



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

INFORME FINAL DEL PLAN DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICRO EMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA A LA LIMPIEZA DE
OFICINAS PRIVADAS EN LA PARROQUIA GONZALEZ SUÁREZ
CANTÓN TULCÁN PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

Autora: BENAVIDES CÓRDOVA VERÓNICA ELIZABETH

ASESOR: ECON. HERNAN MUÑOZ

IBARRA, Abril - 2013

RESUMEN EJECUTIVO

Los servicios de limpieza en otras ciudades del país se están estructurando bajo la modalidad de empresas y microempresas, logrando captar un número importante de clientes que quieren trasladar las actividades de limpieza a empresas o compañías. En el diagnóstico situacional se determina por información directa de la Cámara de Comercio, que en la ciudad de Tulcán existen 156 empresas privadas registradas en esta entidad y que no existe en la actualidad una empresa de prestación de servicios de limpieza de oficinas. Los resultados del estudio de mercado establecen que la oferta está compuesta por competidores indirectos del proyecto que son 62 personas naturales que actualmente prestan los servicios de limpieza en las empresas privadas de la ciudad de Tulcán, la demanda determina que existe una demanda potencial de 156 empresas privadas en la ciudad de Tulcán, en el análisis de la oferta se establece una demanda insatisfecha de 96 empresas privadas siendo este el mercado meta del proyecto, del cual se pretende captar el 18.02% que significan 20 empresas privadas. La microempresa, aplicará procesos de operación para la prestación de servicios de limpieza. Las instalaciones físicas reúnen los requerimientos técnicos necesarios para la operatividad de la empresa. Los resultados económicos financieros de la operatividad determinan que el VAN es de \$43.537 la TIR de 43.10% El PRI es de 2 años, 5 meses y 3 días, el B/C de \$1.96. Los impactos que la empresa generará son con un nivel de impacto “alto”.

EXECUTIVE SUMMARY

Cleaning services in other cities of the country are being structured under the mode of businesses and microenterprises, managing to catch a significant number of customers who want to move cleanup activities firms and companies. In the situational diagnosis is determined by direct information on the Chamber of Commerce that in the city of Tulcán 156 registered private enterprises exist in this entity and that there is no one company that provides office cleaning services. The results of the market research establishes that the offer is made by the indirect competitors of the project that are the 62 natural people that currently provide cleaning services in private companies Tulcán city, demand determines that there is a potential demand of 156 private companies in the city of Tulcán. In the balance sheet offer demands there is established an unsatisfied demand of 96 private companies being this the market puts of the project, of which the project tries to catch 18.02 % that it means 20 private companies. The microcompany, it will apply processes of operation for the provision of services of clean up. The physical facilities assemble the technical requirements necessary for the operability of the company. The financial results of the operation Financial determine that the NPV is \$ 43,537 IRR of 43.10% The PRI is 2 years, 5 months and 3 days, the B / C of \$ 1.96. The impacts that the company will generate impacts are at a level of impact "high".

AUTORÍA

Yo, Verónica Elizabeth Benavides Córdova portadora de la cédula de identidad N° 100365391-0 declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi responsabilidad, además que no ha sido presentado para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información.



Verónica Elizabeth Benavides Córdova

C.I. 100365391-0

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Verónica Elizabeth Benavides Córdova con cédula de identidad N° 100365391-0 para optar por el Título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.** Cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA A LA LIMPIEZA DE OFICINAS PRIVADAS EN LA PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ CANTÓN TULCÁN PROVINCIA DEL CARCHI”** considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del abril del 2013

Atentamente,



Eco: Hernán Muñoz
DIRECTOR

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Verónica Elizabeth Benavides Córdova con cédula de identidad N° 100365391-0 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5,y 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA DE SERVICIOS DEDICADA A LA LIMPIEZA DE OFICINAS PRIVADAS EN LA PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ CANTÓN TULCÁN PROVINCIA DEL CARCHI”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en el formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Verónica Elizabeth Benavides Córdova

C.I. 100365391-0



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1.- IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, decencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD	100365391-0		
APELLIDOS Y NOMBRES	VERÓNICA ELIZABETH BENAVIDES CORDOVA		
DIRECCIÓN	IBARRA, BARRIO ALPACHACA 15 DE DICIEMBRE CANARIO 2-37 Y MACHALA		
EMAIL	vero_escarleth@yahoo.com		
TELÉFONO FIJO	062-610-044	TEL MOVIL	087-726-740

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO	Estudio de factibilidad para la creación de una Micro Empresa de Servicios dedicada a la limpieza de oficinas privadas en la Parroquia González Suárez Cantón Tulcán Provincia del Carchi
AUTORA	VERÓNICA ELIZABETH BENAVIDES CORDOVA
FECHA: A/M/D	ABRIL - 2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA	PREGRADO POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
ASESOR / DIRECTOR	ECON. HERNÁN MUÑOZ

2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Verónica Elizabeth Benavides Córdova con cédula de identidad N° 100365391-0 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra de trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega de un ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la misma con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión en concordancia con la Ley de Educación Superior artículo 144.

3.- CONSTANCIA

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que se asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 30 días del mes de abril del 2013

LA AUTORA



(Firma)
Nombre: Verónica Benavides
C.C: 1003653910

ACEPTACIÓN

(Firma).....
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Dedico este proyecto en primer lugar a Diosito por darme la gracia de vivir, a mi Papi por su apoyo, mi esposo por darme las facilidades necesarias para que este proyecto salga adelante. A mi querida Hijita, a mis hermanos, abuelita por ser un gran ejemplo a seguir por apoyarme moralmente. Por sus buenos consejos y enseñanzas y toda mi familia por ser mi soporte y brindarme mucha comprensión. En esta etapa en la que estoy culminando una meta importante en mi vida.

Verónica

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios por regalarme la vida, a mis padres y esposo quienes con su esfuerzo me han ayudado en todo momento, a la Universidad Técnica del Norte por permitirme alcanzar una de mis metas profesionales y a todos mis queridos docentes que con sus conocimientos me han guiado a la consecución de este trabajo.

En especial al Economista **Hernán Muñoz** quien supo guiar el presente trabajo con profesionalismo y paciencia.

La Autora

PRESENTACIÓN

El presente proyecto tiene como finalidad el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la limpieza de oficinas privadas en la parroquia González Suárez, ciudad de Tulcán, provincia del Carchi. El presente proyecto está estructurado en 7 capítulos que son los siguientes:

En el Capítulo I Diagnóstico Situacional se realizó el análisis situacional para determinar la factibilidad de la creación de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas privadas en la ciudad de Tulcán. Se concluye este capítulo con la elaboración de la matriz AOOD y sus cruces estratégicos.

En el Capítulo II Se realizó el Marco Teórico, con la finalidad de fundamentar en forma técnica y científica la revisión de literatura y la adopción de conceptos referentes a los componentes del proyecto.

En el Capítulo III, se elaboró el Estudio de Mercado con el objetivo de establecer la oferta y la demanda en función de las variables e indicadores de este componente, se estructuró la demanda potencial, la estructura y segmentación del mercado, el mercado meta del proyecto y estrategias de mercadeo.

En el Capítulo IV, se realizó el Estudio Técnico y la Ingeniería del proyecto con la finalidad de sustentar la macro y micro localización de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas. Se estableció el proceso para la operación del servicio de limpieza, se definió la infraestructura física, la maquinaria y equipos, el talento humano e inversiones del proyecto.

En el CAPÍTULO V, se realizó la Evaluación Económica y Financiera determinándose las inversiones iniciales y operativas que se requiere para el funcionamiento de la microempresa, determinándose indicadores financieros que sustenten la factibilidad del proyecto.

En el Capítulo VI, se estableció la estructura organizativa, de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas al igual que la estrategia filosófica: misión, visión, objetivos, políticas y valores que articulen el funcionamiento de la organización en términos administrativos.

En el Capítulo VII, se procedió a medir los impactos positivos que origina la operatividad de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas privadas.

INDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO.....	ii
EXECUTIVE SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	x
PRESENTACIÓN.....	xi
INDICE.....	xiii

CAPÍTULO I

Diagnóstico Situacional.....	29
Antecedentes.....	29
Objetivos del Diagnóstico.....	30
Objetivo General.....	30
Objetivos Específicos.....	30
Matriz de Relación Diagnóstica.....	31
Mecánica Operativa.....	33

Identificación del Problema.....	33
Técnicas e Instrumentos de recolección de información.....	33
Información Primaria.....	33
Entrevista.....	33
Información Secundaria.....	33
Tabulación y Análisis de Información.....	34
Elaboración de Matriz AOOD.....	35
Cruces Estratégicos.....	36
Determinación del Problema.....	37

CAPÍTULO II

Bases Teóricas Y Científicas.....	38
La Empresa.....	38
Razón Social.....	38
El Proceso Administrativo.....	39
Planeación.....	39
Organización.....	39
Dirección.....	39
Control.....	40
Filosofía Empresarial.....	40
Misión.....	40
Visión.....	40

Objetivos.....	41
Valores Y Principios.....	41
Organigrama.....	41
Empresas de Servicios de Limpieza.....	42
Servicios de las Empresas de Limpieza.....	42
Programa de Limpieza y Desinfección	42
Características del programa de limpieza y Desinfección.....	43
Características de los Desinfectantes.....	43
Maquinaria y Utensilios de Limpieza.....	43
Proyecto de Inversión	48
Concepto.....	48
Estudio de factibilidad del proyecto y sus componentes.....	48
Estudio de Mercado	48
Servicio.....	48
Análisis de la Oferta.....	48
Análisis de la Demanda.....	49
Análisis del Precio	49
Análisis de Comercialización.....	49
Estudio Técnico.....	50
Tamaño del Proyecto.....	50
Macro Localización.....	50
Micro Localización.....	50

Ingeniería del Proyecto	51
Procesos Operativos.....	51
Talento Humano.....	51
Estudio Económico.....	52
Activos Fijos.....	52
Depreciación Amortización.....	52
Costos de Operación.....	52
Gastos Generales de Administración.....	53
Gastos Generales Ventas.....	53
Estado de Pérdidas y Ganancias	53
Flujo Neto de Efectivo.....	54
Flujo de Caja.....	54
Balance Inicial Proyectado.....	54
Evaluación Financiera.....	55
Costos de Oportunidad (ck).....	55
Tasa de Oportunidades (i^*).....	55
Valor Actual Neto.....	55
Estudio de Impactos Ambientales.....	56

CAPÍTULO III

Estudio de mercado.....	57
Identificación del Servicio.....	57

Características del Servicio	57
El Mercado	58
Objetivos del Estudio de Mercado	58
Objetivo General.....	59
Objetivos Específicos.....	59
Matriz de Variables de Mercado.....	60
Identificación de la Población.....	62
Muestra.....	62
Cálculo de la Muestra.....	62
Fórmula del Cálculo.....	62
Tabulaciones y Análisis de la Información.....	63
Análisis de la Oferta	74
Análisis de la Competencia.....	74
Análisis del Macro Ambiente.....	74
Modelo de Competencias de las 5 Fuerzas de Michael Porter.....	75
Factor Económico.....	76
Factor Técnico.....	76
Factor Social.....	76
Factor Político.....	76
Factor Legal.....	77
Análisis del Micro Ambiente.....	77
Competidores Directos.....	77

Competidores que van a ingresar	78
Servicios Sustitutos.....	78
Mercado o Clientes.....	78
Proveedores.....	78
Cantidad Total de la Oferta.....	78
Proyección de la oferta	78
Análisis de la demanda	79
Naturaleza del Usuario.....	79
Cantidad Total de la Demanda.....	79
Demanda Histórica.....	79
Proyección de la Demanda.....	80
Balance de la Oferta Demandada.....	81
Participación del Proyecto.....	82
Precio.....	82
Estructura y Segmentación del Mercado.....	83
Segmentación del Mercado.....	83
Estructura Mercado Meta.....	83
Estrategias de Mercado.....	84
Estrategias Competitivas.....	85
Estrategia Empresarial.....	85
Estrategia Corporativa.....	85
Estrategia de Crecimiento.....	86

Estrategia de Posicionamiento.....	86
Estrategia de Marketing – Mix.....	87
Estrategias de Promoción.....	87
Estrategias de producto.....	87
Estrategias de Plaza.....	88
Estrategias de Precio.....	88
Conclusiones del Estudio.....	89

CAPÍTULO IV

Estudio Técnico e Ingeniería del proyecto	91
Tamaño del Proyecto.....	91
Tamaño del proyecto en relación a la demanda	91
Tamaño del proyecto en relación a la Tecnología	92
Tamaño del proyecto y disponibilidad de materia prima de insumos.....	92
Tamaño del proyecto y la organización.....	92
Tamaño del proyecto y Financiamiento.....	92
Capacidad Instalada.....	93
Localización del Proyecto.....	93
Macro localización.....	93
Factores de Localización.....	93
Características de Oportunidad del negocio.....	93
Normativas.....	94

Entorno Socio Cultural.....	94
Disponibilidad del talento Humano.....	94
Micro localización.....	95
Factores de Localización.....	95
Disponibilidad de Servicios Básicos.....	96
Precios de arriendos de locales.....	96
Sector Estratégicos de Clientes.....	96
Área Local.....	96
Disponibilidad del Talento Humano.....	97
Matriz de Localización.....	97
Ingeniería del Proyecto.....	99
Cartera de Servicio.....	99
Equipos y Maquinaria operativo.....	100
Muebles y Enseres.....	100
Infraestructura Física y obras Civiles.....	102
Diseño Arquitectónico.....	102
Presupuesto Técnico.....	104
Inversiones Fijas.....	104
Inversiones Diferidas.....	104
Gastos de legalización.....	104
Capital de Trabajo.....	105
Inversiones Totales del Proyecto.....	105

Financiamiento.....	106
Talento Humano.....	106
Operación del Proyecto.....	107
Diagrama de Procesos.....	107
Métodos de Limpieza y usos de productos desinfectantes.....	109
Limpieza de Mobiliario.....	109
Limpieza de Equipo de Oficina.....	109
Limpieza de Particiones Modulares Prefabricadas, Cortinas, Pisos, con Alfombras.....	109
Limpieza de Puertas, Ventanas de Vidrio.....	109
Limpieza de Pisos en Despachos y Áreas Comunes.....	109
Usos de productos de Limpieza y Desinfectantes.....	109

CAPÍTULO V

Evaluación Económica.....	111
Estado de Situación Financiera Inicial.....	111
Determinación de los Ingresos Proyectados.....	111
Determinación de Egresos Proyectados.....	112
Costos de Operación.....	112
Costos Indirectos de Operación.....	115
Gastos Administrativos.....	118
Gastos Generales Ventas.....	121
Gastos Financieros.....	121
Depreciación - Amortización.....	122
Gastos de Operación y Financiación.....	124

Capital de Trabajo – Saldo de Efectivo Requerido en Caja.....	124
Calculo del Capital de Trabajo.....	126
Estado de Resultados	126
Flujo Neto de Efectivo.....	129
Flujo de Caja.....	131
Balance Proforma.....	132
Evaluación Financiera.....	135
Calculo del Costo de Oportunidad de la Inversión.....	135
Valor Actual Neto (VAN).....	135
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	136
Periodo de Recuperación de Inversión.....	137
Relación Costo Beneficio.....	137
Punto de Equilibrio.....	138
Análisis de Sensibilidad.....	139

CAPÍTULO VI

Estructura organizacional.....	141
La empresa.....	141
Nombre o razón social.....	141
Conformación Jurídica.....	141
Misión.....	143
Visión.....	143
Políticas.....	143
Valores.....	144
Objetivos de Calidad.....	144

Estructura Organizacional.....	145
Funciones Descripción y perfil de los Puestos.....	147
Desarrollo del Personal.....	151
Seguridad Social.....	152
Aplicaciones de la Normativa de la Relaciones Laborales.....	153
Aplicación del Impuesto a la Renta	154
Contratación Trabajadores.....	154

CAPÍTULO VII

Impactos del proyecto.....	155
Herramienta de Validación de Impactos.....	155
Impactos Positivo.....	155
Impacto Económico.....	156
Impacto Social.....	157
Impacto Educativo Cultural.....	158
Impacto Comercial.....	159
Impacto Empresarial.....	160
Impacto General.....	161
Conclusiones.....	162
Recomendaciones.....	163
Bibliografía.....	166
Anexos.....	168

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Matriz de relación Diagnostica.....	31
Cuadro N° 2 Análisis de Entrevista.....	34
Cuadro N° 3 Matriz Aoor.....	35
Cuadro N° 4 Cruces Estratégicos.....	36
Cuadro N° 5 De acuerdo a la forma Jurídica.....	38
Cuadro N° 6 Matriz de Variables de Mercado.....	61
Cuadro N° 7 Limpieza de Oficina Actual.....	65
Cuadro N° 8 Nivel de Satisfacción.....	66
Cuadro N° 9 Necesidad.....	67
Cuadro N° 10 Factores.....	68
Cuadro N° 11 Contratar.....	69
Cuadro N° 12 Servicios de Limpieza.....	70
Cuadro N° 13 Precio.....	71
Cuadro N° 14 Forma de Pago.....	72
Cuadro N° 15 Horario.....	73
Cuadro N° 16 Localización.....	74
Cuadro N° 17 Categoría y Fuerzas Competitivas.....	78
Cuadro N° 18 Demanda Histórica.....	80
Cuadro N° 19 Tasa de Crecimiento.....	81
Cuadro N° 20 Proyección de la Demanda.....	82
Cuadro N° 21 Balance Oferta – Demanda.....	82
Cuadro N° 22 Método Cualitativo por Puntos.....	98
Cuadro N° 23 Equipo y Maquinaria de Operación.....	100

Cuadro N° 24 Muebles y Enseres del área de Bodega.....	101
Cuadro N° 25 Muebles y Enseres del área Administrativos.....	101
Cuadro N° 26 Vehículo.....	101
Cuadro N° 27 Equipo de Informática de Administración.....	101
Cuadro N° 28 Equipo de Informática de Bodega.....	102
Cuadro N° 29 Cuadro de Áreas.....	102
Cuadro N° 30 Activos Fijos.....	104
Cuadro N° 31 Gastos Pre operativos.....	104
Cuadro N° 32 Capital de Trabajo.....	105
Cuadro N° 33 Inversiones Totales.....	106
Cuadro N° 34 Fuentes de Financiamiento.....	106
Cuadro N° 35 Talento Humano.....	107
Cuadro N° 36 Estado de Situación Inicial.....	111
Cuadro N° 37 Desglose de Ingresos.....	112
Cuadro N° 38 Ingresos Proforma.....	112
Cuadro N° 38.1 Ingresos Proforma.....	112
Cuadro N° 39 Costos de Operación.....	113
Cuadro N° 40 Detalle de Materiales Directos.....	113
Cuadro N° 41 Mano de Obra Directa año1.....	113
Cuadro N° 42 Mano de Obra Directa año 2.....	114
Cuadro N° 43 Mano de Obra Directa año3.....	114
Cuadro N° 44 Mano de Obra Directa año 4.....	114
Cuadro N° 45 Mano de Obra Directa año 5.....	114
Cuadro N° 46 Presupuesto de Costos Indirectos de Operación.....	115
Cuadro No 47 Materiales Indirectos.....	115
Cuadro N° 48 Mano de Obra Indirecta año 1.....	116

Cuadro N° 49 Mano de Obra Indirecta año 2.....	116
Cuadro N° 50 Mano de Obra Indirecta año 3.....	116
Cuadro N° 51 Mano de Obra Indirecta año 4.....	116
Cuadro N° 52 Mano de Obra Indirecta año 5.....	117
Cuadro N° 53 Servicios Básicos.....	117
Cuadro N° 54 Gastos Administrativos.....	118
Cuadro N° 55 Salario Personal Administrativo año 1.....	118
Cuadro N° 56 Salario Personal Administrativo año 2.....	118
Cuadro N° 57 Salario Personal Administrativo año 3.....	119
Cuadro N° 58 Salario Personal Administrativo año 4.....	119
Cuadro N° 59 Salario Personal Administrativo año 5.....	119
Cuadro N° 60 Insumos de Oficina.....	120
Cuadro N° 61 Servicios Básicos.....	120
Cuadro N° 62 Gastos Generales de Ventas.....	121
Cuadro N° 63 Gastos de Financiación.....	121
Cuadro N° 64 Depreciación.....	123
Cuadro N° 65 Costos de Operación y de Financiación.....	124
Cuadro N° 66 Capital de Trabajo- Saldo de Efectivo requerido en Caja.....	125
Cuadro N° 67 Capital de Trabajo Inicial.....	126
Cuadro N° 68 Estado de Resultados.....	127
Cuadro N° 69 Flujo Neto de Efectivo.....	129
Cuadro N° 70 Flujo de Caja.....	130
Cuadro N° 71 Balance Inicial Y Proyectado.....	132
Cuadro N° 72 Costo de Oportunidad.....	134
Cuadro N° 73 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	136
Cuadro N° 74 Beneficio Costo.....	137

Cuadro N° 75 Punto de Equilibrio.....	138
Cuadro N° 76 Escenario de Sensibilidad.....	139
Cuadro N° 77 Identificación del Cargo de Accionistas.....	144
Cuadro N° 78 Identificación del Cargo de Gerente General.....	148
Cuadro N° 79 Identificación del Cargo de Secretaria.....	149
Cuadro N° 80 Identificación del Cargo de Contadora.....	150
Cuadro N° 81 Identificación del Cargo de Servicio de Bodeguero – Chofer.....	151
Cuadro N° 82 Identificación del Cargo del Personal de Limpieza.....	151
Cuadro N° 83 Valoración de Impactos.....	155
Cuadro N° 84 Matriz de Impacto Económica.....	156
Cuadro N° 85 Matriz de Impacto Social.....	157
Cuadro No 86 Matriz de Impacto Educativo – Cultural.....	158
Cuadro N° 87 Matriz de Impacto Comercial de Mercado.....	159
Cuadro N° 88 Matriz de Impacto Empresaria.....	160
Cuadro N° 89 Matriz de Impacto General.....	161

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Aspiradora.....	44
Grafico N° 2 Pulidora.....	44
Grafico N° 3 Abrillantadora.....	45
Grafico No 4 Carritos de Limpieza.....	45
Grafico No 5 Escobas	46
Grafico No 6 Recogedores.....	46
Grafico No 7 Escurredor de Pisos.....	47
Grafico No 8 Guantes.....	47
Grafico No 9 Limpieza de Oficinas.....	64
Grafico No 10 Nivel de Satisfacción.....	65
Grafico No 11 Necesidad.....	66
Grafico No 12 Factores.....	67
Grafico No 13 Contratar.....	68
Grafico No 14 Servicios de Limpieza.....	69
Grafico No 15 Precio.....	70
Grafico No16 Forma de Pago.....	71
Grafico No 17 Horario.....	72
Grafico No 18 Localización.....	73
Grafico No 19 Empresas.....	78
Grafico No 20 Macro localización.....	95
Grafico No 21 Mapa de Ubicación del Proyecto.....	99
Grafico No 22 Planta Arquitectónica de la Microempresa de la Prestación de Servicios de Limpieza	103

Grafico No 24 Organigrama Estructural de la Microempresa.....108

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

Tulcán, capital de la provincia del Carchi se encuentra ubicada en los Andes Septentrionales del Ecuador en la frontera con Colombia, a 00° 44' de latitud norte y 77° 43' de longitud occidental, a una altura de 2.955 msnm, constituyéndose en la capital de provincia más alta del Ecuador, manteniendo un clima de frío andino.

Sus límites son:

- Al norte: Colombia, Departamento de Nariño, municipio de Ipiales.
- Al sur con los cantones Huaca, Montufar, Espejo y Mira.
- Al este con Colombia y la provincia de Sucumbíos.
- Al oeste con Colombia, y la provincia de Esmeraldas.

Según fuente directa del INEC la ciudad ha mostrado gran crecimiento poblacional con personas que han migrado de Colombia, su población es de 86.498 habitantes según información del censo poblacional del año 2010. Que muestra un crecimiento del 10% anual. El emprendimiento de microempresas es una de las alternativas más importantes para resolver el problema de pobreza que se ha generado por la falta de fuentes de trabajo.

Por información directa obtenida de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán se determina que se localizan ciento cincuenta y seis empresas privadas registradas en esta entidad y que no existe ninguna empresa que preste servicios de limpieza a estas organizaciones, si se considera que los servicios de limpieza es una necesidad como parte del confort, se puede establecer una demanda que puede ser canalizada

como oportunidad para la creación de una microempresa de prestación de servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán, para lo cual se hace pertinente estructurar la factibilidad del proyecto desde el punto de vista de mercado específicamente de la demanda, técnico y de ingeniería, económico financiero, organizacional y evaluar los posibles impactos positivos o negativos que sustenten la viabilidad de la creación de la microempresa y brinde los servicios de limpieza de las oficinas de las empresas privadas de esta ciudad. Como parte inicial para encontrar la pre factibilidad del proyecto se realizó un diagnóstico situacional con la finalidad de establecer los posibles Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos de la idea del negocio.

1.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.2.1 General

Realizar un diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de la creación de una Microempresa de servicios de limpieza de oficinas en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi.

1.2.2 Específicos

1.2.2.1 Analizar los sistemas utilizados en los servicios de limpieza de oficinas.

1.2.2.2 Identificar el número de empresas privadas registradas en la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán, su comportamiento y la viabilidad de creación de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas

1.2.2.3 Determinar las normas, procedimientos legales que se debe cumplir para la creación de la microempresa de limpieza de oficinas privadas.

1.3 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Cuadro Nº 1

MATRIZ DE VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Analizar los sistemas utilizados en los servicios de limpieza de oficinas.	Sistemas de limpieza	Productos de limpieza	Secundaria	Documental	Textos técnicos de procesos de limpieza
		Materiales de limpieza	Secundaria	Documental	Textos técnicos de procesos de limpieza
		Proceso	Secundaria	Documental	Textos técnicos de procesos de limpieza
Identificar el número de empresas privadas registradas en la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán, su comportamiento y la viabilidad de creación de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas	Empresas Privadas	Número de empresas	Primaria	Entrevista	Presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.
		Número de empresas inscritas	Primaria	Entrevista	Presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.
		Número de empresas de limpieza	Primaria	Entrevista	Presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.
		Servicios de limpieza	Primaria	Entrevista	Presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.
		Tipo de empresas	Primaria	Entrevista	Presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.

		Viabilidad	Primaria	Entrevista	Presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.
Determinar las normas, procedimientos legales que se debe cumplir para la creación de la microempresa de limpieza de oficinas privadas.	Normas legales	Constitución de la microempresa	Secundaria	Documental	Súper Intendencia de Compañías
		RUC	Secundaria	Documental	SRI
		Patente Municipal	Secundaria	Documental	Municipio del cantón Tulcán

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: la autora

1.4 Mecánica Operativa

1.4.1 Identificación de la población

Se entrevistó al presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán con la finalidad de identificar el número de empresas privadas que están registradas en esta institución en la ciudad de Tulcán.

1.4.2 Técnicas e instrumentos de recolección de información

El diseño de instrumentos de recolección de datos se realizó basándose en las variables e indicadores de la matriz diagnóstica. Se estructuró un instrumento de recolección de datos para el levantamiento de información, con la finalidad de tener argumentos explicativos, descriptivos que permita tener un análisis sistemático y relevante de los requisitos para implementar la microempresa de prestación de servicios de limpieza.

1.4.3 Información primarias

Permitieron levantar la información a través de:

a. Entrevista. La entrevista se aplicó al presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán, en relación al número de empresas privadas que están registradas en esta entidad.

1.4.4 Información Secundarias

La información secundaria se fundamentó en la información recopilada en el plan estratégico de la ciudad de Tulcán, textos técnicos referente los procesos de limpieza de oficinas y el uso de materiales. Se recopiló información de aspectos técnicos, legales en el Municipio de Tulcán, SRI, que deberá cumplir la microempresa para su funcionamiento.

1.5 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

1.5.1 Entrevista aplicada al presidente de la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.

Análisis de la entrevista

Cuadro N° 2.

Pregunta	Análisis
1. ¿En la Cámara de Comercio están inscritas qué número de empresas privadas?	En esta institución se encuentran inscritas 156 empresas privadas y se considera que otras no están inscritas.
1. ¿Del año 2008 al 2012, cuál ha sido el comportamiento en cuanto al número de empresas privadas que se han inscrito en la entidad?	En el año 2008 la Cámara registro 148 empresas privadas, en el año 2009 registro 150, en el año 2010 registro 156, sin incrementarse hasta el año 2012.
2. ¿En la Cámara se encuentra alguna empresa que preste servicios de limpieza para oficinas privadas?	No se encuentra ninguna empresa que cumpla esta actividad económica.
3. ¿Tiene conocimiento sobre la estructura de alguna empresa que se esté formando y que tiene como finalidad prestar servicios de limpieza de oficinas privadas?	No tengo conocimiento sobre la conformación de alguna empresa que pretenda prestar servicios de limpieza.
4. ¿De las empresas que están inscritas en la Cámara de Comercio qué número de estas son de producción de bienes y de servicios?	Las empresas que están en la clasificación de producción de bienes son 109 y las empresas de prestación de servicios son 47.
5. ¿Considera usted viable que en la ciudad de Tulcán se localice una microempresa de prestación de servicios de limpieza de oficinas privadas?	Si sería importante porque las empresas requieren de este tipo de servicio de manera independiente sin que sea una carga de tipo laboral y de dependencia para sus empresas.

Fuente: Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán

Elaborado por: la autora

1.6 Elaboración de la matriz AOOR

Con los resultados de la información obtenida se procedió a construir la matriz AOOR.

Cuadro N° 3.

Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
<ol style="list-style-type: none">1. Se Necesitará una Infraestructura adecuada para el desarrollo de los diferentes servicios y actividades.2. Se dará cumplimiento con las normas legales para el funcionamiento de la microempresa.3. Buscaremos una ubicación adecuada de acuerdo al requerimiento de los clientes.4. Ofertará servicios de limpieza de calidad que estén acordes a las necesidades de las empresas.5. Contará con talento humano especializado limpieza de oficinas.6. Implementar precios accesibles a los servicios de limpieza	<ol style="list-style-type: none">1. Débil posicionamiento inicial por ser una empresa nueva con estos servicios de limpieza.2. Los procesos de marketing no estén acorde a las expectativas de los clientes.3. Que algunas empresas prefieran contratar a personas particulares para los servicios de limpieza
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ol style="list-style-type: none">1. Ofertará servicios de limpieza diferencia dos que cubran las expectativas de las empresas privadas.2. Generar servicios de limpieza para la demanda existente con óptimos índices de eficiencia.3. Buscaremos Posicionamiento en el mercado.4. Generaremos una empresa sustentable y sostenible en términos de rentabilidad económica y financiera.5. Se buscara ubicación como líder en la prestación de servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán y la provincia del Carchi.	<ol style="list-style-type: none">1. Competidores de empresas de limpieza de otras localidades.2. Posición en el mercado de nuevas empresas de limpieza de oficinas.3. Cultura de la gerencia de las empresas privadas para contratar auxiliares de servicios o personas particulares de limpieza.4. Cambios adversos de la demanda en relación a la limpieza de oficinas.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autor

1.6.1 CRUCES ESTRATÉGICOS: AO, AR, OO, OR

Cuadro N° 4

ESTRATEGIAS AO	ESTRATEGIAS OO
<p>2.1 Implementar tecnología de punta en la prestación de servicios de limpieza con la finalidad de persuadir en el mercado la imagen institucional.</p> <p>2.2 Disponer de infraestructura física adecuada para un funcionamiento eficaz y eficiente en la prestación de servicios de la empresa.</p> <p>1.1 Desarrollar programas de marketing estratégico que permitan posicionarse en el mercado</p> <p>1.2 Implementar servicios de calidad para que exista un alto nivel de satisfacción en sus clientes.</p>	<p>1.3 Desarrollar políticas de financiamiento con el Banco Nacional de Fomento para la implantación de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas.</p> <p>2.3 Determinar servicios de limpieza de calidad de acuerdo a la necesidad de las empresas privadas.</p> <p>2.4 Aplicar adecuadamente estrategias de marketing que permita llegar a un posicionamiento en el mercado y obtener los niveles de ingresos deseados en términos económicos – financieros.</p>
ESTRATEGIAS AR	ESTRATEGIAS OR
<p>1.1 Evaluar en forma constante los requisitos de los clientes, para que se transforme en requisitos de los servicios de limpieza de la microempresa.</p> <p>2.1 Mejorar constantemente la tecnología del servicio de limpieza que ofertara la microempresa.</p> <p>2.2 Renovar en forma continua la idea de servicio en el desarrollo, innovación, para encontrar mejores niveles de satisfacción de sus clientes.</p>	<p>2.1 Efectuar políticas de mejoramiento de procesos de acuerdo a los cambios tecnológicos de este tipo de servicios en los clientes de la microempresa.</p> <p>2.2 Elaborar planes de marketing que permitan persuadir a los clientes en los servicios que presta la microempresa y así fortalecer el posicionamiento en el mercado.</p>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

1.7 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

El problema central del diagnóstico es que en la actualidad en la ciudad de Tulcán no se localiza una empresa de prestación de servicios de limpieza considerando que se encuentran registradas ciento cincuenta y seis empresas privadas que podrían tener la necesidad de contratar estos servicios de limpieza. Los servicios de limpieza de las oficinas y ambientes físicos de las empresas privadas de Tulcán y del Ecuador posiblemente tienen problemas comunes en estos servicios que se aplican tecnologías inapropiadas, limitada capacitación del personal, el uso de equipos innovadores frente a las demandas de ambientes físicos modernos que tienen las empresas.

Este sector empresarial privado, generalmente requieren de servicios de limpieza privados con la finalidad de no tener problemas especialmente de tipo laboral de relación de dependencia que genera este tipo de contratación lo que, ofrece oportunidades y desafíos para implementar la microempresa de limpieza que le den valor agregado a estos servicios con personal calificado y el uso de productos y procesos de acuerdo al adelanto técnico de este servicio.

Después de la identificación de los problemas en una visión de conjunto el proyecto sustenta su viabilidad desde los siguientes puntos de vista:

- Alternativa para emprendimiento microempresarial, considerando una perspectiva de rentabilidad.
- Incorporación de nuevas tecnologías a los procesos de limpieza.
- Aprovechar las posibles oportunidades de mercado de las empresas privadas localizadas en la ciudad
- Aprovechar la tendencia del sector empresarial de contratar servicios en general a empresas con experiencia

Criterios que serán validados y fundamentados con la información en los componentes o capítulos del proyecto.

CAPÍTULO II

BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 LA EMPRESA

Según (LEY DE COMPANIAS, 2008), *“Unidad económica organizada para alcanzar uno o varios objetivos relacionados con la producción y/o distribución de bienes y servicios. Por la calidad de sus propietarios, las empresas pueden clasificar como individuales, sociales de echo y sociedad de derecho.”(p.58)*

Es toda entidad económica de uno o varios propietarios, cuyo trabajo se encamina a ofrecer servicios y productos que al ser vendidos en las empresas públicas y privadas de la ciudad de Tulcán generan una utilidad.

2.1.1 Razón social

Según (LEY DE COMPANIAS, 2008). La empresa de acuerdo a su forma jurídica se clasifica en:

Cuadro Nº 5.

De acuerdo a la forma jurídica

Sociedad colectiva comercial	- La responsabilidad de los socios compromete sus patrimonios personales sin limitaciones.
Sociedades Familiares	- Empresa en la cual trabajan no más de 5 personas ajenas a la familia del microempresario. - La actividad se desarrolla en la casa habitación. - Recursos menores a 1000 UF(sin considerar valor de la propiedad).
Sociedad Comercial de Responsabilidad limitada	- La responsabilidad de los socios se limita al monto de sus aportes o la suma que se fije en la escritura.
Sociedad en Comandita	- Existen dos tipos de socios. Uno es el que aporta el capital y el otro, llamado socio “gestor”, administra la sociedad.
Sociedad Anónima	- Está constituida por un fondo común dividido en acciones. Los socios accionistas son responsables sólo por el monto de sus aportes. La administra un directorio.

Cooperativas	<ul style="list-style-type: none"> - Institución fundada en la ayuda mutua, con un objetivo económico, principalmente a favor de sus asociados. - Una microempresa se puede constituir como una cooperativa de trabajo, para lo cual se requieren 5 personas como mínimo.
--------------	---

Fuente: Ley de Compañías

Elaborado por: la autora

Es importante tener conocimiento sobre la conformación jurídica de las empresas, para conformar la microempresa de servicios de limpieza de oficinas.

2.1.2 Proceso Administrativo

2.1.2.1 Planificación

Según (DUANE, 2009), *“La planeación es formular un plan o un patrón integrando predeterminando de las futuras actividades, esto requiere la facultad de prever, de visualizar, del propósito de ver hacia delante.”*(p.58)

La planeación es importante para estar identificado con los objetivos que se van a alcanzar. Esto origina las preguntas de qué trabajo necesita hacerse? ¿Cuándo y cómo se hará? Cuáles serán los componentes necesarios del trabajo, las contribuciones y como lograrlos.

2.1.2.2 Organización

Según (ILLERA, 2009), *“La organización es distribuir o señalar las necesarias actividades de trabajo entre los miembros del grupo e indicar la participación de cada miembro del grupo.”*(p.56)

La organización de los proceso son la herramienta fundamental para obtener los resultados planificados, razón por la cual se utilizará la herramienta administrativa conocida como PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar).

2.1.2.3 Dirección

Según (DUANE, 2009), *“Es la acción o influencia interpersonal de la administración para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos*

encomendados, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzo”.(p.86)

La dirección es una etapa del proceso administrativo, la cual permite concentrar las acciones de la empresa, para llegar a los objetivos y metas de la misma.

2.1.2.4 Control

Según (ORTÍZ, 2008), “Capacidad de influir o de dirigir las actividades de una empresa o sociedad ejercida a través de la posesión o representación del capital de la misma”.(p.96)

El control es un proceso de la administración que permite vigilar las acciones que realiza la empresa, de manera que garanticen las acciones reales con las proyectadas.

2.1.3 Filosofía empresarial

2.1.3.1 Misión

Según (DUANE, 2009)“Es la razón social de una organización y es dar una respuesta a la siguiente pregunta ¿para que existe esta organización?, ¿Cuál es su razón de ser? En la misión aparecen las características que dan identidad a la organización”. (p.102)

Es decir sus preceptos y principios, se señala el propósito, los sectores o grupos a quienes se dirige los esfuerzos de la organización, los bienes o servicios que se producen o suministran, sus metodologías y tecnologías de trabajo.

2.1.3.2 Visión

Según (ENCOMENDERO, 2008), “Es una expresión del futuro deseada para la organización, es un sueño colectivo, factible de alcanzarlo, construido en el marco de un conjunto de valores compartidos”.(p.103)

La visión define en términos generales hacia donde desea ir la empresa en un futuro atractivo, creíble, posible y toma la forma de una declaración

de intensión cuidadosamente formuladas. La visión es importante para que la empresa tenga un paradigma para generar un nuevo rumbo.

2.1.3.3 Objetivos

Según (ENCOMENDERO, 2008), *“Los objetivos globales son los resultados que una organización desea alcanzar en un periodo determinado de tiempo, por ser globales, los objetivos deben cubrir e involucrar a toda la organización, sin objetivos, una organización es como un barco a la deriva”.*(p.93)

Los objetivos se identifican a corto y mediano plazo y se obtiene del análisis de la organización, medio ambiente, tecnología y otros factores que se consideran para alcanzar las metas de una organización. Los objetivos tienen que tener las siguientes características mensurables (cuantificables, fijados para un periodo determinado de tiempo, comprensibles, factibles, estar relacionados con la misión y obligados para alcanzar la visión).

2.1.3.4 Valores y principios

Según (ILLERA, 2009), *“Son valores organizacionales, ciertos principios que deben guiar a la organización; estos corresponden a los aspectos: éticos, culturales, sociales que servirán como norma de conducta y han de observar todos los miembros de la organización”.*(p.39)

Los valores en una organización pueden ser: responsabilidad social, calidad de los servicios, ética profesional, cultura organizacional, trabajo en equipo, solidaridad, respeto entre otros.

2.1.3.5 Organigrama

Según (ILLERA, 2009) en su libro de *Administración de Empresas, Prácticas y Ejercicios*, dice que: *Los organigramas también llamados estructura de organización son la representación gráfica y objetiva de los sistemas de organización.*(p.56)

El organigrama es una representación grafica de cómo está estructurada una empresa, en la cual se definen los niveles, directivos, de apoyo y operativos.

2.2 EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA

Según (COHEN, 2008). “La empresa de servicios de limpieza tiene como objetivo la prestación de servicios integrales de limpieza y mantenimiento, dirigida principalmente a particulares, comunidades de vecinos, pequeños negocios, empresas de construcción y grandes clientes”. (p.49)

La microempresa de servicios de limpieza de oficinas tendrá como finalidad prestar sus servicios a las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.

2.2.1 Servicios de las empresas de limpieza

Según (COHEN, 2008). La cartera de servicios de limpieza de estas empresas generalmente es:

- Limpieza de mantenimiento: limpieza interior de todo tipo de edificios, oficinas, fábricas, comercios, bloques residenciales y comunidades de vecinos.
- Limpiezas generales: limpiezas puntuales derivadas de una situación particular, habitualmente relacionadas con el sector de la construcción: limpieza de obra nueva, reformas de locales, inauguraciones, fiestas, locales de ocio, garajes entre otros.
- Limpiezas específicas: suelos, cristales, techos desmontables, conductos aireación, chimeneas, hornos, calderas.
- Limpiezas especiales: fachadas, desinfección, desratización, fumigación entre otros, recogida de basuras, pozos sépticos, jardinerías.

2.2.2 Programa de limpieza y desinfección

Según (COHEN, 2008). Los programas de limpieza y desinfección deberán asegurar que todas las partes de las instalaciones estén debidamente limpias, e

incluir la limpieza del equipo de limpieza. Deberá vigilarse de manera constante y eficaz y cuando sea necesario, documentarse la idoneidad y eficacia de la limpieza.(p.52)

El programa de limpieza y desinfección debe especificar las distintas labores de limpieza y desinfección que se deben realizar en la microempresa de servicios de limpieza de oficinas.

2.2.3 Características del programa de limpieza y desinfección

Según (HOFFMAN, 2008). Para elaborar un programa de limpieza y desinfección se consideraran las siguientes características:

- Antes, durante y después del proceso
- Identificación de áreas y equipos críticos
- Procedimientos de limpieza y desinfección
- Inspección y verificación
- Validación

2.2.4 Características de los desinfectantes

Según (HOFFMAN, 2008). Un desinfectante ideal es aquel agente químico o físico que asegure una completa destrucción de los microorganismos que puedan interferir y /o causar contaminación cruzada que afecte en los resultados de la limpieza de las oficinas en este caso.

2.2.5 Maquinaria y utensilios de limpieza

Según (HOFFMAN, 2008). La maquinaria y utensilios que deben utilizar las empresas de servicio de limpieza son los siguientes: (p.55)

Gráfico N° 1.
Aspiradora



Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 2.
Pulidora



Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 3.
Abrillantadora



Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)

Elaborado por: la autora

Gráfico N° 4.
Carritos de limpieza



Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)

Elaborado por: la autora

Gráfico N° 5.
Escobas



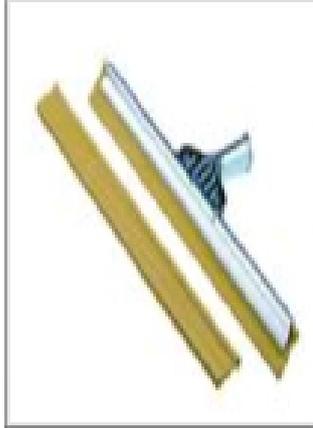
Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 6.
Recogedores



Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 7.
Escurreidor de pisos



Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)
Elaborado por: la autora

Gráfico N° 8.
Guantes



Fuente: (HOFFMAN, 2008, pág. 60)
Elaborado por: la autora

Estas maquinarias y utensilios deberán utilizar la microempresa de servicios de limpieza de oficinas para el uso de su personal.

2.3 PROYECTO DE INVERSIÓN

2.3.1 Concepto

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), *“Es una inversión planeada de una actividad económica con el propósito de establecer una nueva empresa; o ampliar, modernizar una ya existente”.*(p.105)

Es una herramienta de la administración que permite en forma sistémica medir la factibilidad de un proyecto en términos de mercado, técnico, ingeniería, organizacional, económico, financiero y ambiental. Las fases de un proyecto son la pre factibilidad y la factibilidad.

2.3.2 Estudio de factibilidad del proyecto y sus componentes

2.3.2.1 Estudio de mercado

Servicio.

Según (ETZEL, 2009) *“Todas aquellas actividades identificables, intangibles, que son el objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de necesidades de los consumidores”.*(p.88)

La microempresa tendrá como finalidad la prestación de servicios de limpieza de oficinas a las empresas privadas de la ciudad de Tulcán con la finalidad de lograr sus objetivos que persigue como: obtener rentabilidad, impacto social entre otros.

Análisis de la Oferta

Según (MIRANDA, 2008), *“La oferta o cantidad ofrecida como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un cierto precio.”.*(p.55)

La oferta es una actividad mediante la cual se presentan en un mercado ciertos productos o servicios con el objeto de ser ofrecidas para su venta. La oferta de un bien o servicio y su demanda en el mercado, tiende automáticamente a regular los precios en relación inversa de la oferta y

en razón directa a la demanda; es decir, a mayores ofertas los precios bajan y a menores demandas los mismos suben en los mercados de libre competencia.

Análisis de la demanda.

Según (ARMSTRONG, 2008). "Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado".

La demanda significa que un segmento de población requiere o necesita de un producto o servicio. La demanda generalmente en un estudio de mercado sea analiza desde el punto de vista histórica, actual y futura; con la finalidad de tener un horizonte de mercado del proyecto (microempresa de limpieza de oficinas).

2.3.2.2 Análisis de precio.

Según (DOUGLAS, 2009). "El precio del producto es el factor fundamental que determina la cantidad que un fabricante ofrece de su producto, cuando el precio es alto la venta de ese producto se hace más rentable y por tanto la cantidad ofrecida del mismo es más elevada. Si el precio del bien disminuye la rentabilidad esperada por la venta disminuye y por tanto la cantidad que los fabricantes están dispuestos a vender".(p.38)

- El precio de un producto del mercado está determinado por un equilibrio entre la oferta (lo que se está dispuesto a producir a un precio determinado) y la demanda (lo que se desea comprar a un precio determinado).

2.3.2.3 Análisis de comercialización.

Según (ARMSTRONG, 2008) "La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social. Se da en dos planos: Micro y Macro. Se utilizan dos definiciones: Micro comercialización y macro comercialización. La primera observa a los clientes y a las actividades de las organizaciones individuales que los sirven. La otra considera ampliamente todo nuestro sistema de producción y distribución".(p.102)

Para llevar a cabo la comercialización de un servicio es muy importante realizar una correcta investigación de mercados para detectar las necesidades de los clientes y encontrar la manera de que el producto o servicio que se ofrezca cumpla este propósito.

2.3.2.4 Estudio Técnico

Tamaño del proyecto

Según (ETZEL, 2009), *“Es la producción normal del conjunto de equipos instalados, con relación a la unidad de tiempo. Las variables que determinan el tamaño del proyecto, son de mercado, tecnología, disponibilidad de materia prima, financiamiento, costo unitario, rentabilidad.”*(p.48)

El tamaño del proyecto para el caso específico del proyecto se tomará en cuenta las variables que condicionan el tamaño como son: de mercado, de tecnología, disponibilidad de materia prima, financiamiento.

Macro localización

Según (FRIEND & ZEHLE, 2008), *“Es comparar alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrece mayores ventajas para el proyecto.”*(p.96)

Para ello se analizará todas las alternativas antes de seleccionar el lugar donde el proyecto opere en las mejores condiciones de costos; que tenga acceso a la infraestructura adecuada y un abasto suficiente de materiales; que cuente con apoyos comunitarios y gubernamentales reales y que tenga la oportunidad de cubrir eficientemente sus mercados potenciales.

Micro localización

Según (COLLAHUAZO, 2008). *“Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar el sector exacto para instalar la empresa, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario”.* (p.55)

Consiste en la elección de la zona o localidad para finalmente determinar el sitio preciso, tomando en cuenta que la empresa debe

ubicarse en el lugar donde exista mayores posibilidades de expansión y comercialización.

2.3.2.5 Ingeniería del proyecto

Según (PUJOL, 2010). “El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva” (p.79)

La Ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto, aquí se describen algunos aspectos como: producto, tecnología, selección del equipo y la maquinaria, edificios, estructuras y obras de ingeniería civil.

Procesos operativos

Según (COLLAHUAZO, 2008). “El proceso operativo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función de producción”. (p.80)

En la parte de ingeniería del proyecto se procederá a determinar el proceso de operación para la prestación de servicios de limpieza de oficinas privadas en las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.

Talento humano

Según (DUANE, 2009), “El Talento Humano es quien labora profesionalmente y reconoce los factores más relevantes, junto con inversión y la misión estratégica de una empresa u organización considerando al Talento Humano como la fuerza que gesta y funda la base del desarrollo país en la gestión de personas.”(p.95)

Sera importante determinar el requerimiento de talento humano para la operatividad de la empresa como un factor relevante del proyecto.

2.3.2.6 Estudio económico

Activos Fijos

Según (ILLERA, 2009), "Son los activos fijos tangibles e intangibles en conjunto, representan el total de los activos fijos de la empresa".(p.48)

Es decir los activos fijos tangibles representan el costo total de todos los activos físicos que la empresa ha comprado pero que no se ha cargado como depreciación a la cuenta de resultados. Los activos intangibles son parte del activo que comprenden los bienes inmateriales como las patentes, las marcas, el fondo de comercio etc.

Depreciación- Amortización

Según (SARMIENTOS, 2008), "La depreciación es el mecanismo mediante el cual se reconoce el desgaste que sufre un bien por el uso que se haga de él". (p.36)

La depreciación es la disminución en valor que sufren los activos fijos como consecuencia del desgaste por el uso. Los activos sujetos a depreciación son las construcciones civiles, maquinaria, mobiliario. La depreciación supone una pérdida real, por tanto constituye un gasto para la empresa. Para su cálculo se puede utilizar varios métodos como el método de línea recta, método agresivo aritmético, método de costeo indirecto, método de alicotas.

Costos de operación.

Según (ETZEL, 2009). "Son los cargos por concepto de material, de mano de obra y de gastos, correspondientes directamente a la operación de un servicio determinado". (p.69)

Los costos de operación son los que se capitalizan para conformar el costo de los productos fabricados, el costo de un producto lo integran tres elementos que a continuación se detallan.

Elementos costos operación

- Materiales directos
- Mano de obra Directa
- Costos indirectos de operación

Gastos Generales Administrativos

Según (ILLERA, 2009). “Son gastos emergentes de la administración de recursos humanos y logísticos, que de manera general coadyuvan a las operaciones propias del giro de la entidad. La estructura organizacional y políticas de descentralización, son factores preponderantes que determinan el nivel de costo administrativo”.(p. 74)

Los gastos administrativos son los gastos que se pagan por mantenimiento, por bienes o servicios, sueldos indirectos. Dichos gastos necesariamente se los realiza en toda empresa productiva.

Gastos Generales Ventas

Según (MIRANDA, 2008), “Son los gastos en que se incurre para hacer llegar los productos al consumidor o distribuidor: sueldos y salarios, prestaciones y otros recargos, comisiones, viáticos, transporte y flete, combustible y lubricantes, depreciaciones, publicidad, amortización, gastos de promoción y empaque, todos ellos relacionados con las ventas”.(p.57)

Se procederá a determinar en el proyecto los gastos de ventas de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Según (MORENO, 2008), “El Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la

forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado".(p.89)

También conocido como el estado de ganancias y pérdidas o es estado de captura, para un periodo específico, todas las ventas y todos los costos asociados con el logro ya sea de una ganancia o una pérdida para el periodo, aun si no se produce un flujo de fondos durante este tiempo.

Flujo Neto de Efectivo (FNE)

Según (MORENO, 2008), "Es la diferencia entre los Ingresos netos y los desembolsos netos, descontados a la fecha de aprobación de un proyecto de Inversión con la técnica de "Valor Presente"". (p.91)

Al tratar el Flujo Neto Efectivo significa considerar en cuenta el Valor del Dinero en Función del Tiempo, al retrotraer mediante la tasa de Interés (tasa de intercambio intertemporal del Dinero) los flujos netos de Dinero a la fecha de inicio del proyecto.

Flujo de Caja

Según (MIRANDA, 2008) "El flujo de caja o flujo neto de caja representa en una forma esquemática las salidas y las entradas de dinero al proyecto, permitiendo aplicar ciertos criterios de rentabilidad para conocer la bondad del proyecto desde el punto de vista financiero". (p.101)

Toda empresa necesita tener registrada detalladamente todos los ingresos de dinero que se generen.

Balance inicial y proyectado

Según (ORTÍZ, 2008), "En el balance proforma se puede encontrar la posición financiera que tendrá la empresa en su fase de inversión y operacional que representa una foto de la posición de un negocio en un determinado momento – la finalización del periodo cubierto por el estado de resultados en lo respecta a las cuentas anuales publicadas, pero reflejan las transacciones que se han realizado durante toda la historia de la empresa. Este enumera todos los activos

y las obligaciones de la empresa, así como también los fondos de los accionistas.”(p.200)

El balance inicial refleja la situación patrimonial de la empresa en el momento preciso en que está a punto de iniciarse las operaciones de la empresa, es decir justo antes de comenzar a registrarse estas

2.3.2.6 Evaluación Financiera

Costo de Oportunidad de la Inversión (CK)

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), “El costo de oportunidad o costo alternativo designa el costo de la inversión de los recursos disponibles, en una oportunidad económica, a costa de la mejor inversión alternativa disponible, o también el valor de la mejor opción no realizada.”(p.123)

En un negocio de financiación el Costo de Oportunidad equivale al costo del dinero de la alternativa más económica al negocio en estudio. El costo de oportunidad para una persona (natural o jurídica) depende del ambiente (mercado) en el cual se encuentre y de su posición relativa frente a ese ambiente (inversionista, deudor, poseedor de oportunidades, etc.).

Tasa de Oportunidad (i^*)

Según (BESLEY & BRIGHAM, 2009), “La tasa de oportunidad representa la tasa de interés correspondiente al Costo de Oportunidad”.(p.201)

En un negocio de financiación representa la menor tasa de costo de las fuentes de préstamos y corresponde la Tasa Máxima de Costo Aceptable (TMCA) para el negocio en estudio.

Valor Actual Neto (VAN)

Según (ORTÍZ, 2008), “El Valor Presente Neto representa el incremento de la riqueza (o tenencia o Valor de la empresa) medido en dinero actual (pesos de hoy) si se toma el negocio en estudio”. (p.96)

Procedimentalmente el VPN se obtiene llevando todos los Flujos de Fondos estimados (desde el momento cero hasta el momento n) del negocio al momento cero (actual) descontados (o traídos) con la Tasa de Oportunidad, para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

2.3.2.7 Estudio de Impactos Ambientales

Impactos Ambientales

Según (MIRANDA, 2008), "Se entiende cualquier modificación de las condiciones ambientales o la generación de un nuevo conjunto de condiciones ambientales, negativa o positivas, como consecuencia de las acciones propias del proyecto en consideración".(p.201)

Los impactos también se conocen como los resultados que se obtienen después de haber operado en alguna área y qué medidas se puede realizar para minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos con un plan de mitigación.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO.

Los servicios que prestará la microempresa de limpieza de oficinas privadas son los siguientes:

- Limpieza en general de interiores de los edificios de las empresas privadas, oficinas fabricas, comercios. La limpieza será de pisos en general, cortinas, vidrios, mobiliario techos de los interiores lámparas y luminarias.
- Limpieza de mantenimiento, de elementos sanitarios como inodoros, lavamanos, urinarios y muebles en general aplicando elementos de protección profiláctica como desinfectantes ceras, abrillantadores.

3.1.1 Características del servicio

Las características del servicio de limpieza que brindará la microempresa son:

- Brindar servicios de aseo a las empresas privadas en sus espacios físicos, amoblamiento, equipos en forma eficaz, eficiente y oportuna.
- El aseo se efectuará en las áreas internas de las oficinas, todo lo referente a mobiliario: escritorios, archiveros y otros elementos que se localicen en estos ambientes como: jardineras ornamentales, murales y otros.
- En relación a los equipos de oficina: computadoras, monitores, impresoras, copiadoras. La limpieza de los modulares que dividen los ambientes así como de cortinas y pisos con alfombras.

- Los accesos, escaleras, barandas y pasamanos, ascensores y otros ambientes de oficina.
- Utilización adecuada de productos de limpieza y desinfección de acuerdo a las normativas de salud e higiene.
- Aplicar métodos de trabajo estandarizado en criterios de calidad en el aspirado, abrillantado de pisos, limpieza y desinfección de baños de los distintos ambientes de las empresas.
- Aplicar las normas de seguridad e higiene en todas las actividades a través del personal calificado.
- Aplicación de técnicas con equipamiento moderno y eficaz que está disponible en el mercado y que permite procesos de limpieza óptimos y sin perjuicio del organismo humano.

3.2. EL MERCADO

El mercado está compuesto por ciento cincuenta y seis empresas privadas que se localizan en la ciudad de Tulcán y que es el mercado meta del proyecto. El estudio de mercado se inicio con la identificación del servicio que ofertará la microempresa de limpieza, analizar la demanda actual y proyectada de los mismos, el precio, la oferta o competencia, la demanda insatisfecha y finalmente se diseñará estrategias de mercadeo de la microempresa de limpieza.

3.3. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta, la demanda y la competencia de los servicios de limpieza, sus proyecciones correspondientes, precios, segmentación de mercado, mercado meta que constituyan en parámetros de viabilidad de mercado del proyecto.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar qué empresa o qué tipo de persona realiza o presta servicios de limpieza actualmente a las empresas privadas de la ciudad de Tulcán y el nivel de satisfacción de los mismos.
- Establecer la necesidad actual existente en la ciudad de Tulcán que implemente una microempresa de servicios de limpieza de oficinas, al igual que los factores de adquisición, contratación y tipo de servicios de limpieza.
- Identificar los indicadores de marketing mix que deberá tener la microempresa de servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán.

3.4 MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

Cuadro Nº 6
MATRIZ DE VARIABLES DE MERCADO

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO
Determinar qué empresa o qué tipo de persona realiza o presta servicios de limpieza actualmente a las empresas privadas de la ciudad de Tulcán y el nivel de satisfacción.	Oferta	Empresas privadas	Secundaria	Documental	Cámara de Comercio y Departamento de Rentas del Municipio de Tulcán
		Limpieza actual de las oficinas	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
		Nivel de satisfacción	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
Establecer la necesidad actual existente en la ciudad de Tulcán que implemente una microempresa de servicios de limpieza	Demanda	Necesidad			Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
		Factores de adquisición	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
		Contratación	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
		Tipo de servicios	Primaria	Encuesta	Gerentes de las

de oficinas, al igual que los factores de adquisición, contratación y tipo de servicios de limpieza.					empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
Identificar los indicadores de marketing mix que deberá tener la microempresa de servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán.	Marketing mix	Precio	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
		Forma de pago	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
		Horarios	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
		Localización	Primaria	Encuesta	Gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: la autora

3.5 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población objeto del estudio de mercado son las 156 empresas privadas localizadas en la ciudad de Tulcán de acuerdo a la Cámara de Comercio y el Municipio en el Departamento de Rentas.

3.5.1 Muestra

Cálculo de la muestra

El cálculo se expresa bajo la siguiente fórmula, para un nivel de confianza del 95%:

Fórmula de cálculo

Para el cálculo de la muestra se aplica la siguiente ecuación:

$$n \equiv \frac{PxQxN}{(N-1)(E^2 / K^2) + PxQ}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

P= Desviación típica de la población (0.5)

Q= Desviación típica de la población (0.5)

K= valor critico, corresponde a un valor dado del Nivel de confianza (0.95% dos colas = 1.96)

e= Error la medida de la muestra. Nivel de error (5%; 0.05)

$$n \equiv \frac{0.5 \times 0.5 \times 156}{(156-1)(0.05/1.96)^2 + 0.5 \times 0.5}$$

n=111.15 ≈ 111 unidades de observación de la población (empresas privadas).

3.6 TABULACIONES Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

3.6.1 Encuesta aplicada a los gerentes de las empresas privadas localizadas en la ciudad de Tulcán.

Se aplicó 111 encuestas a los gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán, para lo cual se utilizó un instrumento de recolección de datos que se estructuró con 10 preguntas (anexo 2), basándose en la matriz de variables de mercado, con la finalidad de obtener información referente a la oferta, demanda y marketing mix, para la sustentación del proyecto desde el punto de vista de mercado.

1. ¿La limpieza de las oficinas de su empresa, actualmente las realizan?:

Cuadro Nº 7

LIMPIEZA DE OFICINA ACTUAL

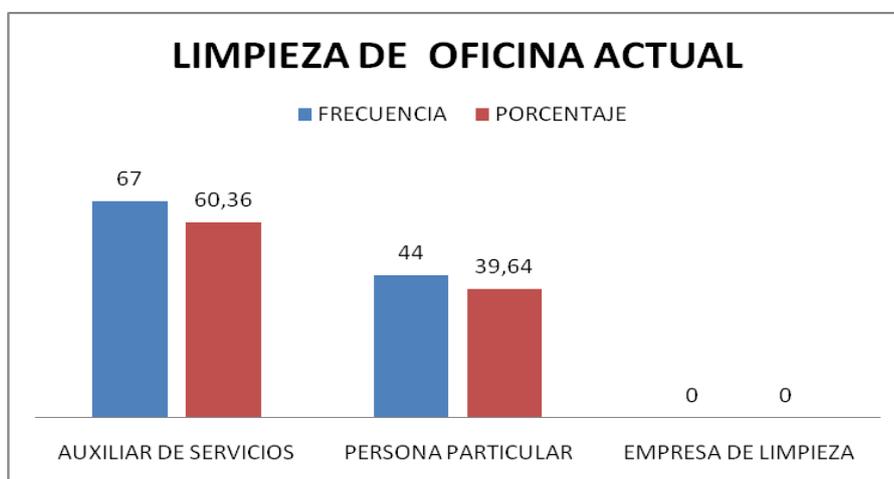
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AUXILIAR DE SERVICIOS	67	60,36
PERSONA PARTICULAR	44	39,64
EMPRESA DE LIMPIEZA	0	0
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico Nº 9



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS: La mayor parte de los gerentes encuestados, manifiestan que actualmente la limpieza de sus oficinas la realiza el personal de auxiliar de servicios, que están bajo relación de dependencia, en vista a que no existe una empresa que preste servicios de limpieza. Otra parte de los encuestados sostienen que la limpieza la realizan personas particulares que prestan sus servicios a diferentes entidades. Por lo que resulta una oportunidad para la creación de la empresa.

2. ¿Está satisfecho con el servicio de limpieza que actualmente dispone la empresa?

Cuadro N° 8

NIVEL DE SATISFACCIÓN

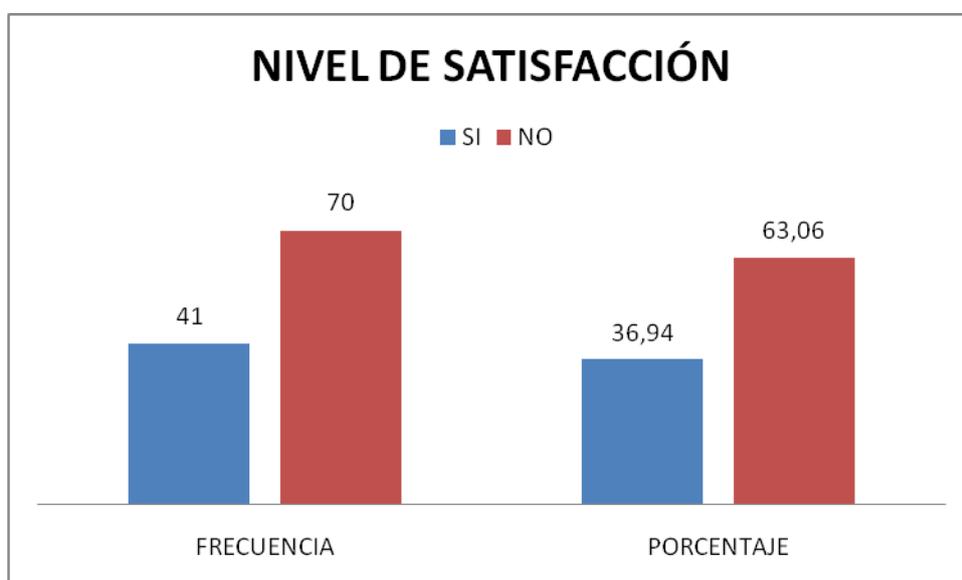
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	41	36,94
NO	70	63,06
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 10



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados sostienen que no se encuentran satisfechos con el servicio de limpieza que actualmente reciben en las oficinas de sus empresas, debido a que estas personas no realizan la limpieza bajo parámetros técnicos, en el manejo de desinfectantes y demás productos de limpieza.

3. **¿Considera necesario que en la ciudad de Tulcán se localice una microempresa de limpieza de oficinas?**

Cuadro Nº 9

NECESIDAD

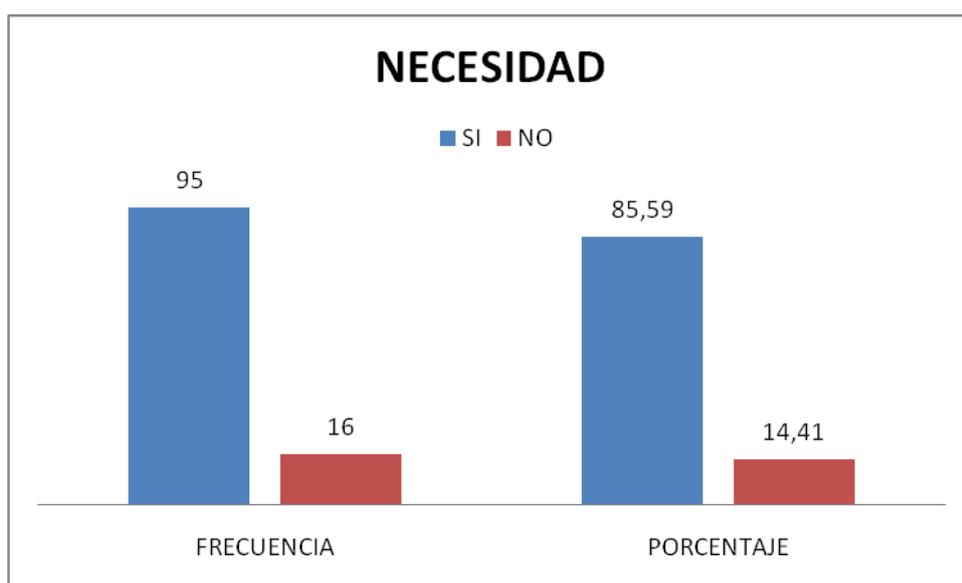
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	95	85,59
NO	16	14,41
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico Nº 11



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

La mayoría de los encuestados argumentan que es una necesidad que la ciudad Tulcán cuente con una empresa de servicios de limpieza, ya que actualmente por las políticas de relaciones laborales encuentran como una mejor opción la contratación de una empresa para realizar el servicio de limpieza en sus instituciones.

4. ¿Qué factores considera usted para adquirir los servicios de limpieza?

Cuadro N° 10

FACTORES

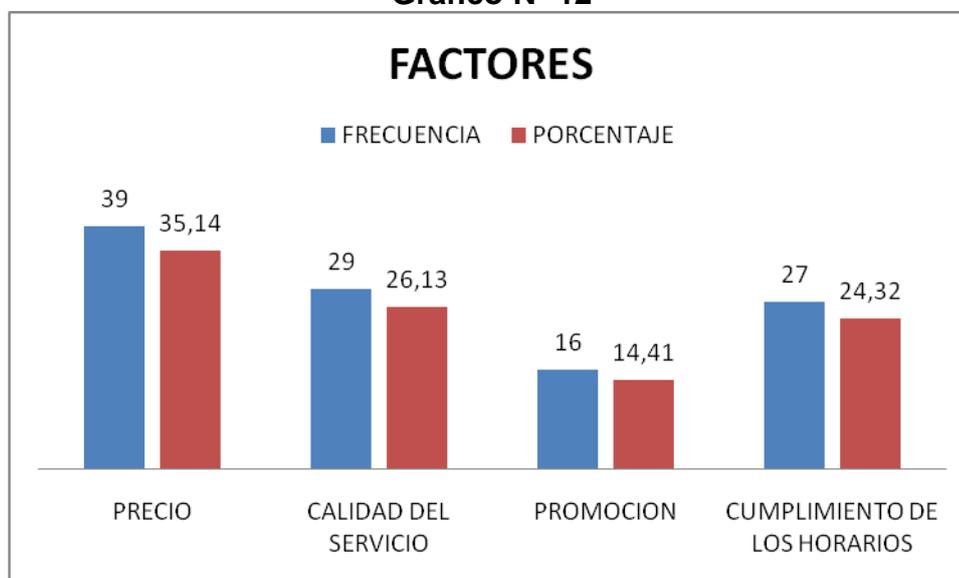
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	39	35,14
CALIDAD DEL SERVICIO	29	26,13
PROMOCIÓN	16	14,41
CUMPLIMIENTO DE LOS HORARIOS	27	24,32
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 12



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

Los indicadores categorizados en la pregunta demuestran que la mayoría de los empresarios al contratar los servicios de limpieza mas tienen referencia en el precio de los mismos; el segundo indicador es en relación a la calidad del servicio, siendo estos los más relevantes en el caso de contratación de servicios de limpieza.

5. Al dar a conocer los atributos que tendrá la microempresa de servicios de limpieza ¿Estaría dispuesto a contratar estos servicios?

Cuadro N° 11

CONTRATAR

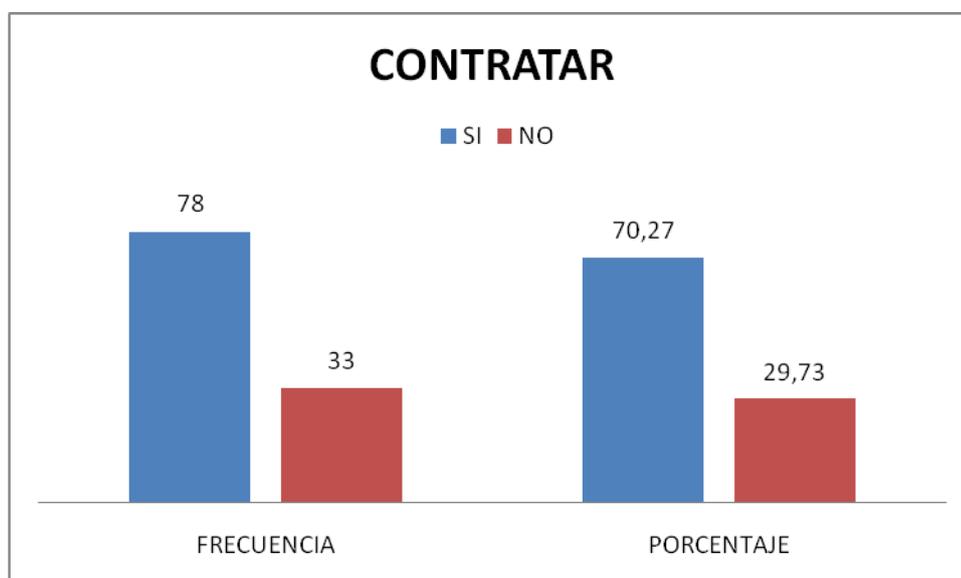
CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	78	70,27
NO	33	29,73
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 13



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

En la prueba de conceptos que se aplicó a los encuestados se dió a conocer los atributos más relevantes de los servicios de limpieza que ofertará la microempresa, estableciéndose que la mayoría estarían en capacidad de contratar estos servicios.

6. ¿Qué tipo de servicios de limpieza le gustaría que oferte la microempresa?

Cuadro N° 12

SERVICIOS DE LIMPIEZA

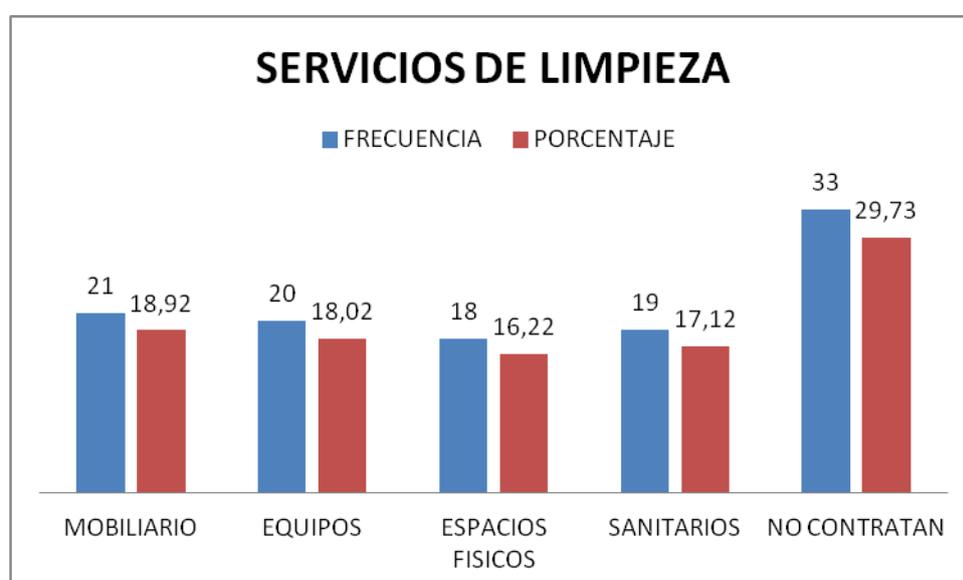
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MOBILIARIO	21	18,92
EQUIPOS	20	18,02
ESPACIOS FISICOS	18	16,22
SANITARIOS	19	17,12
NO CONTRATAN	33	29,73
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 14



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

Una parte de los encuestados al ser preguntados sobre los servicios de limpieza que ofertaría la empresa manifiestan que sería para espacios físicos, en segunda instancia para mobiliario, sanitarios y espacios físicos respectivamente, de esta manera se deduce que los servicios de limpieza de espacios físicos son los más requeridos.

7. ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por estos servicios en forma mensual?

Cuadro Nº 13.

PRECIO

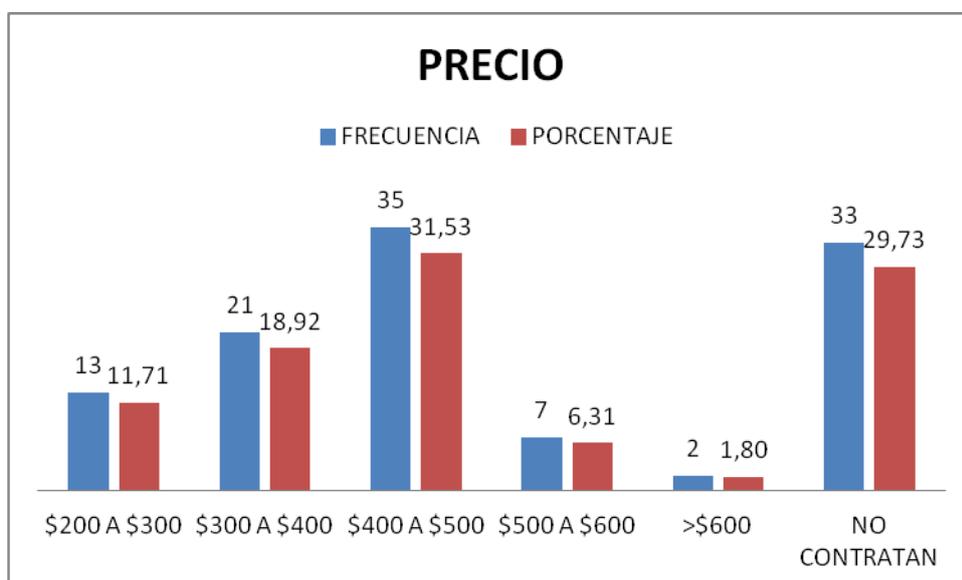
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$200 A \$300	13	11,71
\$300 A \$400	21	18,92
\$400 A \$500	35	31,53
\$500 A \$600	7	6,31
>\$600	2	1,80
NO CONTRATAN	33	29,73
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico Nº 15



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

El mayor porcentaje de los empresarios que están dispuestos a la contratación de los servicios de limpieza que ofertará la microempresa, estarían en condiciones de pagar por este servicio en forma mensual en el rango de \$ 400 a \$ 500, que es el valor que se debe considerar como indicador para los ingresos proyectados.

8. ¿Cuál considera usted que debe ser la forma de pago de estos servicios?

Cuadro N° 14

FORMA DE PAGO

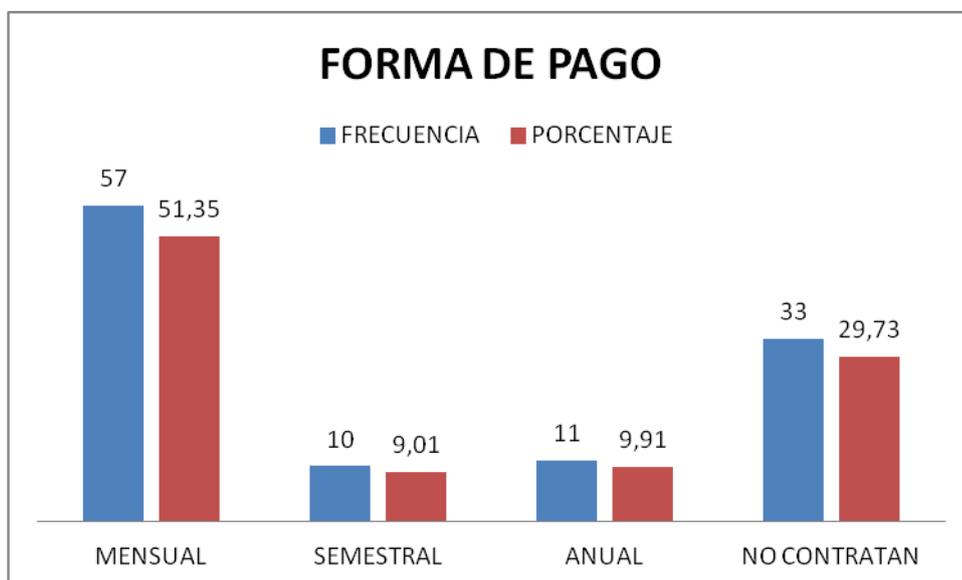
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENSUAL	57	51,35
SEMESTRAL	10	9,01
ANUAL	11	9,91
NO CONTRATAN	33	29,73
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 16



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

Los empresarios que posiblemente contraten los servicios de limpieza de la microempresa tienen mayor preferencia porque el pago de estos servicios se realice en forma mensual y en segundo lugar en forma anual; una minoría de los encuestados desearía hacer el pago en forma semestral de estos servicios.

9. ¿En qué horario le gustaría que la microempresa realice la limpieza en su empresa?

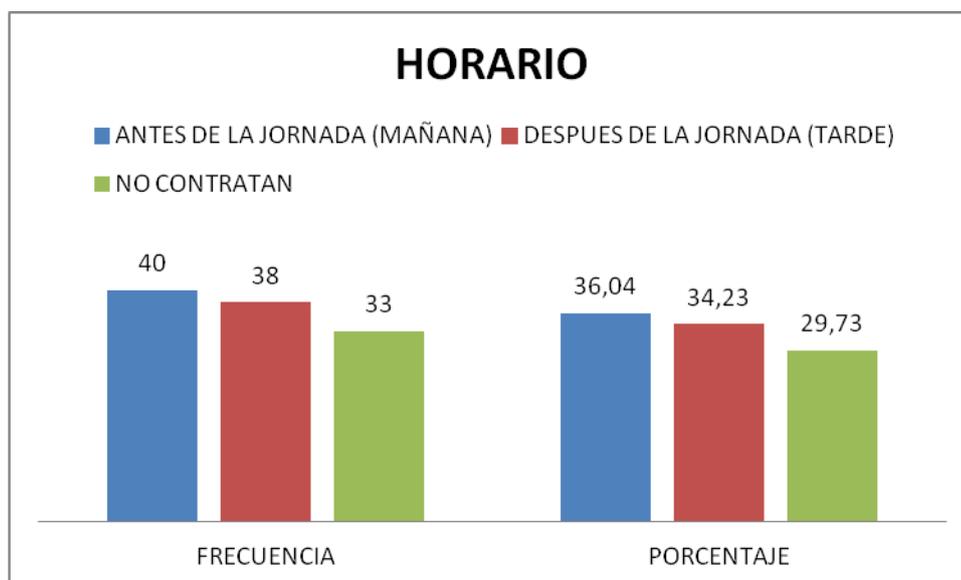
Cuadro N° 15

HORARIO

CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ANTES DE LA JORNADA (MAÑANA)	40	36,04
DESPUES DE LA JORNADA (TARDE)	38	34,23
NO CONTRATAN	33	29,73
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

Gráfico N° 17



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).
 Elaborado por: La autora
 Año: 2013

ANÁLISIS:

Los horarios que tienen mayor preferencia los empresarios para que se realicen los servicios de limpieza son antes de la jornada, ya que consideran que es una mejor opción de este servicio. Otros empresarios manifestaron que desearían que los servicios de limpieza sean después de la jornada de trabajo de las empresas.

10. ¿Dónde le gustaría que se localice de preferencia la microempresa?

Cuadro N° 16.

LOCALIZACIÓN

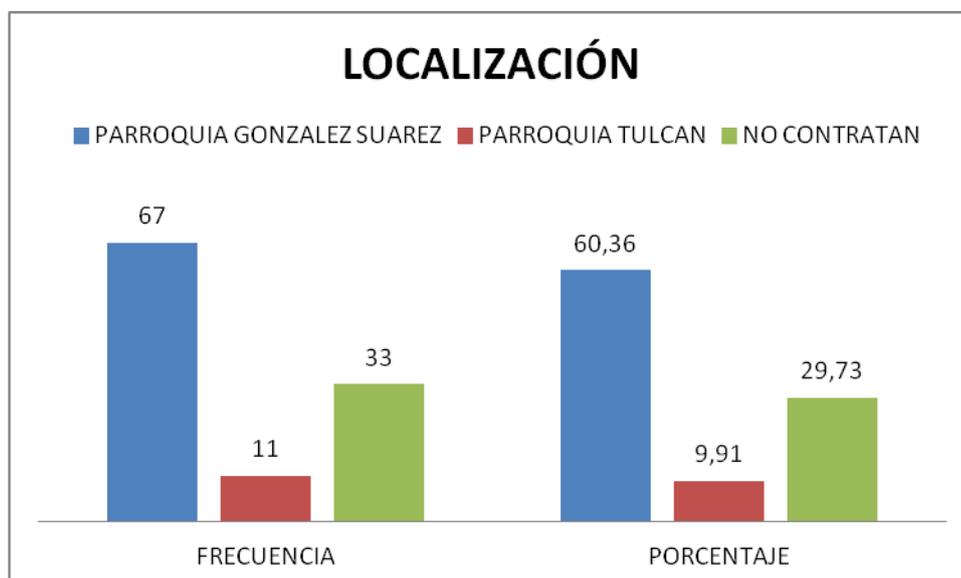
CATEGORIA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PARROQUIA GONZALEZ SUÁREZ	67	60,36
PARROQUIA TULCAN	11	9,91
NO CONTRATAN	33	29,73
TOTAL	111	100

Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

Gráfico N° 18



Fuente: Encuestas (111 unidades de observación).

Elaborado por: La autora

Año: 2013

ANÁLISIS:

Este tipo de empresa debe estar en el centro de acción de las empresas a las cuales va a dotar del servicio de limpieza, por lo que tienen preferencia de que este ubicada en la parroquia de González Suárez debido a que la mayoría de estas empresas se localizan en esta parroquia de la ciudad de Tulcán.

3.7 ANÁLISIS DE LA OFERTA

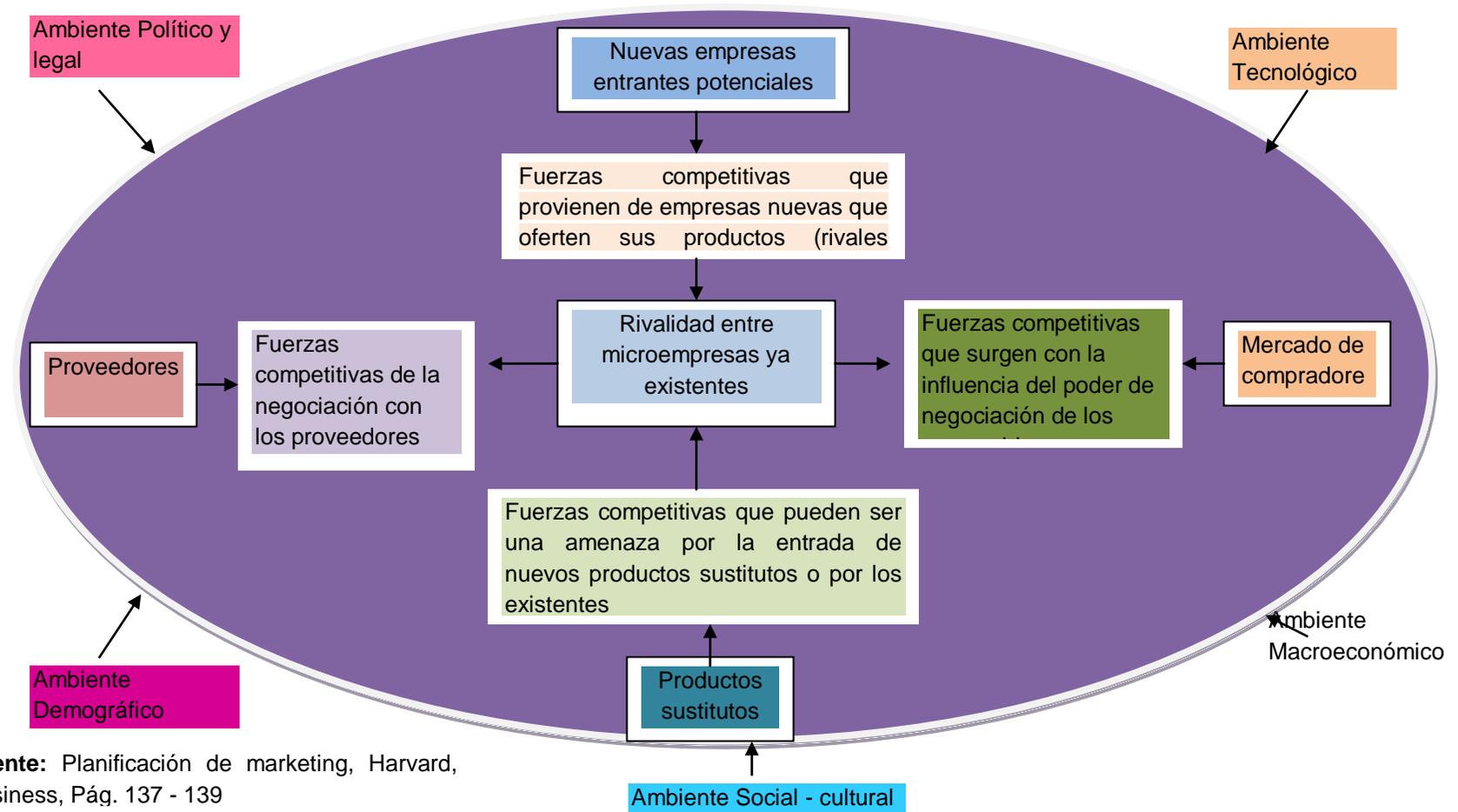
Al analizar la oferta se determina que no se localiza una empresa de servicios de limpieza de oficinas en la ciudad de Tulcán y en los otros cantones de la provincia del Carchi. Esto se transforma en una oportunidad para el proyecto y podrá crear movimientos estratégicos de marketing para asegurar una posición en el mercado meta. Según los resultados de la encuesta se establece servicios sustitutos que realizan personas particulares que cubren el 40% de la demanda actual, que significa 62 empresas.

3.7.1 Análisis de la Competencia

Para analizar la competencia en una forma técnica holística y sistemática se utilizó la matriz de Michael Porter o también conocida como la matriz de las 5 fuerzas, mediante la cual permitió el análisis del macro y microambiente.

3.7.1.1 Análisis del Macro ambiente.- El rol del macro ambiente fue un análisis de los factores externos y se clasificó en cuatro categorías; económicas, políticas, culturales, tecnológicas y demográficas.

Figura 1. MODELO DE COMPETENCIAS DE LAS 5 FUERZAS DE MICHAEL PORTER



Fuente: Planificación de marketing, Harvard, Business, Pág. 137 - 139

a) Factor económico

El análisis económico estableció los factores económicos en relación a que las empresas privadas de la ciudad de Tulcán están en capacidad de contratar los servicios de limpieza en un 70.27% datos tomados de las encuestas aplicadas a los gerentes de estas empresas en la pregunta No. 5.

b) Factor Tecnológico

El campo de la limpieza de oficinas y ambientes físicos en general se han desarrollado tecnologías fundamentadas en la salud y seguridad ocupacional de las personas que ejecutan estas tareas, con la finalidad de tener un marco legal de estándares de seguridad y salud laboral. Con este propósito existe en el mercado una gama de productos de limpieza que están bajo la denominación de uso para limpieza y mantenimiento de oficinas; de manera que el personal que efectúe estos procesos disponga de un trabajo seguro y saludable. Los productos de limpieza han sido diseñados para ser utilizados en cualquier tamaño y en lugares como edificios de oficina, apartamentos y otras entidades que requieren la utilización de servicios de limpieza.

c) Factor social.

La estructura social de las empresas considera a la limpieza como un indicador de imagen corporativa en beneficio para sus funcionarios y sus clientes. Las organizaciones en general aspiran aumentar la productividad de su talento humano en ambientes saludables, limpios y seguros donde se ejecuten sus trabajos en forma eficiente y eficaz.

d) Factor político

La política en general determina que las organizaciones son los responsables de proveer ambientes seguros y saludables para su talento humano y niveles de confort para sus clientes y usuarios. Con este antecedente se establece que existen políticas del Ministerio de Relaciones Laborales, el IESS y el Ministerio de Salud en cuanto al manejo de ambientes saludables que ofrezcan seguridad y bienestar al talento humano que labora en estas instituciones. De esta forma se

disminuirá algunos riesgos biológicos que se puede producir por la falta de ambientes de trabajo saludables en las empresas.

e) Factor Legal

Basado en los códigos legales de la Constitución de la República del Ecuador, específicamente en el Código de Trabajo, la Ley de Compañías y la Ley de Régimen Tributario interno que tienen que aplicar las empresas en general. Las empresas para su funcionamiento deben aplicar los aspectos legales de acuerdo a sus tipificaciones, cumplir con los de Régimen Municipal que están pre-establecidos como el caso de: permiso de funcionamiento municipal, permiso de exposición publicitaria en la vía pública, registro único del contribuyente, y facturación acorde con establecido por el SRI.

3.7.1.2 Análisis del Microambiente.-

El modelo de las cinco fuerzas que aparece en la figura 1 reconoce cinco categorías de competidores y sus fuerzas competitivas corresponden:

Cuadro Nº 17

CATEGORÍAS Y FUERZAS COMPETITIVAS

CATEGORÍAS DE COMPETIDORES	FUERZAS COMPETITIVAS
a) Competidores directos o actuales b) Competidores que van a ingresar c) Productos sustitutos d) Proveedores e) Mercado o clientes	Intensidad de la rivalidad Barreras de entrada Porciones de sustitución Poder de negociación de los proveedores Poder de negociación de los clientes.

Fuente: Michael Porter. *Ventajas Competitivas*. Págs. 56-64.

Elaboración: La Autora

- 1. Competidores directos.-** en la actualidad no se localiza en la ciudad de Tulcán y en los otros cantones de la provincia del Carchi una microempresa de prestación de servicios de limpieza. Se puede considerar como competidores indirectos a las personas particulares que prestan estos servicios en las empresas privadas de esta ciudad.

2. **Competidores que van a ingresar.**- en la actualidad por consulta directa en la Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán se establece que no existe información referente a la conformación de empresas de limpieza, por lo que no es una amenaza para el proyecto.
3. **Servicios sustitutos.**- los servicios que pueden considerarse como sustitutos a las que ofertará el proyecto son los que ejecutan las personas particulares que actualmente prestan estos servicios en las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
4. **Mercado o clientes.**- el mercado de los servicios de limpieza está constituido por las 156 empresas privadas localizadas en la ciudad de Tulcán y que es un mercado potencial para el proyecto, lo que establece una oportunidad desde el punto de vista de mercado.
5. **Proveedores.**- los proveedores de los materiales e insumos de limpieza se localizan en los diferentes supermercados y distribuidores de productos de limpieza, específicamente para oficinas. Los proveedores de los equipos que se utilizan para esta actividad económica, se localizan en diferentes ferreterías de la ciudad.

3.7.2 Cantidad total de la oferta

Mediante la pregunta 1 de las encuestas aplicadas a los gerentes de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán se determina que los servicios de limpieza de las oficinas las realizan personas particulares en un 40% que significa 62 personas particulares que ofertan los servicios de limpieza a estas empresas.

3.7.3 Proyección de la oferta

Para proyectar la oferta se consideró como línea de base el dato proporcionado en la pregunta 1 que corresponde a 62 personas naturales que ofertan actualmente este servicio. Por falta de información en este aspecto se considera que esta oferta se mantiene constante en los próximos cinco años por objeto de este estudio de mercado.

3.8 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.8.1 Naturaleza del usuario

Las características de la demanda de servicios de limpieza de oficinas de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán, se fundamenta en dos aspectos importantes que determinan la dinámica del mercado. La primera que tiene que ver con el paradigma de que la limpieza de los ambientes físicos de toda organización es un factor de importancia para la presentación de ambientes de trabajo saludables para sus empleados y la segunda en relación a que la limpieza es un indicador de confort de clientes internos y externos.

3.8.2 Cantidad total de la demanda

Por información directa se establece que en la ciudad de Tulcán se localizan 156 empresas privadas, que demandan de los servicios de limpieza y que actualmente lo realizan estos servicios en un 40% personas naturales y en un 60% por auxiliares de servicios pertenecientes a estas organizaciones.

3.8.3 Demanda histórica

La demanda histórica de los servicios de limpieza se considero en relación al crecimiento histórico de las empresas privadas que ha tenido la ciudad de Tulcán del periodo 2007-2012. Por información obtenida en la Cámara de Comercio y el Municipio de esta ciudad en el Departamento de Rentas se establece el siguiente comportamiento de crecimiento de las empresas privada.

Cuadro N° 18
Demanda histórica

Años	Demanda numero de empresas privadas
2008	148
2009	150
2010	156
2011	156
2012	156

Fuente: investigación directa.

Elaborado por: La autora

Año: 2013

3.8.4 Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de servicios de limpieza de las empresas privadas de la ciudad de Tulcán se utilizó los valores de la demanda histórica y se aplicó la siguiente ecuación:

$$M_n = M_o (1 + t)^n$$

Donde:

M_n = Oferta futura

M_o = Oferta actual (año 2012).

n = años proyectados.

t = constante.

t = Tasa de crecimiento histórica.

Cuadro N° 19

Tasa de crecimiento

Años	Número de empresas privadas	$T=(MN/MO)-1$
2008	148	0.00
2009	150	0.013
2010	156	0.04
2011	156	0.00
2012	156	0.00
		0.053 / 5 = 0.0106

Fuente: demanda histórica.

Elaborado por: la autora

Cuadro N° 20

Proyección de la demanda

Años	Proyección de la demanda en número de empresas $M_n = M_o(1+0.0106)^n$	Número de empresas demandante de servicios de limpieza (70%)
2013	158	111
2014	159	111
2015	161	113
2016	163	114
2017	164	115

Fuente: Tasa de la Demanda histórica.

Elaborado por: la autora

Año: 2013

La demanda proyectada de acuerdo a la tasa de crecimiento del 1.06% del periodo 2007-2012 es de 158 empresas privadas para el año 2013, que se puede transformar en una demanda potencial de 158 servicios de limpieza. De esta demanda considerando el porcentaje de empresas 70% que estarían en condiciones de contratar los servicios de la microempresa, que significa que en el año 2013 el mercado meta sería 111 empresas.

3.9 BALANCE OFERTA - DEMANDA

Una vez que se analizó la oferta y demanda proyectada, se procedió a realizar el balance oferta – demanda que tienen los servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán.

Cuadro N° 21.

Balance oferta – demanda

Año	Oferta (No. de personas particulares que prestan servicios de limpieza)	Demanda (No. de empresas privadas)	Demanda insatisfecha
2013	62	111	49
2014	62	111	49
2015	62	113	51
2016	62	114	52
2017	62	115	53

Fuente: Proyección Oferta – Demanda 2013-2017.

Elaborado por: la autora

Año: 2013

Del balance oferta – demanda se establece que existe una demanda insatisfecha para el 2013 de 46 empresas privadas de la ciudad de Tulcán que actualmente realizan la limpieza de sus oficinas a través del personal de auxiliares de servicios bajo la modalidad de dependencia.

3.10 PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO

Una vez realizado el balance oferta – demanda se determina que la demanda insatisfecha es de 46 empresas privadas para el año 2013, de la cual el proyecto estaría en capacidad de captar 20 empresas privadas para realizar los servicios de limpieza que corresponde al 43.47% de este mercado meta. De la demanda total proyectada que para el año 2013 es de 158 empresas, la participación del proyecto sería en el orden del 18,02% El porcentaje en la demanda insatisfecha que es de 20 empresas deberá ser considerado en el estudio técnico como capacidad operativa de la microempresa de limpieza.

3.11 PRECIO

Al analizar los precios se consideró como indicador de referencia la pregunta 7 del estudio de mercado; en la que se determina que el precio que los gerentes asumirían por los servicios de limpieza que ofertara la microempresa entre \$400 a \$ 500 mensuales; de esta forma el precio será de \$450 mensuales, valor que se

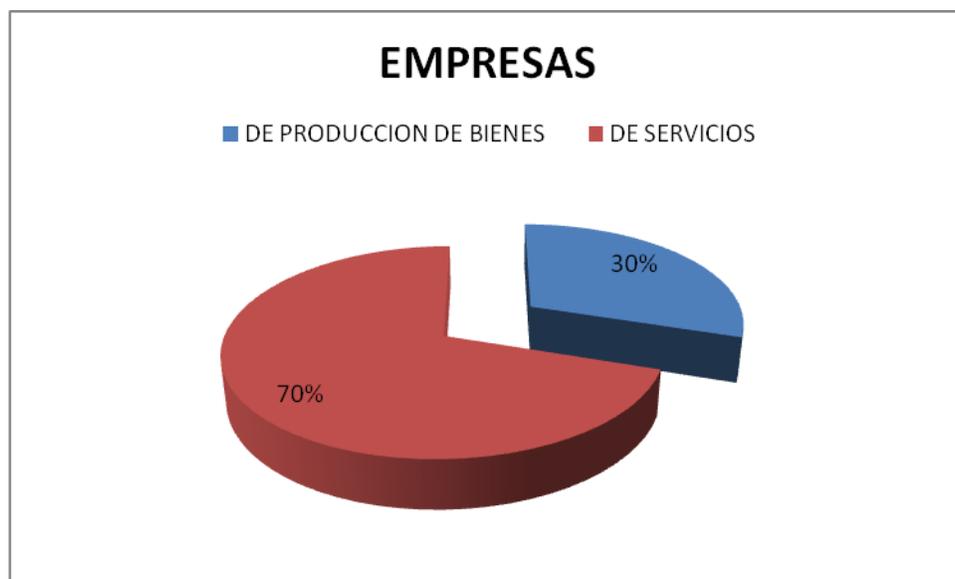
consideró para proyectar los ingresos en el CAPÍTULO evaluación económica del proyecto.

3.12 ESTRUCTURA Y SEGMENTACIÓN DE MERCADO

3.12.1 Segmentación del mercado

Se procedió a segmentar el mercado, conformado por las 156 empresas privadas en relación a: empresas de producción de bienes y empresas de servicios.

Gráfico N° 19



Fuente: Cámara de Comercio de la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: la autora

Año: 2013

3.13 MERCADO META

El mercado meta de la microempresa son la demanda insatisfecha obtenida del balance oferta – demanda y que corresponde a 96 empresas que sería el mercado potencial del proyecto.

3.14 ESTRATEGIAS DE MERCADO

3.14.1 Estrategias genéricas

La microempresa de servicios de limpieza se dedicará específicamente a los servicios de limpieza de oficinas para empresas privadas en la ciudad de Tulcán; las estrategias genéricas que aplicara para lograr un posicionamiento en el mercado meta son las siguientes:

1. Liderazgo en costos, se basa en el manejo de los costos del servicio de tal manera que permita ofrecer precios competitivos, políticas de descuentos.
2. Diferenciación de los servicios: radicará en ofrecer servicios con características únicas en cuanto al uso de productos e insumos de limpieza personal capacitado, de tal manera que la empresa de limpieza sea considerado por los usuarios por sus atributos Los servicios tendrán las características que satisfagan las necesidades de sus clientes Esto requerirá utilizar tecnologías distintas a los de la competencia por lo que será necesario que la microempresa tenga capacidad de aplicar las tecnologías innovadoras para sus servicios .
3. Enfoque de mercado: surge de la concentración de la microempresa en un segmento de demanda insatisfecha que actualmente tienen algunas empresas privadas de Tulcán respecto a los servicios de limpieza de tal manera que se centren los esfuerzos de la misma por satisfacer las necesidades de ese mercado.

Esta estrategia obliga a la microempresa a profundizar en las necesidades y expectativas de los clientes, de manera que se cuente con un conocimiento amplio que permita una implementación adecuada que asegure la permanencia de la misma en el mercado, por lo que la microempresa ofrecerá servicios de calidad con personal calificado y capacitado que faciliten y permitan un adecuado servicio a los usuarios a través de una atención personalizada y en un ambiente adecuado y seguro.

3.14.2 Estrategias competitivas.-

Estas estrategias se orientaran a presentar una imagen institucional que sea diferente a sus competidores y que la suma de estas le haga ser más competitiva. Las estrategias que aquí se utilizarán son las de bechmarketing, innovación y estrategias de diferenciación.

3.14.3 Estrategia empresarial

La microempresa de limpieza se desenvolverá dentro de un contexto de crecimiento de mercado débil, debido a que se tendrá una orientación a un segmento de mercado y localización específicos. Sin embargo la participación del mercado será elevada debido a la ausencia de competidores así como una elevada demanda del servicio que augura una adecuada rentabilidad que le permitirá a la microempresa posicionarse en el mercado desarrollando estrategias y ventajas competitivas que promuevan el crecimiento y desarrollo empresarial aprovechando las oportunidades y fortalezas tanto internas como del entorno.

3.14.4 Estrategia Corporativa

Será el plan general de actuación directiva para la empresa en términos de imagen corporativa y consistirá en los movimientos que se realicen con la finalidad de establecer posiciones de mercado meta las estrategias serán.

1. Diversificar los servicios que cumplan con las necesidades y expectativas de los usuarios.
2. Aprovechar las capacidades de la empresa para ajustarse a las condiciones del mercado y minimizar los riesgos.
3. Evaluar las posiciones de las futuras empresas rivales, las posiciones que ocuparán en el mercado.
4. Implementar un programa de costos con la finalidad de tener una estandarización de los mismos y efectuar un control operativo y administrativo.
5. Elaborar todo lo referente a imagen corporativa en cuanto a publicidad.

3.14.5 Estrategias de crecimiento

Estas se fundamentan en que la microempresa buscará el máximo aprovechamiento de los aliados y oportunidades, encaminadas a superar los oponentes y riesgos así, como a plantear alternativas que le permitan un posicionamiento en el mercado meta. El desarrollo de mercado será una de las estrategias de crecimiento que aplicará la microempresa, debido a que ofrecerá servicios diferenciados que no ha sido implementado en la ciudad de Tulcán, para lo cual se deberá lograr una promoción y publicidad adecuada que permita crecer utilizando los mismos servicios para satisfacer necesidades de sus clientes.

3.14.6 Estrategias de posicionamiento

Serán las estrategias de definir como quiere la microempresa que se visualice sus servicios en el segmento de mercado definido anteriormente por lo que se deberá considerar la calidad de sus servicios imagen corporativa, de la marca como el especialista y líder del mercado. De esta manera los clientes identificarán en su mente los servicios con una serie de atributos los tendrán que ser reales y no subjetivos y los cuales supondrán elementos diferenciadores en relación a los servicios de limpieza de los competidores. Aquí es importante aplicar las estrategias de marketing mix con el objetivo de alcanzar las metas de clientes propuestas. Con el desarrollo de estas estrategias se pretende posicionar en el mercado meta como visión en corto plazo e imagen a nivel local, que los potenciales clientes conozcan la capacidad de la microempresa para ejercer su función ajustado al nivel de excelencia anunciado, eficacia y percepción de la calidad de sus servicios por los clientes. El Plan pretende convertir a la organización en una empresa fortalecida con imagen a nivel Provincial, que tenga capacidad e identidad y pueda enfrentar con eficiencia y eficacia a la competencia.

3.14.7 Estrategias de marketing- Mix

Se aplicará estrategias de marketing mix, que fundamenten el mercado meta, con la finalidad de lograr un posicionamiento efectivo y eficaz para lo cual importante considerar lo siguiente:

1. Determinar el mercado, la competencia, con la finalidad de definir y fortalecer la imagen corporativa de la microempresa.
2. Evaluar los servicios de la competencia, políticas de precios que ofertan a los clientes.
3. Definir los nichos de mercado potenciales
4. Establecer los recursos de comunicación, de forma que se llegue en óptima al mercado objetivo que son las empresas privadas.
5. Desarrollar estrategias de publicidad, para impulsar el posicionamiento de la microempresa
6. Fijar una política de precio justo y de nivel competitivo, con márgenes de rentabilidad apropiados
7. Hacer evaluaciones de los niveles de satisfacción de sus clientes.

3.14.8 Estrategia de Promoción

La microempresa promocionará sus servicios de limpieza y su imagen ante el mercado para vender sus servicios para cual tendrá que realizar trípticos, flyers con información destacada para proceder a visitar y entregar en las empresas privadas. Se deberán aplicar políticas de comunicación de realización de campañas concretas de publicidad definiendo el objetivo del porcentaje de la inversión en publicidad sobre el total del mercado. Definir la cobertura de la campaña y el número de impactos publicitarios que se deberán realizar. La estrategia de comunicación deberá tener en cuenta los medios. Televisión, radio prensa, revistas especializadas o sectoriales y de mayor circulación de la ciudad, considerando el análisis de estacionalidad o periodos del año. La sincronización con los medios que se va anunciar para causar el impacto esperado de la campaña de promoción Se creará una página Web y Facebook con la información más relevante de la microempresa. Las relaciones públicas fundamentaran las capacidades de buenas relaciones con el talento humano y los accionistas de la

microempresa, sus proveedores, clientes para alcanzar las metas específicas de márketing de la microempresa.

La publicidad institucional tendrá como objetivo generar flujos de clientes vender los servicios generar y mantener la buena imagen y promoverse institucionalmente.

3.14.9 Estrategias de producto

Crear servicios de limpieza diferenciados en torno a calidad, uso de productos de limpieza, personal capacitado, que cubra las necesidades del mercado Se incluirá nuevos atributos al servicio de limpieza convencional como el uso de tecnologías , equipos, insumos de limpieza que no causen daño al ambiente y al personal Es importante que la microempresa contantemente disponga de diversas informaciones sobre sus servicios que permitan a sus clientes saber exactamente que está contratando y comparar con otros servicios de limpieza que ofertan en la ciudad. Además se podrá comprobar lo que otros clientes piensan sobre los servicios y dejar grabado sus expectativas y opiniones. Todo esto garantizara una mayor comodidad y seguridad en la contratación de servicios de limpieza que aprecie esta definición. La estrategia del producto optimizara la innovación defensiva propia de la microempresa liderando tecnologías y siendo pioneros en el mercado de la limpieza de oficinas de empresas privadas

3.14.10 Estrategias de plaza

La microempresa deberá definir los canales de venta de sus servicios de limpieza para llegar al mercado como realizar visitas de oferta en forma directa en las empresas y de sus potenciales clientes, llegando al máximo número de clientes posibles. Para esto será necesario que los servicios tengan precios competitivos y de buena calidad que favorezca la buena aceptación.

3.14.11 Estrategias de precio

En cuanto al precio se aplicara la política de precios que incluirá la política de pago de los clientes como en efectivo, tarjeta transferencias cheque, como resultado de las encuestas aplicadas del estudio de mercado y que vaya ligado a

la calidad de los servicios. Los precios de los servicios será lo más importante para la microempresa que permitirán a los clientes satisfacer sus necesidades y expectativas en torno al precio. Por ello se deberá trabajar en el tema de costos en sus procesos operativos principalmente para lo cual se deberá; contar con personal capacitado y comprometido con su trabajo; fomentar un ambiente de trabajo productivo y equilibrado; trabajar en base a los valores, principios de minimización de costos .

3.15 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

- Los servicios de limpieza de oficinas se clasifica en la categoría de empresas de servicios; tiene características dirigidas a clientes de empresas privadas o públicas.
- El mercado de este tipo de servicios en los últimos años ha tomado importancia en el entorno sociocultural de las empresas porque todas requieren tener sus espacios físicos en condiciones limpias y con optima presentación para sus clientes internos y externos
- Para levantar la información primaria del estudio de mercado se utilizo como universo de las ciento cincuenta empresas privadas de la ciudad de Tulcán. Se determino un marco muestral de ciento once empresas a las cuales se les aplico las encuestas para lo cual se estructuró instrumento de recolección de información fundamentado en la matriz de variables de mercado.
- Del análisis de la oferta se determina que en la provincia del Carchi, ciudad de Tulcán no se localiza una microempresa de prestación de servicios de limpieza dirigido para las empresas privadas de esta ciudad. Como competidores indirectos para el proyecto se consideraron a las 62 personas que actualmente prestan los servicios de limpieza en las empresas privadas de la ciudad.
- En el análisis de la demanda se establece que existe una demanda potencial de ciento cincuenta y seis empresas privadas en la ciudad de

Tulcán. Del análisis del balance oferta – demanda se establece que existe una demanda insatisfecha de 96 empresas privadas que es el mercado meta de la microempresa de limpieza.

- Los precios referenciales que los gerentes de las empresas privadas están dispuestos a pagar por los servicios de limpieza que ofertara la microempresa es de 450 dólares mensuales
- Al hacer un balance de la oferta – demanda de los servicios de limpieza, se determina que en la ciudad de Tulcán existe un mercado meta para la microempresa de 96 empresas de las cuales se puede captar 20 empresas que representan el 18,02% que es aceptable desde el punto de vista de posicionamiento en el mercado.
- El mercado meta de la microempresa son las 96 empresas privadas de la ciudad de Tulcán en un escenario moderado y considerando aplicar las estrategias de márketing – mix.
- Las estrategias de marketing que se consideran deberán ser canalizadas utilizando tácticas y factores claves de éxito que coadyuven al posicionamiento de la microempresa en la prestación de servicios de limpieza para las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

En el estudio técnico se pretende determinar, formular y analizar los componentes: tamaño óptimo de la empresa de prestación de servicios integrales de limpieza, su macro localización y micro localización. En la ingeniería se establecieron el portafolio de servicios que ofertará la microempresa, los requerimientos de equipos, mobiliario, talento humano y las inversiones económicas o presupuesto técnico del proyecto.

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto se considero los siguientes factores: demanda de los servicios integrales de limpieza privados, tecnología, disponibilidad de materia prima e insumos, organización de la empresa y financiamiento.

4.1.1 Tamaño del proyecto en relación a la demanda

Los servicios de limpieza se han convertido en una necesidad básica de las empresas e instituciones públicas y privadas de producción de bienes o servicios. La demanda, se fundamenta del estudio de mercado en el que se establece que en la ciudad de Tulcán existen aproximadamente ciento cincuenta y seis empresas privadas .

La posibilidad de posicionarse en las 111 empresas es del 27.03% que significa treinta empresas privadas de esta ciudad, que se consideraría como un parámetro de capacidad instalada de la microempresa y de veinte empresas que será el 18.02% de estas empresas (111) para los cinco primeros años operativos del proyecto.

4.1.2 Tamaño del Proyecto en Relación a la Tecnología

La aplicación de buenas prácticas de limpieza integral se caracteriza por los cambios tecnológicos que serán una oportunidad para el proyecto y que darán la eficacia a los servicios prestados con el uso de maquinaria industrial como abrillantadoras pulidoras para la limpieza de pisos y la selección adecuada de productos de desinfección de tipo hidrosolubles que no sean nocivos, perjudiciales para las personas así como para el medio ambiente la selección calidad y de puntos críticos sanitarios de acuerdo a las leyes y normativas que rigen para este tipo de servicios para cumplir con las expectativas del mercado meta.

4.1.3 Tamaño del proyecto y disponibilidad de materia prima o insumos

Los insumos que se requieren para la operatividad de la producción de los servicios son básicamente insumos de limpieza. Para el abastecimiento de los insumos que se requieren se dispone en los almacenes de productos de limpieza, comisariatos, supermercados de la ciudad de Tulcán. Los servicios básicos, de energía eléctrica agua potable, servicios de telefonía fija y móvil, se localizan en el sector.

4.1.4 Tamaño del Proyecto y la Organización

Uno de los factores fundamentales del proyecto será la figura legal de la empresa, la estructura de capital, Para la constitución se deberá tener en cuenta los requisitos y los reglamentos que rige para este tipo de actividad económica. La estructura organizativa se fundamentará en la misión, visión, los objetivos corporativos así como en la definición de los servicios que prestara la empresa. Es importante que la empresa cumpla con todos los requisitos legales para su funcionamiento y se planifique los factores claves del éxito para obtener una posición competitiva.

4. 1.5 Tamaño del Proyecto y Financiamiento

Las cuentas del capital que se requieren para la creación de la empresa representaran el patrimonio de los accionistas y estarán representadas por sus aportaciones y la aplicación de un crédito: la estructura del capital de inversión

inicial y operativo estará compuesto de el aporte de los accionistas por un monto de 46.192,31 dólares y a través de un crédito que se efectuará en el Banco Nacional de Fomento de la ciudad de Tulcán a una tasa de interés del 10 % de \$34.727.

4. 1.6 Capacidad instalada

El tamaño del proyecto está representado por la capacidad instalada o capacidad de diseño que es el resultado del análisis de los cinco factores considerados de esta forma la capacidad instalada de la microempresa será prestar servicios de limpieza para treinta empresas privadas de la ciudad de Tulcán en función al tamaño de la demanda y de los rendimientos del personal que la microempresa dispondrá para estos procesos.

La capacidad operativa o programada para los primeros cinco años de funcionamiento de la prestación de servicios de limpieza será para veinte empresas privadas de esta ciudad

4.2 . LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para determinar la macrolocalización de la microempresa se considero la provincia del Carchi, la ciudad de Tulcán y se fundamento en el análisis de los factores determinados en al diagnóstico situacional y en los siguientes factores locacionales.

4.2.1 Macrolocalización

4.2.1.1 Factores de localización

a. Características de oportunidad de negocio

Para la localización de la microempresa se consideró la viabilidad de oportunidad de negocio del análisis cualitativo y estadístico de los resultados del último censo de los sectores y actividades económicos de la ciudad de Tulcán, de

esta forma se establece que el volumen de mercado en el sector de prestación de servicios de limpieza a las empresas privadas de esta ciudad no es atendido por ninguna empresa y de esta forma adaptar el proyecto a estas circunstancias para la creación, puesta en marcha y consolidación de la microempresa.

b. Normativas

Se considera que la viabilidad de localización de la microempresa se fundamenta en las normativas existentes que regulan el sector de prestación de servicios de limpieza para las empresas privadas a través de los elementos normativos legales que deberá cumplir la microempresa como el del Ministerio de Relaciones Laborales en relación a las condiciones laborales de su talento humano los reglamentos técnicos sanitarios de la utilización de detergentes y limpiadores expedido por el Ministerio de Salud Pública la aplicación de medidas de seguridad y salud en el trabajo que exige el IESS a las microempresas que disponen de más de tres operarios.

c. Entorno sociocultural

La localización de la microempresa en la ciudad de Tulcán se sostiene desde el punto de vista que los servicios de limpieza se han convertido en una necesidad para las empresas en general e instituciones debido a que la mayoría de normativas organizacionales no dispones de personal para el aseo y limpieza, que los servicios de esta naturaleza mejora la imagen de las empresas y de los clientes de las mismas. Que la mayoría de las empresas quieren incorporar en su portafolio de proveedores de servicios a estructuras organizadas refrendadas legalmente y que dispongan de servicios profesionales garantizados.

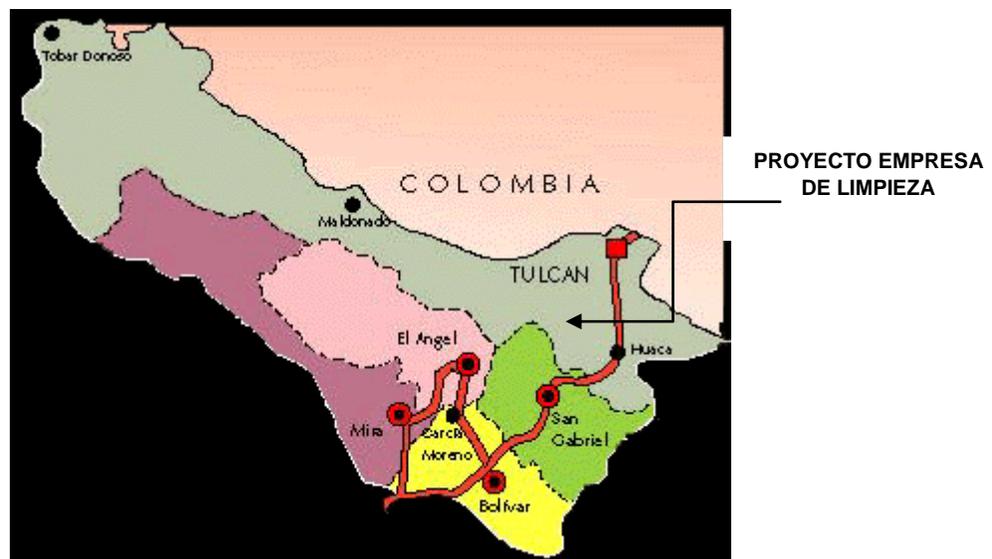
d. Disponibilidad de talento humano:

La ciudad de Tulcán cuenta con talento humano calificado y capaz de desempeñar los cargos que la microempresa necesita, se tomará en cuenta los títulos,

experiencia y capacitación adquirida del personal. Al talento humano de los procesos de limpieza se les capacitara en las tecnologías y usos de los equipos para los diferentes soluciones de limpieza como pisos de madera cerámica mixtos pavimentos y otros En base a los factores antes señalados se ha determinado que la microempresa de limpieza estará ubicado en la Provincia del Carchi ciudad de Tulcán, ya que cuenta con las mejores condiciones para el normal funcionamiento.

Mapa N° 20

MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: (GOOGLE EATH, 2012)

4.2.2 Microlocalización

Con la microlocalización se determinará el sitio específico, dentro de la macro zona, en donde se ubicará la microempresa de servicios de limpieza, tomado en cuenta los factores localizaciones.

4.2.2.1 Factores de localización

Para establecer la microlocalización más apropiada, se utilizó el método de

Valoración Cuantitativa en el que permite valorar los Factores de Localización más significativos según el tipo de proyecto. Para aplicar este método se consideró los siguientes factores:

a. Disponibilidad de Servicios básicos.

El sector deberá poseer servicios básicos como luz, agua, teléfono vías de comunicación y otros servicios complementarios como: bomberos, policía hospitales serán fuerzas localizaciones que se deben considerar para la implantación de la microempresa de limpieza.

b. Precios de arriendo de locales.

El precio de arrendamiento de los locales donde se localizara la microempresa es otro factor de microlocalización considerado par ser analizado y calificado en la matiz de valoración cualitativa.

c. Sector estratégico.de clientes

La microempresa deberá ser localizada en un sector estratégico de la ciudad de Tulcán que tenga una proyección de desarrollo a nuevos escenarios, de negocios, con la finalidad de estar más cerca de sus potenciales clientes en términos de minimizar costos operativos de transporte del personal de limpieza hasta sus clientes

d. Área del local

Para la implementación del proyecto r se tomara en cuenta: la dimensión de los ambientes físicos que técnicamente se requiere para su funcionamiento, que deberá estar en el orden de los setenta a cien metros cuadrados para la ubicación de las ares de atención a clientes, secretaria, gerencia, bodegas de insumos y de

equipos baterías sanitarias.

e. Disponibilidad de talento humano

Es muy importante disponer de talento humano en la cantidad o calidad requerida (conocimientos, competencias y habilidades necesarias para desempeñar los diferentes cargos de la mejor manera).

Para determinar la Microlocalización del proyecto se determinó tres posibles sitios de localización que son los siguientes:

- A.** Sector del aeropuerto
- B.** Parroquia González Suárez
- C.** Parroquia Tulcán

Estos sectores disponen de factores de localización más apropiados para este tipo de actividad económica, debido principalmente a que reúnen características esenciales que se necesita.

4.2.2.2 Matriz de localización

La matriz de localización por medio del método cualitativo por puntos permitió a los factores locacionales asignarles un peso en relación a su importancia relativa. La sumatoria de los pesos debe ser 1,00. (El peso asignado está exclusivamente a criterio de la autora). La calificación de cada factor de los sitios pre asignados (A, B y C) se asumió en una escala de 1 a 10 puntos.

Para obtener la calificación ponderada se multiplicó el peso por la calificación de cada factor. De acuerdo a criterios técnicos se asignó el peso correspondiente a cada uno:

Cuadro Nº 22

MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

FACTOR RELEVANTE	PESO	SECTOR DEL AEROPUERTO		PARROQUIA GONZÁLEZ SUÁREZ		PARROQUIA TULCÁN	
		Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.	Calf.	Calf. Pond.
a. Servicios Básicos	0,20	6	1,2	10	2	7	1,4
b. Precios de arrendamiento de los locales	0,20	7	1,4	10	2	7	1,4
c. Sector estratégico de clientes	0,15	7	1,05	10	1,5	7	1,05
d. Área de los locales	0,30	8	2,4	10	3	7	2,1
e. Disponibilidad de recurso humano	0,15	5	0,75	8	1,2	6	0,9
TOTAL	1,00		6,8		9,7		6,85

Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

Se asigna una calificación a cada Factor en una localización de acuerdo a una escala predeterminada como por ejemplo de cero a diez. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.

Mediante esta Matriz de valoración cualitativa (Método cualitativo por puntos) determina que la mejor opción para implementar el proyecto corresponde al sector de B que corresponde la parroquia González Suárez que representa un puntaje de 9,7. Este sector reúne con los requisitos necesarios para el funcionamiento de la

microempresa, por lo que cuenta con el lugar apropiado para la atención a los clientes y la operatividad administrativa y de mercadeo de la microempresa.

Mapa N° 21 MAPA DE UBICACIÓN DEL PROYECTO



Fuente: (GOOGLE EATH, 2012)

En las encuestas aplicadas a los gerentes de las empresas privadas de Tulcán en el estudio de mercado se determina que el 74,60% tienen preferencia que la microempresa este localizado en la parroquia González Suárez del cantón Tulcán.

4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La empresa tiene como objetivo operativo prestar sus servicios a veinte empresas privadas mensualmente para lo cual definió los siguientes servicios principales y complementarios:

4.3.1 Cartera de servicios

- Limpieza en general, comprende la limpieza en interiores de los edificios de las empresas privadas, oficinas fábricas, comercios. La limpieza será de pisos en general, cortinas, vidrios, mobiliario techos de los interiores

lámparas y luminarias.

- Limpieza de mantenimiento, de elementos sanitarios como inodoros, lavamanos, urinarios y muebles en general aplicando elementos de protección profiláctica como desinfectantes ceras, abrillantadores.

La cartera de los servicios se garantizara con la aplicación de factores claves de éxito como, calidad del servicio a través de la aplicación de normativas INEN que rigen para la prestación de estos servicios por tanto la microempresa será líder en el mercado. En relación al, cumplimiento de plazos y horarios previstos de los servicios con sus clientes será la política de la microempresa para lo cual planificara horarios y tiempos. En lo referente a la formación de su talento humano, la microempresa tendrá personal cualificado para ofertar trabajos de confianza y garantizados a sus clientes. La tecnología utilizada se fundamentara en el uso de insumos bajo normativas de higiene y de salud que no afecte a su talento humano y al personal de las empresas.

4.3.2 Equipos y maquinaria operativos

Para el funcionamiento, la empresa requerirá de equipos y maquinaria para la operación de servicios de limpieza.

Cuadro N° 23

Equipo y maquinaria de operación

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Abrillantadora	u	2	1.500	3.000
Aspiradora	u	3	990.00	2.970
Pulidora	u	3	780.00	2.340
Carritos de limpieza	u	6	550.00	3.300
Total				11.610

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

4.3.2.1 Muebles y enseres

La microempresa de servicios de limpieza dispondrá del siguiente mobiliario para el proceso de prestación de sus servicios.

Cuadro N° 24

Muebles y enseres del área de bodega

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estanterías de aluminio	u	4	280.00	1.120
Juego de escritorio - silla	u	1	680.00	680.00
Total				1.800

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Cuadro N° 25

Muebles y enseres administrativos

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Estación de trabajo	u	2	500.00	1.000
Juegos de estar	u	1	400.00	400.00
Honter – recibidor	u	1	880.00	880.00
Teléfono-Fax	u	1	220.00	220.00
Total				2.500

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

Cuadro N° 26

Vehículo

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Camioneta tipo furgoneta	u	1	20.000	20.000
Total				20.000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Cuadro N° 27

Equipo de informática de administración

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	2	900.00	1.800
Total				1.800

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Cuadro N° 28

Equipo de informática de bodega

DETALLE	Unidad	CANTIDAD	P. UNIT	P. TOTAL
Equipo de computación completo con impresora HP	U	1	900.00	900.00
Total				900.00

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

4.3.3 Infraestructura física y obras civiles

La infraestructura física que tendrá la empresa se fundamenta en lo siguiente:

- Disponer de instalaciones adecuadas para la correcta aplicación de las buenas prácticas de prestación de servicios de limpieza.
- Las áreas deberán estar físicamente interrelacionadas y ubicadas para evitar contaminaciones químicas o biológicas entre las diferentes ambientes

4.3.3.1 Diseño arquitectónico

En el plano se determina la planta arquitectónica de la implantación general, de espacios físicos recomendados para la microempresa y tendrá una área 191.99 m².

Cuadro N° 29. Cuadro de áreas

Áreas	Metros
Área de gerencia	18.00
Área de secretaria	32.49
Área de batería - vestidores	20.00
Área de bodega	60.52
Área de accesos a la oficina	8.50
Áreas de parqueadero y espacios verdes	52.48
Total	191.99

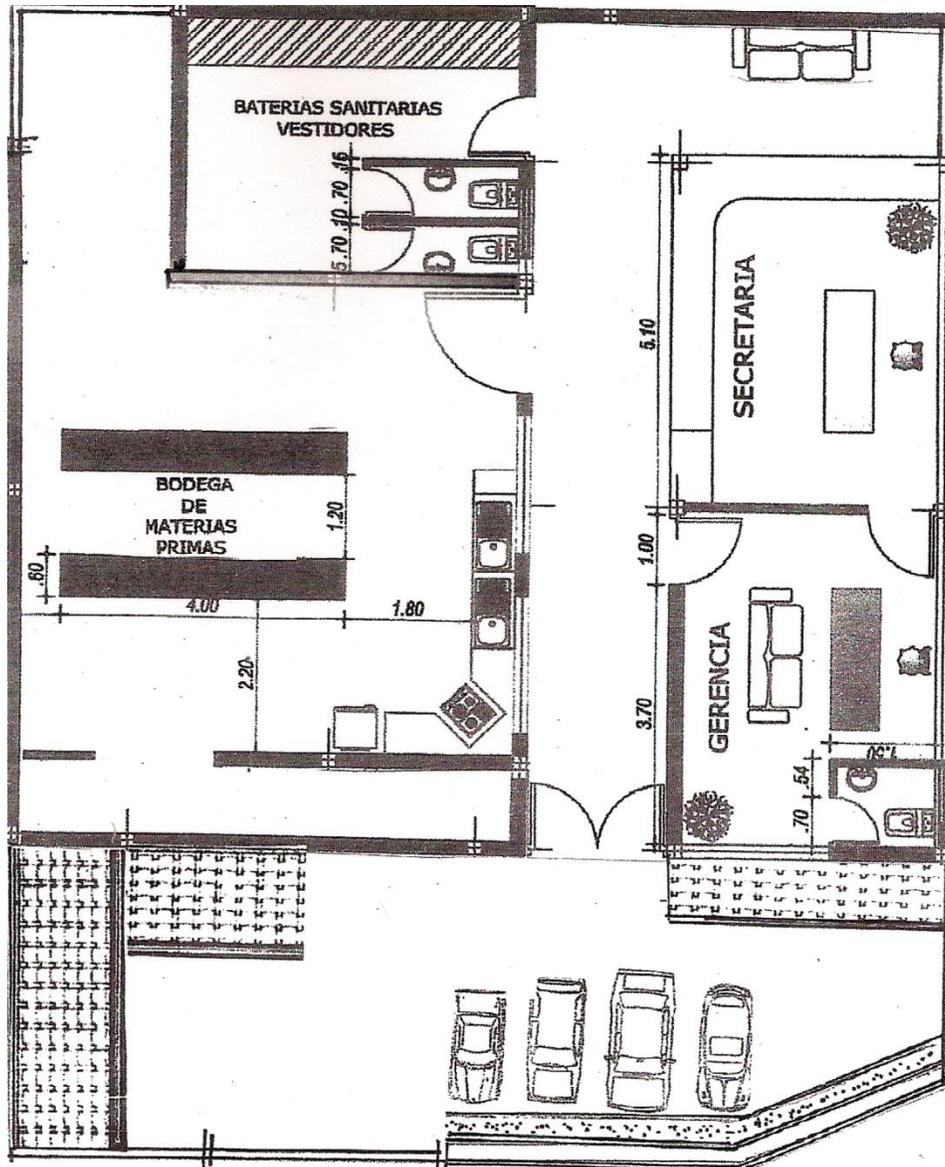
Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

En el siguiente plano arquitectónico se implantan las áreas necesarias de la microempresa de prestación de servicios de limpieza.

Gráfico N° 22

Planta arquitectónica de la microempresa de prestación de servicios de limpieza.



Fuente: investigación directa

Elaborado por: la autora

4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

4.4.1 Inversiones fijas

El conjunto de elementos patrimoniales que tendrá la microempresa de limpieza, para entrar en funcionamiento corresponden a las siguientes partidas:

Cuadro N° 30

ACTIVOS FIJOS

AÑO	INVERSIÓN
1. Inversiones fijas	
Maquinaria de limpieza	11.610,00
Muebles y enseres de bodega	1.800,00
Muebles y enseres de administración	2.500,00
Vehículo	20.000,00
Equipo de informática de bodega	900,00
Equipo de computación administrativo	1.800,00
Total inversiones fijas	38.610,00
2. Gastos preoperativos	1.000,00
3. Capital de trabajo	6582.31
Total inversiones	46.192.31

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

4.4.2 Inversiones Diferidas

Gastos de legalización. En su etapa operativa, la empresa llevará a cabo sus actividades de formalidad en base a las leyes y reglamentos impuestos por el Estado que se debe tomar en cuenta para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro N° 31

GASTOS PRE OPERATIVOS

CONCEPTO	MONTO
Permiso de funcionamiento	350.00
Constitución de la empresa	400.00
Gastos publicitarios	250.00
TOTAL	1.000

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

4.4.3 Capital de trabajo inicial

El capital de trabajo inicial que tendrá que disponer la microempresa de limpieza se calculo en relación a la capacidad operativa, determinándose los costos directos o variables; que comprende: materiales directos, mano de obra directa, costos indirectos de operación y gastos preoperativos. El capital de trabajo inicial está calculado para dos meses y comprende los siguientes rubros que señala el cuadro:

Cuadro N° 32

Capital de trabajo

COSTOS Y GASTOS	VALOR
Materiales Directos	2.494.24
Detergente liquido	245.00
Cloro Neutral	177.86
Desinfectante antibacterial	196.00
Acido quita sarro	228.00
Cera liquida deslizante	255.00
Limpia vidrios	220.00
Desengrasante cítrico	122.50
Ambiental	107.95
Mano de obra directa	2.537.32
Costos indirectos de operación	1.550.75
Gastos preoperativos	1.000.00
TOTAL	7.582.31

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

4.4.4 Inversiones Totales del proyecto

El proyecto contará con una inversión inicial fija de \$ 46.192.31 misma que está integrado por: Activos fijos con un valor de \$ 38.610; Activo circulante o capital de trabajo de \$6.582.31 y Gastos pre operativos \$1.000. Estas inversiones se detallan en el siguiente cuadro.

**Cuadro N° 33
INVERSIONES TOTALES**

ACTIVOS	MONTO	%
Activos fijos	38.610,00	83,59
Capital de trabajo	7.582,31	16,41
Activos preoperativos	0,00	0,00
TOTAL	46.192,31	100

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

4.4.5 Financiamiento

El financiamiento previsto para la implementación de la empresa será por aportes propios de \$11.465.31 que significa el 24.82% de la inversión total y mediante un crédito en el Banco Nacional de Fomento de \$34.727.

Cuadro N° 34.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

ACTIVOS	MONTO TOTAL	FUENTES	
		RECURSOS PROPIOS	CRÉDITO
1. ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria de limpieza	11.610,00	4.465,31	7.144,69
Muebles y enseres de bodega	1.800,00	1.800,00	0,00
Muebles y enseres de administración	2.500,00	2.500,00	0,00
Vehículo	20.000,00	0,00	20.000,00
Equipo de informática de bodega	900,00	900,00	0,00
Equipo de computación administrativo	1.800,00	1.800,00	0,00
Sub total	38.610,00	11.465,31	27.144,69
2. CAPITAL DE TRABAJO	7.582,31	0,00	7.582,31
TOTAL ACTIVOS	46.192,31	11.465,31	34.727,00
%	100%	24,82	75,18

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

4.4.6 Talento Humano

El talento humano que requiere la microempresa de limpieza en su etapa operativa de acuerdo al organigrama estructural propuesto es el siguiente:

Cuadro N° 35.

TALENTO HUMANO

NOMBRE DEL CARGO	CANT.	SALARIO
Gerente general	1	750.00
Secretaria - contadora	1	400.00
Bodeguero chofer	1	450.00
Personal de limpieza	6	318.00
Total	9	

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

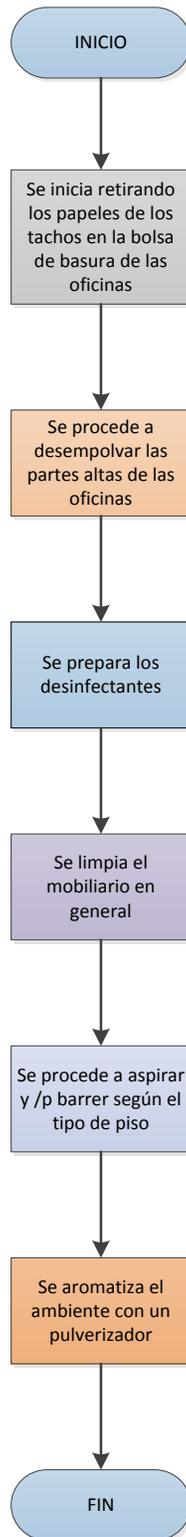
4.5 Operación del proyecto

4.5.1 Diagrama de Procesos

El diagrama de procesos que es necesario para la operación de los servicios de limpieza se definió en relación a la estrategia tecnológica y la capacidad operativa que tendrá la organización.

Diagrama N° 23

DIAGRAMA DE BLOQUES DE LA PRODUCCIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA



Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

4.5.2 Métodos de limpieza y uso de productos desinfectantes

1. Limpieza del mobiliario

Consiste en sacudir diariamente con el plumero el polvo acumulado en: escritorios, libreros, archivadores de metal, murales, tableros y sillas, luego repasar con un paño humedecido en desinfectante en las áreas que presentan algún tipo de manchas.

2. Limpieza de equipo de oficina

Consiste en sacudir una vez por semana, con un plumero y paño seco el equipo de computación, fax, copiadoras.

3. Limpieza de particiones modulares prefabricadas, cortinas y pisos con alfombras.

Se deberá realizar esta limpieza con la aspiradora.

4. Limpieza de puertas y ventanas de vidrio

Consiste en repasar con un paño humedecido con el líquido correspondiente estos equipos.

5. Limpieza de pisos en despachos y áreas comunes

Esta limpieza consiste en barrer y trapear los pisos de áreas de despachos, cubículos, áreas de circulación interna, salones de reuniones, depósitos y los pisos de áreas comunes como: baños, pasillos, escaleras y ascensores.

4.5.3 Uso de productos de limpieza y desinfectantes:

- Los productos de limpieza y desinfectantes que se utilizan en el proceso de aseo, deberán estar registrados y respaldados por los proveedores y mantener un grado aceptable de seguridad para su uso.

- En caso de que los productos de limpieza y desinfectantes sean de uso especial, se dará a conocer las instrucciones de uso al personal de limpieza.
- El personal de limpieza deberá utilizar los desinfectantes que le sean suministrados, por lo cual no efectuara ningún tipo de mezclas con los productos.

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN ECONÓMICA

5.1 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL

El Estado de Situación Financiera Inicial tuvo como objetivo fundamental el determinar la posición financiera que tendrá la empresa, mediante el cual se determina el comportamiento de las cuentas de activos, pasivos y patrimonio y establecer una visión global del patrimonio de la empresa en su conjunto.

Cuadro N° 36

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
A. CORRIENTE			
1.Caja		P. CORRIENTE	
2.Bancos	7.582,31	14.Cuentas por Pagar	0.00
3.Cuentas por Cobrar	0.00	Total pasivo corriente	0.00
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.582,31		
A. FIJOS			
Maquinaria de limpieza	11.610,00	Pasivo a Largo Plazo	
Muebles y enseres de bodega	1.800,00	15.Préstamo	34.727,00
Muebles y enseres de administración	2.500,00	TOTAL PASIVOS	34.727,00
Vehículo	20.000,00	PATRIMONIO	
Equipo de informática de bodega	900,00	16.Capital Social	11.465,31
Equipo de computación administrativo	1.800,00	17.Utilidad	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	38.610,00	TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL DE ACTIVOS	46.192,31	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	46.192,31

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Para la proyección de los ingresos, costos y gastos se utilizó la tasa de inflación del 3.01% del año 2013 según datos del Banco Central del Ecuador

5.2 DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS PROYECTADOS

Los ingresos proforma para el primer año que tendrá la empresa son de 108.000 dólares. Para el quinto año proforma los ingresos en un escenario optimista serán de 121.602 dólares.

Cuadro N° 37 DESGLOSE DE INGRESOS

Producto	Unidad	Cantidad de empresas	Precio	
			Precio mes limpieza	Precio total año
Limpieza de oficinas	u	20	450,00	108.000,00
TOTAL				108.000,0

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 38

INGRESOS PROFORMA

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Número de empresas	20	20	20	20	20
Precio unitario del servicio de limpieza mensual	450.00	463.54	477.49	491.87	506.68
Numero de meses de prestación de servicios	12	12	12	12	12
TOTAL AÑO	108.000	111.251	114.599	118.049	121.602

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 38.1

INGRESOS PROFORMA

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos proyectados	108.000	111.251	114.599	118.049	121.602
TOTAL	108.000	111.251	114.599	118.049	121.602

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.3 DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS

5.3.1 COSTOS DE OPERACIÓN

Los costos de operación son de acuerdo a la mayor o menor utilización de la capacidad instalada o el volumen de operación; la naturaleza de los costos variables hace que en términos generales se identifiquen con el concepto de costos directos o de operación, por lo que los costos de operación que tendrá la empresa corresponden a materiales directos, personal operativo y costos indirectos de operación. Por el rubro de materiales directos para el primer año proyectado se tiene un valor de \$5.544, en el rubro mano de obra directa o personal operativo \$30.218; y en el rubro Costos indirectos de operación \$18.555,

teniendo un costo total de \$54.318. Para los siguientes años son los que muestra el siguiente cuadro

Cuadro N° 39
COSTOS DE OPERACIÓN

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Materiales directos	5.544,00	5.710,87	5.882,77	6.059,84	6.430,14
Personal operativo	30.218,90	33.093,92	34.090,05	35.116,16	36.173,16
Costos indirectos de operación	18.555,10	19.407,45	19.821,91	19.960,85	20.566,92
TOTAL	54.318,00	58.212,25	59.794,73	61.136,85	63.170,21

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Detalle de materiales directos
Cuadro N° 40

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD POR EMPRESA	PRECIO UNITARIO	TOTAL EMPRESAS	PRECIO TOTAL
DETERGENTE LIQUIDO	CANECA	1.2	33,00	20	792,00
CORO NEUTRAL	CANECA	1.2	11,00	20	264,00
DESINFECTANTE ANTIBACTERIAL	CANECA	1.2	24,00	20	576,00
ACIDO QUITA SARRO	CANECA	1.2	32,00	20	768,00
CERA LIQUIDA DESLIZANTE	CANECA	1.2	36,00	20	864,00
LIMPIA VIDRIOS	GL	2.4	12,00	20	576,00
DESENGRASANTE CÍTRICO	CANECA	1.2	32,00	20	768,00
AMBIENTAL	CANECA	1.2	39,00	20	936,00
COSTO TOTAL ANUAL					5.544,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Mano de obra directa año 1

Cuadro N° 41

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
PERSONAL DE LIMPIEZA (6)	1.908,00	159,00	159,00	212,74	79,50	2.518,24	30.218,90
TOTAL							30.218,90

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Mano de obra directa año 2

Cuadro Nº 42

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
PERSONAL DE LIMPIEZA (6)	1.965,43	163,79	163,79	219,15	163,79	81,89	2.757,83	33.093,92
TOTAL								33.093,92

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Mano de obra directa año 3

Cuadro Nº 43

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
PERSONAL DE LIMPIEZA (6)	2.024,59	168,72	168,72	225,74	168,72	84,36	2.840,84	34.090,05
TOTAL								34.090,05

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Mano de obra directa año 4

Cuadro Nº 44

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
PERSONAL DE LIMPIEZA (6)	2.085,53	173,79	173,79	232,54	173,79	86,90	2.926,35	35.116,16
TOTAL								35.116,16

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Mano de obra directa año 5

Cuadro Nº 45

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
PERSONAL DE LIMPIEZA (6)	2.148,30	179,03	179,03	239,54	179,03	89,51	3.014,43	36.173,16
TOTAL								36.173,16

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

5.3.1.1 COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN

Los costos indirectos de operación que tendrá el proyecto para los primeros años de operación son efectivos y no efectivos. Los efectivos son los que corresponde a los rubros de materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos, mantenimiento, los costos no efectivos son los de depreciación. Los valores que corresponden a estos rubros son los siguientes:

Cuadro Nº 46

PRESUPUESTO DE COSTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Materiales indirectos	4.572,00	4.709,62	4.851,38	4.997,40	5.302,77
Servicios básicos	600,00	618,06	636,66	655,83	695,90
Mano de obra indirecta	6.995,10	7.669,20	7.900,04	8.137,83	8.382,78
Mantenimiento en general	750,00	772,58	795,83	819,78	844,46
Subtotal	12.917,10	13.769,45	14.183,91	14.610,85	15.225,92
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de maquinaria de limpieza	1.161,00	1.161,00	1.161,00	1.161,00	1.161,00
Depreciación de muebles y enseres de bodega	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Depreciación de Vehículo	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Depreciación de eq. Informática de bodega	297,00	297,00	297,00	9,00	0,00
Subtotal	5.638,00	5.638,00	5.638,00	5.350,00	5.341,00
Total	18.555,10	19.407,45	19.821,91	19.960,85	20.566,92

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

Cuadro N° 47

MATERIALES INDIRECTOS

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL AÑO
Uniformes	U	144	25,00	3.600
Escoba	U	144	1,50	216
Trapeadores	U	144	2,00	288
Recogedor	U	144	1,50	216
Guantes	PARES	144	1,75	252
TOTAL				4.572,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Cuadro N° 48.

MANO DE OBRA INDIRECTA AÑO 1

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
BODEGUERO-CHOFER	450,00	26,50	37,50	50,18	18,75	582,93	6.995,10
TOTAL							6.995,10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Mano de obra indirecta año 2

Cuadro N° 49

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
BODEGUERO-CHOFER	463,55	27,30	38,63	51,69	38,63	19,31	639,10	7.669,20
TOTAL								7.669,20

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Mano de obra indirecta año 3

Cuadro Nº 50

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
BODEGUERO-CHOFER	477,50	28,12	39,79	53,24	39,79	19,90	658,34	7.900,04
TOTAL								7.900,04

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Mano de obra indirecta año 4

Cuadro Nº 51

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
BODEGUERO-CHOFER	491,87	28,97	40,99	54,84	40,99	20,49	678,15	8.137,83
TOTAL								8.137,83

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Mano de obra indirecta año 5

Cuadro Nº 52

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
BODEGUERO-CHOFER	506,68	29,84	42,22	56,49	42,22	21,11	698,57	8.382,78
TOTAL								8.382,78

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

Cuadro Nº 53

SERVICIOS BÁSICOS

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	73.32	0.25	18.33	220
Agua	Metros 3	33.33	0.30	10	120
Teléfono	Líneas	1		21.66	260
TOTAL					600

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.3.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos en los que incurrirá la empresa por pago de personal administrativo es de \$17.699, servicios básicos de \$300, insumos de oficina de \$305.00, mantenimiento \$600, arriendo de edificio \$ 5.400 teniéndose un total de \$18.904 que representan gastos desembolsables. Los gastos que no representan desembolsos son de \$844.00. Por tanto los gastos de administración para el primer año serán de \$19.748, para el quinto año proyectado se tendrá un valor de \$22.830. En el cuadro siguiente se muestran los valores correspondientes:

Cuadro N° 54

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
EFFECTIVOS					
Pago de personal administrativo	17.699,70	19.417,08	20.001,53	20.603,58	21.223,74
Servicios Básicos	300,00	309,03	318,33	327,91	337,78
Insumos de oficina	305,00	314,18	323,64	333,38	343,41
Mantenimiento	600,00	618,06	636,66	655,83	675,57
Arriendo de edificio	5.400,00	5.562,54	5.729,97	5.902,44	6.080,11
Subtotal	18.904,70	20.658,35	21.280,16	21.920,70	22.580,51
NO EFFECTIVOS					
Depreciación de Equipos de informática	594,00	594,00	594,00	18,00	0,00
Depreciación de Muebles de administración	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Subtotal	844,00	844,00	844,00	268,00	250,00
TOTAL	19.748,70	21.502,35	22.124,16	22.188,70	22.830,51

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

SALARIO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

Salario de personal año 1

Cuadro Nº 55

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	750,00	26,50	62,50	83,63	31,25	953,88	11.446,50
SECRETARIA CONTADORA	400,00	26,50	33,33	44,60	16,67	521,10	6.253,20
TOTAL							17.699,70

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Salario de personal año 2

Cuadro Nº 56

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	772,58	27,30	64,38	86,14	64,38	32,19	1.046,97	12.563,61
SECRETARIA CONTADORA	412,04	27,30	34,34	45,94	34,34	17,17	571,12	6.853,46
TOTAL								19.417,08

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Salario de personal año 3

Cuadro Nº 57

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	795,83	28,12	66,32	88,73	66,32	33,16	1.078,48	12.941,78
SECRETARIA CONTADORA	424,44	28,12	35,37	47,33	35,37	17,69	588,31	7.059,75
TOTAL								20.001,53

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Salario de personal año 4

Cuadro Nº 58

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	819,78	28,97	68,32	91,41	68,32	34,16	1.110,94	13.331,33
SECRETARIA CONTADORA	437,22	28,97	36,43	48,75	36,43	18,22	606,02	7.272,25
TOTAL								20.603,58

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Salario de personal año 5

Cuadro Nº 59

CONCEPTO	SALARIOS BÁSICOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	APORTE PATRONAL 11.15%	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL SALARIO MES	TOTAL SALARIO AÑO
GERENTE	844,46	29,84	70,37	94,16	70,37	35,19	1.144,38	13.732,60
SECRETARIA CONTADORA	450,38	29,84	37,53	50,22	37,53	18,77	624,26	7.491,14
TOTAL								21.223,74

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Insumos de oficina

Cuadro Nº 60

INSUMOS DE OFICINA

CONCEPTO	UNIDAD	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL AÑO
CDS	U	50	0,50	25,00
SOBRES DE MANILA	U	200	0,50	100,00
PAPEL PARA FAX	U	15	3,00	45,00
TINTAS EN GENERAL	U	45	3,00	135,00
TOTAL				305,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Servicios básicos

Cuadro N° 61

SERVICIOS BÁSICOS

CONCEPTO	UNIDAD DE CONSUMO	CANTIDAD POR MES	COSTO UNIT. POR MES	COSTO MENSUAL	P. TOTAL AÑO
Luz	Kilowats	23.32	0.25	5.83	70
Agua	Metros 3	13.86	0.30	4.16	50
Teléfono	Líneas	1		15	180
TOTAL					300

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.3.3 GASTOS GENERALES VENTAS

En el siguiente cuadro se muestra los gastos necesarios para mantener las actividades de ventas. Los gastos están conformados por los rubros de: publicidad permanente y publicidad en otros medios. Para el primer año proyectado son de \$ 4.300, para el quinto año son de \$ 4.841.57

Cuadro N° 62

GASTOS GENERALES DE VENTAS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
PUBLICIDAD PERMANENTE	2.800,00	2.884,28	2.971,10	3.060,53	3.152,65
PUBLICIDAD EN OTROS MEDIOS	1.500,00	1.545,15	1.591,66	1.639,57	1.688,92
TOTAL	4.300,00	4.429,43	4.562,76	4.700,09	4.841,57

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.4 GASTOS FINANCIEROS

El gasto financiero comprende los intereses generados por el préstamo que incurrirá la empresa para su financiamiento que corresponden al crédito de \$34.727 obtenidos a través del Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés del 10% y a un plazo de 5 años. Por intereses (Gastos financieros) en el primer

año se tendrá \$3.472.70, para el quinto año \$868.18. Los demás valores se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 63

GASTOS DE FINANCIACIÓN

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
AÑO	0	1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN						
COSTOS DE FINANCIACIÓN (INTERESES)		3.472,70	3.472,70	2.604,53	1.736,35	868,18
PAGO DE CAPITAL		0,00	8.681,75	8.681,75	8.681,75	8.681,75

AMORTIZACIÓN

CAPITAL	34.727,00	TOTAL AMORT:	34.727,00
INTERÉS	10,00%	TOTAL INTER:	12.154,45
PLAZO AÑOS	5	TOTAL CUOTA:	46.881,45
GRACIA	1	Fecha de inicio deuda	Enero 1, 2014
		Días interpagos	360

PERIODOS	CAPITAL INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA	CAPITAL REDUCIDO
1	34.727,00	0,00	3.472,70	3.472,70	34.727,00
2	34.727,00	8.681,75	3.472,70	12.154,45	26.045,25
3	26.045,25	8.681,75	2.604,53	11.286,28	17.363,50
4	17.363,50	8.681,75	1.736,35	10.418,10	8.681,75
5	8.681,75	8.681,75	868,18	9.549,93	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

5.5 DEPRECIACIÓN

La depreciación de los activos fijos es el proceso para asignar de forma sistemática y racional el costo de un bien de capital a lo largo de su periodo de vida. La depreciación contabiliza la disminución del potencial de utilidad de los activos invertidos en la empresa, por lo que la depreciación para los tres primeros años proyectados es de \$6.482 anuales, para el cuarto de \$5.618 y quinto año es de \$5.591. El valor de salvamento es de \$7.955. En el siguiente cuadro se muestra los valores que corresponde a cada rubro de los activos fijos.

Cuadro N° 64
DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN

CONCEPTO	COSTO	PORCENTAJE %	DEPRECIACIÓN ANUAL					Valor residual
			1	2	3	4	5	
ACTIVO								
Maquinaria de limpieza	11.610,00	10%	1.161,00	1.161,00	1.161,00	1.161,00	1.161,00	5.805,00
Muebles y enseres de bodega	1.800,00	10%	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	900,00
Muebles y enseres de administración	2.500,00	10%	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	1.250,00
Vehículo	20.000,00	20%	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	0,00
Equipo de informática de bodega	900,00	33%	297,00	297,00	297,00	9,00	0,00	0,00
Equipo de computación administración	1.800,00	33%	594,00	594,00	594,00	18,00	0,00	0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL	38.610,00		6.482,00	6.482,00	6.482,00	5.618,00	5.591,00	7.955,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.6 GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIACIÓN

Los costos de operación y de financiación que tendrá la empresa en su etapa operativa son: para el primer año \$81.839 de los cuales por costos directos \$54.318 y por costos operativos \$78.366, por gastos financieros \$3.472. En el quinto año proyectado los costos de operación y financiación son de \$91.710.

Cuadro Nº 65

COSTOS DE OPERACIÓN Y DE FINANCIACIÓN

BASE	AÑOS PROYECTADOS				
AÑO	1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN					
Materia prima	5.544,00	5.710,87	5.882,77	6.059,84	6.430,14
Mano de obra directa	30.218,90	33.093,92	34.090,05	35.116,16	36.173,16
Costos indirectos de operación	18.555,10	19.407,45	19.821,91	19.960,85	20.566,92
1. Costo Directos	54.318,00	58.212,25	59.794,73	61.136,85	63.170,21
Gastos de administración	19.748,70	21.502,35	22.124,16	22.188,70	22.830,51
Gastos de ventas	4.300,00	4.429,43	4.562,76	4.700,09	4.841,57
2. Gastos Operativos	24.048,70	25.931,78	26.686,92	26.888,79	27.672,08
Costos Operativos (1+2)	78.366,70	84.144,02	86.481,65	88.025,64	90.842,29
Gastos de Financiar (intereses)	3.472,70	3.472,70	2.604,53	1.736,35	868,18
Total Gastos Operativos y No Operativos	81.839,40	87.616,72	89.086,18	89.761,99	91.710,46

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La Autora

5.7 CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

El saldo de efectivo requerido en caja que necesitará la empresa en sus años operativos para que sus procesos de operación, administración y ventas y que no tengan paralizaciones es de \$6.530 en el primer año de operación y de \$7.570 para el quinto año. El coeficiente de renovación máximo será de 12. Los días de cobertura mínimo son de 30 días.

Cuadro Nº 66

CAPITAL DE TRABAJO – SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

COSTO/GASTO	DÍAS DE COBERTURA	COEFICIENTE DE RENOVACIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
			1	2	3	4	5
Materiales Directos	30	12	462,00	475,91	490,23	504,99	535,84
Personal Directo	30	12	2.518,24	2.757,83	2.840,84	2.926,35	3.014,43
Costos Indirectos de Operación	30	12	1.546,26	1.617,29	1.651,83	1.663,40	1.713,91
Gastos de Administración	30	12	1.645,73	1.791,86	1.843,68	1.849,06	1.902,54
Gastos de ventas	30	12	358,33	369,12	380,23	391,67	403,46
Saldo de efectivo Requerido en caja			6.530,56	7.012,00	7.206,80	7.335,47	7.570,19

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.8 CALCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo contable que requiere el proyecto para operar sin interrupciones en términos financieros y operativos, tiene que tener los valores proyectados en las diferentes cuentas de activo corriente y pasivo corriente. Los valores se proyectaron en base a comportamiento económico supuesto que tendrá el proyecto los valores se detallan en es siguiente cuadro:

Cuadro N° 67
CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
ACTIVOS					
ACTIVOS CORRIENTES					
1.Caja	6.530,56	7.012,00	7.206,80	7.335,47	7.570,19
2.Bancos	23.826	45.978	69.375	93.747	119.157
3.Cuentas por Cobrar	6.530,56	7.012,00	7.206,80	7.335,47	7.570,19
4. Inventario de insumos	462,00	475,91	490,23	504,99	535,84
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	37.349,59	60.477,78	84.279,01	108.923,31	134.832,81
PASIVOS					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por Pagar	693,00	713,86	735,35	757,48	803,77
TOTAL PASIVO CORRIENTE	693,00	713,86	735,35	757,48	803,77
CAPITAL DE TRABAJO	36.656,59	59.763,92	83.543,66	108.165,83	134.029,04

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La autora

5.9 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados presenta los resultados de las operaciones de la empresa realizadas durante un periodo específico. Este documento resume los ingresos generados y los gastos en los que ha incurrido la empresa durante el periodo contable operando la operación programada se obtienen una utilidad bruta en ventas en el primer año de \$53.682, una utilidad

operativa de \$29.633, lo que origina una utilidad antes de Impuestos de \$26.161. En este primer año después de descontar participación de utilidades a trabajadores e impuesto a la renta se genera una utilidad neta de \$17.344. Para el quinto año proyectado la utilidad neta de \$19.818. Los valores de los otros años se muestran en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 68
ESTADO DE RESULTADOS

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	108.000	111.251	114.599	118.049	121.602
Menos costo de operación	54.318	58.504	60.095	61.446	63.489
Utilidad Bruta	53.399	52.747	54.504	56.603	58.113
Menos Gastos de Administración	20.087	21.845	22.471	22.540	23.186
Gastos de ventas	4.300	4.429	4.563	4.700	4.842
Utilidad Operacional	29.012	26.473	27.471	29.363	30.086
Costos Financieros	3.473	3.473	2.605	1.736	868
Utilidad Antes de Participación	25.540	23.000	24.867	27.627	29.218
15% Participación de Utilidades	3.831	3.450	3.730	4.144	4.383
Utilidad Antes de Impuesto a la Renta	21.709	19.550	21.137	23.483	24.835
Impuesto a la Renta	4.776	4.301	4.650	5.166	5.464
Utilidad Neta	17.344.48	15.669.39	16.915.30	18.754,22	19.818,20

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

5.10 FLUJO NETO DE EFECTIVO

El flujo neto de efectivo (Entradas de efectivo menos salidas de efectivo) que tiene el proyecto en su fase de inversión y operacional son:

En la fase operativa por concepto de ingresos operativos se tiene un valor de \$23.826; una salida total de efectivo de \$0.00, lo que origina un saldo neto de efectivo de \$23.826. El saldo acumulado de efectivo en el quinto año proyectado es de \$119.156. El valor de salvamento o remanente en el último año es de \$7.955 como muestra el siguiente cuadro.

Cuadro N° 69
FLUJO NETO DE EFECTIVO

FASE	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS					VALOR REMANENTE LIBROS
AÑO	0	1	2	3	4	5	
NIVEL DE PRODUCCIÓN							
ENTRADAS DE EFECTIVO							
1. Recursos Financieros	46.192,31						
2. Utilidad Neta		17.344,48	15.669,39	16.915,30	18.754,22	19.818,20	
3. Depreciación		6.482,00	6.482,00	6.482,00	5.618,00	5.591,00	
5. Valor Remanente en el Ultimo año							7.955,00
TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO	46.192,31	23.826,48	22.151,39	23.397,30	24.372,22	25.409,20	7.955,00
SALIDAS DE EFECTIVO							
1. Activos Fijos	38.610,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
2. Capital de Trabajo	7.582,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO	46.192,31	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
ENTRADAS MENOS SALIDAS	0,00	23.826,48	22.151,39	23.397,30	24.372,22	25.409,20	7.955,00
SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO (FNE)	0,00	23.826,48	45.977,87	69.375,17	93.747,38	119.156,58	127.111,58

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

5.11 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es un instrumento similar al flujo neto de efectivo y su interpretación es válida desde el punto de vista contable y financiero, ya que es un instrumento que permite conocer el comportamiento y la proyección de fuentes y usos en efectivo, con la finalidad de prever su origen y aplicación:

Cuadro Nº 70
FLUJO DE CAJA

CONCEPTO	INVERSIÓN	AÑOS PROYECTADOS				
	0	1	2	3	4	5
A. Ingresos Operativos		108.000,0	111.250,8	114.599,4	118.048,9	121.602,2
Recuperación Por ventas		108.000,0	111.250,8	114.599,4	118.048,9	121.602,2
B. Egresos Operacionales		78.366,7	84.144,0	86.481,7	88.025,6	90.842,3
Costo de Operación		54.318,0	58.212,2	59.794,7	61.136,9	63.170,2
Gastos de Administración		19.748,7	21.502,3	22.124,2	22.188,7	22.830,5
Gastos de Ventas		4.300,0	4.429,4	4.562,8	4.700,1	4.841,6
C. Flujo Operacional (A-B)		29.633,3	27.106,8	28.117,8	30.023,3	30.759,9
D. Ingresos no Operacionales						
Depreciación		6.482,0	6.482,0	6.482,0	5.618,0	5.591,0
Recursos Financieros	46.192,31					
E. Egresos no Operacionales		12.288,8	20.119,1	19.884,2	19.950,8	19.623,4
Pago de Intereses		3.472,7	3.472,7	2.604,5	1.736,4	868,2
Pago de Capital - Crédito		0,0	8.681,8	8.681,8	8.681,8	8.681,8
Pago de Participación de Utilidades		3.924,1	3.545,1	3.827,0	4.243,0	4.483,8
Pago de Impuestos		4.892,0	4.419,6	4.771,0	5.289,7	5.589,7
Adquisición de Activos Fijos	46.192,31					
Muebles y enseres de administración	2.500,00					
Maquinaria de limpieza	11.610,00					
Muebles y enseres de bodega	1.800,00					
Vehículo	20.000,00					
Equipo de informática de bodega	900,00					
Equipo de computación administración	1.800,00					
Capital de trabajo	7.582,31					
F. Flujo no Operacional (D-E)		-5.806,8	-13.637,1	-13.402,2	-14.332,8	-14.032,4
G. Flujo Neto Generado (C+F)		23.826,5	13.469,6	14.715,5	15.690,5	16.727,4

H. Saldo Inicial de Caja		0,0	23.826,5	37.296,1	52.011,7	67.702,1
I. Saldo Final de Caja (G+H)		23.826,5	37.296,1	52.011,7	67.702,1	84.429,6

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora.

5.12 BALANCE PROFORMA

En el balance proforma muestra la posición financiera de la empresa en un tiempo específico. Indica las inversiones realizadas de la empresa bajo la forma de activos y los medios a través de los cuales se financiaron los activos, ya sea que los fondos se hubieran obtenido mediante la solicitud de fondos en préstamo (pasivos) o mediante la venta de acciones de capital (capital contable). En el balance se determina que en el primer año los activos corriente son de \$37.349; en activos fijos \$32.128; teniendo un total de activos de \$69.477. En pasivos corrientes en este mismo año se tendrá \$693, en pasivo a largo plazo \$34.727 dando un total de pasivos \$35.420. En patrimonio y capital \$34.057 lo que origina un total de pasivos más patrimonio de \$69.477. El balance proforma para los cinco años considerados en el análisis, se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro Nº 71.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

DETALLE	INICIAL	AÑOS PROYECTADOS				
		1	2	3	4	5
NIVEL DE OPERACIÓN						
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
1.Caja		6.530,56	7.012,00	7.206,80	7.335,47	7.570,19
2.Bancos	7.582,31	23.826,48	45.977,87	69.375,17	93.747,38	119.156,58
3.Cuentas por Cobrar		6.530,56	7.012,00	7.206,80	7.335,47	7.570,19
4. Inventario de insumos		462,00	475,91	490,23	504,99	535,84
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.582,31	37.349,59	60.001,87	83.788,78	108.418,32	134.296,96
A. FIJOS						
Maquinaria de limpieza	11.610,00	10.449,00	9.288,00	8.127,00	6.966,00	5.805,00
Muebles y enseres de bodega	1.800,00	1.620,00	1.440,00	1.260,00	1.080,00	1.080,00
Muebles y enseres de administración	2.500,00	2.250,00	2.000,00	1.750,00	1.500,00	1.250,00
Vehículo	20.000,00	16.000,00	12.000,00	8.000,00	4.000,00	0,00
Equipo de informática de bodega	900,00	603,00	306,00	9,00	0,00	0,00
Equipo de computación administrativo	1.800,00	1.206,00	612,00	18,00	0,00	0,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	38.610,00	32.128,00	25.646,00	19.164,00	13.546,00	8.135,00
TOTAL DE ACTIVOS	46.192,31	69.477,59	85.647,87	102.952,78	121.964,32	142.431,96
PASIVOS						
P. CORRIENTE						
14.Cuentas por Pagar						

		693,00	713,86	735,35	757,48	803,77
Pasivo a Largo Plazo						
15.Préstamo	34.727,00	34.727,00	26.045,25	17.363,50	8.681,75	0,00
TOTAL PASIVOS	34.727,00	35.420,00	26.759,11	18.098,85	9.439,23	803,77
PATRIMONIO						
16.Capital Social	11.465,31	18.447,56	44.786,31	69.630,16	95.646,30	123.791,82
17.Utilidad	0,00	15.610,03	14.102,45	15.223,77	16.878,79	17.836,38
18, Reserva legal		1.734,45	1.566,94	1.691,53	1.875,42	1.981,82
TOTAL PATRIMONIO		34.057,6	58.888,76	84.853,93	112.525,09	141.628,20
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	46.192,31	69.477,59	85.647,87	102.952,78	121.964,32	142.431,96

Fuente: Investigación Directa

Elaborado: La autora

5.14 EVALUACIÓN FINANCIERA

CALCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN (CK)

El costo de capital del proyecto consideró, la inversión total y sus Fuentes de financiamiento. Para su cálculo se utilizó la tasa de inflación del año 2013 que es de 3.01% y la tasa activa del 10%, la tasa pasiva del 5%. Para su cálculo se utilizó el siguiente procedimiento:

Cuadro N° 72

COSTO DE OPORTUNIDAD

Descripción	Valor	%	Tasa de (%) ponderación	Valor ponderado
Capital Propio	11.465	0.25	0.05	0.0125
Capital Financiado – BF	34.727,00	0.75	0.10	0.075
Total	46.192,31	1	0.15	0.08759

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

$$CK = 0.08759/1 = 0.08759\%$$

$$Td = 0.08759 + 0.0301\% = 0.1177$$

El costo de oportunidad (CK) el costo de oportunidad o la tasa de descuento del proyecto es de 0.1177%.

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El Valor Presente Neto del proyecto a una tasa de interés (i) o redescuento del 11.77%, rinde el 11.77% anual en términos constantes y en adición generará una rentabilidad en unidades monetarias actuales de \$ 44.360 por lo que se justifica la inversión del proyecto desde éste punto de vista financiero

$$VAN = - \text{Inversión Inicial} + \sum FCN_{(i)}$$

Donde:

FCN = Flujo de Caja Neto Proyectado

i = Tasa de redescuento (11.77%)

n = Tiempo de proyección (5 años)

$$VAN_{(11.77\%)} = -I_0 + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE + VS_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN_{(11.77\%)} = -46.192.31 + \frac{23.826}{(1+0.1177)^1} + \frac{22.151}{(1+0.1177)^2} + \frac{23.397}{(1+0.1177)^3} + \frac{24.372}{(1+0.1177)^4} + \frac{25.409+7.955}{(1+0.1177)^5}$$

$$VAN_{(11.77\%)} = -46.192.31 + 21.317.61 + 17.732.04 + 16.757.23 + 15.617.45 + 19.128.22$$

$$VAN = -46.192.31 + 90.553$$

$$VAN = 44.360$$

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa Interna de Retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la que al total de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos.

Los datos obtenidos en el cuadro de flujos netos de efectivo se procedió a calcular la TIR, considerando la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = -P + FCN_{(i)} = 0$$

El cálculo de la TIR será igual a

$$P = \sum FCN_{(i)}$$

$$0 = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

La "i" que satisface la ecuación es la TIR

$$TIR = 43.10\%$$

La "i" que satisface la ecuación es 0.4310 que equivale al TIR del 43.10% del proyecto. Interpretando el resultado se tiene, que la inversión inicial es de \$46.192.31 y genera una rentabilidad anual del 43.10% que supera al costo de oportunidad (CK= 11.77%) en 31.33%.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión expresa el tiempo que se requiere para recuperar la inversión. Para determinar el periodo de recuperación de la inversión se consideró los Flujos Netos de Efectivo producidos por la empresa, actualizados a una tasa de descuento del 11.77% en relación a la inversión inicial que requiere el proyecto.

$$PRI = \sum FCN_{(11.77\%)} = \text{Inversión Inicial}$$

Cuadro N° 73

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	PRI
0	46.192,31			2 años, 5 meses y 3 días
1		23.826,48	21.317,61	
2		22.151,39	17.732,04	
3		23.397,30	16.757,23	
4		24.372,22	15.617,45	
5		33.364,20	19.128,22	
TOTAL			90.552,55	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación beneficio / costo del proyecto considerando una tasa de descuento del 11.77% es el cociente que resulta de dividir los Flujos de Caja Netos proyectados actualizados a la tasa de interés manifestada y dividida para la inversión inicial del proyecto. La ecuación usada es la siguiente:

$$R\ B/C = \frac{\sum FNE_{(11.77\%)}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$R\ B/C = \frac{90.552}{46.192.31} = 1.96$$

Cuadro N° 74.
BENEFICIO COSTO

AÑOS	INVERSIÓN	FNE	FNE ACTUALIZADO	B/C
0	46.192,31			1,96
1		23.826,48	21.317,61	
2		22.151,39	17.732,04	
3		23.397,30	16.757,23	
4		24.372,22	15.617,45	
5		33.364,20	19.128,22	
TOTAL			90.552,55	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Al aplicar la ecuación se obtiene que el B/C es de \$1.96 que el proyecto es atractivo desde este punto de vista, con un retorno de \$1.96 por cada dólar invertido.

5.15 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es un instrumento que representa el nivel de operación en que los ingresos totales son iguales a los costos totales, cualquier cambio en este nivel producirá una utilidad o una pérdida. El punto de equilibrio no constituye una herramienta para evaluar la rentabilidad de la inversión, pero brinda una importante referencia del nivel de operación.

En base al programa operativo proforma y a los presupuestos de ingresos y egresos totales se procedió a determinar el punto de equilibrio o operación mínima económica que tendrá la empresa en los cinco años proyectados. El punto de equilibrio en el primer año proforma es de \$55.369 y para el quinto año proyectado \$59.395.

Cuadro N° 75
PUNTO DE EQUILIBRIO

$$PE_s = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

CF = Costos Fijos
CV = Costos Variable
V = Valor de ventas

CONCEPTO	AÑOS PROYECTADOS				
	1	2	3	4	5
Ingreso por ventas	108.000	111.251	114.599	118.049	121.602
Costos Totales	81.839	87.617	89.086	89.762	91.710
Costos Variable	54.318	58.212	59.795	61.137	63.170
Costos fijos	27.521	29.404	29.291	28.625	28.540
Punto de equilibrio \$	55.369	61.677	61.250	59.375	59.395

Fuente: Investigación Directa.

Elaborado por: La autora.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se procedió a determinar la sensibilidad del proyecto con la finalidad de establecer cómo afecta la variación de un 10% menos en los ingresos en un escenario pesimista. Para medir la sensibilidad se consideró los siguientes indicadores:

1. Nivel de operación:
 - 20 empresas privadas
2. Costos totales proyectados
 - Costos directos proyectados
 - Costos indirectos proyectados
 - Tasa de interés sobre el crédito
3. Ingresos proforma del proyecto con una disminución del 10%

Para el análisis de sensibilidad se establecieron dos escenarios:

- Escenario pesimista. Que representa el panorama mediante el cual la empresa de limpieza baja sus ingresos en un 10%, debido a factores supuestos como débil posicionamiento en el mercado en la ciudad de Tulcán.
- Escenario probable. Es el escenario que mantiene el proyecto como resultado del estudio de mercado y específicamente en relación al porcentaje de aceptación de la empresa en los potenciales clientes.

Con la disminución del 10% de los ingresos proforma se procedió a realizar el corrido financiero del proyecto obteniéndose los siguientes resultados:

Cuadro N° 76
Escenarios

Criterios de evaluación financiera	Escenario pesimista (disminución de los ingresos de un 10%)	Escenario probable
VAN con financiamiento	USD 43.528	USD 44.360
TIR con financiamiento	42.5%	43.10%
PRI con financiamiento	2 años, 6 meses y 15 días	2 años, 5 meses y 3 días
B/C con financiamiento	USD 1.92	USD 1,96

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Con los resultados obtenidos del corrido financiero de sensibilidad se establece que en un escenario pesimista los indicadores financieros son aceptables por lo tanto se aprueba el proyecto desde el punto de vista de sensibilidad financiera, ya que los valores no varían significativamente.

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1 LA EMPRESA

Por su actividad económica será una microempresa de servicios, cuyo objetivo principal está orientada a la prestación de servicios de limpieza de oficinas de empresas privadas en la parroquia de González Suárez del cantón Tulcán.

6.1.1 Nombre o Razón social

SERVI-LIMP GONZÁLEZ SUÁREZ S.A

Servi-Limp Gonzalez Suárez S.A
Eficiencia y Calidad



6.1.2 Conformación Jurídica

Para la operacionalización de la microempresa de servicios de limpieza de oficina se hacen necesarios los siguientes pasos de conformación jurídica de la empresa:

1. Conformación de la sociedad.
2. Se debe indicar el objetivo de la empresa para identificar el tipo de empresa.
3. Escoger el nombre de la empresa
4. Reservar el nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañías.

5. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es de \$ 400 y para S.A es de \$800).
6. Elevar a escritura pública la constitución de la empresa (esto puede ser realizado en cualquier notaria)
7. Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración de capital y 3 copias de la estructura publica con oficio del abogado.
8. Publicar en el periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
9. Marginar la resolución para el Registro Mercantil en la misma notaria donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
10. Inscribirse en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Tulcán las patentes y solicitar certificado de no estar en la Dirección Financiera Tributaria.
11. Establecer quiénes van a ser el Representante Legal y el administrador de la empresa.
12. Inscribir el registro Mercantil el nombramiento del Representante Legal y Administrador.
13. Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la CI de los mismos, formulario de RUC lleno y firmado por el representante; y copia de pago de luz, agua o teléfono.
14. Esperar a que la Superintendencia posterior a la revisión de los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
15. Entregar en el SRI toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
16. Acercarse al IESS para registrar la empresa en la historia laboral con copia de RUC, copia de C.I, y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el

Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono.

6.1.3 Misión.

Brindar servicios de limpieza oportunos y eficientes de acuerdo a los requerimiento de nuestros clientes, a través de un servicio altamente especializado y garantizando a un precio razonable, generando imagen, confort, y seguridad.

6.1.4 Visión.

En los próximos cinco años ser una empresa líder en servicios de limpieza de oficinas que permita la expansión de sus servicios a nivel provincial, aplicando procesos innovadores con enfoque de calidad y efectiva respuesta a las necesidades de los clientes.

6.1.5 Políticas

Respecto a las políticas que deberá tomar la empresa son:

- 1. Planificación.** Formular un plan operativo anual que satisfaga al objetivo de la empresa.
- 2. Implantación.** Proveer todos los recursos y mecanismos de apoyo para poner el plan en acción y ejecución.
- 3. Medición y evaluación.** Medir, monitorear y evaluar su desempeño operacional ante los objetivos y metas del plan en acción y ejecución.
- 4. Revisión y mejoramiento:** Revisar y mejorar continuamente los procesos de la empresa con el objeto de mejora su desempeño que implemente la empresa. Desarrollar programas que faciliten el crecimiento cualitativo de los procesos de operación en relación a las nuevas tecnologías para incorporarles a los procesos de la organización.

6.1.6 Valores

Para que la empresa cumpla con los principios y políticas de la organización tendrá que implementar los siguientes valores:

- **Responsabilidad.** es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral.
- **Enfoque al cliente** la microempresa se comprometerá a conocer las necesidades de los clientes, para que basados en la experiencia pueda desarrollar soluciones adecuadas.
- **Respeto.** Se refiere a cuestiones morales y éticas, que aplicara la organización con su talento humano y sus clientes.
- **Integridad.** Es siempre estar de un mismo humor, actitud. Una persona íntegra es aquella que no se queda en una sola actividad, sino que se mueve por las distintas áreas del conocimiento.
- **Solidaridad.** se refiere al sentimiento de unidad basado en metas o intereses comunes. Así mismo, se refiere a los lazos sociales que unen a los miembros de una sociedad entre sí.
- **Innovación.** El liderazgo de la microempresa podrá conseguirse y mantenerlo a través de la innovación de procesos, técnicas, soluciones, productos y servicios de limpieza en el mercado.

6.1.7 Objetivos de calidad

- Establecer con los clientes mediante la supervisión y operación eficiente una buena comunicación que permita determinar las necesidades y expectativas de los mismos en relación al servicio de limpieza.
- Determinar un portafolio de proveedores de productos de limpieza, que permita escoger los mejores productos de calidad a buenos precios.

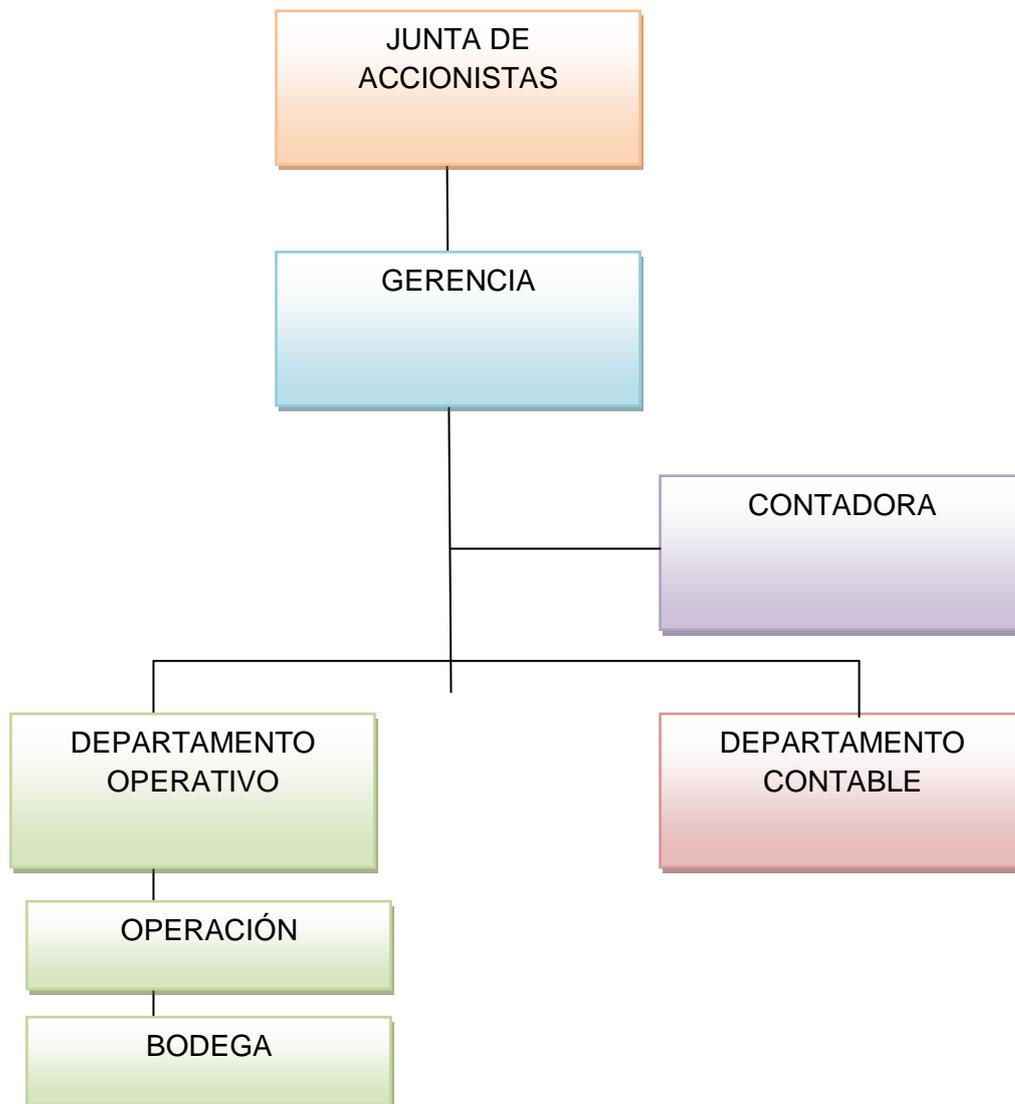
- Ratificar el estatus de la organización como líder en esta actividad económica incrementando su participación en el mercado, sustentado en una planificación estratégica para la promoción y venta de sus servicios.

6.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El organigrama estructural que tendrá la microempresa tiene como objetivo describir las necesidades del talento humano que requiere la microempresa de servicios de limpieza de oficinas privadas. El organigrama estructural propuesto para la empresa es el siguiente:

Gráfico N° 24

Organigrama estructural de la microempresa de limpieza



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

La estructura organizacional será el medio que tendrá la microempresa para conseguir los objetivos con las responsabilidades del talento humano en cada una de las aéreas definidas en el organigrama para operar en forma óptima y coordinada las actividades y las relaciones internas y externas con clientes y sus proveedores

6.3 FUNCIONES, DESCRIPCIÓN Y PERFIL DE LOS PUESTOS

Cuadro N° 77

Identificación del cargo de Accionista

Identificación del Cargo	
Descripción del puesto	Accionistas
Funciones	.Establecer un control de todas las actividades .Tomar decisiones que ayuden al progreso y buen desarrollo empresarial.
Perfil Requerido	. Contar con experiencia y conocimientos laborales.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 78

Identificación del cargo de Gerente General

Identificación del cargo	
Descripción del puesto	Gerente General
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Actuar como representante legal de la empresa. • Controlar el cumplimiento de políticas y estrategias establecidas para el funcionamiento de la empresa. • Elaborar informes de desempeño los cuales serán presentados a la junta de accionistas. • Evaluar la ejecución de la programación de compras y ventas de la empresa. • Elaborar y ejecutar planes operativos anuales • Elaborar y ejecutar presupuestos • Atención a clientes y proveedores
Perfil requerido	<p>Educación Título de tercer nivel en Ing. Administración de Empresas o carreras afines</p> <p>Experiencia Experiencia mínima de 2 años en puestos de gestión Administrativa de preferencia en empresas similares.</p> <p>Conocimientos específicos .Administración de recursos</p>

	.Planificación estratégica .Conocimientos de programas de computación
--	--

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro Nº 79

Identificación del cargo de Secretaria

Identificación del Cargo	
Descripción del puesto	Secretaria
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de oficina y auxiliar de gerencia • Manejo de agenda del gerente • Recepción de llamadas telefónicas • Clasificación y archivo de documentos • Atención a clientes internos y externos de la empresa • Brindar información pertinente • Manejo de toda de toda la correspondencia de la microempresa • Manejo del archivo general de la documentación que ingresa y se genera en la organización • Hacer los trámites que en la empresa se generan como producto de su interrelación con proveedores , clientes y organismos de control • Preparar toda la documentación para reuniones del personal con la gerencia
Perfil Requerido	<p>Educación Título profesional de secretariado</p> <p>Experiencia Experiencia mínima de 2 años como mínimo en puestos relacionados con el tema y en empresas similares</p> <p>Conocimientos específicos .Programas de computación</p>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 80

Identificación del cargo Contadora

Identificación del Cargo	
Descripción del puesto	Secretaria - Contadora
Funciones	<ul style="list-style-type: none">.Coordinación con la persona encargada de compras, para comprobar la compra mercadería..Tener sólidos principios éticos..Presentar informes periódicos de su gestión..Control de inventarios..Pago a trabajadores..Realizar las compras.
Perfil Requerido	<p>Educación Título profesional contador público autorizado.</p> <p>Experiencia Experiencia mínima de 2 años como mínimo en puestos relacionados con el tema y en empresas similares</p> <p>Conocimientos específicos .Programas de computación</p>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 81

Identificación del servicio de Bodeguero - chofer

Identificación del Servicio	
Descripción del puesto	Bodeguero - chofer
	<ul style="list-style-type: none">• Receptar la mercadería en bodega• Revisar con las guías correspondientes• De estar conforme realizar la firma de recepción caso contrario devolver la mercadería al proveedor.• Hacer la compra en el sistema• Ordenar en bodega• Llevar y retirar al personal de limpieza a las diferentes empresas en los horarios asignados
Perfil requerido	Educación Sistemas o carreras afines. Experiencia .Mínima de un año en puesto de Bodeguero en empresas similares. Conocimientos específicos .Llevar inventarios .Conocimientos de programas de computación.

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 82
Identificación del cargo del personal de limpieza

Identificación del cargo	
Descripción del puesto	Personal de limpieza
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar la limpieza de las oficinas asignadas. • Velar por el buen estado de las maquinas de limpieza • Atención al cliente
Perfil requerido	<p>Educación Bachiller</p> <p>Experiencia Experiencia mínima de 2 años en puestos similares</p> <p>Conocimientos específicos .Manejo de maquinas de limpieza .Relaciones humanas</p>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

La organización funcional de los departamentos o áreas funcionales representan las tareas sustantivas de los puestos de trabajo y se estructuró en función a las partes que conforman la microempresa.

6.4 DESARROLLO DEL PERSONAL

Para operar la empresa en forma exitosa se requiere de un Plan de Desarrollo Organizacional como instrumento de la administración moderna de las empresas, manteniendo sistemas de gestión para mejorar continuamente su desempeño y los objetivos institucionales hacia una mejora de desempeño de sus recursos; talento humano, materiales, tecnológicas, económicas – financieras, para lo cual se deberá realizar lo siguiente:

- Invertir en la capacitación y el desarrollo del personal.
- Apreciar y evaluar con honestidad y exactitud el comportamiento de cada empleado por lo menos a una vez por año.
- Trabajo en equipo.
- Apoyo al desarrollo de capacidades intelectuales e iniciativas que aporten al mejoramiento de los procesos de la empresa

- Innovación continua de las competencias según sus funciones y puestos de trabajo. del talento humano que requieran o necesiten de habilidades y conocimientos
- Aplicar la administración por resultados que la participación de cada trabajador en la determinación de sus propios objetivos y la forma en que intentara alcanzarlo con la aprobación de la gerencia
- La participación en reuniones de trabajo como modelo que fomente y permita para decisiones , objetivos y planes así como sugerencias sobre la forma de cómo ser implementados mejoras en los procesos.
- Ambiente de relación de trabajo con un clima laboral armónico dinámico que promueva la eficacia y eficiencia del talento humano.

6.5 Seguridad y Salud Ocupacional (seguridad industrial)

La microempresa aplicará las normas de seguridad y salud ocupacional fundamentada en el principio de las normas OSHA como un instrumento en materia de seguridad y salud en el trabajo, para que el talento humano desarrolle sus actividades o procesos operacionales sin riesgo o una probabilidad de causa directo de un daño a la salud del trabajador. La empresa implementará condiciones y medio ambiente de trabajo, para que sus trabajadores y el entorno de sus acciones tengan seguridad con la aplicación de los productos que se utiliza para la limpieza de oficinas. La empresa dotará de los equipos de protección específicos y adecuados a sus trabajadores para que le protejan de uno o varios riesgos que puedan amenazar su seguridad o salud en el trabajo.

La microempresa aplicará un sistema de seguridad y salud en el trabajo como un conjunto de elementos interrelacionados que tendrán como objetivo establecer una política y objetivos de seguridad y salud en el trabajo y los mecanismos, acciones necesarias para alcanzar estos objetivos con responsabilidad social empresarial, para lo cual elaborará el Plan Mínimo de Seguridad y Salud Ocupacional que será aprobado por el Ministerio de Relaciones Laborales y por la Unidad de Riesgos en el Trabajo en el IESS.

Para evitar accidentes es necesario seguir las siguientes normas de seguridad y salud ocupacional:

- Ninguna tarea de limpieza debe manipular máquinas o vehículos existentes en el lugar de trabajo sin estar autorizado.
- Elegir las herramientas y productos adecuados para cada paso de trabajo de limpieza.
- Usar prendas de protección establecidas por la empresa
- Usar calzado de seguridad y las prendas que puedan considerarse necesarias para la prevención de accidentes por parte de la empresa.
- Para el uso de detergentes y otros químicos de limpieza deberán usar protecciones para las vías respiratorias y oídos si es necesario.
- Las normas de seguridad de acuerdo al plan mínimo se aplicará fundamentado en los procesos relevantes y las herramientas que se utiliza para los mismos.
- Usar el equipo adecuado para el uso de productos químicos cuando se manipulan y si se mezclan con agua, añadir el producto al agua, mas no al revés para evitar accidentes.

6.6 Aplicación de la normativa del Ministerio de Relaciones Laborales

La microempresa se fundamentará la contratación del talento humano según la normativa que establece para los contratos de relación laboral con dependencia, que generen derechos y obligaciones laborales o administrativas que se caractericen por tener una duración limitada y que sean sujetas a su liquidación cuando las partes crean convenientes. Los contratos que ejecute la microempresa se efectuarán de acuerdo con la normativa técnica y procedimental para la vinculación de su talento humano a los niveles o puestos ocupacionales que tiene la empresa.

Se aplicará todos los procedimientos para el proceso de selección, contratación e inducción del talento humano, los mismos que serán evaluados mediante un test psicológico y una entrevista que aplicará la gerencia a los candidatos seleccionados y de mayor puntaje. En relación a los horarios de trabajo el talento humano deberá cumplir con las horas estipuladas en el contrato y distribuidas en forma mensual y semanal de lunes a viernes con un horario máximo de ocho horas diarias, acorde con el horario convenido entre los trabajadores y la gerencia. Se aplicará un método de evaluación del

desempeño en forma semestral que permita consignar estrategias en base a los resultados de la medición para establecer mecanismos de mejoramiento continuo en los diferentes procesos administrativos y operativos de la microempresa.

6.7 Aplicación del impuesto a la renta

La microempresa se ajustará a la normativa de impuesto a la renta de la ley Tributaria del Ecuador, publicada el 29 de diciembre del 2007 en el Registro Oficial No. 242. De esta forma se hará el pago de este impuesto en sus declaraciones correspondientes a los ejercicios económicos de conformidad con la siguiente normativa; en el que establece que las empresas que no son obligadas a llevar contabilidad tienen la obligación de pagar el impuesto a la renta de los ingresos y menos los gastos que realicen en su ejercicio económico anual.

6.8 Contratación de trabajadores

Se aplicará en concordancia con los artículos del Ministerio de Relaciones Laborales, en cuanto al salario básico unificado, horarios, en cumplimiento con el artículo 6 del 416 de la Constitución de la Republica del Ecuador, en el que determina la prestación de servicios del talento humano, para el sector privado, en los cuales por su naturaleza se requiere contar con los mismos sin perjuicio de la aplicación de los beneficios de ley, otorgado por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Se regirá en el art. 58 de la Ley Orgánica de Contratación para que se vincule de acuerdo a la categoría del trabajo. Bajo este principio la empresa efectuara la contratación de su talento humano en forma anual, con la factibilidad de elaborar los contratos en forma sucesiva si es que el talento humano se ajusta a las normativas y disposiciones de la gerencia y en base a las normas aplicadas por el Ministerio de Relaciones Laborales.

CAPÍTULO VII

IMPACTOS O EFECTOS DEL PROYECTO.

7.1 HERRAMIENTA DE VALIDACIÓN DE IMPACTOS

En este capítulo se presenta la herramienta metodológica para validar los impactos positivos y negativos que pueden ser generados por microempresa de limpieza. Esta metodología se fundamenta en la siguiente escala de valoración:

Cuadro Nº 83
VALORACION DE IMPACTOS

Valoración cualitativa	Valoración cuantitativa
Muy alto	5
Alto	4
Medio	3
Bajo	2
Muy bajo	1
Indiferente	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

Los impactos serán medidos de las variables, económica, social, educativa – cultural, comercial o de mercadeo, y empresarial con sus respectivos indicadores, considerándose según su magnitud y subjetividad aplicada. Para sistematizar la evaluación se procedió a elaborar matrices para cada una de las variables de los impactos positivos.

7.2 IMPACTOS POSITIVOS.

Los impactos positivos que generará el proyecto en forma hipotética pero tangible de medir cuando se ponga en acción la microempresa establecen los siguientes indicadores de impacto económico.

7.2.1 Impacto Económico

Cuadro N° 84

MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO

Indicadores	1	2	3	4	5
- Las entidades privadas disponen de servicios de limpieza de precios accesibles y competitivos			x		
- Beneficio / Costo de limpieza operación aceptable			x		
- Emprendimiento de nuevas ideas de negocios					x
- Integración de nueva unidad económica microempresarial en la ciudad de Tulcán.				x	
- Ser herramienta para la vinculación del mantenimiento de los espacios físicos de las empresas privadas de la ciudad				x	
- Mantener los espacios físicos de las empresas privadas en óptimas condiciones desde el punto de vista de limpieza.			x		
- Márgenes de rentabilidad aceptable de la inversión requerida para la implementación de la microempresa de limpieza			x		
Total	0	0	12	8	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 4 que significa impacto positivo “Alto”

Este impacto es beneficioso para las empresas privadas por cuanto dispondrán de servicios de aseo a precios cómodos competitivos y con servicios de limpieza ajustados a normativas de calidad. Desde el enfoque de la inversión que se requiere para la creación de la microempresa de limpieza se estableció en el estudio económico financiero que la inversión ejecutada tendrá los reportes de rentabilidad positivos en cuanto al VAN, TIR, PRI y Beneficio – Costo lo que. Visualiza una rentabilidad operativa que maximiza las utilidades planeadas por la operatividad de la microempresa.

7.2.2 Impacto Social

Los impactos sociales que genera el proyecto son internos y externos, los internos están representados por el mejoramiento económico y de calidad de vida del talento humano que laborará en la misma. Otro indicador importante social es el aseguramiento de puestos de trabajo, salarios y beneficios sociales que tienen el recurso humano de la microempresa. El impacto social externo es el servicio de limpieza técnico que tendrán las empresas privadas de la ciudad para beneficio de sus funcionarios y clientes que acuden a estas empresas que dispondrán de ambientes confortables desde el punto de vista de limpieza.

Cuadro N° 85

MATRIZ DE IMPACTO SOCIAL

Indicadores	1	2	3	4	5
- Mejoramiento de la calidad de los ambientes de oficinas y espacios físicos de las empresas privadas de la ciudad					x
- Integración de ambientes de confort desde el punto de vista de limpieza				x	
- Mejoramiento y fortalecimiento de de los ambientes físicos desde el punto de vista mantenimiento de pisos muebles en general y equipos de oficina de las oficinas privadas				x	
- Integración de emprendimiento de servicios de limpieza.				x	
- Procesos de limpieza innovadores al servicio del sector empresarial privado				x	
- Satisfacción de los empresarios privados en torno a sus servicios de limpieza contratados.					x
- Establecer emprendimientos nuevos para generara puestos de trabajo				x	
Total	0	0	0	20	10

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

La calificación cuantitativa de este impacto es de 4.28 que significa impacto positivo “Alto”.

7.2.3 Educativo – Cultural

El impacto positivo en el ambiente educativo – cultural tiene las siguientes hipótesis sujetas a valoración.

Cuadro N° 86

MATRIZ DE IMPACTO EDUCATIVO - CULTURAL

Indicadores	1	2	3	4	5
- Desarrollo de destrezas, habilidades de servicios de limpieza con tecnologías innovadoras				x	
- Diseño de competencias ocupacionales para procesos de limpieza de oficinas y espacios físicos de empresas privadas					x
- Acceso a la información técnica de la creación de una microempresa de prestación de servicios de limpieza de oficinas y ambientes físicos de empresas					x
- Mejoramiento continuo de procesos de capacitación en servicios de limpieza				x	
- Cultura organizacional para la presentación de servicios			x		
- Vinculación laboral u ocupacional en emprendimientos			x		
- Integración de estrategias de emprendimiento.			x		
Total	0	0	9	12	10

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

La calificación cuantitativa de este impacto es de 4.48 que significa impacto positivo “alto”. Que significa un aporte a la educación y cultura del personal que trabaje en la organización; los indicadores de la matriz son los más significativos al analizar este impacto.

En el ámbito externo el impacto educativo cultural tendrá que ver con la estructura holística del proyecto que puede servir como una guía de todos los indicadores de la matriz.

7.2.4 Comercial

Los indicadores propuestos en este componente describen los impactos del proyecto desde el punto de vista comercial y las relaciones de mercado que podrá tener la microempresa con las empresas privadas de la ciudad en términos precontractuales y contractuales de aplicación de sus contratos de prestación de servicios. Esta validación es una de las más importantes para el desarrollo comercial de la microempresa.

Cuadro N° 87

MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL O DE MERCADO

Indicadores	1	2	3	4	5
- Demanda de servicios de limpieza de las empresas privadas			x		
- Mercado meta potencial fijo con necesidades de contratar servicios de limpieza				x	
- Precios acorde a la oferta y demanda			x		
- Canales de marketing apropiados			x		
- Fijación de mercado			x		
- Mejorar los procesos de oferta de servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán dirigido a las empresas privadas			x		

- Fortalecer la oferta de servicios de tipo microempresarial en este sector económico				x	
- Mejoramiento de los servicios de limpieza de oficinas				x	
- Validación de los servicios de limpieza en las empresas				x	
Total	0	0	15	16	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: la autora

El valor cuantitativo de este impacto es de 4,42 que significa impacto positivo “Alto”

Este impacto es altamente positivo y de validación para la implementación de la microempresa ya que ofertará servicios de limpieza calidad por las características tecnológicas uso de insumos, personal capacitado optima atención al cliente, sus precios razonables lo que causa un impacto positivo en la prestación de estos servicios

7.2.5 Empresarial

Cuadro Nº 88

MATRIZ DE IMPACTO EMPRESARIAL

Indicadores	1	2	3	4	5
- Desarrollo empresarial			x	X	
- Generación de empleo				x	
- Aplicación de estrategias empresariales.			x	X	
- Cultura empresarial				x	
- Cultura organizacional				x	
- Emprendimiento					x
Total	0	0	6	12	5

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

El impacto empresarial es de 3.28 puntos que equivale a impacto positivo medio, considerando los indicadores de desarrollo empresarial, generación de empleo y sobre todo de emprendimiento.

7.2.6 Impacto General

Cuadro N° 89
MATRIZ GENERAL

NIVEL DE IMPACTO	1	2	3	4	5
Económico				x	
Social				x	
Educativo – cultural				x	
Comercial o mercadeo				x	
Empresarial			x		
Total	0	0	3	16	0

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La autora

Nivel de impacto del proyecto = $19 / 5 = 3.8$ impacto positivo alto.

Al medir los impactos positivos que genera el proyecto con la matriz general, se establece que tendrá un impacto positivo alto lo que sustenta la creación y funcionamiento de la empresa de servicios de limpieza.

CONCLUSIONES

- Se determinó en el diagnóstico situacional que el problema central es que actualmente en la ciudad de Tulcán no se localiza una empresa de prestación de servicios de limpieza, tomando en cuenta que existen 156 empresas privadas que pueden tener la necesidad de contratar servicios de limpieza para sus oficinas.
- Del análisis de la oferta se determina que los competidores indirectos para el proyecto son las 62 personas que actualmente prestan servicios de limpieza en las empresas privadas de la ciudad.
- Existe una demanda potencial de ciento cincuenta y seis empresas privadas en la ciudad de Tulcán. La demanda futura es de 158 empresas para el año 2013. Del balance oferta – demanda se determina una demanda insatisfecha de 96 empresas, de las cuales el proyecto pretende captar el 18.02% que representa 20 empresas privadas. Desde este punto de vista el proyecto tiene óptimas probabilidades de mercado.
- La localización de la microempresa de servicios de limpieza es en la parroquia González Suárez de la ciudad de Tulcán en vista de que reúne las características óptimas para esta actividad económica. El área total de espacios físicos que se requiere para una operación óptima de la empresa es de 191.99m² de acuerdo a la capacidad instalada y operativa. La inversión que necesaria para la implementación de la empresa es de \$46.192,31
- La empresa generará un VAN positivo de \$43.537, la TIR es del 43.10%, que supera al Costo de Oportunidad en 31.33%. El PRI es de 2 años, 5 meses y 3 días, el B/C de \$1.96.

- La razón social de la microempresa de servicios de limpieza es: “SERVI-LIMP GONZÁLEZ SUÁREZ S.A. Se estableció la filosofía empresarial y la estructura organizacional y funcional de manera que sustente un funcionamiento óptimo de la microempresa.
- Al medir los impactos positivos que genera el proyecto se establece que tendrá un impacto positivo de nivel “alto” lo que sustenta la creación y funcionamiento de la empresa de servicios de limpieza.

RECOMENDACIONES

- La implementación de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas en la ciudad de Tulcán, será una alternativa para el emprendimiento microempresarial como una perspectiva de rentabilidad, evitando de esta manera los problemas laborales de relación de dependencia de las empresas privadas.
- Aprovechar las oportunidades de mercado que ofrecen las empresas privadas localizadas en la ciudad de Tulcán, brindando servicios de limpieza de calidad incorporando nuevas tecnologías a los procesos de limpieza.
- Para que la microempresa de servicios de limpieza logre tener un posicionamiento en el mercado nacional será necesario establecer un plan estratégico de marketing que permita tener interrelaciones comerciales directas con las empresas privadas de la ciudad de Tulcán.
- La localización de la empresa determinada en el Estudio Técnico es la más apropiada por sus características locacionales. Para la operatividad de la microempresa se deberá aplicar tecnología que cumpla con los requerimientos técnicos del Ministerio de Relaciones Laborales y del Ministerio de Salud en cuanto al manejo de desinfectantes y equipos que se utiliza en los procesos de limpieza, de manera que se obtenga óptimos rendimientos.
- Aplicar estrategias económicas financieras para ajustar los ingresos y los egresos a las proyecciones establecidas en el proyecto con la finalidad de alcanzar los niveles de pre factibilidad y factibilidad identificados en el proyecto (VAN, TIR, B/C).

- En relación a la estructura organizativa propuesta, se deberá aplicar estrategias de cultura organizacional, trabajo en equipo, liderazgo, para que el talento humano se ajuste a las perspectivas operativas de la organización y satisfacción de los clientes, así como cumplir con los requisitos legales para su funcionamiento.
- Se deberá medir los impactos positivos que tienen el proyecto en base a sondeos de opinión a nivel interno y externo de la microempresa con la finalidad de centralizar acciones para obtener los puntajes de impactos positivos que formula el proyecto.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- ARMSTRONG, G. K. (2008). *Fundamentos de la Mercadotecnia*.
- BESLEY, S., & BRIGHAM, E. (2009). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: McGrawHill Interamericana Editores S.A.
- COHEN, D. (2008). *Manual de procedimientos de limpieza*. México: Mc Graw Hill.
- COLLAHUAZO, J. (2008). *Manual de Evaluacion de Proyectos*. Perú: San Marcos.
- Diccionario de Contabilidad y Finanzas. (2008). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas*. Madri - España: Inmagrage.
- DOUGLAS, R. (2009). *Fundamentos de Administracion Financiera*. México: Inmagrage.
- DUANE, M. (2009). *Administración estrategica una herramineta para la competitividad*. California: 2da Edición.
- ENCOMENDERO, A. D. (2008). *Gestión de empresas para ser competitivos*. Lima: Arnold.
- ETZEL, M. (2009). *Proyectos, formulación, evaluación y control*. Quito: Publicaciones S.A.
- FRIEND, G., & ZEHLE, S. (2008). *Como diseñar un plan de negocios*. Quito: El Comercio S.A.
- GORDON, P., HILTON, R. W., & WELSCH, G. (2008). *Planificación y Control de Utilidades*. Mexico: Maureen Wilson.
- HOFFMAN, D. (2008). *Normas tecnicas de limpieza*. México: Thomson.
- ILLERA, C. (2009). *Administración de Empresas, Practicas y Ejercicios*. Editorial Ramon Areces.

LEY DE COMPANIAS. (2008). *Ley de Companias*. Quito.

MIRANDA, J. J. (2008). *Gestión de proyectos. Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Adventure.

MORENO, J. (2008). *Las Finanzas en la Empresa, Informacion, Analisis, Recursos y Planeacion*. México: Mc Graw Hill.

ORTÍZ, A. (2008). *Gerencia Financiera un Enfoque Estrategico*. Bogotá - Colombia: McGrawHill.

PUJOL, B. (2010). *Dirección de Marketing y Ventas*. Madrid: G.F Printing.

SARMIENTOS, R. (2008). *Contabilidad General*. Quito: Adventure.

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**FORMATO DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE
COMERCIO DE LA CIUDAD DE TULCÁN**

Objetivo: Determinar el número de empresas privadas registradas en la ciudad Tulcán.

- 1. ¿En la Cámara de Comercio están inscritas que número de empresas privadas?**
.....
.....
- 2. ¿Del año 2008 al 2012, cual ha sido el comportamiento en cuanto al número de empresas privadas que se han inscrito en la entidad?**
.....
.....
- 3. ¿En la Cámara se encuentra alguna empresa que preste servicios de limpieza para oficinas privadas?**
.....
.....
.....
- 4. ¿Tiene conocimiento sobre la estructura de alguna empresa que se esté formando y que tiene como finalidad prestar servicios de limpieza de oficinas privadas?**
.....
.....
- 5. ¿De las empresas que están inscritas en la Cámara de Comercio qué número de estas son de producción de bienes y de servicios?**

.....
.....
6. ¿Considera usted viable que en la ciudad de Tulcán se localice una microempresa de prestación de servicios de limpieza de oficinas privadas?

.....
.....

GRACIAS

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LAS EMPRESAS PRIVADAS DE LA CIUDAD DE TULCÁN

Objetivo: Establecer la factibilidad que tiene la creación de la microempresa de servicio de limpieza en las empresas privadas de la ciudad Tulcán.

11. ¿La limpieza de las oficinas de su empresa, actualmente las realizan?:

Auxiliar de servicios ()

Persona particular ()

Empresa de limpieza ()

12. ¿Está satisfecho con el servicio de limpieza que actualmente dispone la empresa?

Si ()

No ()

Porque.....

13. ¿Considera necesario que en la ciudad de Tulcán se localice una microempresa de limpieza de oficinas?

Si ()

No ()

Porque.....

14. ¿Qué factores considera usted para adquirir los servicios de limpieza?

Precio ()

Calidad del servicio ()

Promoción ()

Cumplimiento de los horarios ()

15. Al dar a conocer los atributos que tendrá la microempresa de servicios de limpieza ¿Estaría dispuesto a contratar estos servicios?

Si ()

No ()

Porque.....

16. ¿Qué tipo de servicios de limpieza le gustaría que oferte la microempresa?

Mobiliario ()

Equipos ()

Espacios físicos ()

Sanitarios ()

17. ¿Cuál sería el precio que estaría dispuesto a pagar por estos servicios en forma mensual?

\$200 a \$300 ()

\$300 a \$400 ()

\$400 a \$500 ()

\$500 a \$600 ()

>\$600 ()

18. ¿Cuál considera usted que debe ser la forma de pago de estos servicios?

Mensual ()

Semestral ()

Anual ()

19. ¿En qué horario le gustaría que la microempresa realice la limpieza en su empresa?

Antes de la jornada (Mañana) ()

Después de la jornada (Tarde) ()

20. ¿Dónde le gustaría que se localice de preferencia la microempresa?

Parroquia González Suárez ()

Parroquia Tulcán ()

GRACIAS

ANEXO 3

FOTOGRAFÍAS DE LIMPIEZA DE OFICINAS

ABRILLANTAMIENTO DE PISOS



Fuente: investigación directa

Elaborado por la autora

LIMPIEZA DE BATERÍAS SANITARIAS



Fuente: investigación directa

Elaborado por la autora

MEDIDAS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL DEL TALENTO HUMANO



Fuente: investigación directa

Elaborado por la autora

ASPIRADO DE ALFOMBRAS



Fuente: investigación directa

Elaborado por la autora

LIMPIEZA DE VIDRIOS



Fuente: investigación directa

Elaborado por la autora