71,23%	7800
2	10.950	76,23%	8347
3	10.950	81,23%	8895
4	10.950	86,23%	9442
5	10.950	91,23%	9990

Fuente: Cuadro N° 69

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 72
Lavado de Alfombras

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	2.920	71,23%	2080
2	2.920	76,23%	2226
3	2.920	81,23%	2372
4	2.920	86,23%	2518
5	2.920	91,23%	2664

Fuente: Cuadro N° 69

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 73
Pintado

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	17.520	71,23%	12480
2	17.520	76,23%	13356
3	17.520	81,23%	14232
4	17.520	86,23%	15108
5	17.520	91,23%	15984

Fuente: Cuadro N°

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 74
Electricidad

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	3.650	71,23%	2600
2	3.650	76,23%	2782
3	3.650	81,23%	2965
4	3.650	86,23%	3147
5	3.650	91,23%	3330

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 75
Plomería

Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad utilizada
1	3.650	71,23%	2600
2	3.650	76,23%	2782
3	3.650	81,23%	2965
4	3.650	86,23%	3147
5	3.650	91,23%	3330

Fuente: Cuadro N° 70

Elaboración: La Autora

LOCALIZACION DE LA PLANTA

La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido del proyecto. Aunque las opciones de localización pueden ser algunas, lo que en la práctica se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan la mayoría de ellas.

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o la zona; y el del micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.

Los principales factores que influyen en la ubicación de un proyecto son los siguientes:

- 1. Mercado que se desea atender:** Para el presente proyecto el mercado objetivo serán las familias, por cuanto en donde la empresa se ubica en un lugar céntrico de la ciudad.
- 2. Transporte y accesibilidad de los usuarios:** En donde se va a encontrar ubicada la empresa, existen vías de comunicación de primer orden, en donde los demandantes pueden acudir sin ningún inconveniente.
- 3. Regulaciones Legales:** Por encontrarse la empresa en un lugar del sector urbano de la ciudad, no va a existir ningún inconveniente con respecto a que existan restricciones legales para su funcionamiento.

4. **Viabilidad Técnica:** El lugar en donde se va a alquilar para el funcionamiento de la empresa se encuentra en óptimas condiciones con respecto a su calidad de construcción.
5. **Viabilidad Ambiental:** En este caso no va a existir ningún impacto ambiental, peor aún los vehículos pueden acceder sin ningún inconveniente sin exceder la normas de impacto vial existente.

MACROLOCALIZACION

Se refiere a la totalidad de la extensión que se cubrirá en el presente proyecto, de acuerdo a los estudios realizados en la ciudad de Loja, cuenta con las infraestructuras necesarias para respaldar la instalación de dicha empresa, en consecuencia y siguiendo los Ordenanzas Municipales, la empresa estará situada en nuestra ciudad.

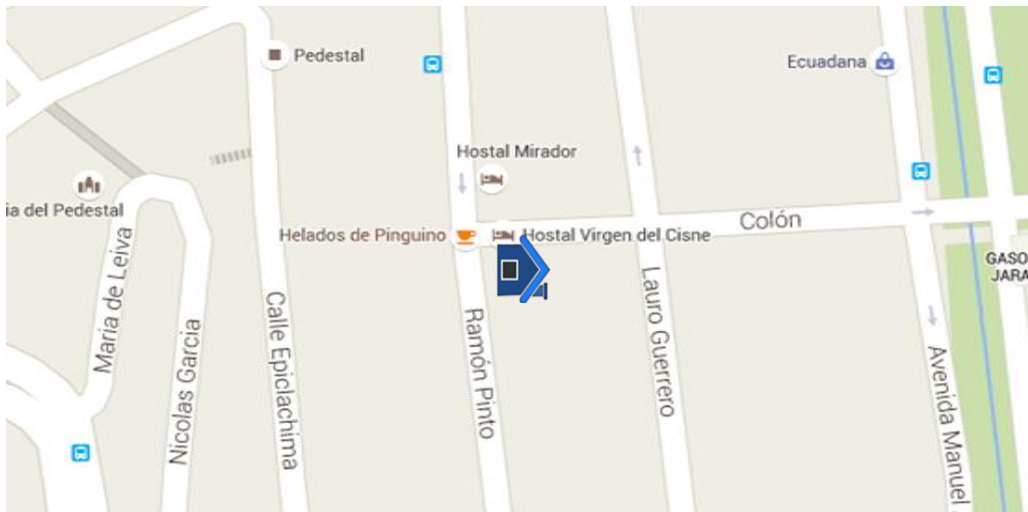
Gráfico N° 39
LOCALIZACION GEOGRAFICA DE LA EMPRESA



MICROLOCALIZACION

La empresa será ubicada en la ciudad de Loja, específicamente en la Colonia Colón y Ramón Pinto, por ser un lugar que cumple con todos los requerimientos necesarios para su implementación, tales como vías de comunicación, cercanía a los proveedores, servicios básicos, facilidad de transporte, infraestructura física.

Grafico N° 40
MICROLOCALIZACION DE LA
EMPRESA



INGENIERIA DEL PROYECTO

La principal finalidad que tiene la ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta. En este estudio determinamos los aspectos relacionados con la tecnología necesaria, el proceso de servicios, la infraestructura física requerida así como, los equipos necesarios para la operación de la planta.

TECNOLOGIA A UTILIZAR

La tecnología que se utilizara está representada por la maquinaria requerida para la producción, su descripción a continuación:

ASPIRADORA RAINBOW



CARACTERISTICAS:

- Genera un excelente y continuo flujo de aire
- Sistema turbo gira 24000 revoluciones por minuto
- Capacidad de Limpieza sin paralelos
- Limpia el aire a razón de 3 metros cúbicos por minuto
- La mejor garantía para motores en nuestro tipo de productos
- Dos velocidades de operación: una para filtración de aire y otra para la limpieza del hogar
- Único Motor que trabaja sin carbones

PULIDORA DE PISOS



Datos Técnicos:	
Modelo	BDS 43/180 C
Nº de Pedido	1.291-231.0
Anchura de trabajo	430 mm
Presión de apriete	41 g/cm ²
Nº. de revoluciones del cepillo	180 r.p.m.
Potencia del motor del cepillo	1,400 W
Nivel de intensidad sonora	61 dB(A)
Tensión	120 V
Frecuencia	60 Hz
Peso sin accesorios	43.5 kg
Largo del cable eléctrico	15 m
Medidas (Long. x Anch. x Alt.)	600 x 430 x 1,200 mm

MUEBLES Y ENSERES

Para la puesta en marcha de mi empresa es necesaria la utilización de muebles y enseres entre los que tenemos: archivadores, armario, escritorio, sillas giratorias, mesas y sillas.

e.3.3.2. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Se relaciona con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de la planta es el lugar u obra física, en donde la empresa va ha desarrollar sus actividades de administración, producción y comercialización, además se organiza en forma secuencial todos los espacios de los diferentes puestos de trabajo y sitios de constante actividad.

La distribución física en planta tiene como objetivo principal localizar la maquinaria de manera que se haga posible cumplir con lo establecido en el diagrama de proceso de la operación.

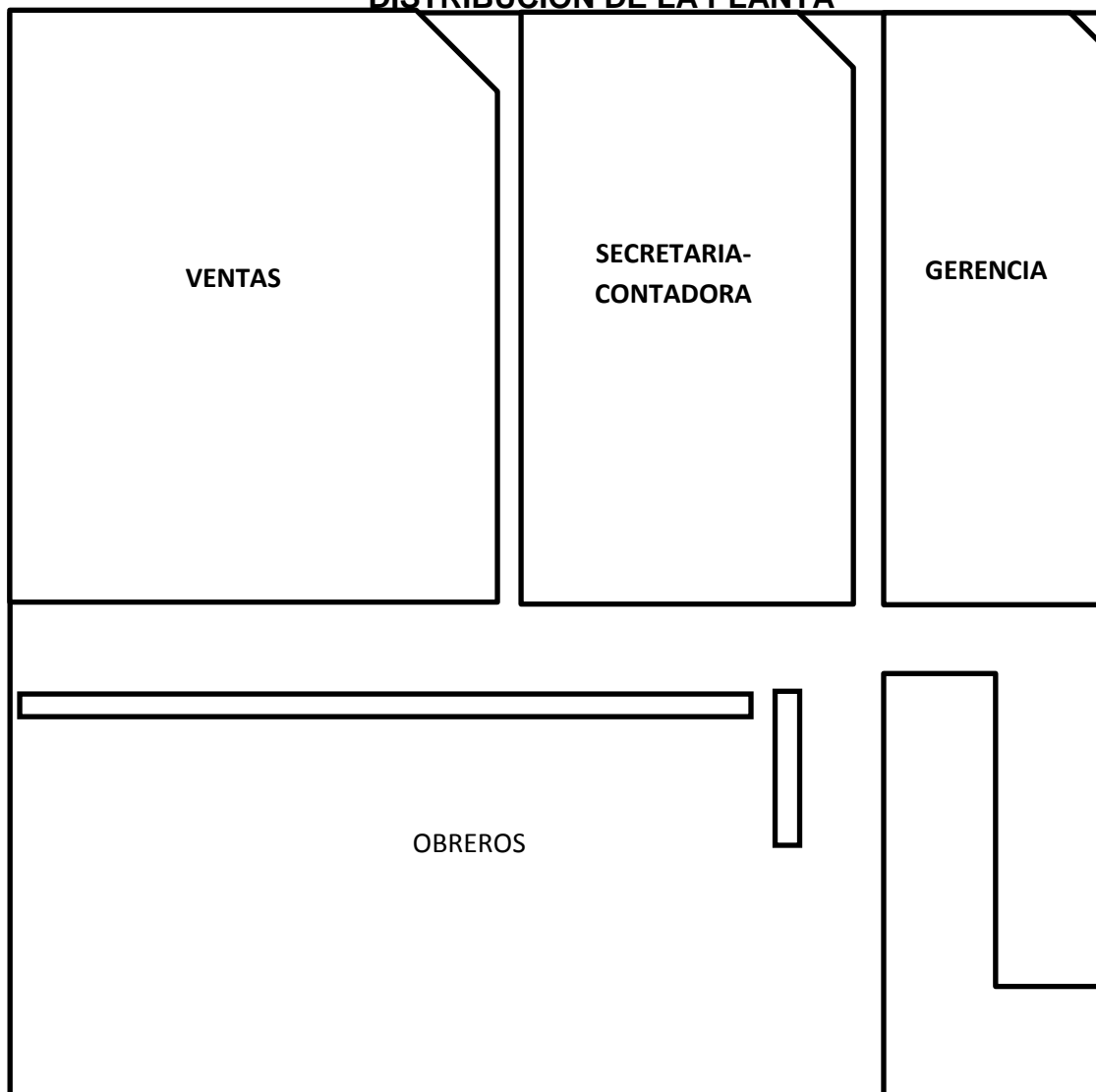
El ordenamiento de la maquinaria en planta permite la ejecución sin contratiempos de las operaciones y la minimización del transporte, entre las máquinas.

Aproximadamente La distribución del área estará en función de las siguientes áreas:

Gerencia	20metros cuadrados
Secretaria-contadora	20 metros cuadrados
Ventas	20 metros cuadrados
Obreros	40metros cuadrados

Grafico N° 41

DISTRIBUCION DE LA PLANTA

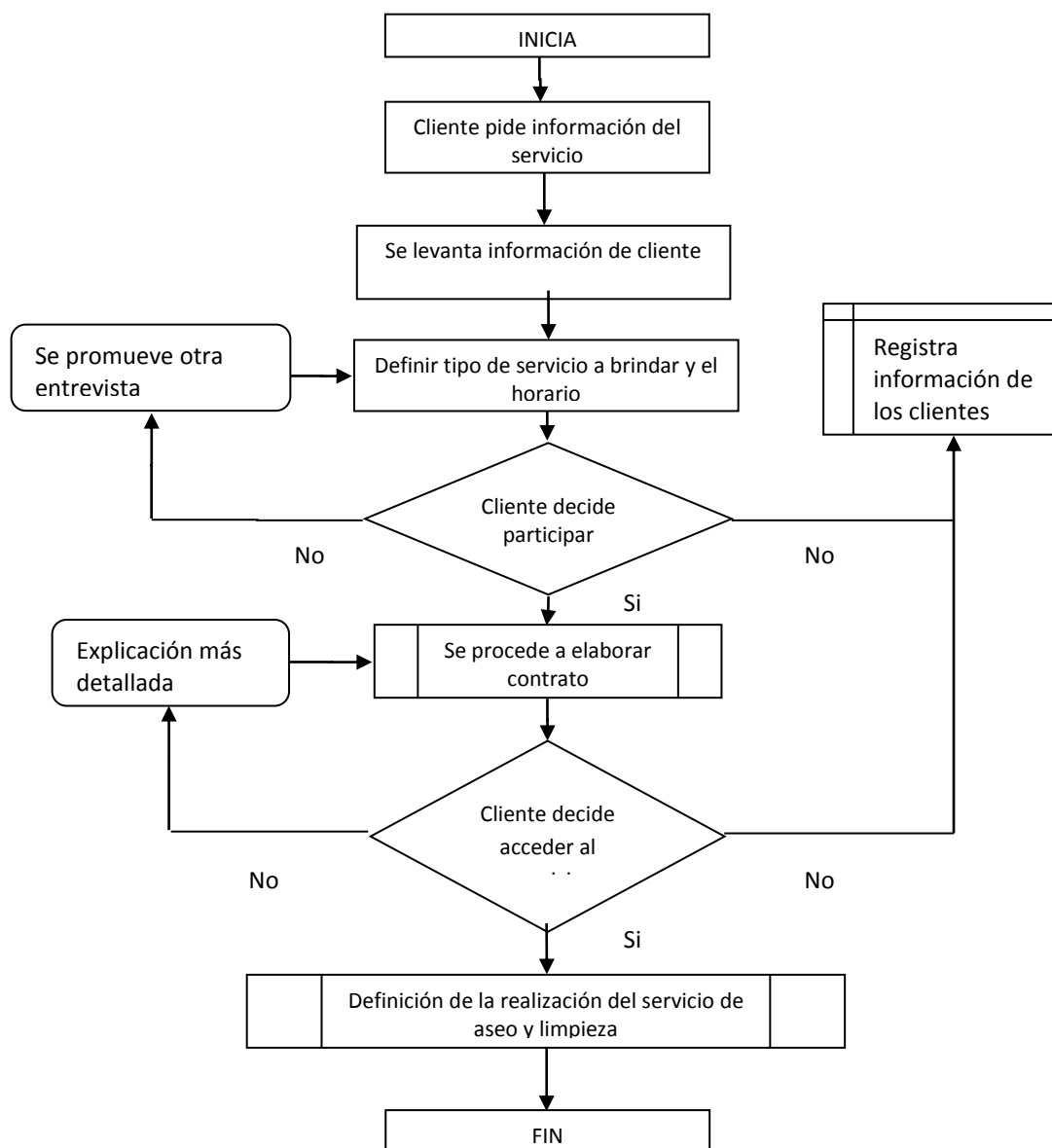


FLUJOGRAMA DE PROCESOS

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

- Captación de clientes
- Ejecución del servicio

FLUJOGRAMA DE CAPTACIÓN A CLIENTES Gráfico N° 42



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

Tiempos para captación de clientes

Cuadro N° 76

Actividades	Mínimo.	Máximo.	Responsable
Cliente pide asesoría	5 minutos	10 minutos	Gerente
Vendedor identifica cliente	10 minutos	15 minutos	Gerente
Definir tipo de servicio a ofrecer	1 día	1 ½ día	Gerente
Se promueve asesoría	10 minutos	15 minutos	Gerente
Almacena información de cliente	2 minutos	5 minutos	Secretaría
Cliente decide	1 día	1 ½ día	Secretaría
Se procede a capacitar	½ día	1 día	Gerente
Cliente decide acceder al servicio	½ hora	1 hora	Gerente
Explicación más detallada	5 minutos	15 minutos	Gerente
Explicación individual	10 minutos	20 minutos	Gerente
TOTAL	13 ½ horas	18 horas	

Elaboración: La Autora

Ejecución del servicio

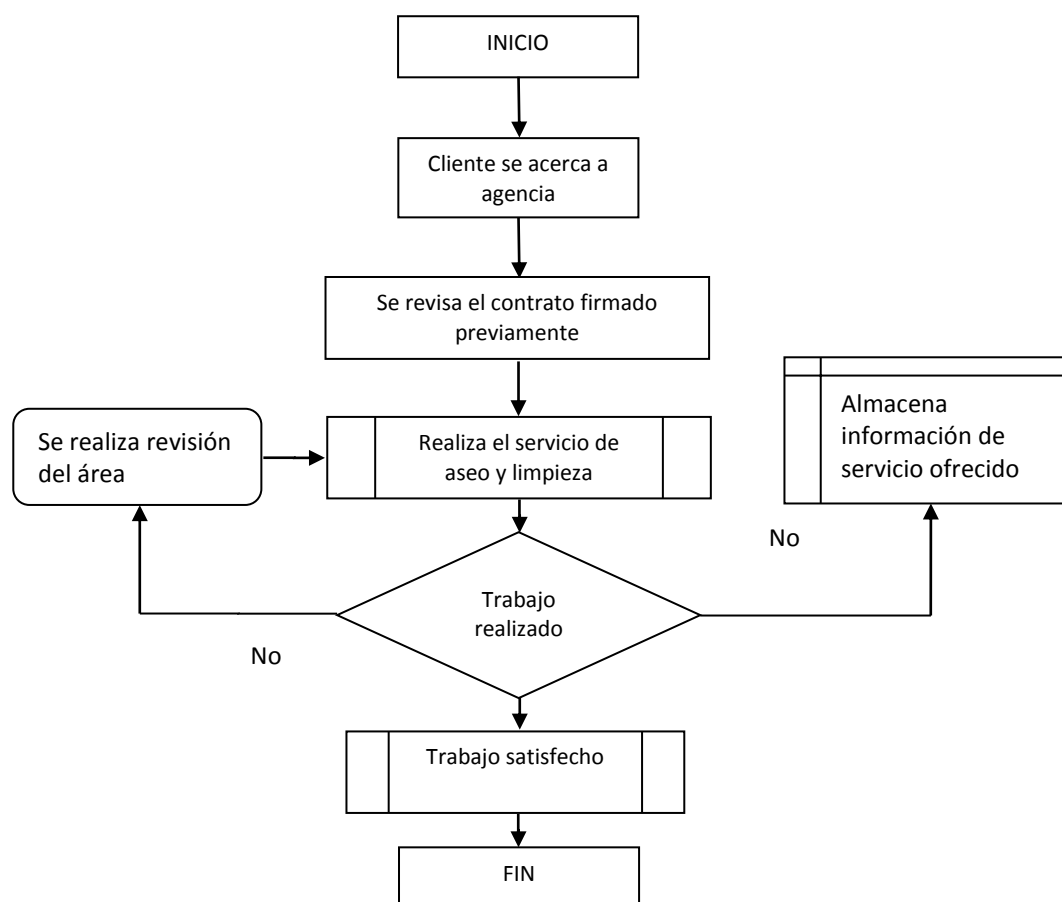
Esta actividad se origina al momento de ofrecer el servicio interviniendo factores como el cliente quien solicita el servicio y la empresa a través de su recurso humano quien lo brinda.

Requisitos

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

FLUJOGRAMA DE EJECUCIÓN DEL SERVICIO

Gráfico N° 43



Tiempos

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

Cuadro N° 77
Tiempos para ejecución del servicio

Actividades	Mínimo	Máximo	Responsable
Cliente se acerca a agencia	2 horas	5 horas	Gerente
Se levanta información del servicio.	½ día	1 día	Gerente
Realiza el servicio	7 hora 30 minutos	8 horas	Trabajadores
Se realiza revisión del área	1 día	2 días	Gerente
Almacena información de servicio	2 minutos	5 minutos	Secretaría
Trabajo satisfecho	4 minutos	10 minutos	Gerente
TOTAL	21 horas 51 minutos	37 horas, 35 minutos	

Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA LEGAL Y ADMINISTRATIVA

Para la constitución de nuestra empresa hemos tomado en cuenta el tipo de compañía que mejor se adapte a nuestras actividades; es así que aplicaremos la Compañía de Responsabilidad Limitada y que una vez constituida legalmente podrá funcionar para el mantenimiento y limpieza para viviendas domiciliarias en la ciudad de Loja.

ORGANIZACIÓN LEGAL

Según la ley de Compañías establece que la compañía de Responsabilidad Limitada estará conformada por no menos de dos y un máximo de 15 personas, que hace el comercio bajo una razón social o una denominación objetiva.

De acuerdo con la siguiente compañía está integrada por un socio la misma que designara un administrador para que mediante la Notaria Pública del Cantón se suscriba el contrato social el cual comprenderá las normas y estatutos correspondientes los cuales posteriormente serán aprobados por la Superintendencia de Compañías y su inscripción en el Registro Mercantil.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañía.

NOMBRE DE LA EMPRESA: la compañía se denomina” LIMPIEZA GARANTIZADA” Cía. Ltda.

DOMICILIO: estará domiciliada en la ciudad de Loja en las calles Colon y Ramón Pinto.

CAPITAL SOCIAL:

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. Por tanto, el saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la Compañía

OBJETIVO SOCIAL: la empresa como tal, tendrá su objetivo social en el mantenimiento y limpieza para los domicilios.

PLAZO DE DURACION: la empresa tendrá un plazo de duración de 5 años (de vida útil) a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La estructura Técnico funcional de la empresa contará con el organigrama estructural y funcional; para una mejor interrelación de labores de sus miembros.

NIVELES JERÁRQUICOS

Para obtener el cumplimiento de las metas y objetivos de la empresa es necesaria la estructuración de los siguientes niveles jerárquicos.

NIVEL LEGISLATIVO

Es el primer nivel jerárquico, se encuentra formado por la Junta General de Socios; los mismos que se encargarán de fijar las políticas de la empresa, así como normar los procedimientos y los planes que seguirá la organización en el futuro.

NIVEL EJECUTIVO

Es el segundo nivel jerárquico de la empresa, está integrado por el Gerente quien se encargará de poner en ejecución las políticas, planes, objetivos y metas que se proponga alcanzar la empresa.

NIVEL ASESOR

No tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional; es decir, no toma decisiones únicamente recomienda. Está conformado por un asesor Jurídico cuya función es la de orientar, informar y proponer aspectos relacionados a lo legal.

NIVEL DE APOYO

Se denomina también nivel auxiliar. Este sirve como ayuda para todos los niveles administrativos de la empresa; lo conforma la Secretaría y el conserje –guardián

NIVEL DE OPERATIVO

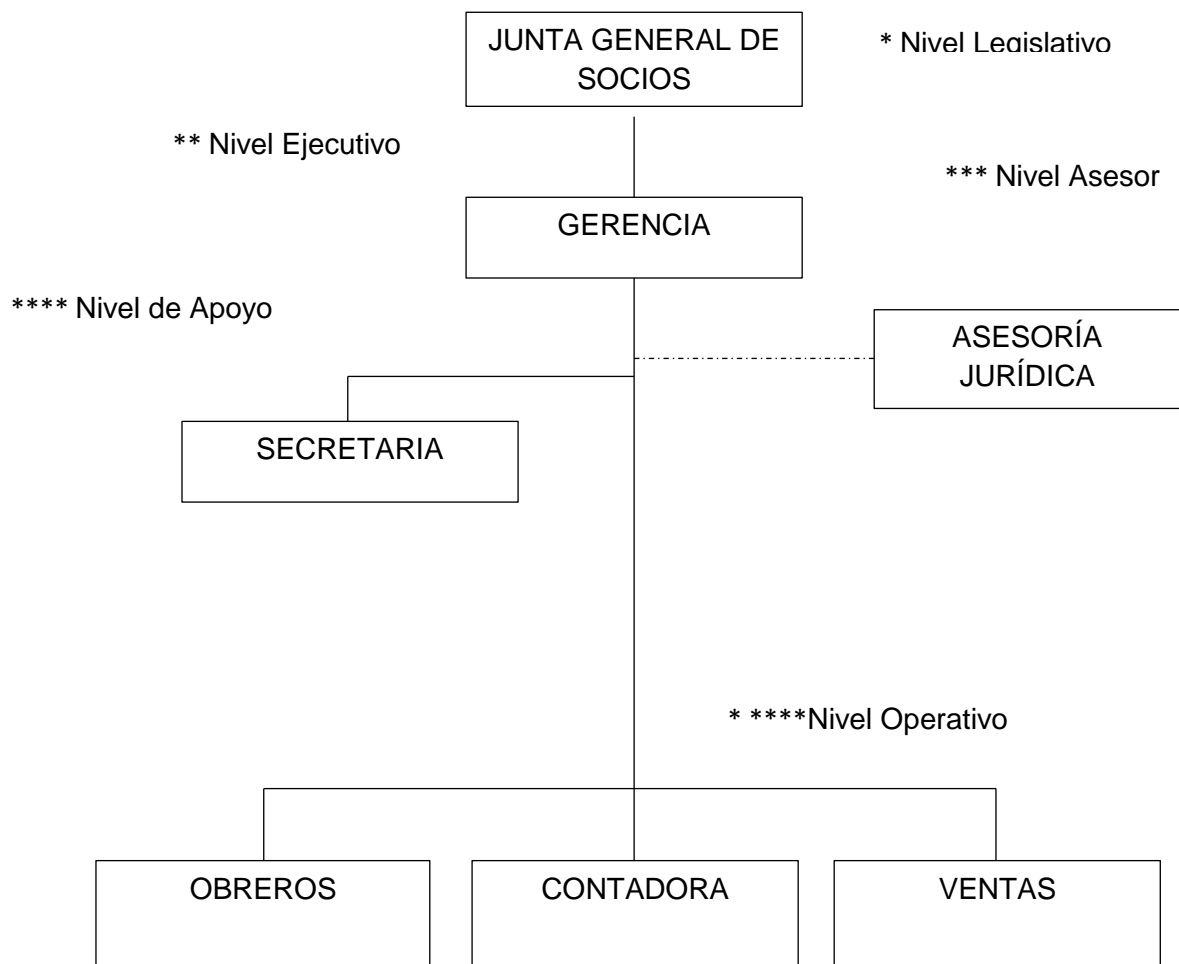
Se encarga de realizar las actividades que en esencia desarrolla la empresa, ejecutando las órdenes y disposiciones emanadas por el nivel legislativo y ejecutivo.

Organigrama Estructural

Consiste en la representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa a través de sus distintos niveles jerárquicos, mismo que servirá para determinar la división de funciones, los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de comunicación, y la naturaleza lineal de cada departamento:

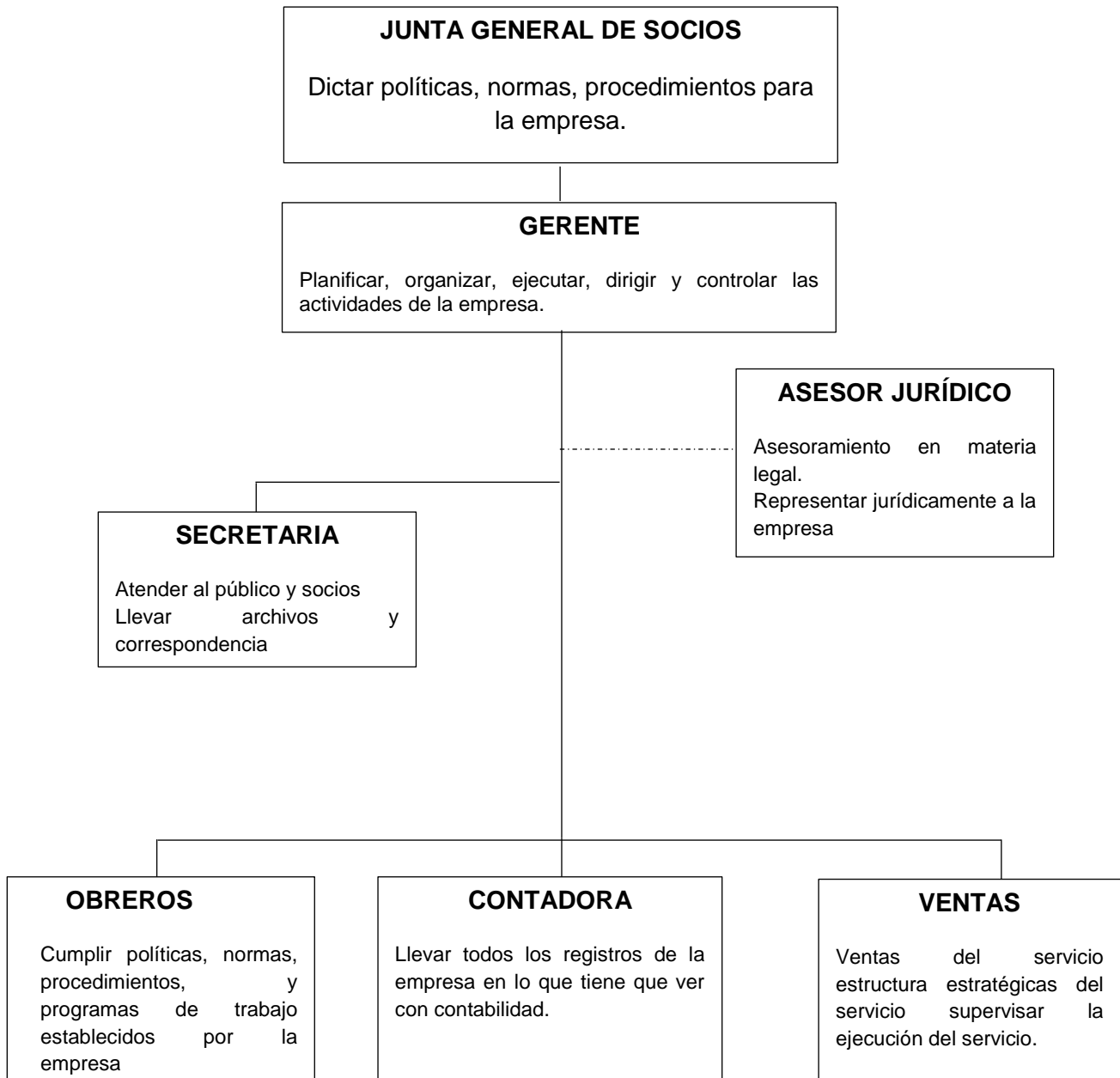
Gráfico N° 44

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Elaboración: La Autora

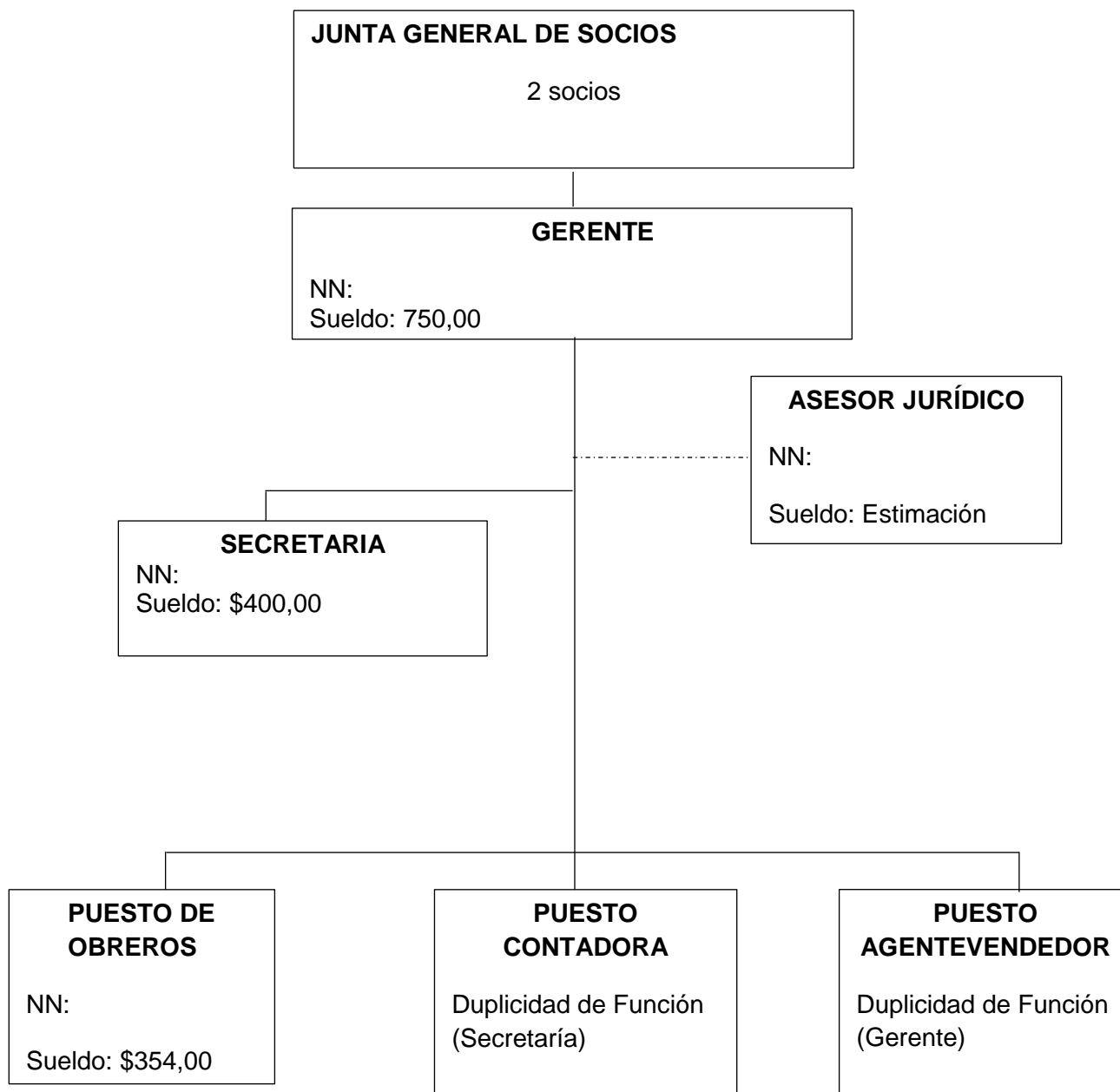
Gráfico N° 45

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 46

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA



Elaboración: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES DESCRIPCIÓN DE PUESTOS Y SUS RESPECTIVAS FUNCIONES DE LA EMPRESA

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Ejecutivo
CÓDIGO: 01
NOMBRE DEL PUESTO : Gerente
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la compañía.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Responde ante la Junta General de Accionistas por la correcta administración. • Tramitar órdenes y cheques y más documentos que el reglamento lo autorice. • Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa. • Nombrar y remover por causa justa al personal administrativo a su cargo. • Velar por la correcta utilización de los recursos de la empresa, y demás funciones y disposiciones que los organismos superiores le deleguen.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes en el cargo. • Supervisar, coordinar las actividades del personal bajo su mando, así como en la de la empresa en general.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Ingeniero Comercial EXPERIENCIA: Mínimo 4 a 5 año en sus funciones similares

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Asesor
CÓDIGO: 02
NOMBRE DEL PUESTO : Asesor Jurídico
NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar todos los niveles jerárquicos de la compañía, en asuntos relacionados a los problemas legales cuando se lo requiera.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Asesorar jurídicamente al nivel Directivo, Ejecutivo, Asesor, Apoyo y Operativo de la empresa. • Representar a la Empresa, judicial y extrajudicialmente en asuntos inherentes a su profesión y función. • Cumplir las funciones propias e inherentes en asuntos laborales, penales, civiles, administrativos y mercantiles de la Empresa. • Autorizar las minutas y suscribirlas respecto a los contratos que realice la empresa. • Participar en los Comités o grupos de trabajo que señalen las leyes, reglamentos o el nivel directivo o ejecutivo de la Institución. • Emitir los informes y/o dictámenes de carácter jurídico que le sean o no solicitados por los directores departamentales, Gerencia, Directorio.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • Responder ante la Junta de Accionistas en cuanto a aspectos de trámites legales.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Abogado EXPERIENCIA: Mínima de 2 años

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar
CÓDIGO: 03
NOMBRE DEL PUESTO : Secretaria
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza labores de secretaria o de asistente directa del Gerente
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Excelente redacción y ortografía. • Elaborar actas de asamblea de la Junta de Accionistas • Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el Gerente de la Empresa. • Atender la correspondencia, manejando con diplomacia y eficiencia. • Controlar la asistencia del personal • Mantener un archivo adecuado y ordenado de los documentos (oficios , memorándum)
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de la gran eficiencia, responsabilidad, discreción, en el desarrollo de sus funciones • Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la compañía y sus usuarios de la misma.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de secretaria Ejecutiva EXPERIENCIA: Mínima de 2 años en funciones similares

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo
CÓDIGO: 05
NOMBRE DEL PUESTO : OBREROS
NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza la elaboración del producto en la empresa para su posterior comercialización.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.• Se encargan de la actividad productiva de la empresa, aplicando técnicas adecuadas y modernas para la realización del producto.• Realizar todas las actividades inherentes a la producción.• Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: Elaboración y control de la producción.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Panadero. EXPERIENCIA: Experiencia de un año en funciones similares.

NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo
CÓDIGO: 06
NOMBRE DEL PUESTO : Contadora
NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Preparar los estados financieros de la empresa. • Actualizar los sistemas contables de la empresa. • Organizar adecuadamente los registros contables. • Elaborar los roles de pago de todo el personal. • Mantener correctamente el manejo de los libros contables. • Determinar el control previo sobre los gastos. • Mantener un archivo adecuado y ordenado de los documentos del mismo • Enviar a los directivos de la empresa los estados financieros debidamente comprobados.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración. Responsabilidad técnica y económica en el manejo de las operaciones contables
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Contadora. EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

Son las erogaciones que ocurren en la fase pre-operativa y operativa de la unidad productiva y representan los desembolsos de efectivo para la adquisición de activos. Las inversiones se clasifican en tres categorías:

ACTIVOS FIJOS: Son aquellos bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación, los mismos que no van a variar durante el ciclo de vida de la empresa.

Especificaciones de los activos fijos

Para el presente proyecto, se incluirá como activos fijos los rubros de: Maquinaria y equipo, Muebles y equipo de oficina, Instalaciones, que son necesarios para la ejecución del mismo.

a. Equipo.- El precio del equipo y maquinaria se obtuvo mediante, proformas e investigaciones en empresas locales e internacionales que se dedican a la venta de los mismos.

b. Vehículo.- El vehículo será utilizado para el transporte de materias primas y materiales, y en casos necesarios para la entrega de los trajes en los domicilios.

c. Muebles y Equipo de Oficina.- Se refiere a los muebles y equipo de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.

e. Equipo de computación.- Será utilizado para registro de los ingresos y egresos de los productos (trajes) así como para llevar la contabilidad del negocio.

Maquinaria y Equipo.- De acuerdo a la observación directa y a la información obtenida del internet, se detalla la maquinaria y equipo necesario para un correcto funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 78

Descripción	cantidad	valor Unitario	valor total
Lavadora de alfombras	1	958,00	958,00
Enceradora abrillantadora de piso	1	750,00	750,00
Cestos de Basura Carretilla para Movilización de implementos	2	25,00	50,00
Soplete	1	156,00	156,00
Aspiradora industrial	1	975,00	975,00
Total			2889,00

FUENTE: Almacenes de la Ciudad de Loja

ELABORACION: La autora

Herramientas.- aquí se requiere de un kit de herramientas para la limpieza y mantenimiento de los domicilios que está valorado por 1834,40.

Cuadro N° 79

Descripción	Cantidad	valor Unitario	valor total
Kit de herramientas para electricidad	2	380,00	760,00
Kit de herramientas para plomería	2	325,00	650,00
Rodillos	4	25,00	100,00
Juego de brochas	2	85,00	170,00
escobas	6	2,65	15,90
Trapeadores	6	4,50	27,00
Plumeros	4	3,50	14,00
Cepillos de cerdas plásticas	5	3,00	15,00
Cepillos cerda plástica con Mango para inodoros	5	5,00	25,00
Baldes	5	5,50	27,50
Metro	2	15,00	30,00
Total			1834,40

FUENTE: Almacenes de la Ciudad de Loja

ELABORACION: La autora

EQUIPO DE SEGURIDAD.- Es el implemento necesario para la limpieza y mantenimiento.

Cuadro N° 80

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

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La autora

Equipo de Oficina.- Son bienes que se utilizaran para ejecutar las actividades administrativas, entre estos detallamos los siguientes.

Cuadro N° 81

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Impresora	Unidad	1	125,00	125,00
Sumadora	Unidad	1	75,00	75,00
Equipo Telefónico	Unidad	1	130,00	130,00
Total				330,00

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Equipo de Computación.- Son bienes que permitirán facilitar las actividades administrativas, entre las que detallamos:

Cuadro N° 82

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Computadora	Unidad	2	600,00	1200,00
Total				1200,00

Fuente: Master PC

Elaboración: La Autora

Muebles y Enseres.- Para el funcionamiento de la empresa será necesario el siguiente mobiliario.

Cuadro N° 83

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Escritorio Ejecutivo	Unidad	1	150,00	150,00
Sillón Ejecutivo	Unidad	2	75,00	150,00
Escritorio tipo Secretaria	Unidad	1	120,00	120,00
Sillas	Unidad	2	12,00	24,00
Archivadores	Unidad	1	270,00	270,00
Total				714,00

Fuente: Carpintería Zamora Huayco

Elaboración: La Autora

Vehículos.- se refiere a la unidad móvil que permitirá transportar la maquinaria y útiles de aseo para realizar la limpieza y mantenimiento.

Cuadro N° 84

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Vehículo (de segunda)	unidad	1	10000.00	10000.00

Fuente: Feria de Carros

Elaboración: La Autora

DEPRECIACIONES.- para el cálculo se aplica en línea recta en función de los años de vida útil de los activos.

Cuadro N° 85

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual
Maquinaria y Equipo	2889,00	10,00%	288,90	10	260,01
Herramientas	1834,40	10,00%	183,44	10	165,10
Equipo de Seguridad	413,75	10,00%	41,38	10	37,24
Equipo de Oficina	330,00	10,00%	33,00	10	29,70
Equipo de Computación	1200,00	33,33%	399,96	3	266,68
Muebles y Enseres	714,00	10,00%	71,40	10	64,26
Vehículos	10000,00	20,00%	2000,00	5	1600,00
TOTAL			3018,08		2422,98

Fuente: Departamento de Depreciaciones del SRI

Elaboración: La Autora

INVERSIONES FIJA

El resumen de las inversiones se muestra en el cuadro expuesto a continuación:

Cuadro N° 86

ACTIVOS	V. TOTAL
Maquinaria y Equipo	2889,00
Herramientas	1834,40
Equipo de Seguridad	413,75
Equipo de Oficina	330,00
Equipo de Computación	1200,00
Muebles y Enseres	714,00
Vehículos	10000,00
TOTAL	17381,15

Fuente: Cuadros N° 78 a 84

Elaboración: La Autora

ACTIVOS DIFERIDOS

Activos Diferidos.- Son todos los recursos que son pagados para obtener un beneficio futuro, entre los cuales se encuentran los gastos anticipados como intereses, seguros, constitución de la empresa, cargos diferidos que representan bienes o servicios recibidos. El monto total de este rubro es de **1720,00** dólares.

Cuadro N° 87

Conceptos	Ítems	Monto Individual	Monto Total
Elaboración del Proyecto	Estudios preliminares	500,00	850,00
	Constitución de la empresa	350,00	
Prueba de funcionamiento	Montaje de equipos y Maquinaria	500,00	500,00
Permisos	Pago de patentes	120,00	120,00
Instalaciones	Arreglo varios	250,00	250,00
TOTAL		1720,00	1720,00

Fuente: GADL

Elaboración: La Autora

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS.- a este rubro lo dividimos para 5 años que es la vida útil de proyecto dando un costo anual de 344,00 dólares.

Cuadro N° 88

Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	5	1720,00	344,00

Elaboración: La autora

ACTIVOS CIRCULANTES

Materiales Directos.- estos permiten realizar el servicio de aseo y limpieza.

Cuadro N° 89

Descripción	Unidad	Cantidad	V. Unitario	V. Total Mensual	V. Total Anual
Desinfectante	Galón	3	10,50	31,50	378,00
Cloro	Galón	4	10,00	40,00	480,00
Líquidos para Limpieza de Vidrios	Galón	3	7,80	23,40	280,80
Líquido para limpieza de pisos y cerámica	Galón	4	8,00	32,00	384,00
detergente liquido	Galón	3	10,00	30,00	360,00
aceite de madera	Galón	3	7,50	22,50	270,00
jabón liquido	Galón	5	8,00	40,00	480,00
Franelas	Unidad	5	2,50	12,50	150,00
Total				231,90	2782,80

Fuente: Almacenes de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA.- son los rubros que se registran para el pago de sueldos y salarios del personal que interviene directamente en el servicio directamente en el servicio de limpieza y mantenimiento, se contara con 5 obreros una para cada servicio.

Cuadro N° 90

Especificaciones	Trabajadores
Sueldo Básico	354,00
Décimo Tercero (S./12)	29,50
Décimo Cuarto (S.B./12)	29,50
Vacaciones (S./24)	14,75
Aporte Patronal IEES (12,15%)	43,01
Total Remuneración (I-E)	470,76
Nº Obreros	5
Total Mensual	2353,81
TOTAL ANUAL	28245,66

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

SERVICIOS BASICOS.- son los gastos que la empresa debe realizar por pagos de agua, energía eléctrica, teléfono e internet.

Cuadro N° 91

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Agua Potable m3	35,00	420,00
Energía eléctrica Kw	55,00	660,00
Teléfono (minutos)	160,00	1920,00
Total	250,00	3000,00

Fuente: Municipio de Loja, Empresa Regional del Sur, CNT

Elaboración: La Autora

Arriendo.- ES el costo del local donde funcionara la empresa para así poder ofrecer el servicio de aseo, limpieza y mantenimiento de casas.

Cuadro N° 92

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Local	350,00	4200,00
Total	250,00	4200,00

Fuente: Municipio de Loja, Empresa Regional del Sur, CNT

Elaboración: La Autora

Sueldo Personal Administrativo.- Es el sueldo que se le otorga al gerente, secretaria-contadora.

Cuadro N° 93

Especificaciones	Gerente	Secretaria-Contadora	Abogado
Sueldo Básico	750,00	400,00	
Décimo Tercero (S./12)	62,50	33,33	
Décimo Cuarto (S.B./12)	29,50	29,50	
Vacaciones (S./24)	31,25	16,67	
Aporte Patronal IEES (12,15%)	91,13	48,60	
Total Remuneración (I-E)	964,38	528,10	60,00
TOTAL ANUAL	11572,50	6337,20	720,00
TOTAL		18629,70	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

Suministros de Oficina.- estos gastos son necesarios para el funcionamiento administrativo, el mismo que lo presentamos en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 94

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD	CANT.	V. UNIT.	V. TOTAL	V. Anual
Carpetas de Archivo	unidad	2	12,00	24,00	288,00
Facturas	cientos	3	50,00	150,00	1800,00
Esferográficos	docena	1	2,00	2,00	24,00
Resma de hojas (4 veces en el año)	unidad	2	3,75	7,50	30,00
Tinta de impresora (4 veces en el año)	cartucho	2	5,00	10,00	40,00
TOTAL				193,50	2182,00

Fuente: La Reforma

Elaboración: La Autora

PUBLICIDAD.- para dar a conocer el servicio de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Loja, utilizaremos los diferentes medios de comunicación que a continuación detallaremos:

Cuadro N° 95

Publicidad	Cantidad	Precio	V. Mensual	V. Anual
Creación pag.Web	1	-	21,67	260
volantes (Cada 3 meses)	100	0,2	20,00	60,00
Radio	100	1,00	100,00	1200,00
TOTAL			141,67	1520,00

Fuente: Radio Poder (95.3 Fm)

Elaboración: La Autora

COMBUSTIBLE Y LUBRICANTES: el combustible y lubricantes es el elemento necesario para la movilidad de nuestro vehículo.

Cuadro N° 96

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Diesel	125,00	1500,00
Lubricante (Aceite, Agua, entre otros)	85,00	1020,00
Total	210,00	2520,00

Fuente: Gasolinera Avendaño y La Casa del Aceite

Elaboración: La autora

MANTENIMIENTO

Cuadro N° 97

Descripción	valor	%	costo total
Maquinaria y Equipo	2889,00	2%	57,78
Vehículos	10000,00	2%	200,00
total Anual			257,78
total mensual			21,48

Fuente: Mirasol

Elaboración: La Autora

INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTE

Estos gastos son los que deben realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones, o de inicio de las operaciones hasta que alcance un funcionamiento adecuado durante un ciclo productivo para una capacidad

y tamaño determinado. Sirve para poner en marcha las operaciones, como en materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta, carga fabril, gastos administrativos y de ventas, y es necesario de un tiempo máximo de un mes.

Cuadro N° 98

Especificaciones	Valor Total Mensual
Materiales	231,90
Mano de obra directa	2353,81
Servicios básicos	250,00
Sueldos Administrativos	1552,48
Materiales y útiles de oficina	193,50
Arriendo	350,00
Gasto publicitarios	126,67
Combustible y Lubricantes	210,00
Mantenimiento	210,00
Imprevistos 5%	273,92
TOTAL	5752,26

FUENTE: Cuadros N° 89 al 97

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE INVERSIÓN TOTAL PREVISTA

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 99

Especificación	Valor Total
Activo Fijo	17381,15
Activo Diferido	1720,00
Activo Circulante o capital	5752,26
Total	24853,41

Fuente: Cuadro N° 86, 87 y 98

Elaboración: La Autora

Financiamiento

Para poner en marcha el presente proyecto se requiere un monto de **24853,41** dólares, mismos que serán cubiertos de la siguiente manera: el 72% será con capital propio aportado por las socias de la empresa, mientras que el 28% restante a través de un crédito concedido por el Banco Nacional de Fomento (BNF) a una tasa de interés del 15%, durante 5 años, donde los pagos se los realizará de forma semestral.

Cuadro N° 100

Descripción	Cantidad	Porcentaje
Capital Interno	17853,41	72
Capital Externo	7000,00	28
Total	24853,41	100

Fuente: Cuadro N°66
Elaboración: La Autora

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Monto: 7000.00 dólares

Interés: 15%

Número de Pagos: 10

Pagos Anuales:

Cuadro N° 101
AMORTIZACION

Año	Semestral	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	7.000,00	700,00	525,00	1.225,00	2.397,50	6.300,00
	2	6.300,00	700,00	472,50	1.172,50		5.600,00
2	1	5.600,00	700,00	420,00	1.120,00	2.187,50	4.900,00
	2	4.900,00	700,00	367,50	1.067,50		4.200,00
3	1	4.200,00	700,00	315,00	1.015,00	1.977,50	3.500,00
	2	3.500,00	700,00	262,50	962,50		2.800,00
4	1	2.800,00	700,00	210,00	910,00	1.767,50	2.100,00
	2	2.100,00	700,00	157,50	857,50		1.400,00
5	1	1.400,00	700,00	105,00	805,00	1.557,50	700,00
	2	700,00	700,00	52,50	752,50		0

Fuente: BNF
Elaboración: La Autora

ESTRUCTURA DE COSTOS Y ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS DEL PROYECTO

La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operación de nuestra empresa, se ha proyectado con una tasa de inflación del 3,67% del 2014.

Cuadro N° 102

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN	35971,44	37202,67	38479,09	39802,35	41174,17
Costo Primo					
Materiales	2782,80	2884,93	2990,81	3100,57	3214,36
Mano de obra Directa	28245,66	29282,28	30356,94	31471,03	32626,02
Total Costo Primo	31028,46	32167,20	33347,74	34571,60	35840,38
Gastos Indirectos de Fabricación					
Mantenimiento	2520,00	2612,48	2708,36	2807,76	2910,80
Depreciaciones	2422,98	2422,98	2422,98	2422,98	2422,98
Total de gastos ind. de fabr.	4942,98	5035,47	5131,35	5230,74	5333,79
COSTOS DE OPERACIÓN	33393,20	34359,50	35368,96	36423,19	37523,81
Gastos Administrativos					
Sueldos administrativos	18629,70	19313,41	20022,21	20757,03	21518,81
Servicios básicos	3000,00	3110,10	3224,24	3342,57	3465,24
Materiales y útiles de oficina	2182,00	2262,08	2345,10	2431,16	2520,39
Arriendo	4200,00	4354,14	4513,94	4679,60	4851,34
Total de Gastos Administrativos	28011,70	29039,73	30105,49	31210,36	32355,78
Gasto de Ventas					
Publicidad	1520,00	1575,78	1633,62	1693,57	1755,72
Combustible y Lubricantes	2520,00	2612,48	2708,36	2807,76	2910,80
Total Gasto de Ventas	4.040,00	4.188,27	4.341,98	4.501,33	4.666,53
Gastos Financieros					
Amort. Activos Diferidos	344,00	344,00	344,00	344,00	344,00
interés del préstamo	997,50	787,50	577,50	367,50	157,50
Total Gastos Financieros	1341,50	1131,50	921,50	711,50	501,50
TOTAL DE COSTOS	69364,64	71562,17	73848,05	76225,53	78697,97

Elaboración: La Autora

Prorrateo:

Se ha considerado por el precio de los servicios para determinar el margen de participación de los servicios como lo indica el siguiente cuadro:

Cuadro N° 103

Descripción	Precios estimados	% de Prorrateo	Presupuesto				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Limpieza de casas	\$0,50	2%	1387,29	1431,24	1476,96	1524,51	1573,96
Lavado de Alfombras	\$5,00	18%	12485,64	12881,19	20455,01	13720,60	14165,64
Pintado	\$1,00	4%	2774,59	2862,49	49676,44	3049,02	3147,92
Electricidad	\$10,00	38%	26358,56	27193,62	24838,22	28965,70	29905,23
Plomería	\$10,00	38%	26358,56	27193,62	21916,08	28965,70	29905,23
Total	\$26,50	100%	69364,64	71562,17	146107,19	76225,53	78697,97

Elaboración: LA Autora

Nota: En el precio del lavado de alfombra se considera \$5,00 debido a que lo materia prima que se necesita es poca y utilizara la lavadora de alfombras, ya que el precio real es \$7,00 por m²; el mismo que ha sido considerado en el PVP por la empresa.

INGRESOS POR EL SERVICIO

Para obtener los ingresos por la prestación del servicio de aseo, limpieza y mantenimiento de los domicilios, se procede a determinar primero el costo unitario en el que se incurrirá para la generación del servicio; luego se fija el margen de utilidad con el que contará la empresa; y por último para obtener los ingresos se multiplica el número de servicios generados por el precio de venta al público (PVP).

Costo Unitario

Formula:

$$C.U = \frac{\text{Costo Total}}{\text{N}^\circ \text{ de Servicios}}$$

Cuadro N°104
Limpieza de Casas (integrales)

Años	Costos Totales	Nº de m ² al año	Costo Unitario m ²
1	1387,29	7800	0,18
2	1431,24	8347	0,17
3	1476,96	8895	0,17
4	1524,51	9442	0,16
5	1573,96	9990	0,16

Fuente: Cuadro N° 71 y 103

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 105
Lavado de Alfombras

Años	Costos Totales	Nº de m ² al año	Costo Unitario m ²
1	12485,64	2080	6,00
2	12881,19	2226	5,79
3	20455,01	2372	0,23
4	13720,60	2518	5,45
5	14165,64	2664	5,32

Fuente: Cuadro N° 72 y 103

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 106
Pintado de Casas

Años	Costos Totales	N° de m² al año	Costo Unitario m²
1	2774,59	12480	0,22
2	2862,49	13356	0,21
3	49676,44	14232	0,23
4	3049,02	15108	0,20
5	3147,92	15984	0,20

Fuente: Cuadro N° 73 y 103

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 107
Mantenimiento en Electricidad

Años	Costos Totales	N° por puntos al año	Costo Unitario por puntos
1	26358,56	2600	10,14
2	27193,62	2782	9,77
3	28062,26	2965	9,46
4	28965,70	3147	9,20
5	29905,23	3330	8,98

Fuente: Cuadro N° 74 y 103

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 108
Mantenimiento de Plomería

Años	Costos Totales	N° por puntos al año	Costo Unitario por puntos
1	26358,56	2600	10,14
2	27193,62	2782	9,77
3	28062,26	2965	9,46
4	28965,70	3147	9,20
5	29905,23	3330	8,98

Fuente: Cuadro N° 75 y 103

Elaboración: La Autora

PRECIO DE VENTA PÚBLICA

Formula:

$$P.V.P = Costo Unitario + Margen de Utilidad$$

Cuadro N° 109
Limpieza y Aseo de Casas (integrales)

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad %	Margen de Utilidad \$	Precio de Venta al Público m²
1	0,18	180%	0,32	0,50
2	0,17	189%	0,32	0,50
3	0,17	199%	0,33	0,50
4	0,16	210%	0,34	0,50
5	0,16	220%	0,35	0,50

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 110
Lavado de Alfombras

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad %	Margen de Utilidad \$	Precio de Venta al Público m²
1	6,00	16,60%	1,00	7,00
2	5,79	21,00%	1,22	7,00
3	5,60	25,00%	1,40	7,00
4	5,45	28,50%	1,55	7,00
5	5,32	31,60%	1,68	7,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 111
Pintado de Casas

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad %	Margen de Utilidad \$	Precio de Venta al Público m²
1	0,22	350%	0,78	1,00
2	0,21	365%	0,78	1,00
3	0,21	380%	0,79	1,00
4	0,20	395%	0,80	1,00
5	0,20	408%	0,80	1,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 112
Mantenimiento en Electricidad

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad %	Margen de Utilidad \$	Precio de Venta al Público por puntos
1	10,14	3,60%	0,36	10,50
2	9,77	7,40%	0,72	10,50
3	9,46	10,90%	1,03	10,50
4	9,20	14,10%	1,30	10,50
5	8,98	16,90%	1,52	10,50

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 113
Mantenimiento de Plomería

Años	Costo Unitario	Margen de Utilidad %	Margen de Utilidad \$	Precio de Venta al Público por puntos
1	10,14	3,60%	0,36	10,50
2	9,77	7,40%	0,72	10,50
3	9,46	10,90%	1,03	10,50
4	9,20	14,10%	1,30	10,50
5	8,98	16,90%	1,52	10,50

Elaboración: La Autora

INGRESO TOTALES

Formula:

$$I.T = P.V.P * N^{\circ} \text{ de servicios}$$

Cuadro N° 114
Limpieza y Aseo de Casas (integrales)

Años	Precio de Venta al Público	N° de Servicios por m² al año	Ingresos Totales
1	0,50	7800	3900,00
2	0,50	8347	4173,50
3	0,50	8895	4447,50
4	0,50	9442	4721,00
5	0,50	9990	4995,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 115
Lavado de Alfombras

Años	Precio de Venta al Público	N° de Servicios por m² al año	Ingresos Totales
1	7,00	2080	14560,00
2	7,00	2226	15582,00
3	7,00	2372	16604,00
4	7,00	2518	17626,00
5	7,00	2664	18648,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 116
Pintado de Casa

Años	Precio de Venta al Público	N° de Servicios por m² al año	Ingresos Totales
1	1,00	12480	12480,00
2	1,00	13356	13356,00
3	1,00	14232	14232,00
4	1,00	15108	15108,00
5	1,00	15984	15984,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 117
Mantenimiento en Electricidad

Años	Precio de Venta al Público	N° de Servicios por punto al año	Ingresos Totales
1	11,00	2600	28600,00
2	11,00	2782	30602,00
3	11,00	2965	32615,00
4	11,00	3147	34617,00
5	11,00	3330	36630,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 118
Mantenimiento de Plomería

Años	Precio de Venta al Público	N° de Servicios por punto al año	Ingresos Totales
1	11,00	2600	28600,00
2	11,00	2782	30602,00
3	11,00	2965	32615,00
4	11,00	3147	34617,00
5	11,00	3330	36630,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 119
SUMATORIA DE LOS INGRESOS TOTALES

Año	Ingreso Total
1	88140,00
2	94315,50
3	100513,50
4	106689,00
5	112887,00

Fuente: Cuadro N° 114 al 118

Elaboración: La Autor

Cuadro N° 120
CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

RUBROS	AÑO 1		AÑO 5	
	C.F	C.V	C.F	C.V
COSTO DE PRODUCCIÓN				
Costo Primo				
Materiales		2782,80		3214,36
Mano de obra Directa		28245,66		32626,02
Gastos Indirectos de Fabricación				
Mantenimiento		2520,00		2910,80
Depreciaciones	2422,98		2422,98	
COSTOS DE OPERACIÓN				
Gastos Administrativos				
Sueldos administrativos	18629,70		21518,81	
Servicios básicos		3000,00		3465,24
Materiales y útiles de oficina		2182,00		2520,39
Arriendo	4200,00		4851,34	
Gasto de Ventas				
Publicidad	1520,00		1755,72	
Combustible y Lubricantes		2520,00		2910,80
Gastos Financieros				
Amort. Activos Diferidos	344,00		344,00	
interés del préstamo	997,50		157,50	
TOTAL DE COSTOS	28114,18	41250,46	31050,36	47647,62
COSTO TOTAL	69364,64		78697,97	

Elaboración: La Autora

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

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

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis conclusiones, que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos

EGRESOS:

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

CUADRO N° 121

PERIODOS	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	88.140,00	94.315,50	100.513,50	106.689,00	112.887,00
(-) Costo Total	69364,64	71562,17	73848,05	76225,53	78697,97
(=) Utilidad Bruta Ventas	18.775,36	22.753,33	26.665,45	30.463,47	34.189,03
(-) 15% Utilidad de Trabajadores	2816,30	3413,00	3999,82	4569,52	5128,35
(=) Utilidad Ante Impuestos a la Renta	15.959,05	19.340,33	22.665,63	25.893,95	29.060,67
(-) 25% Impuesto a la renta	3989,76	4835,08	5666,41	6473,49	7265,17
(-) 10% Reserva Legal	398,98	483,51	566,64	647,35	726,52
(=) Utilidad Neta	3.590,79	4.351,57	5.099,77	5.826,14	6.538,65

Elaboración: La Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado, es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo, es menester clasificar los costos en Fijos y Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1 y 5 de vida útil del proyecto.

COSTOS FIJOS Y VARIABLES.

COSTOS FIJOS.- Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo completo de producción. Se incurre en los mismos por el simple transcurso del tiempo y no varían como resultado directo de cambios en el volumen.

COSTOS VARIABLES.- Son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

En el presente trabajo se calculará el punto de equilibrio utilizando el método matemático en función de la capacidad instalada y de las ventas, utilizando además la forma gráfica para su representación

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 1.

Método matemático

a. En función de las ventas

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

$$P.E = \frac{28114,18}{1 - \frac{41250,46}{88140,00}}$$

$$P.E = \frac{28114,18}{0,5320}$$

$$P.E = 52847,26$$

b. En función de la capacidad instalada

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

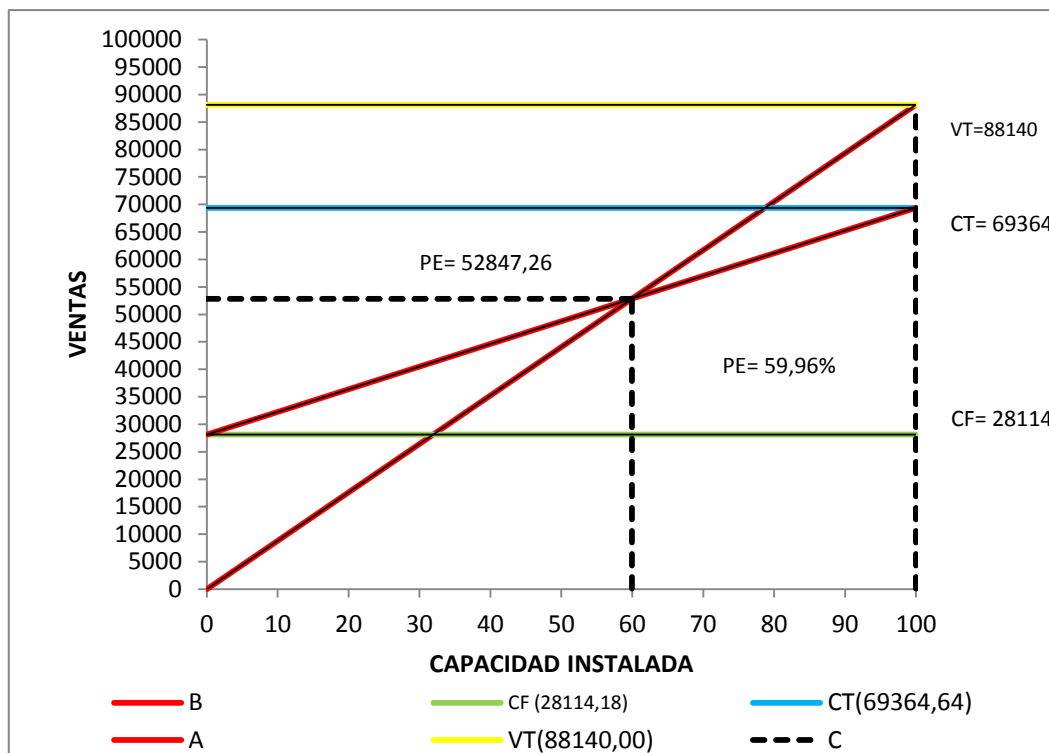
$$P.E = \frac{28114,18}{88140,00 - 41250,46} \times 100$$

$$P.E = \frac{28114,18}{46889,54} \times 100$$

$$P.E = 0,5996 \times 100$$

$$P.E = 59,96\%$$

Método Grafico Año 1



Análisis:

El siguiente gráfico indica que para el primer año la empresa debe vender \$52847,26 dólares de su producto para llegar al punto de equilibrio con un 59,96% de capacidad instalada.

Cálculo del Punto de Equilibrio para el año 5.

Método matemático

a. En función de las ventas

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

$$P. E = \frac{31050,36}{1 - \frac{47647,62}{112887,00}}$$

$$P. E = \frac{31050,36}{0,5779}$$

$$P. E = 53728,01$$

b. En función de la capacidad instalada

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

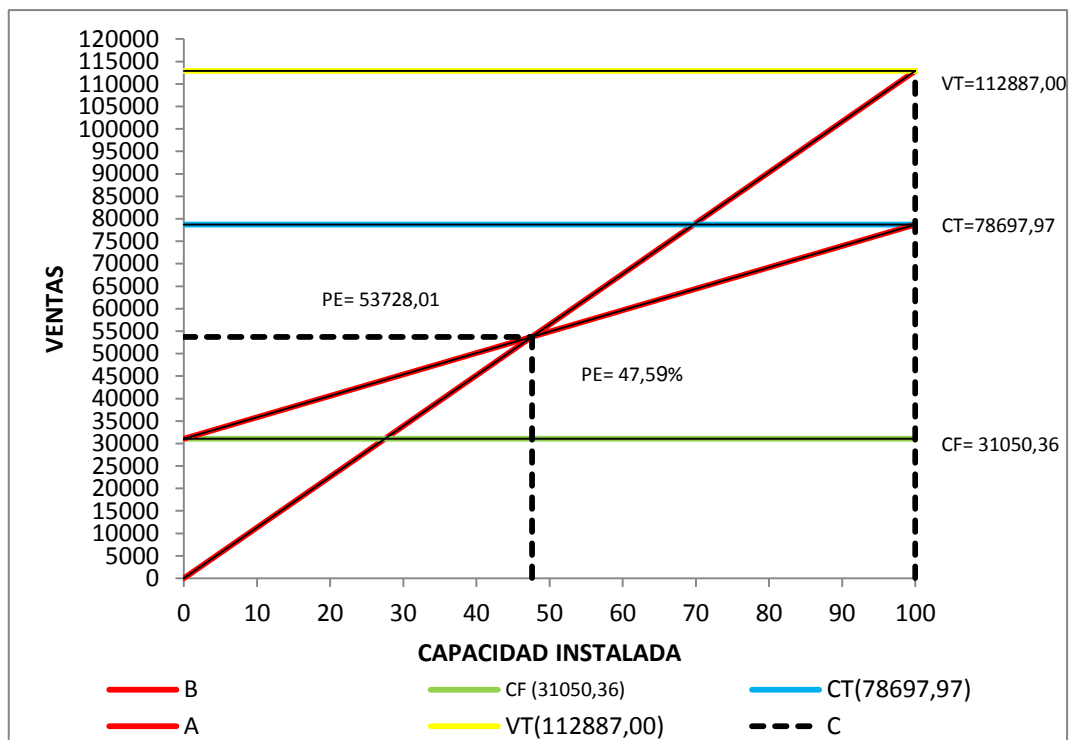
$$P. E = \frac{31050,36}{112887,00 - 47647,62} \times 100$$

$$P. E = \frac{31050,36}{65239,38} \times 100$$

$$P. E = 0,4759 \times 100$$

$$P. E = 47,59\%$$

Método Grafico Año 5



Análisis:

El siguiente gráfico indica que para el quinto año la empresa debe vender \$ 53,728.01 dólares de su servicio para llegar al punto de equilibrio con un 47,59% de capacidad instalada.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Constituye la parte final del proyecto, tomando en cuenta que es uno de los puntos más importantes, ya que finalmente de la evaluación financiera dependerá la aceptación o rechazo del proyecto.

Los indicadores que permiten medir la rentabilidad del proyecto son: Flujo de Caja, Estado de Pérdidas y Ganancias, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y Análisis de Sensibilidad.

CUADRO N° 122
Flujo de Caja

Denominación	Periodo					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Ventas		88.140,00	94.315,50	100.513,50	106.689,00	112.887,00
crédito bancario	7000,00					
Capital Propio	17853,41					
Valor Residual					3489,44	2074,38
Total Ingresos	24853,41	88140,00	94315,50	100513,50	110178,44	114961,38
Egresos						
activo Fijo	17381,15					
Acto Diferido	1720,00					
Activo Circulante	5752,26					
Reinversión					1914,00	
Presupuesto de Operación	24853,41	69364,64	71562,17	73848,05	76225,53	78697,97
Depreciación y amortización		2766,98	2766,98	2766,98	2766,98	2766,98
15% de Utilidad de Trabajo		2816,30	3413,00	3999,82	4569,52	5439,51
25% Impuesto a la Renta		4693,84	5688,33	6666,36	8009,73	9065,85
Amortización de Capital		1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00	1.400,00
Total de Egresos	24853,41	81041,77	84830,49	88681,21	94885,76	97370,32
Flujo Neto	0,00	7.098,23	9.485,01	11.832,29	15.292,67	17.591,06

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO

Considerado como uno de los primeros indicadores que determina la factibilidad del proyecto. Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor también actualizado de las inversiones y otros egresos en efectivo.

- Si el VAN es positivo, se acepta la inversión.
- Si el VAN es negativo la inversión se rechaza; y
- Si el VAN es igual a cero es criterio del inversionista el realizar o no la inversión.

Cuadro N° 123

Años	Flujo Neto	Fact. Actual 9%	Flujo descontado
0	-24.853,41		
1	7.098,23	0,917431	6.512,14
2	9.485,01	0,841680	7.983,35
3	11.832,29	0,772183	9.136,70
4	15.292,67	0,708425	10.833,72
5	17.591,06	0,649931	11.432,98
		Total	45.898,88
		Inversión	-24.853,41
		VAN	21.045,46

Elaboración: La Autora

FORMULA PARA OBTENER EL VAN

$$VAN = \text{Flujo Neto Acumulado} - \text{Inversión Inicial}$$

$$VAN = 45.898,88 - 24.853,41$$

$$VAN = \mathbf{21.045,46}$$

Según los resultados obtenidos en el cuadro del valor actual neto es de **\$21.045,46**; se puede decir que el proyecto de inversión si la inversión. Es recomendable llevarlo a cabo; por lo que si da resultados ganancias y se acepta

TASA INTERNA DE RETORNO (COSTO DEL CAPITAL)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia del proyecto indicando cuál sería la tasa de interés más alta a la que el proyecto no genera ni pérdidas ni ganancias, además hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea iguales a la inversión inicial.

CUADRO N° 124

Años	Flujo Neto	Factor de descuento	Valor Actual	Factor de descuento	Valor Actual
		31,99%	Tm	32,99%	TM
0	-24.853,41		-24.853,41		-24.853,41
1	7.098,23	0,757633	5.377,85	0,7519362	5.337,42
2	9.485,01	0,574008	5.444,47	0,5654081	5.362,90
3	11.832,29	0,434887	5.145,71	0,4251508	5.030,51
4	15.292,67	0,329485	5.038,71	0,3196863	4.888,86
5	17.591,06	0,249629	4.391,24	0,2403837	4.228,60
VAN Tm			544,57	VAN TM	-5,12

Elaboración: La Autora

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

$$TIR = 31,99 + 1 \frac{544,57}{544,57 - (-5,12)}$$

$$TIR = 32,98\%$$

La TIR es mayor al costo del Capital, debido a que es mayor a la tasa del préstamo que es del 15%, por tal razón se debe aceptar el proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación beneficio costo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se ha invertido. Se calcula dividiendo los ingresos actualizados para los egresos actualizados del proyecto.

Cuadro N° 125

Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 10%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	88140,00	69364,64	0,917431	80862,39	63637,29
2	94315,50	71562,17	0,841680	79383,47	60232,45
3	100513,50	73848,05	0,772183	77614,86	57024,25
4	106689,00	76225,53	0,708425	75581,18	54000,09
5	112887,00	78697,97	0,649931	73368,80	51148,28
Total				386810,70	286042,35

Elaboración: La Autora

$$R B/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$R B/C = \frac{386810,70}{286042,35}$$

$$R \frac{B}{C} = 1,35$$

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (**\$1,35 USD**) indicador que sustenta la realización del Proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido se gana \$0,35 centavos de dólar de utilidad.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Cuadro N° 126

Años	Inversión Inicial	Flujo Neto	Flujo Acumulado
Inversión	-24.853,41		
1		7.098,23	7.098,23
2		9.485,01	16.583,25
3		11.832,29	28.415,53
4		15.292,67	43.708,20
5		17.591,06	61.299,26
TOTAL		61.299,26	

Elaboración: La Autora

$$PRC = \text{año que supera la inversión} \left(\frac{\text{Inversión} - \text{Flujo Neto Acumulado}}{\text{Flujo Año Supera la Inversión}} \right)$$

$$PRC = 3 + \frac{24.853,41 - 28.415,53}{11.832,29}$$

$$PRC = 3 + \frac{-3562,12}{11.832,29}$$

$$PRC = 2,70$$

$$0,70 * 12 = 8,40 \text{ meses}$$

$$0,40 * 30 = 12 \text{ días}$$

Como se puede observar el periodo para la recuperación del Capital es de 2 años, 8 meses y 12 días.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Las situaciones del mercado generadas por el ambiente interno y externo al proyecto hacen que las proyecciones económicas del proyecto en un momento determinado sufran alteraciones o modificaciones, principalmente en las variables de mayor incidencia como son: **los costos y los ingresos**, por tanto se hace necesario realizar ciertas previsiones considerando el cambio en una de estas variables en el supuesto caso de que las demás permanezcan constantes; es en este caso cuando se recurre al análisis de sensibilidad el mismo que mide los efectos sobre el proyecto a los cambios sufridos por: Incremento en Costos y Disminución de Ingresos.

Los criterios de Decisión basados en el Análisis de Sensibilidad son los siguientes:

- Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible al cambio
- Si el coeficiente de sensibilidad es igual a 1 el proyecto es indiferente a los cambios
- Si el coeficiente de Sensibilidad es menor a 1 al Proyecto no le afectan los cambios.

Cuadro N° 127

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 21,47% EN LOS COSTOS								
	Costo T. Original	Costo T. original	Ingreso Original	Actualización				
Años		aumentado		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		21,47%			23,94%		24,94%	
0				-24.853,41				
1	69364,64	84.257,23	88140,00	3.882,77	0,80684202	3.132,78	0,8003842	3.107,71
2	71562,17	86.926,57	94315,50	7.388,93	0,65099405	4.810,15	0,6406148	4.733,46
3	73848,05	89.703,23	100513,50	10.810,27	0,52524935	5.678,09	0,5127380	5.542,84
4	76225,53	92.591,15	106689,00	14.097,85	0,42379325	5.974,57	0,4103874	5.785,58
5	78697,97	95.594,43	112887,00	17.292,57	0,34193420	5.912,92	0,3284676	5.680,05
					Total	25.508,51	Total	24.849,63
					Inversión	-24.853,41	Inversión	-24.853,41
					VAN Tm	655,10	VAN TM	-3,78

Elaboración: La Autora

Como se puede observar el proyecto resiste un incremento en costos del 21,47%, y ante esta creciente, no sufre sensibilidad puesto que la cantidad obtenida es de 0,98, menor a uno es decir no es sensible, comprobando una vez más que su factibilidad es positiva.

TIR DEL PROYECTO = 32,98%

NUEVA TIR = 24,93

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

$$TIR = 23,94 + 0,10 \left(\frac{655,10}{655,10 - (-3,78)} \right)$$

NUEVA TIR = 24,93%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 32,98– 24,93= 8,05%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (8,05% /32,98%) * 100

% Variación = 24,40%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 24,40/ 24,93

Sensibilidad = 0,98

Cuadro N° 128

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 12,70% EN LOS INGRESOS

	Ingreso Original	Ingreso original disminuido	Costo Original	Actualización				
Años		16,02%		Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
					23,94%	Tm	24,94%	TM
0				-24.853,41				
1	88.140,00	74.019,97	69.364,64	4.655,33	0,80684202	3.756,11	0,8003842	3.726,05
2	94.315,50	79.206,16	71.562,17	7.643,99	0,65099405	4.976,19	0,6406148	4.896,85
3	100.513,50	84.411,24	73.848,05	10.563,19	0,52524935	5.548,31	0,5127380	5.416,15
4	106.689,00	89.597,42	76.225,53	13.371,89	0,42379325	5.666,92	0,4103874	5.487,65
5	112.887,00	94.802,50	78.697,97	16.104,53	0,34193420	5.506,69	0,3284676	5.289,82
					Total	25.454,22	Total	24.816,52
					Inversión	-24.853,41	Inversión	-24.853,41
					VAN	600,80	VAN	-36,89

Elaboración: La Autora

Como se puede observar el proyecto resiste un incremento en costos del 16,02%, y ante esta creciente, no sufre sensibilidad puesto que la cantidad obtenida es de 0,99, menor a uno es decir no es sensible, comprobando una vez más que su factibilidad es positiva.

TIR DEL PROYECTO = 32,98%

NUEVA TIR = 24,88

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

$$TIR = 23,94 + 0,10 \left(\frac{600,80}{600,80 - (-36,89)} \right)$$

NUEVA TIR = 24,88%

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de Tir = Tir del Proyecto – Nueva Tir

Diferencia de Tir = 32,98– 24,88= 8,10%

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

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

% Variación = (8,10% /32,98%) * 100

% Variación = 24,56%

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = % Variación / Nueva Tir

Sensibilidad = 24,56/ 24,88

Sensibilidad = 0,99

h. CONCLUSIONES

Después de haber analizado los resultados vertidos en el presente **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOS DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE LOJA”** llegamos a la conclusiones.

- Se debe considerar establecer esta nueva empresa, para ofrecer un servicio de calidad en lo que es aseo, limpieza y mantenimiento de casas en la ciudad de Loja.
- Al analizar el Estudio Técnico del Proyecto se determinó una producción para atender en el primer año, la cual es del 71,23% de la Capacidad Instalada, e ir incrementando anualmente.
- Se determinó que el lugar más conveniente para la ubicación de la empresa, es en las calles Colon y Ramón Pinto, ya que este sitio es un lugar con muy buena accesibilidad y con los servicios básicos.
- La inversión para ejecutar el Proyecto es de \$24853,41 dólares, el 72% que corresponde a \$17853,41 dólares serán aportados por la accionista y el 28% será cubierto con un Crédito al Banco Nacional de Fomento, exactamente de \$7000,00 dólares a cinco años plazo con una tasa de interés del 15%
- La empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de los domicilios, “Pronto Limpio” será constituida como una empresa de responsabilidad limitada de conformidad con la Ley de Compañías.

- Los precios establecidos por la empresa están dados en función de los costos de producción y de la competencia; por lo que el producto se ubica en un nivel asequible para los consumidores.
- Al realizar el análisis del Punto de Equilibrio para el Año 1, la empresa debe trabajar a una capacidad del 59,96%; tener unas ventas de \$52847,26 dólares, para no perder ni ganar, si supera este valor la empresa empezara a ganar. Para el año 5 la empresa deberá trabajar a una capacidad del 47,59% y tener unas ventas de \$53728,01 dólares y para no perder ni ganar si supera este valor la Empresa comenzara a ganar.
- De acuerdo a la Evaluación Financiera el proyecto es factible, pues así lo evidencia los indicadores: Valor Actual Neto (VAN) de \$21045,46 dólares; la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 32,98%. La Relación Beneficio-Costo es \$ 1,35 centavos; el Periodo de Recuperación del Capital dará en 2 años, 8 meses y 12 días. Finalmente en lo que respecta al Análisis de Sensibilidad el estudio realizado nos determina que el proyecto resiste un incremento de 21,47% en los costos y una disminución del 16,02% en los ingresos.
- Finalmente se concluye que el proyecto es factible como se lo demuestra matemáticamente por esta razón se recomienda su ejecución

i. **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es rentable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además se cuenta con un amplio mercado, con maquinaria de última tecnología y una excelente mano de obra, permitiendo una competencia justa.
- Asignar los recursos necesarios para la implementación una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de los domicilios en la ciudad de Loja, pues los estudios económicos, financieros y técnicos demuestran su viabilidad
- Para implementar una empresa es aconsejable realizar un estudio de mercado el cual garantice su rentabilidad.
- Para lograr un adecuado posicionamiento en el mercado se deberá realizar una buena publicidad y promoción a fin de difundir las bondades y características del servicio.
- Mayor apoyo por parte de las organizaciones pertinentes, para el desarrollo de las microempresas de esta manera aumentar las fuentes de trabajo e incentivar al aprovechamiento de los productos naturales.
- Al momento de poner en ejecución el presente proyecto es necesario tener en cuenta las regulaciones existentes en el país en lo que a tasas de interés se refiere y los incrementos salariales que se dé a la fecha.

j. BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Acosta Altamirano Jaime A. Obra: Apuntes de Contabilidad de Costos I
- Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw-Hill, México, 1987.
- Baca, Gabriel. EVALUACION DE PROYECTOS cuarta edición 2000
- Baca, Urbina Gabriel. "Evaluación de Proyectos", 3ª. Edición. 1998
autorneto.com/negocios/empresas/costos-variables
- Deming, W. Edwards (1989) Calidad, productividad y competitividad.pag56
- Fischer Laura y Espejo Jorge, Mc Graw Hill, Mercadotecnia, Tercera Edición Pág. 243
- Kotler Philip, Bloom Paul y Hayes Thomas, Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2004, El Marketing de Servicios Profesionales», Primera Edición Pág. 98
- Malhotra K. Naresh, Prentice-Hall Hispanoamericana, Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico, Segunda Edición 1997, Págs. 90 al 92
- Randall Geoffrey, Segunda edición Thomson Editores Sapin, Principios de Marketing», Segunda Edición 2003, Pág. 120.
- Tarrágo Sabaté F. Fundamentos de economía de la empresa. El propio autor 1986.Página 308

Internet

- es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situación-inicial
- <http://www.mailxmail.com/curso-contabilidad-practica-5-estado-ganancias-perdidas/estado-ganancias-perdidas>
- www.zonaeconomica.com/estudio-financiero
- <http://www.difementes.com/formatos/mfunciones>.
- <http://es.scribd.com/doc/12953479/Capitulo-2-Ingenieria-de-Proyectos>
- <http://www.monografias.com/trabajos93/estrategias-de-mercadotecnia/estrategias-de-mercadotecnia.shtml>
- <http://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>
- <http://www2.esmas.com/emprendedor/herramientas-y-apoyos/aprende-del-mercado/080803/estudio-mercado-definicion-estudio-mercado>
- <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>

k. ANEXOS**Anexo N°1****FICHA DE RESUMEN DEL ANTEPROYECTO**

a. TEMA: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE LOS DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE LOJA”

b.- LA PROBLEMÁTICA

Los servicios de limpieza se han convertido en una necesidad básica, para los hogares; los mismos que requieren de estos servicios porque les es muy costoso contratar personal fijo, sobre todo con las nuevas reglamentaciones y leyes de contratación. Los factores que acentúan la necesidad de acceder a servicios de limpieza son los siguientes:

- Escases de tiempo libre
- Leyes justas pero difíciles de cumplir en lo que respecta a salarios y pago de seguro social a encargados de actividades domésticas; esto hace que muchos hogares no puedan contratar en forma fija a estas personas.
- Situación económica que lleva a todos o por lo menos a la mayoría de los miembros del hogar a estar inciertos en el mercado laboral, no habiendo quien se encargue de la limpieza de los hogares

Habría que indicar, que las oportunidades de negocio con mejor probabilidad de éxito son aquellas enfocadas a cubrir necesidades básicas.

La demanda de servicios de higienización, es un mercado que crece constantemente. La limpieza es un elemento esencial para cualquier marca. Por la falta de locales especializados quienes no aportan al sector de limpieza en los hogares nos ayuda a un constante crecimiento en mencionada sección de mercado.

En la ciudad de Loja hay pocas empresas que ofrecen los servicios de mantenimiento integral para los hogares.

Los hogares hoy en día luchan con soluciones de limpieza y mantenimiento, lo que significa que pueden ser muy difícil encontrar una buena empresa que se encargue del mantenimiento integral, por esta razón aún confían a sus amistades, mismas que no cuentan con los cuidados, responsabilidad y la capacitación que nuestros hogares se merecen.

Se ha planteado realizar en estudio para crear una empresa independiente y especializada que satisfaga las necesidades de los domicilios de esta ciudad; cuyo concepto plantea la prestación de servicios de calidad más allá de un simple lavado o limpieza de una habitación, cocina y sanitario, sino que incluirá un trato cordial, buena presencia y calidad humana de sus colaboradores, siendo esta la solución

para los domicilios, ya que pueden ahorrarse dinero y realizar el proceso de limpieza de una manera adecuada y correcta

Teniendo conocimiento de la problemática ecuatoriana, se emprende en una verdadera alternativa y como mecanismo de diversificación de la producción de servicios planteando la necesidad de implementar una microempresa dedicada a la prestación de sus servicios en el lavado de ropa es por ello que he decidido aplicar mis conocimientos en un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR EN LA CIUDAD DE LOJA”**

c.- OBJETIVOS

Objetivo General.

- Determinar la factibilidad para la Implementación de una Empresa de Servicios de Limpieza y Mantenimiento de los Domicilios, en la Ciudad de Loja

d.1.2. Objetivos Específicos.

- Ejecutar una investigación de mercado para conocer la demanda y oferta en el servicio de limpieza y mantenimiento de los domicilios.
- Estructura el estudio técnico del proyecto para identificar su tamaño óptimo y localización.
- Establecer la organización jurídica y administrativa de la futura empresa
- Realizar el estudio económico financiero y a través de los índices de Evaluación determinamos la factibilidad del proyecto.

d. Materiales y métodos

Para realizar la presente investigación se utilizó los siguientes materiales

Materiales

Suministros de oficina: dentro de ellos se encuentran las resmas de papel bond, carpetas, esferos, borrador, entre otros

Equipo de oficina: entre ellos se utilizó los siguientes, computador,

impresora, flash memory, cd, cámara digital, entre otros

Métodos

Cada proceso de la investigación implica la utilización de métodos siguientes métodos.

Deductivo: Este método permitió recopilar información general, para así tener una mejor idea sobre el desarrollo de las diferentes fases del proyecto relacionados con los: estudios de mercado, estudio técnico, financiero y evaluación financiera empresa

Inductivo: Este método se utilizó en el Estudio de Mercado y el Estudio Financiero, en donde se maneja información resultante de encuestas mismas que permitió determinar los gustos y diferencias de los consumidores

Encuesta: La cual va dirigida a la población de la ciudad de Loja, la misma que nos brindó la información necesaria para el desarrollo de la presente investigación.

Revisión Literaria: Es un instrumento que se lo utilizó en toda la investigación, la utilizare para recopilar información que sirvió de sustento para elaborar el marco teórico.

Procedimientos

Muestra Poblacional

El grupo de personas para quien va dirigido la presente muestra, es para la población de la ciudad de Loja; que según el censo de población y vivienda del 2010 es de 180617 habitantes.

Determinación de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, en el presente proyecto se tomó en consideración a la población de la Ciudad de Loja, para lo cual se asigna un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 0,05%.

Según datos establecidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), La población urbana en el Cantón Loja es de 170.280 habitantes existente en las cuatro parroquias urbanas que son: El Sagrario, San Sebastián, El Valle, Sucre; Con estos datos se procede a calcular la muestra para proceder a la investigación de campo, se aplicó las siguientes formulas

Tasa de crecimiento según el INEC 2,65%

$$Pf = P^{\circ} (1 + i)^n$$

$$Pf = 180617 (1 + 0,0265)^4$$

$$Pf = 180617(1.0265)^4$$

$$Pf = 180617(1.1103)$$

$Pf = 200536$ Población urbana actual 2014.

Cuadro de proyección de la población de la Ciudad de Loja de 2010 a 2014

Cuadro #1

Año	Proyección 2.65%
2010	180617
2011	185403
2012	190316
2013	195359
2014	200536

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: El Autor

El estudio de factibilidad está orientado hacia la familia por lo que debemos saber el número de familias urbanas Lojanas. La familia tiene como promedio cuatro integrantes por consiguiente la población urbana actual la dividiremos para cuatro.

$200536 / 4 = 50134$ familias urbanas de Loja

DETERMINACION DEL SEGMENTO DE MERCADO

CANTON	POBLACIÓN AÑO 2010	POBLACIÓN DE FAMILIAS	TCA %	2014
Loja	180617	45	2,65%	50134
	<i>TOTAL FAMILIAS</i>			50134

Fuente: INEC Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: El Autor

Para determinar el número de encuestas se utilizara la siguiente fórmula:

Tamaño de la muestra= 397

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

$$n = \frac{50134}{1 + (0,05)^2 50134} \mathbf{n= 399}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= población

1= Factor de corrección

e= error experimental

g.1.7.1.DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**CUADRO N°3**

Lugar	Población	Participación	Muestra
El Sagrario	71,543	0,42	168
Sucre	39,72	0,23	93
El Valle	31,582	0,19	74
San Sebastián	27,435	0,16	64
Total	180617	1,00	399

Fuente: página del INEC censo 2010

Elaborado por: la autora

ANEXO N°2

Empresa	Dirección	Servicio
FUMISAN	Gran Colombia y Guaranda	Fumigación Limpieza de casas
ESPINOSA AGUIRRE.SERVICIOS GENERALES	Colon y Lauro Guerrero	Mantenimiento y lim pieza a instituciones públicas y privadas Limpiezas de casa
COMPANÍA DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA SOTOMAYOR	México entre Chile y Argentina	Mantenimiento y limpieza a instituciones públicas y privadas Limpiezas de casa
MULTISERVICIOS IMELRO	ANTONIO NEUMANE Y PASAJE	Mantenimiento y limpieza a instituciones públicas y privadas Limpiezas de casa
MULTISERVICIOS JV CIA	PEDRO VICENTE MALDONADO Y TOMAS ALBA EDISON	Mantenimiento y limpieza a instituciones públicas y privadas Limpiezas de casa
R&B MULTISERVICIOS	10 DE AGOSTO Y SUCRE	Mantenimiento y limpieza a instituciones públicas y privadas Limpiezas de casa
SERVICIOS SA	AV MANUEL CARRION PINZON	Mantenimiento y limpieza a instituciones públicas y privadas Limpiezas de casa
SERVICIOS YCC	18 DE NOVIEMBRE Y AZUAY	Mantenimiento y limpieza a instituciones públicas y privadas Limpiezas de casa

Fuente: Cámara de Comercio de Loja

ANEXOS 3
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MÓDULO X PARALELO “5”

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, quien de la manera más comedida solicito a Ud. se digne proporcionar información de acuerdo a las preguntas planteadas para la “Implementación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de los domicilios en la ciudad de Loja”, tema en el cual se sustenta mi proyecto de inversión, a fin de obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas.

Entrevista dirigida a los ofertantes- empresas que ofrecen el servicio de lavado

1. cuantos clientes atiende usted al mes en su negocio

- 100 a120 ()
121 a 130 ()
131 a 140 ()

2. ¿cuantos m2 de servicio de limpieza realiza usted semanalmente?

- 20m2 a 30m2 ()
31m2 a 40m2 ()
41m2 a 50m2 ()

3. ¿Cuantos mantenimientos por puntos realiza usted en el mes?

- 200 a 250 ()
251 a 300 ()
301 a 350 ()

4. Realiza publicidad en su negocio:

- SI ()
NO ()

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA



ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MÓDULO X PARALELO “5”

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, quien de la manera más comedida solicito a Ud. se digne proporcionar información de acuerdo a las preguntas planteadas para la “Implementación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de los domicilios en la ciudad de Loja”, tema en el cual se sustenta mi proyecto de inversión a fin de obtener el título de Ingeniero en Administración de Empresas.

1. **Cuál es su ingreso mensual**

- \$354-\$400 ()
 \$401-\$500 ()
 \$501-\$600 ()
 más de \$601 ()

• **SERVICIO DE LIMPIEZA**

2. **¿Utiliza usted el servicio de aseo y limpieza para su casa?**

- SI ()
 NO ()

3. **Según su criterio, en la actualidad el servicio de aseo y**

limpieza que se ofrece es:

- Bueno ()
 Regular ()
 Malo ()

4. ¿Usted recibe algún tipo de promociones por el servicio que adquiere en estas empresas?

- Descuentos ()
- Sorteos ()
- Premios ()
- Ninguno ()

5. Si hace uso del servicio de limpieza para su hogar: Cuales son los servicios que usted más utiliza

- Limpieza de Casa (integral) ()
- Limpieza de muebles ()
- Lavado de alfombras ()
- Otras limpiezas ()

Para los que respondieron que utilizan más el servicio de aseo y limpieza en casas:

6. ¿Cuántos metros tiene su casa?

- 10 a 30 m² ()
- 31 a 60 m² ()
- Más de 61 m² ()

7. En el año cuantas veces realiza aseo y limpieza en su hogar

- 1 a 2 veces ()
- 3 a 4 veces ()
- Más de 5 veces ()

8. ¿Cuál es el precio que paga por metro cuadrado?

- \$ 0,50 ()
- \$ 0,75 ()
- Más de \$1,00 ()

9. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

- SI ()
- NO ()

Para los que respondieron que utilizan más el servicio de lavado de alfombras

10. ¿Cuántos metros tiene la o las alfombras que usted posee?

- 1 a 3 m² ()
- 4 a 6 m² ()
- Más de 7 m² ()

11. ¿En el año cuántas veces realiza el lavado de alfombras?

- 1 a 2 veces ()
- 3 a 4 veces ()
- más de 5 veces ()

12. ¿Cuál es el precio que paga por metro cuadrado?

- \$ 7,00 ()
- \$ 7,50 ()
- \$ 8,00 ()
- \$ 8,50 ()
- \$ 9,00 ()

13. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

- SI ()
- NO ()

Para las personas que están de acuerdo con la implementación de la empresa de limpieza y mantenimiento de casas.

14. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la empresa?

- Norte de la ciudad ()
- Centro de la ciudad ()
- Sur de la ciudad ()

15. ¿por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de la nueva empresa?

- | | |
|----------------|-----|
| Televisión | () |
| Radio | () |
| Prensa Escrita | () |
| Internet | () |
| Hojas Volante | () |

• **SERVICIO DE MANTENIMIENTO**

17. ¿Usted utiliza los servicios de mantenimiento para su hogar?

- | | |
|----|-----|
| SI | () |
| NO | () |

18. ¿Según su criterio, en la actualidad el servicio de mantenimiento de casas que se ofrece es?

- | | |
|---------|-----|
| Bueno | () |
| Regular | () |
| Malo | () |

19. ¿Usted recibe algún tipo de promociones por el servicio que adquiere en estas empresas?

- | | |
|------------|-----|
| Descuentos | () |
| Sorteos | () |
| Premios | () |
| Ninguno | () |

20. ¿Si hace uso del servicio de mantenimiento para su hogar: Cuales son los servicios que usted más utiliza. ?

- | | |
|--------------|-----|
| Pintado | () |
| Electricidad | () |
| Plomería | () |

Para los que respondieron que utilizan más el servicio de pintado de casas

21. ¿cuantos metros tiene su casa?

- 10 a 30 m² ()
- 31 a 60 m² ()
- Más de 61 m² ()

22. ¿En el año cuantas veces realiza el pintado de su hogar?

- 1 a 2 veces ()
- 3 a 4 veces ()
- Más de 5 veces ()

23. ¿Cuánto es el precio que paga por metro cuadrado?

- \$ 1,00 ()
- \$ 2,00 ()
- Más de \$3,00 ()

24. Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja

- SI ()
- NO ()

Para los que respondieron que utilizan más el servicio es electricidad

25. ¿En su hogar cuánto es el promedio de puntos que cambia?

- 1 a 2 puntos ()
- 3 a 4 puntos ()
- Más de 5 puntos ()

26. ¿En el año cuantas veces realiza mantenimiento de electricidad en su hogar?

- 1 a 2 veces ()
- 3 a 4 veces ()
- Más de 5 veces ()

27. ¿Cuánto es el precio que paga por punto?

- \$ 11,00 ()
 \$ 15,00 ()
 Más de \$16,00 ()

28. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

- SI ()
 NO ()

Para los que respondieron que utilizan más el servicio es plomería

29. ¿Cuánto es el promedio de puntos que cambia?

- 1 a 2 puntos ()
 3 a 4 puntos ()
 Más de 5 puntos ()

30. ¿En el año cuantas veces realiza mantenimiento de plomería en su hogar?

- 1 a 2 veces ()
 3 a 4 veces ()
 más de 5 veces ()

31. ¿Cuánto es el precio que paga por punto?

- \$ 11,00 ()
 \$ 12,00 ()
 más de \$13,00 ()

32. ¿Usted está de acuerdo que se implemente una nueva empresa de limpieza y mantenimiento en la ciudad e Loja?

- SI ()
 NO ()

Para las personas que si desean que se implemente la nueva empresa

33. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la empresa?

- Norte de la ciudad ()
- Centro de la ciudad ()
- Sur de la ciudad ()

34. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse de la existencia de la nueva empresa?

- Televisión ()
- Radio ()
- Prensa Escrita ()
- Internet ()
- Hojas Volante ()

ÍNDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN	iiiv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TÍTULO.	1
b. RESUMEN.....	2
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISION DE LITERATURA	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	36
f. RESULTADOS.....	41
g. DISCUSION.....	78
h. CONCLUSIONES:	162
i. RECOMENDACIONES	164
j. BIBLIOGRAFÍA	165
k. ANEXOS	167
ÍNDICE.....	1855

