



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LIMPIEZA Y AFINES EN EL HOGAR, BAJO UN ENFOQUE DE GÉNERO, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

Trabajo de titulación de ingeniera en contabilidad y auditoría CPA

Autoras: Diana Carolina Borja Hernández

Nancy Verónica Villamarín Villamarín

Director: ING. CARLOS ERNESTO MERIZALDE LEITON

IBARRA, MARZO 2019

RESUMEN EJECUTIVO

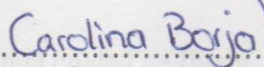
El presente trabajo tiene como objetivo, evaluar la factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza y afines al hogar, bajo un enfoque de género, en el cantón de Ibarra, provincia de Imbabura. Para la recolección de datos se aplicó dos encuestas: una al segmento de los hogares (379) y una al segmento empresas u oficinas (231), para determinar el conocimiento de las personas sobre el servicio de limpieza ocasional; se realizaron entrevistas a la competencia, para establecer los servicios que ofrece; y finalmente, se aplicó la técnica de observación para determinar las actividades económicas que se desarrollan en el cantón. Adicionalmente, se realizó un análisis del entorno a fin de determinar si existe demanda de servicios de limpieza ocasionales como apoyo a los hogares, debido a que actualmente tanto el hombre como la mujer están insertos en el mercado laboral; con respecto al estudio de mercado se identificó la demanda insatisfecha, para el segmento hogares es de 6334 y para el segmento empresas es de 52; en el estudio técnico y financiero se determinó que la inversión inicial es de 71.486,30 USD., recuperable en 3 años 9 meses, un punto de equilibrio de, y la participación del proyecto en el mercado (Segmento hogares 1.11% y segmento empresas u oficinas 67.31%); en relación a la organización del negocio se identificó que el proceso de limpieza es el más importante, por lo cual se debe tomar en cuenta como factores clave al tiempo y el personal que lo realiza, finalmente se concluyó que la generación de 10 puestos de trabajo de manera directa durante el primer año, genera un impacto social positivo, ya que éstos serían ocupados por hombres o mujeres con educación básica o superior inconclusa, lo cual limita su inserción laboral, se generarán oportunidades para mujeres víctimas de violencia, con tareas comunes para ellas y que les permitan generar ingresos sin que tengan que descuidar sus hogares ya que la jornada laboral será de tiempo parcial, la propuesta también genera un bajo impacto ambiental ya que la maquinaria y equipos adquiridos son ecológicamente amigables, los productos e insumos son de características orgánicas, el personal será constantemente capacitado en buenas prácticas, lo cual además incentivará a los usuarios a reducir y reciclar residuos.

ABSTRACT

The objective of this paper is to evaluate the feasibility of creating a cleaning services company related to the home, under a gender approach, in the canton of Ibarra, Imbabura province. For the collection of data, two surveys were applied: one to the household segment (379) and one to the companies or offices segment (231), to determine the people's knowledge about the occasional cleaning service; interviewed the competition, to establish the services offered; and finally, the observation technique was applied to determine the economic activities that take place in the canton. Additionally, an analysis of the environment was carried out in order to determine if there is a demand for occasional cleaning services as support to support households, since both men and women are currently inserted in the labor market; with respect to the market study, unmet demand was identified, for the households segment it is 6334 and for the companies segment it is 52; In the technical and financial study it was determined that the initial investment is 71,486.30 USD, recoverable in 3 years, 9 months, a balance point of, and the participation of the project in the market (Household segment 1.11% and business segment or offices 67.31%); in relation to the organization of the business, it was identified that the cleaning process is the most important, which is why it must be taken into account as key factors at the time and the staff that performs it, finally it was concluded that the generation of 10 jobs Directly during the first year, it generates a positive social impact, since these would be occupied by men or women with basic or unfinished higher education, which limits their labor insertion, opportunities for women victims of violence will be generated, with common tasks for and that allow them to generate income without having to neglect their homes because the workday will be part-time, the proposal also generates a low environmental impact since the machinery and equipment purchased are ecologically friendly, the products and supplies are characteristic organic, the staff will be constantly trained in good practices, which will also incentivize users to reduce and recycle waste.

AUTORÍA


Las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de sus autoras, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



.....

Diana Carolina Borja Hernández

CI: 171988190-4



.....

Nancy Verónica Villamarín Villamarín

CI: 100286423 - 7

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas Diana Carolina Borja Hernández y Nancy Verónica Villamarín Villamarín, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de limpieza y afines en el hogar, bajo un enfoque de género en el Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura. 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 designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 15 días del mes de marzo del 2019.

Firma

ING. CARLOS ERNESTO MERIZALDE LEITON

C.I. 1001635653



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 En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	171988190-4	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Y	BORJA HERNÁNDEZ DIANA CAROLINA	
DIRECCIÓN:	CAYAMBE, VIVAR E1-09 Y TERÁN		
EMAIL:	carolinaborjahernandez@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	022364-021	TELÉFONO MÓVIL:	0983291148
DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	DE	100286423 – 7	

APELLIDOS Y NOMBRES:	VILLAMARÍN VILLAMARÍN NANCY VERÓNICA		
DIRECCIÓN:	IBARRA, LA VICTORIA		
EMAIL:	veronicavillamarinv@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:	6001641	TELÉFONO MÓVIL:	0961752866

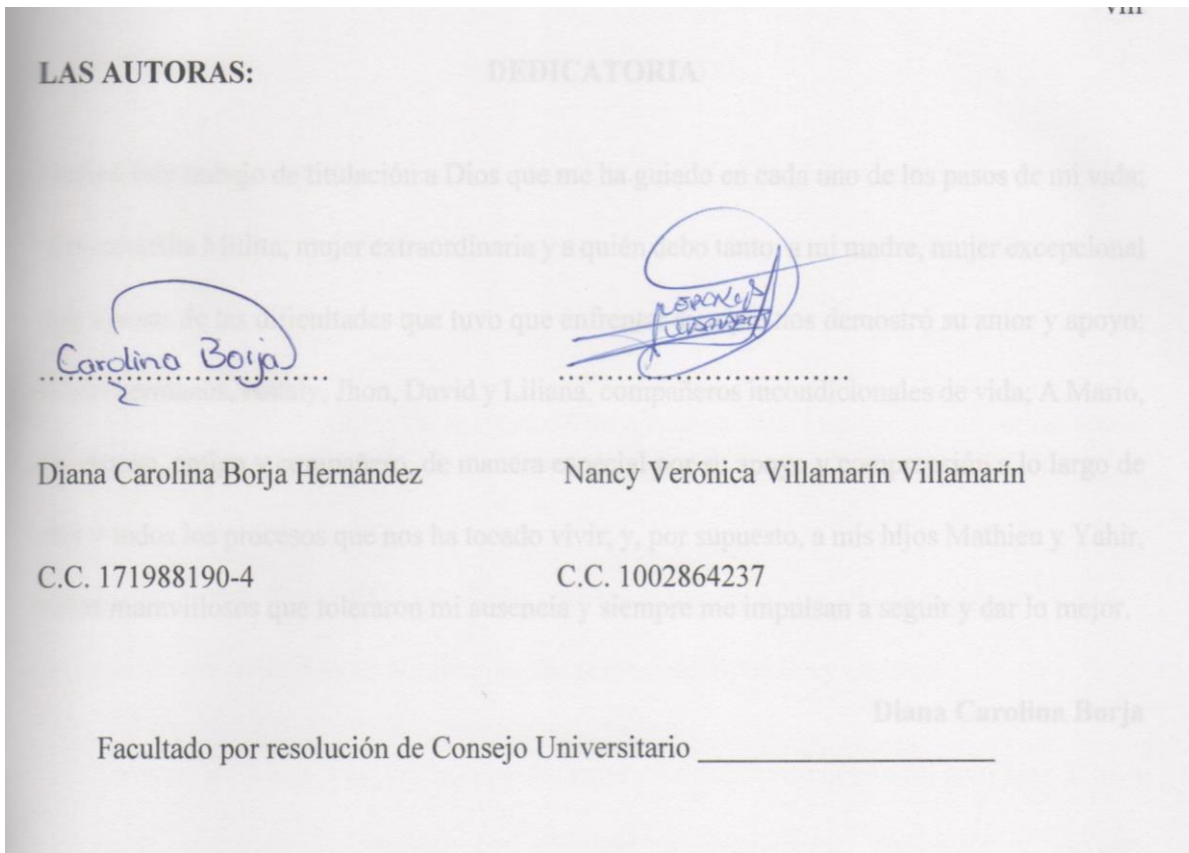
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA AL SERVICIO DE LIMPIEZA Y AFINES EN EL HOGAR, BAJO UN ENFOQUE DE GÉNERO, EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	BORJA HERNÁNDEZ DIANA CAROLINA VILLAMARÍN VILLAMARÍN NANCY VERÓNICA
FECHA: AAAAMMDD	2019-03-15
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSTGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA
ASESOR /DIRECTOR:	ING. CARLOS ERNESTO MERIZALDE LEITON

2.- CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan 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 son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de marzo del 2019

LAS AUTORAS:



LAS AUTORAS:

DEDICATORIA

Carolina Borja

Nancy Verónica Villamarín Villamarín

Diana Carolina Borja Hernández

Nancy Verónica Villamarín Villamarín

C.C. 171988190-4

C.C. 1002864237

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

DEDICATORIA

Dedico éste trabajo de titulación a Dios que me ha guiado en cada uno de los pasos de mi vida; A mi abuelita Millita, mujer extraordinaria y a quién debo tanto; a mi madre, mujer excepcional que a pesar de las dificultades que tuvo que enfrentar siempre nos demostró su amor y apoyo; A mis hermanos, Nataly, Jhon, David y Liliana, compañeros incondicionales de vida; A Mario, mi esposo, amigo y compañero, de manera especial por su apoyo y comprensión a lo largo de éste y todos los procesos que nos ha tocado vivir; y, por supuesto, a mis hijos Mathieu y Yahir, niños maravillosos que toleraron mi ausencia y siempre me impulsan a seguir y dar lo mejor.

Diana Carolina Borja

AGRADECIMIENTO

A Mario Albuja, mi esposo, por su cariño, apoyo incondicional y gran comprensión, en especial por asumir la responsabilidad de cuidado y protección de mis hijos mientras acudía a las aulas universitarias.

A mis hijos Mathieu y Yahir Albuja por sacrificar nuestro tiempo familiar, por su cariño, apoyo y comprensión.

A Mayrita, Verito, Karen y Evelyn, Khris grandes amigas que más allá de los buenos y malos momentos se convirtieron en familia, gracias por su apoyo, cariño y amistad.

A la Universidad Técnica del Norte, a los docentes y de manera especial a mi tutor Mgs. Carlos Merizalde, quien supo compartir con absoluto profesionalismo, dedicación y extrema incondicionalidad sus conocimientos, como ser humano, docente y profesional.

Diana Carolina Borja

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
ABSTRACT.....	iii
AUTORÍA.....	iv
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	v
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	vi
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vi
CONSTANCIAS.....	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xviii
ÍNDICE DE TABLAS	xx
PRESENTACIÓN.....	xxii
JUSTIFICACIÓN	xxiii
OBJETIVOS DEL PROYECTO	xxv
Objetivo general.....	xxv
Objetivos específicos	xxv
CAPÍTULO I	26
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	26
Antecedentes	26
Objetivos del diagnóstico.....	27
Objetivos General	27
Objetivos específicos	28
Variables e Indicadores diagnósticos	28
Matriz de relación diagnóstica	29
Metodología del Diagnóstico	30
Desarrollo de la matriz de relación diagnóstica	30
Análisis del Marco legal de las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar.	30
Estudio de los aspectos económicos del Cantón Ibarra.	41
Características geográficas y demográficas del Cantón Ibarra	44

Analizar el nivel de influencia del aspecto tecnológico en las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar	46
Matriz AOOR.....	47
CAPÍTULO II	49
MARCO TEÓRICO.....	49
Términos generales de emprendimiento	49
Estudio de factibilidad.	49
Emprendimiento.....	50
¿Qué es un emprendedor?.....	50
Espíritu emprendedor y liderazgo.	50
Planificación y control financiero del emprendedor.....	51
Creatividad y perseverancia.....	51
Desarrollo de proyectos.	52
Matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR)	52
Términos relacionados a los objetivos del desarrollo sustentable (ODS).....	53
Objetivos del desarrollo sustentable (ODS).....	53
Equidad de género en las empresas.	54
Acceso al trabajo digno.....	55
Términos relacionados a empresas	56
Concepto de empresa.	56
Tipos de empresas.....	57
Empresas según su tamaño.	57
La pequeña empresa.....	60
Empresa de servicios.....	60
Confianza de una empresa de servicios.	60
Seguridad.	60
Términos relacionados a estudio de mercado	61
Segmentación de mercado.	61
Oferta.	62
Demanda.	62
Elementos básicos de un proyecto de inversión.	62
Estudio de mercado.....	63
Tipos y Fuentes de información para un estudio de mercado.....	63

Términos relacionados a factibilidad económica.....	64
Factibilidad Económica.	64
Evaluación económica y financiera.	65
Plan de Marketing.....	65
Estructura organizacional de una empresa.....	65
Plan de inversión inicial.....	66
Proyección de ventas.....	66
Precio de venta.....	66
El punto de equilibrio.....	67
CAPÍTULO III.....	68
ESTUDIO DE MERCADO	68
Introducción	68
Objetivos.....	68
Objetivo general.....	68
Objetivos específicos.	68
Variables e indicadores	69
Variables.	69
Indicadores.....	69
Matriz del estudio de mercado	71
Metodología del Estudio de Mercado.....	72
Desarrollo de la matriz de estudio de mercado.....	72
Caracterización de los servicios a ofrecer conforme a la propuesta.....	72
Análisis de la Oferta existente en los servicios de Limpieza en el cantón Ibarra.....	74
Determinación de la situación actual de la demanda en los servicios de limpieza.....	76
Análisis y determinación de precios.....	93
Comercialización.....	94
Conclusiones del estudio de mercado	95
CAPÍTULO IV.....	97
ESTUDIO TÉCNICO	97
Introducción	97
Objetivos.....	97
Objetivo General.....	97
Objetivos Específicos.....	97

Localización del proyecto	98
Macro localización.....	98
Micro localización.	98
Tamaño del proyecto.....	102
Ingeniería física.....	104
Procesos Productivos.	105
Descripción de los 4 Servicios principales a Brindar.	112
Tecnología.....	115
Maquinaria y Equipo.....	115
Inversiones	120
Inversiones Fijas.	121
Talento Humano.....	125
Capital de trabajo.	125
Financiamiento.....	126
CAPÍTULO V	128
ESTUDIO FINANCIERO	128
Introducción	128
Objetivo General.....	128
Objetivos Específicos.....	128
Presupuesto de Egresos.....	129
Sueldos y Salarios.	129
Insumos de Limpieza.	131
Implementos de Limpieza.....	131
Seguridad industrial	132
Proyección de Insumos, Implemento de Limpieza y Seguridad Industrial	133
Materiales de Oficina	133
Útiles o Materiales de aseo	134
Servicios Básicos	135
Movilización	136
Arriendo.	136
Publicidad.	137
Depreciaciones.....	137
Amortización de inversiones diferidas.....	138

Gastos Financieros	138
Presupuesto de Ingresos	139
Balance de Situación Inicial.....	141
Estado de Resultados Proyectados.....	141
Flujo de caja Proyectado	143
Determinación del Costo de Oportunidad y tasa de rendimiento medio	143
Determinación del Costo de Oportunidad.....	143
Determinación de la tasa de rendimiento medio.....	144
Evaluación Financiera.....	144
Valor actual neto (VAN).....	145
Tasa interna de retorno (TIR).	145
Periodo de recuperación.....	146
Costo beneficio.	148
Punto de equilibrio.....	148
Conclusiones del estudio financiero	149
CAPÍTULO VI.....	150
PROPUESTA.....	150
Introducción	150
Razón social.....	150
Base legal	150
Proceso legal para la constitución de la empresa.....	151
Elección y Registro de Directivas.....	151
Base filosófica.....	152
Misión.	152
Visión.....	153
Objetivos.....	153
Principios.....	154
Valores	154
Logo de la empresa	155
Slogan de la empresa	155
Políticas.....	156
Estructura organizacional.....	157
Estructura funcional	158

De los socios.	158
De la dirección.	159
Junta de Vigilancia.....	161
El Administrador.....	161
Secretaria.....	162
Área Contable.	163
Área de Ventas.....	165
Área Operativa.	166
Área de Logística.	167
Servicio.....	168
Principales estrategias.....	169
Estrategia de Diferenciación.	169
Estrategia de Precios y Costos.	169
Estrategia de Talento Humano.....	170
Estrategia de Comercialización.....	170
CAPÍTULO VII.....	171
IMPACTOS.....	171
Introducción.....	171
Impacto social.....	172
Aumento del tiempo para el disfrute Familiar.	172
Salud y Seguridad Ocupacional.	172
Igualdad de oportunidades.	173
Mejor Calidad de Vida.....	173
Impacto económico.....	174
Generación de Ingresos.....	174
Generación de Fuentes de empleo.	174
Estabilidad Económica.....	174
Aumento de la dinamización de la economía.	174
Impacto ambiental.....	175
Manejo de Desechos.	175
Utilización de Insumos, implementos y materiales ecológicos.	176
Buenas prácticas medioambientales.	176
Impacto del proyecto.....	177

CONCLUSIONES	178
RECOMENDACIONES	179
BIBLIOGRAFÍA	180
ANEXOS	184
Anexo 1	185
Anexo 2: Plan de Contingencia.....	189

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Proyección de Población en el Cantón Ibarra 2010-2020 (Fuente: INEC)	45
Figura 2. Empresa con equidad de género (Garcidueñas,2007).	55
Figura 3. Empresa de telefonía Telefónica Movistar (Gestión,2013).....	56
Figura 4 Edificio central de Coca Cola Company, considerada una de las empresas más grandes del mundo. (Coca-Cola, 2018)	59
Figura 5 Segmentación del mercado. (Mercadotecnia, 2007)	61
Figura 6 Contratación de servicios de limpieza	80
Figura 7 Satisfacción de los clientes	80
Figura 8 Ventajas de Contratar Servicios de Limpieza	81
Figura 9 Demanda actual	82
Figura 10 Servicios que el Cliente está dispuesto a Contratar	82
Figura 11 Servicios que el Cliente está dispuesto a Contratar	83
Figura 12 Servicios que el Cliente está dispuesto a Contratar	84
Figura 13 Frecuencia de la prestación de servicios de limpieza	84
Figura 14 Contratación de servicios de limpieza	85
Figura 15 Satisfacción del cliente	86
Figura 16 Ventajas de contratar servicios de limpieza	87
Figura 17 Preferencias del consumidor.....	88
Figura 18 Valores que el cliente está dispuesto a cancelar.....	89
Figura 19 Frecuencia de los Servicios de Limpieza y afines.....	90
Figura 20 Clientes que contratarían los servicios	90
Figura 21. Mapa de Ibarra (Fuente: Maps, 2018)	98
Figura 22. Mapa de Av. Mariano Acosta (entre Av. Fray Vacas Galindo y El Obelisco) (Google maps, 2018).....	101
Figura 23 Plano de distribución por áreas (Arq. Manuel Borja).....	105
Figura 24. Plano de distribución por áreas (Arq. Manuel Borja).....	105
Figura 25 Simbología de diagramas	106
Figura 26. Diagrama de Operación General	107
Figura 27. Diagrama de Ventas	108
Figura 28. Diagrama de Compras.....	110
Figura 29. Diagrama del Proceso Contable	111

Figura 30. . Diagrama del Proceso de Prestación del Servicio de Limpieza y afines al hogar.	112
Figura 31. Diagrama del Proceso de Control de Calidad.....	114
Figura 32. Hidrolavadora de alta presión K5 (Rainbow Ecuador)	116
Figura 33. Lavadora aspiradora industrial PUZZI (Industrial Maquinov)	117
Figura 34 Abrillantadora Industrial HAWK 20 (Hidroclean).....	118
Figura 35. Vehículo (Autocosmos.com).....	118
Figura 36. Logo y Slogan Empresa de Servicios de Limpieza y afines al Hogar.....	156
Figura 37 Estructura Organizacional	158

ÍNDICE DE TABLAS

1.	Tabla de variables e indicadores	28
2.	Matriz de relación diagnóstica	29
3.	Tasas de interés Segmento productivo a junio 2018.....	44
4.	Matriz AOOR.....	47
5.	Matriz del estudio de mercado	71
6.	Empresas de Servicios de Limpieza en el cantón Ibarra.....	74
7.	Proyección de la Demanda Ibarra	92
8.	Precios de la Competencia	93
9.	Valores Peso - Factor	100
10.	Escala de Puntuación	100
11.	Ponderación de Ubicación Estratégica.....	101
12.	Tiempos por Servicios en cada Jornada laboral.....	103
13.	Capacidad por Operario en Jornada laboral.....	103
14.	Capacidad Anual de Servicios a Prestar	104
15.	Ficha técnica del Citroën Berlingo 1.6L Hdi	118
16.	Costo de Vehículo.....	121
17.	Costos de Maquinaria y Equipo.....	121
18.	Costo de Equipo de Computo	122
19.	Mobiliario fijo.....	122
20.	Costo de Muebles y Enseres	123
21.	Resumen de Inversiones Fijas.....	124
22.	Resumen de Inversiones Diferidas.....	124
23.	Costos del talento humano	125
24.	Capital de Trabajo.....	126
25.	Resumen de Inversiones	126
26.	Resumen de Financiamiento	127
27.	Proyección de Beneficios Sociales Año 1	130
28.	Proyección de Remuneraciones	130
29.	Consumo de Insumos de Limpieza en 1 mes.....	131
30.	Consumo de Implementos de Limpieza en 1 mes	132
31.	Consumo de Implementos de Seguridad Industrial 1 mes.....	132

32. Proyección de Implementos e Insumos de Limpieza y Seguridad Industrial.	133
33. Gasto de materiales de Oficina en un mes.	133
34. Proyectado de Materiales de Oficina.	134
35. Gasto de Útiles de Aseo.	134
36. Proyectado de Útiles de Aseo.	135
37. Gasto de Servicios Básicos mensual.....	135
38. Gasto de Servicios Básicos mensual.....	136
39. Gasto de Movilización Proyectada.	136
40. Proyección de Gastos de arriendo.....	136
41. Proyección de Gastos de Publicidad.....	137
42. Proyección de Depreciación.	137
43. Amortización de las Inversiones Diferidas.	138
44. Sistema de Amortización: Cuota Fija	139
45. Proyección de Ingresos	140
46. Balance situación inicial asociación ASOSERLIMPH.....	141
47. Estado resultado proyectado asociación ASOSERLIMPH.....	142
48. Flujo de caja proyectado asociación ASOSERLIMPH	143
49. Costo de Oportunidad	144
50. Valor actual neto	145
51. Valor actual neto	146
52. Periodo de Recuperación	146
53. Costo Beneficio.....	148
54. Determinación de la Misión.....	152
55. Determinación de la Visión	153
56. Derechos y Responsabilidades de los socios.	159
57. Nivel de Impactos	172
58. Nivel de Impacto Social.....	173
59. Nivel de Impacto Económico.....	175
60. Nivel de Impacto Ambiental.....	176
61. Resumen Nivel de Impactos	177

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo crear una empresa de servicios de limpieza y afines al hogar dentro del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura. Por lo cual, se ha realizado un estudio de factibilidad que lo sustente.

En primer lugar se realizará una investigación que ayude a una clara comprensión del cantón Ibarra como posible mercado para la inserción de una empresa de limpieza y afines al hogar, además de investigar cuál será el marco legal más favorable para su creación.

Para a continuación efectuar la conceptualización de los términos más relevantes en el desarrollo del presente trabajo de titulación, es decir, desarrollar un marco teórico que sirva de referencia en la investigación a realizar.

En el tercer capítulo se realizará un estudio para conocer el entorno de influencia y demás factores determinantes, así como, se analizará si el mercado permite la penetración de una empresa de limpieza y afines al hogar en el cantón Ibarra.

Una vez realizado el estudio de mercado se evaluará cuál es la mejor alternativa técnica para poner en marcha el presente proyecto, investigando y determinando cada uno de los factores de la empresa de servicios de limpieza y cómo ellos influyen la dinámica de la propuesta.

Todo lo antes citado servirá como base para realizar un estudio financiero que permita determinar la factibilidad económica del proyecto. Mediante la preparación de proyecciones de ingresos, egresos, estados financieros, así como, del análisis y evaluación de índices e indicadores financieros y económicos.

En la propuesta del presente trabajo de investigación se detalla la estructura organizacional de una empresa de limpieza y afines al hogar dentro del Cantón Ibarra.

Para finalmente realizar un análisis y evaluación de los principales impactos que se generarían a partir de la creación de una empresa de limpieza y afines al hogar dentro del Cantón Ibarra y los factores de influencia del presente proyecto.

JUSTIFICACIÓN

La iniciativa de emprender en una microempresa dedicada a servicios de limpieza y afines en el hogar, nace de estas nuevas características y determinantes sociales, y sobre todo de la poca oferta que existe en el cantón Ibarra así como el marco normativo e institucional del país, que permite establecer las oportunidades y ventajas de incursionar en este sector.

Una característica importante es la expansión demográfica de la ciudad de Ibarra y la sustitución de los roles tradicionalmente atribuidos a la mujer así como su inserción en el mundo laboral. Es decir, el que hoy tanto el padre como la madre tengan que aportar con ingresos a la familia, hacen que las actividades del hogar pasen a un segundo plano, y se deje en manos de terceras personas, a los hijos y tareas del hogar lo que permite establecer oportunidades para nuevas formas de trabajo.

Pues se ha demostrado que en el afán por cumplir las actividades relacionadas al hogar y las responsabilidades provenientes de su inserción en el mercado laboral, la pareja se ve enfrentada a nuevas problemáticas familiares y estas a su vez se derivan en económicas, de salud, y otras relacionadas a la dinámica familiar.

Estas consecuencias o problemáticas resultantes se dan en gran medida por la falta de tiempo ya que a las horas laborales, les siguen las dedicadas a la limpieza y otras tareas relacionadas cómo cocinar, lavar, planchar y revisar tareas a los hijos, lo cual disminuye el espacio para el disfrute familiar.

Y si a ello se suman factores económico y de incertidumbre: el primero, pues la familia ibarreña considera poco accesible la contratación de una empleada doméstica que contribuya en las tareas relacionadas al hogar por un costo promedio mensual para 2018 de 544.44 USD y; el segundo directamente relacionado al hecho de que un tercero ingrese y ponga en riesgo la armonía y seguridad del hogar y sus miembros.

Por lo que la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza y otros relacionados al hogar no solo se constituye en una alternativa económica para los inversionistas, sino que, posee gran interés local ya que se pretende cubrir una demanda existente, misma que contiene en sí una problemática social y que el emprendimiento puede ayudar a atenuar.

Para lo cual ha determinado como beneficiarios directos a los posibles inversionistas y al personal que labore en el mismo ya que al tratarse de trabajos que tienen que ver con el hogar la mayoría de colaboradores carecerán de educación formal media o superior, factor que limita su ocupación, sin embargo en este tipo de proyecto, sus conocimientos, relacionados a las actividades a desempeñar los vuelven en trabajadores idóneos y con gran valía dentro de la empresa.

Se consideran beneficiarios indirectos a los clientes, pues ellos tendrán a su servicio: personal calificado; tecnología de vanguardia para atenuar el impacto ambiental; seguridad con respecto a la o las personas que ingresan a su hogar u oficinas, ya que, las mismas contarán con el respaldo de la empresa; calidad y eficiencia en el trabajo a desarrollar; costos accesibles; y, la prestación de servicios de acuerdo a sus necesidades, mediante la asesoría personalizada antes, durante y post prestación de los servicios.

El presente trabajo pretende determinar si el proyecto es viable o no, para que en caso de serlo pueda ser ejecutado y representar una fuente de inversión rentable a los socios y de relevancia social en el sector, pues su aporte social se basa en que, más que un servicio se vende tiempo, mismo que dejará de gastar en tareas de limpieza y otras relacionadas para empezar a invertir las en el disfrute familiar o en lo que a criterio del cliente sea más oportuno.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo general

Evaluar la factibilidad para la creación de una empresa dedicada al servicio de limpieza y afines en el hogar, bajo un enfoque de género, en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, mediante el uso de herramientas de investigación y análisis para determinar si es rentable.

Objetivos específicos

- Conocer la situación actual del cantón Ibarra para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en la perspectiva de implementar una empresa de servicios de limpieza.
- Realizar...
- Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado para determinar la viabilidad de la propuesta, permitiendo tener una noción clara de la oferta, demanda y posibles consumidores de los servicios de limpieza y afines al hogar en el cantón Ibarra.
- Identificar y caracterizar los criterios técnicos relevantes para la implementación de la propuesta.
- Mejorar el nivel de certidumbre previo a tomar la decisión de invertir en la evaluación de la propuesta.
- Proponer una estructura organizacional óptima para la empresa, utilizando técnicas y métodos de organización, a fin de establecer y evaluar procesos administrativos y productivos, que fortalezcan el buen desarrollo de sus actividades.
- Analizar los principales impactos que generará la implementación de una empresa de limpieza y afines al hogar, a fin de evaluar la creación de la empresa.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El cantón Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, se encuentra ubicado en la sierra norte del Ecuador, a 2 225 metros sobre el nivel del mar, se constituye de cinco parroquias urbanas; y siete parroquias rurales, con una población de 214 552 habitantes según las proyecciones del INEC (2012).

La economía de San Miguel de Ibarra, radica principalmente en cuatro sectores: primario o agropecuario (11.61%); secundario o industrial, artesanal y manufacturero (19.38%); terciario o de servicios (58.02%) y otros (10.93%), mientras que las labores que desempeña la población Imbabureña de acuerdo con el INEC (2010) se distribuyen de la siguiente manera: 30.3% trabajan por cuenta propia; 28.8% son empleados privados; 14.1% peones o jornaleros; 11.8% empleados del estado; 4,1% no ha declarado; 3.5% trabajadoras domésticas; 4% patronos; 1.8% trabajadores no remunerados y 1.5% se desempeñan como socios o accionistas de sociedades.

Otros aspectos importantes de este sector de acuerdo a la información proporcionada por el Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial (PDyOT) 2015 del cantón Ibarra son: población en edad de trabajar (PET), 80.8%; índice de desempleo estimada para el cantón 3.3%; población femenina 51.41%. Así como, que la ciudad se encuentra cerca de la frontera norte, por cuanto se localiza a 125 km de la ciudad de Tulcán.

Estos factores inciden en el desarrollo del cantón y con ello han generado modificaciones en los hábitos y actividades tradicionalmente realizadas por los componentes sociales, culturales y económicos de Ibarra. Uno de los cambios observados es la incorporación de la mujer a la fuerza laboral por distintas razones (mayor grado de educación, desarrollo personal, autorrealización profesional, anhelo de colaborar en la economía familiar, deseos de mejorar en nivel de vida, entre otros motivos), provocan que las tareas relacionadas al hogar, tradicionalmente realizadas por ellas, pasen a segundo o tercer lugar en la lista de prioridades de acuerdo con la situación particular de cada hogar. Es decir, hoy en día se ha roto el diseño

tradicional de género que hasta hace pocos años ubicaba al hombre como proveedor y a la mujer como administradora de todas las actividades relacionadas a la casa y los hijos. Actualmente los hogares en su afán de equilibrar las actividades relacionadas al núcleo familiar contratan trabajadoras domésticas que contribuyan a cubrir estas necesidades, aunque, éste tipo de contratación se hace cada vez más inaccesible al bolsillo de la familia ibarreña, por el alto costo que conlleva realizarlo debido a las nuevas políticas gubernamentales inherentes a este tipo de servicios, además de no tener seguridad con respecto al personal que ayuda en estas tareas.

De igual manera, una vez revisado el registro de patentes municipales, se puede observar que de las 16.873 empresas registradas en el GAD de Ibarra, existen tres sociedades mercantiles, una asociación de EPS y cuatro personas naturales que ofertan el servicio de limpieza. Sus servicios se ofertan mayoritariamente por internet, lo que genera en el consumidor incertidumbre y desconfianza. Además, se constató que la mayoría de ellas presta sus servicios a otras empresas, es decir, no existen empresas que brinden el servicio eventual de limpieza a los hogares y a su vez, que éstas generen seguridad en los consumidores al contratarlos.

Ibarra, es un cantón en desarrollo con población mayoritariamente femenina que no se aleja de los efectos de toda urbe en progreso, lo que genera cambios en la población, en sus comportamientos y en los roles establecidos tradicionalmente. Es ahí donde se abren oportunidades especialmente para los servicios de limpieza y afines al hogar, por cuanto al ser un servicio eventual, los costos disminuyen considerablemente al compararlos con la contratación de una persona fija, con lo que se beneficia el presupuesto familiar; asimismo, el tiempo que se utiliza para esas tareas se puede invertir en actividades de esparcimiento y disfrute, entre otras.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. Objetivos General

Conocer la situación actual del cantón Ibarra para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos en la perspectiva de implementar una empresa de servicios de limpieza.

1.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Analizar el Marco legal de las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar en el cantón Ibarra.
- ✓ Estudiar los aspectos económicos del cantón Ibarra.
- ✓ Investigar las características sociales del área de investigación.
- ✓ Analizar el nivel de influencia del aspecto tecnológico en las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar.

1.3. Variables e Indicadores diagnósticos

Tabla 1

Tabla de variables e indicadores

VARIABLES	INDICADORES
Marco legal de las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar	<ul style="list-style-type: none"> - Constitución de la República del Ecuador - Mandato Constituyente N°8 - Código Orgánico Civil Ecuatoriano - Código de trabajo - Ley de Seguridad Social - Ley de Compañías - Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria
Características económicas	<ul style="list-style-type: none"> - Población Económicamente activa, - Actividades económicas del cantón. - Número de empresas de servicios de Limpieza - Catastro empresas (resumen) - Fuentes de financiamiento del Cantón - Sondeo 3 principales calles Ibarra
Características Demográficas	<ul style="list-style-type: none"> - Entorno geográfico - Población y genero - Educación - Empleos que ejerce la población Ibarreña
Equipos y medios tecnológicos de las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar	<ul style="list-style-type: none"> - Software - Equipo

Fuente: Investigación directa (Las autoras; Año 2018)

1.4. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 2

Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO GENERAL: Recopilar información que permita conocer la situación actual del Cantón Ibarra así como de las empresas de servicios de limpieza, a fin de determinar su entorno de influencia, en el Cantón Ibarra.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Analizar el Marco legal de las empresas de Servicios de limpieza y afines al hogar.	Marco legal de las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar	- Constitución de la República del Ecuador - Mandato Constituyente N°8 - Código Orgánico Civil Ecuatoriano - Código de trabajo - Ley de Seguridad Social - Ley de Compañías - Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	- Bibliográfica -	Fuentes secundarias: - Ministerio de Trabajo - MAGAP IBARRA - SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS
Estudiar los aspectos económicos del sector.	Características económicas	- Población Económicamente activa, - Actividades económicas del cantón. - Número de empresas de servicios de Limpieza - Catastro de Empresas (resumen) - Fuentes de financiamiento	- Bibliográfica - Estadística - Observación	Fuentes primarias y secundarias: - PDOT – Ibarra - INEC - SIISE - CCI - Sondeo 3 Principales Avenidas de Ibarra
Investigar las Características geográficas y sociales del área de investigación.	Características Demográficas Entorno geográfico	- Población y genero - Educación - Empleos que ejerce la población Ibarreña.	- Bibliográfica - Estadística	Fuentes secundarias: - PDOT – Ibarra - INEC - SIISE
Analizar el nivel de influencia del aspecto tecnológico en las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar	Equipos y medios tecnológicos de las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar	- Software - Equipo	- Analítica	Fuentes secundarias: - Proformas

Fuente de Información: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras.

Año: 2018.

1.5. Metodología del Diagnóstico

La metodología que se utilizará en este diagnóstico corresponde a una investigación de carácter descriptivo y las fuentes usadas son de origen primario y secundario. Esto permitirá investigar y recopilar información de las principales características del cantón Ibarra, las empresas prestadoras de servicios de limpieza, así como de su entorno. Es decir, determinar las características del cantón a fin de establecer un panorama real y general que ayude a conocer las particularidades del mismo y como ello permite o no la inserción de un ente productivo como la creación de una empresa de servicios de limpieza y afines al hogar.

1.6. Desarrollo de la matriz de relación diagnóstica

1.6.1. Análisis del Marco legal de las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar.

Crear actividades productivas de servicios de limpieza y afines en el hogar requiere de un análisis de la normativa legal vigente con el propósito de establecer la personería jurídica que sea más apropiada para la misma.

En el contexto ecuatoriano, existe normativa en tres ámbitos legales diferentes que permiten su creación: 1. Por medio del establecimiento de una asociación o cooperativa bajo la Ley de Economía Popular y Solidaria; 2. A través de la creación de personería jurídica mercantil (empresas que la ley estipula) bajo la normativa legal mercantil (Ley de Compañías y Código Civil Ecuatoriano) o; 3. Mediante la prestación de servicios como persona natural bajo la contratación civil. Todas las formas de organización productiva deben cumplir con la norma Constitucional, el Mandato Constituyente N°8, que regula las actividades de limpieza así como las entidades que ejerzan control sobre la misma (SRI, IESS, SCVYS, SEPS, GADs, MRL, entre otras). Entonces, se hace necesario realizar un análisis que permita establecer con claridad la normativa legal y a su vez determinar cuál es la más idónea para el presente proyecto, no sin antes enunciar la norma legal que lo ampara.

Constitución de la República del Ecuador

El presente proyecto de factibilidad de una empresa dentro del territorio ecuatoriano requiere de la norma máxima aplicable que es la Constitución del Ecuador, que rige a partir del año 2008 y que según varios constitucionalistas es amplia en derechos porque su principal precepto

es que la sociedad ecuatoriana tenga normas legales que permitan una convivencia armónica con cada uno de los factores que inciden en ella. Para lo que reconoce, que todas las personas gozarán de los mismos derechos y serán iguales ante la ley y la sociedad, además de reconocer el derecho de la población de vivir en un ambiente sano y ecológicamente saludable que garantice el Sumak Kawsay.

Así también, en el capítulo segundo del Título 1 referente a los derechos económicos, sociales y culturales, menciona derechos relativos a la propiedad, el trabajo y la seguridad social, que son pertinentes en el presente proyecto.

De tal manera que: el Art. 30 expresa: “La propiedad, en cualquiera de sus formas y mientras cumpla su función social, constituye un derecho que el Estado reconocerá y garantizará para la organización de la economía...” y aclara que no habrá discriminación por temas de género, tal como lo indica en el Art. 34 que menciona: “El Estado garantizará la igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres en el acceso a recursos para la producción y en la toma de decisiones económicas para la administración de la sociedad conyugal y de la propiedad.”

En lo que se refiere al trabajador, el art. 35 señala: “El trabajo es un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia...” y se complementa con el art. 36 “El Estado propiciará la incorporación de las mujeres al trabajo remunerado, en igualdad de derechos y oportunidades, garantizándole idéntica remuneración por trabajo de igual valor...” quedando claro que tanto para crear propiedad (empresa) como para ser parte de la fuerza laboral del país la constitución no ejercerá ningún tipo coercitivo por temas de género o de otra índole pero si hace hincapié en el hecho de que tendrá que cumplir su deber social.

El capítulo cuarto, sección primera, art. 283 dice:

...El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Con lo antes señalado, se entiende que la Constitución garantizará cualquiera de las formas de organización así como la propiedad siempre que cumpla con su función social, ambiental y genere a sus trabajadores un empleo digno y una remuneración justa, sin ningún tipo de

discriminación, en un ambiente favorable para este último. Así, la Constitución se convierte en el primer aliado de la empresa, el trabajador y la persona.

Mandato Constituyente N°8

El mandato Constituyente N°8 marcó un hito en el ámbito laboral nacional, pues el mismo eliminó las figuras de tercerización y trabajo por horas, un sistema que generó grandes abusos por parte de algunos empleadores y un gran descontento en los trabajadores. Entre los cambios más importantes que se produjeron a partir de su promulgación se encuentran: Prohibición de la intermediación laboral y toda forma de precarización de las relaciones laborales en las actividades propias de la empresa o empleador así como la eliminación de la contratación laboral por horas. Además, se creó la Jornada parcial permanente (4 horas diarias), los servicios complementarios y las empresas dedicadas a estas actividades. Se reguló los servicios que se pueden contratar externamente como un servicio técnico especializado, Servicios Prestados y Servicios Profesionales y por último, garantizó la estabilidad laboral para aquellas personas que a la fecha de la emisión estaban intermediadas.

En lo referente al presente proyecto los art. 3 y 4 indican cuales son las empresas de servicios complementarios y cuales las de servicios técnicos especializados. Las primeras son servicios ajenos a sus actividades cotidianas, habituales o propias de la empresa, se enmarcaran dentro de las siguientes actividades: vigilancia-seguridad (solo podrá ser ofrecido por personas jurídicas), alimentación, mensajería y limpieza. Mientras que las segundas son servicios de apoyo para cualquier empresa y que deben contar con su propio personal e infraestructura y se contratarán civilmente. Entre los servicios técnicos más comunes se encuentran los servicios de contabilidad, publicidad, consultoría, auditoría, asesoría legal, sistemas informáticos, administración de nómina, selección de personal, cobranza, call center, entre otros. Tanto las empresas de servicios complementarias y de apoyo técnico podrán realizar sus actividades como personas naturales o mediante empresas mercantiles, excepto las relacionadas con vigilancia, que no podrán ser personas naturales. Además, las referentes a servicios complementarios pueden adherirse a la economía popular y solidaria.

Así también, dentro del mandato y su respectivo reglamento, se prohíbe la contratación de estos servicios con empresas relacionadas entre sí, se regula el pago de utilidades por parte de la empresa que los contrata de manera solidaria, garantiza el pago de los fondos de reserva a los trabajadores de las empresas de servicios complementarios desde el primer día (Art. 14 del

Reglamento al Mandato Constituyente N°8) y exige el pago de una remuneración igual o superior al salario básico unificado a sus trabajadores.

El Mandato Constituyente N° 8 es la principal norma legal que sustenta las actividades complementarias con respecto a los servicios de limpieza dentro del contexto nacional, por lo que, forma parte de los aliados del presente proyecto.

Código Orgánico Civil Ecuatoriano

El Código Civil Ecuatoriano que comenzó a regir a partir del 1 de enero de 1861, cuya versión vigente es la modificada en el año 2015, misma que pretende regular el derecho civil y general en el territorio nacional. Este código rige a nivel empresarial en contratos civiles y en todo cuanto, otra norma legal no lo haga, es decir, suple en caso de ser necesario.

Por ejemplo, en el libro II, hace referencia a los bienes, su dominio, posesión, uso, goce y limitaciones, con lo cual complementa las demás leyes vigentes y amplía el criterio de aplicación. Para las empresas esta ley es fundamental en los aspectos de contratos, por ejemplo:

Art. 1461: Para que una persona se obligue a otra por un acto o declaración de voluntad es necesario: Que sea legalmente capaz; Que consienta en dicho acto o declaración, y su consentimiento no adolezca de vicio; Que recaiga sobre un objeto lícito; y, Que tenga una causa lícita. La capacidad legal de una persona consiste en poderse obligar por sí misma, y sin el ministerio o la autorización de otra.

Art. 1483.- No puede haber obligación sin una causa real y lícita; pero no es necesario expresarla. La pura liberalidad o beneficencia es causa suficiente. Se entiende por causa el motivo que induce al acto o contrato; y por causa ilícita la prohibida por ley, o contraria a las buenas costumbres o al orden público...

Mencionar todos los artículos y normativa relevante del código civil ecuatoriano sería altamente extensivo, pues, la misma es amplia y como se ha mencionado en líneas anteriores, esta sirve como suplemento a lo que no esté codificado en la ley que rige a las empresas de servicios de limpiezas y de manera específica en la celebración de contratos. Por lo cual, la misma se convierte en el mayor apoyo jurídico al momento de darle legalidad a los servicios que se preste a los clientes.

Código de trabajo

El Código de Trabajo de Ecuador fue publicado en el registro oficial suplemento 167, el 16 de diciembre del 2005 y su última modificación se realizó el 06 de abril de 2018. La vigencia del

mismo permite una adecuada protección a los derechos de los trabajadores y empleadores, regulando de manera eficiente los derechos y obligaciones inherentes a las relaciones laborales

Art. 1.- Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo... [Para lo cual define al trabajador como:] la persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra... [Y al empleador de la siguiente manera:] la persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

En este código se establece también las modalidades en que se puede ejecutar el trabajo así como las condiciones, y aclara en el Art. 3.- "...En general, todo trabajo debe ser remunerado." Así también hace referencia a que los derechos de los trabajadores son irrenunciables, tendrán protección judicial y administrativa en caso de requerirlo y además en todo momento serán favorables al trabajador.

De igual manera, hace referencia a los beneficios sociales, jornada laboral y remuneraciones. La jornada laboral será de 8 horas diarias y 40 semanales, pudiendo prolongarla por causas excepcionales como aumento en la producción por un tiempo máximo de 6 meses. También se considera un descanso obligatorio a los días sábado, domingo y feriados. En caso de requerir extender la jornada laboral se podrá hacer con un máximo de cuatro horas diarias y doce a la semana, mismas que si se realizan en los días hábiles serán pagadas con el valor de su remuneración más el 50% y en caso de realizarlas en fines de semana o feriados con el 100%. Con respecto a las vacaciones es un derecho ganado e irrenunciable que se da al trabajador una vez cumplido un año de labores y le corresponden 15 días y a partir del quinto año bajo el mismo empleador, un día adicional por cada año hasta un máximo de 15 días adicionales.

La remuneración debe ser igual al trabajo que realiza y éste nunca puede ser inferior al salario básico unificado. En cuanto a las utilidades, estas están estipuladas en el Art. 100.

Art. 100. Utilidades para las personas trabajadoras de empresas de actividades complementarias. Las personas trabajadoras de estas empresas, de acuerdo con su tiempo anual de servicios continuos o discontinuos, participarán del porcentaje legal de las utilidades líquidas de las empresas usuarias, en cuyo provecho se realiza la obra o se presta el servicio. El valor de las utilidades generadas por la persona natural obligada a llevar contabilidad o persona jurídica usuaria a que tengan derecho las personas trabajadoras de la empresa de actividades complementarias, serán entregadas en su totalidad a esta última, a fin de que sean repartidas entre todos sus trabajadores, y de acuerdo a su tiempo de servicio en la empresa de actividades complementarias, dentro del ejercicio fiscal durante el cual se generaron dichas utilidades...

Además de ello, todo trabajador tiene derecho a la decimotercera y decimocuarta remuneración, fondos de reserva, variaciones salariales, a ser afiliados en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

En el presente Código no existe legislación concerniente a los trabajadores de empresas de servicios de limpieza, ni tampoco de empresas que brinden servicios complementarios excepto el Art. 100 que indica sobre las utilidades. Por ello, si se considera crear una empresa de carácter mercantil los trabajadores tendrán que regirse a la figura “trabajadores en general” razón que genera un vacío legal o un conflicto entre normas jurídicas. Por cuanto esta norma ayuda de manera general en las relaciones laborales del presente proyecto más no es imprescindible. El Mandato Constituyente 8, es el que determina de manera clara a este tipo de actividades.

Ley de Seguridad Social

La ley de Seguridad Social o más conocida como la ley 2001-55, entró en vigencia desde el 30 de noviembre del 2001, y menciona que se fundamentará en principios de solidaridad (entre todos los afiliados y sin distinción), obligatoriedad (debe cubrir a todos sus asegurados), universalidad (es la garantía de iguales condiciones para poder acceder a todas las prestaciones por parte de los asegurados), equidad (ser beneficiario de las prestaciones de acuerdo a las necesidades del asegurado), eficiencia (es la óptima utilización de los recursos para garantizar su existencia y prestaciones), subsidiariedad (Es el auxilio obligatorio del Estado) y suficiencia (Entrega oportuna de servicios, prestaciones y demás por parte del IEES).

Esta ley es importante para la empresa, pues, norma el pago de un seguro obligatorio por parte del empleador y trabajador y a su vez responsabiliza al gobierno por medio de un subsidio para brindar atención médica, auxilio económico y créditos al afiliado y de manera extensiva a su cónyuge e hijos menores de 18 años. Es así que los sujetos de protección para el IEES, de acuerdo con el Art. 2 dice: “...todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella...” e indica que los riesgos cubiertos por el seguro general obligatorio serán: “Art.3... enfermedad, maternidad, riesgo de trabajo, vejez, muerte, e invalidez que incluye discapacidad y, cesantía...”.

Esta ley es una pieza clave, porque, sin importar que tipo de empresa se decida crear, esta debe proteger de manera obligatoria a sus empleados y asegurar que perciban todos los beneficios de ley, sin restricción ninguna. Es decir, promueve la seguridad social de los colaboradores.

Ley de Compañías

La ley de compañías vigente de Ecuador fue publicada en el registro Oficial 312, el 5 de noviembre de 1999 y la última modificación se realizó el 20 de mayo del 2014, la cual indica en:

Art. 1. Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Así también indica que existen 5 tipos de compañías, compañía en nombre colectivo; Compañía en comandita simple o dividida por acciones; compañía de responsabilidad limitada, compañía anónima y de Económica mixta, además de reconocer las empresas Holding; Asociación o cuentas en participación.

Esta Ley fundamenta el marco legal que regula las actividades empresariales dentro del territorio nacional. A continuación se presenta las empresas que esta ley permite crear para servicios complementarios y sus principales características.

Comandita por Acciones

Nº de Socios: 2 o más.

Capital min.: No especificado.

Control: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Responsabilidad:

- ✓ Comanditarios: socios solidarios e ilimitadamente responsables.
- ✓ Comanditos: socios suministradores de fondos cuya responsabilidad se limita al monto de sus acciones.

Características:

- ✓ Se rige por las reglas de la compañía anónima.
- ✓ Tiene 2 tipos de socios (Comanditos y comanditados).
- ✓ Sólo personas naturales podrán ser socios comanditados, las personas jurídicas pueden ser socios comanditarios.
- ✓ El capital se dividirá en acciones nominativas de igual valor.
- ✓ Del total del capital al menos el 10% debe ser aportado por los socios comanditados.
- ✓ Las acciones pueden o no ser endosables.
- ✓ La administración corresponde a los socios Comanditados.
- ✓ La mitad más uno de los socios comanditados tendrá derecho a veto en la decisiones de la Junta general.

Compañía de Responsabilidad Limitada

Nº de Socios: 2 y máx. 15

Capital min.: \$400,00

Control: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Responsabilidad:

- ✓ Responden por sus obligaciones hasta el monto de sus aportaciones individuales.

Características:

- ✓ Es una compañía que siempre es considerada de tipo mercantil.
- ✓ Puede tener una razón social o denominación objetiva a que se le añadirá compañía limitada o su abreviatura.
- ✓ Requisitos básicos: Capacidad de los socios, consentimiento que dan para la celebración, causa lícita, objeto lícito, y otras solemnidades.
- ✓ Para Efectos fiscales será considerada como una sociedad de capital y el mismo estará dividido en participaciones de 1 dólar o sus múltiplos.
- ✓ No podrán ser parte de ésta compañía las corporaciones religiosas, clérigos, funcionarios públicos, los quebrados que no hayan tenido rehabilitación, bancos,

compañías de seguros, capitalización y ahorro y las compañías anónimas que emitan participaciones al portador.

Compañías Anónimas

Nº de Socios: mínimo 2

Capital min.: \$ 800.00

Control: Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros

Responsabilidad:

- ✓ Responden por el monto de sus acciones.
- ✓ Promotores: son responsables solidaria e ilimitadamente frente a terceros por las obligaciones que contrajeran para construir la empresa; Accionistas: Es responsable por el monto de sus acciones.

Características:

- ✓ Tiene como nombre el Objeto social a lo que se añade "compañía anónima" o "sociedad anónima" o sus correspondientes abreviaturas.
- ✓ Sus acciones son de libre negociación.
- ✓ Siempre serán mercantiles aun cuando se formen para realizar negocios de carácter civil.
- ✓ Para intervenir como promotor o fundador se requiere capacidad civil para contratar.
- ✓ Las empresas extranjeras que emitan acciones al portador solo podrán ser accionistas en general más no promotoras o fundadoras.
- ✓ Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas (no tienen derecho a voto más si pueden conferir derechos especiales en cuanto a pago de dividendos y liquidación de la compañía).

Estos tipos de empresas son mercantiles y por ende es bajo las cuales se puede constituir las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar pero cabe aclarar que la norma jurídica en cuanto a la ley de compañías y las actividades complementarias no es clara por lo cual se generan ciertos vacíos legales.

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Esta ley está vigente desde el 28 de abril del 2011 y su objetivo esencial es regular las actividades económicas del sector asociativo, comunitario, cooperativo y las unidades económicas populares del territorio nacional con principios de Solidaridad, Reciprocidad y cooperación, ello significa que el desarrollo de sus procesos productivos deben buscar satisfacer necesidades y a la par generar ingresos que les permitan el buen vivir. Es decir, pretende que el ser humano sea el principio y fin de toda actividad. Además, exige de su parte responsabilidad social y ambiental en el desarrollo de sus actividades económicas con el fin de generar en él y su entorno el SUMAK KAUSAY. No es su afán la acumulación de capital, sino que el ser humano cubra de manera integral sus necesidades y las de su comunidad a través de un trabajo digno y en armonía con la naturaleza.

Para la creación de empresas de limpieza esta ley permite, la constitución bajo la personería Jurídica de Asociación o Cooperativa. En el caso de Asociación el Art. 18 de esta ley indica que:

Sector Asociativo.- Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada bajo los principios de la presente Ley.

Así también nos indica que se podrán crear cooperativas de servicios tal como lo indica el art. 28.

Son las que se organizan con el fin de satisfacer diversas necesidades comunes de los socios o de la colectividad, los mismos que podrán tener la calidad de trabajadores, tales como: trabajo asociado, transporte, vendedores autónomos, educación y salud. En las cooperativas de trabajo asociado sus integrantes tienen, simultáneamente, la calidad de socios y trabajadores, por tanto, no existe relación de dependencia.

Estas organizaciones también tienen una sección de incentivos entre las que constan: El estado diseñará políticas tendientes a promover a la EPS; Los actos que generen con los miembros de su organización no serán hechos generadores de tributos; Incentivos por responsabilidad ambiental; Las Normas contables aplicables a este tipo de organización serán las dictadas por el órgano rector (Superintendencia de Economía Popular y Solidaria).

A continuación se mencionan las principales características de las Asociaciones y Cooperativas no financieras de la EPS así como los requisitos para su constitución.

Asociaciones EPS

N° de Socios: Mínimo 10

Capital min.: 1 SBU (\$ 386,00 - 2018)

Control: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Cooperativas del sector no financiero de la EPS

N° de Socios: Mínimo 20

Capital min.: 1 SBU (\$ 386,00 - 2018)

Control: Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

Esta ley se vuelve muy importante porque el presente proyecto pretende generar fuentes de empleo para hombres y mujeres que hacen de las labores del hogar su sustento familiar. Además, permite incorporar a este emprendimiento a personas que por diferentes causas no han podido continuar con su educación formal, pero que tienen vastos conocimientos en las labores concernientes a la limpieza y afines al hogar. Hoy en día como consecuencia de las nuevas políticas con respecto a la contratación de empleadas domésticas se ha dificultado su inserción laboral y por ello, tanto esas personas como sus familias han sufrido los efectos económicos negativos por la falta de empleo.

Ordenanza para la Promoción y Fortalecimiento del Desarrollo Económico y Social de la Economía Popular y Solidaria en el Cantón Ibarra.

Esta ordenanza se sancionó el 5 de marzo del 2015, la misma que en su contexto indica que el GAD municipal de Ibarra se compromete a promocionar y fortalecer el desarrollo económico y social de la economía popular y solidaria dentro del cantón, para lo cual expresa:

Art 2.- La presente ordenanza rige para las formas de organización económica popular y solidaria, sectores cooperativistas, asociativos, comunitarios, empresariales y las Unidades Económicas Populares, como personas naturales o jurídicas, que actúan en el

Cantón Ibarra y buscan realizar actividades económicas de manera sustentable y sostenible...

Art. 3. Que su objeto es promover, fortalecer, potenciar las prácticas inclusivas, establecer el marco jurídico, instituir el régimen de derechos, obligaciones y beneficios de las organizaciones de la economía Popular y solidaria así como de establecer la institucionalidad pública que ejerza la rectoría para éste sector.

En el art. 7 indica claramente cuáles son las obligaciones de las organizaciones de Economía Popular y Solidaria

1. Contar con todos los permisos y autorizaciones necesarios para el funcionamiento;
2. Exhibir sus permisos y autorizaciones en un lugar visible y presentarlo a la autoridad competente que lo requiere.
3. Respetar el espacio o área asignada con las condiciones constantes en los permisos o autorizaciones.
4. Mantener rigurosa higiene en el sitio o área asignada en los permisos y autorizaciones, así como en los utensilios que utilice y los productos que se expendan.
5. Cumplir con todas las obligaciones que contrajere por la suscripción de convenio, alianza estratégica, contrato o cualquier otro instrumento.
6. Las demás que establezca la ley y el reglamento.

El Gobierno municipal pretende dar impulso y apoyo a este sector, de tal manera que la presente ordenanza se genera en alianza con el GAD provincial de Imbabura a fin de buscar estrategias que permitan mejorar la economía y mantener un desarrollo sustentable en este tipo de organizaciones o entes productivos.

Análisis

De acuerdo con la normativa legal antes descrita, se puede sintetizar que en el presente proyecto lo más idóneo es constituir una empresa bajo el régimen de la Economía Popular y Solidaria, con la figura de Asociación, dejando en evidencia que, lo que no esté claro en la ley se aplicara según la norma de mayor jerarquía y a su vez la más favorable a los trabajadores o asociados; razón por la que, el análisis de la normativa legal se convierte en el principal aliado en la constitución de una empresa de limpieza y afines al hogar.

1.6.2. Estudio de los aspectos económicos del Cantón Ibarra.

Población Económicamente activa. De acuerdo con las proyecciones del INEC 2012, para el año 2018 se prevé que la población sea de 214.552 habitantes de los cuales el 82.09% son personas en edad de trabajar (PET), y de ese porcentaje el 11.43% tienen de 10 a 14 años; el 78.86% está entre 15 y 64 años y el 9.71% son mayores de 65 años, además el mismo censo indica que la PEA del año 2010 era del 55% mismos que se encontraban distribuidos de la

siguiente manera: 11.61% en el sector primario; 19.38% en el sector secundario; 58.02% en el sector terciario y al segmento otros le corresponde el 10.93%. Así también del total de la población el 51.5% son mujeres y 48.5% hombres los cuales se encuentran dentro del siguiente rango de ocupación: en el sector privado 46%; sector público 15%; trabajadores no remunerados 2%; empleada doméstica 4%; cuenta propia 26%, socios 2% y otros 4% mientras que la tasa de desempleo de acuerdo al PDYOT de Ibarra (2015-2023) se estima en 3.3%.

Actividades económicas. Las actividades económicas del cantón de acuerdo al PDyOT de Ibarra, 2015-2023; se definen en 4 sectores:

1. Primario, que corresponde las actividades de silvicultura, ganadería, pesca y caza. Entre los principales cultivos se encuentran: cereales, cultivos, frutales, tubérculos, otros (caña de azúcar), que concentran el 11.65% del PEA y a su vez, en 6 de sus parroquias se destacan las actividades provenientes de este sector.

2. Secundario, son actividades industriales, manufactura y artesanales, entre las cuales destacan las industrias de manufactura, de construcción, explotación de minas y canteras, así como suministro de electricidad, gas, vapor, aire acondicionado, agua, alcantarillado y gestión de desechos. Este sector tiene en ocupación al 19.38% del PEA y las parroquias que destacan su participación en el mercado son San Antonio y La Esperanza.

3.- Terciario, son actividades de servicios y comercio. A este sector se le adjudica el 58, 08% del PEA y su crecimiento es continuo. Las principales actividades de este segmento son: Comercio al por mayor y menor; Actividades de alojamiento y servicio de comidas; Administración pública y defensa; Enseñanza; Actividades de la atención de la salud humana; Actividades financieras y de seguros; Actividades profesionales e inmobiliarias; Transporte y almacenamiento, Información y comunicación; Otras actividades de servicios. Se encuentra principalmente concentrado en los sectores urbanos.

4. Otros, estas actividades son aquellas que no han sido declaradas o pertenecen a un segmento de trabajadores nuevos, asciende al 10.93% del PEA.

Número de empresas de servicios de Limpieza. En el Cantón Ibarra de acuerdo con el registro de patentes (Noviembre 2017) se puede constatar que existen ocho empresas de limpieza, de las cuales se encuentran una asociación perteneciente a la Economía Popular y

Solidaria y que se dedica a la limpieza de jardines (ASOLIMJAR); 3 empresas con personería jurídica de tipo Compañía Limitada: a. ECOLIMSE CIA LTDA, empresa que presta servicios de limpieza de exterior de todo tipo; b. MAXSERCON CIA LTDA, empresa que presta servicios de limpieza de exterior de todo tipo; c. ALPILIMZA CIA LTDA, empresa que brinda servicios de limpieza; y 5 personas naturales que prestan servicios de limpieza y de ellas sólo una presta servicios de limpieza a domicilio. Además, se pudo constatar que todas las empresas prestan su servicio de manera principal mediante su página web.

De igual manera, a través de un levantamiento de información (Sondeo) en 2 principales avenidas de la ciudad se pudo constatar que no existen empresas de limpieza en los sectores indagados. La investigación se llevó a cabo en las siguientes Avenidas: 1. en la Avenida Teodoro Gómez de la Torre, y las calles Juan de Salinas, Pedro Vicente Maldonado, Vicente Rocafuerte, Antonio José de Sucre, Bolívar, Bartolomé García, Sánchez y Cifuentes, Antonio Cordero, Eduardo Almeida, Lucila Benalcázar, se han identificado 52 empresas; 2. En la avenida Mariano Acosta desde el Obelisco hasta el Redondel de la Madre en donde se pudo encontrar 120 actividades económicas y En la avenida Mariano Acosta en el tramo desde el Redondel de la Madre hasta la Florida, 111 actividades económicas.

Fuentes de financiamiento. Este es un factor fundamental dentro de la creación de una actividad productiva porque al tener abiertas las líneas crediticias facilita al emprendedor llevar a cabo sus proyectos. Dentro de este factor se ha encontrado que el cantón Ibarra cuenta con instituciones financieras de carácter público, privado, cooperativo y otros. Dentro de las cooperativas cuenta con 20; Los bancos existentes son 15, y; otro tipo de instituciones financieras como mutualistas son 5. Cabe mencionar que los Gobiernos Provincial y Cantonal cuentan con Ordenanzas específicas para apoyar a emprendedores, los cuales permiten financiar los proyectos productivos.

Además, dentro de este factor una variable importante a tener en cuenta es la tasa de interés, pues, de acuerdo con la categoría que tenga parametrizada, la institución financiera será el valor a cancelar en caso de financiación. Tal como se detalla a continuación:

Tabla 3
Tasas de interés Segmento productivo a junio 2018

Segmento de crédito	Subsegmentos	Tasa de interés máx.
Productivo	Corporativo	9,33%
	Empresarial	10,21%
	PYMES	11,83%
Comercial Ordinario		11,83%
Comercial Prioritario	Corporativo	9,33%
	Empresarial	10,21%
	PYMES	11,83%
Microcrédito	Acumulación Ampliada	23,50%
	Acumulación Simple	25,50%
	Minorista	28,50%
Microcrédito	Acumulación Ampliada	25,50%
	Acumulación Simple	27,50%
	Minorista	30,50%

Fuente de Información: Banco Central del Ecuador

1.6.3. Características geográficas y demográficas del Cantón Ibarra

Entorno Geográfico

El Cantón San Miguel de Ibarra, es la capital de la Provincia de Imbabura, está a 2225 m.s.n.m, tiene una extensión territorial de 1.162,22 km², posee una población de 214.552 habitantes de acuerdo con las proyecciones del INEC 2012, está constituida por 5 parroquias urbanas (Alpachaca, San Francisco, El Sagrario, Priorato, Caranqui) y 7 parroquias rurales (Ambuquí, Angochagua, Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio), dentro de las cuales se encuentran distribuidos 31 barrios y comunidades, sus límites geográficos son Norte: provincia del Carchi, al noroeste: provincia de Esmeraldas, al Oeste: cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al Este: cantón Pimampiro y al Sur: provincia de Pichincha. (PDyOT IBARRA 2011).

Población y Género

El Cantón Ibarra tiene una proyección de crecimiento poblacional de 1.86% para el año 2018. Cabe señalar, que este crecimiento no es constante en todo el cantón. Se presenta un mayor porcentaje en el centro Urbano y la parroquia San Antonio más no así, en el sector rural ya que inclusive existe un decrecimiento, siendo Angochagua, la más relevante con una tasa de -1.42% de acuerdo al PDyOT de Ibarra (2015-2023), Esto permite asumir que la población rural migra en busca de nuevas oportunidades al sector urbano.

Otros factores importantes dentro del cantón son los determinados por el género y la autoidentificación étnica. Ibarra presenta una leve presencia mayoritaria de mujeres (51.5%) y a su vez muestra una diversidad étnica compuesta mayoritariamente por: mestizos, indígenas y afroecuatorianos.

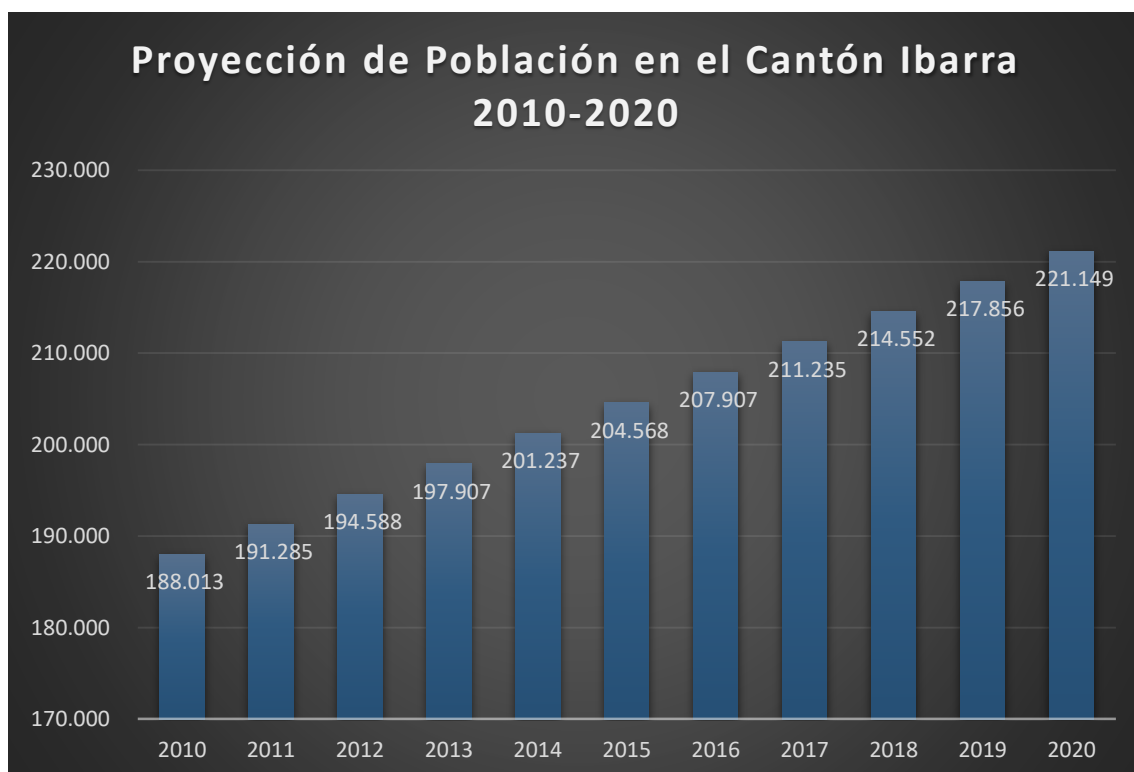


Figura 1 Proyección de Población en el Cantón Ibarra 2010-2020 (Fuente: INEC)

Educación

Ibarra al año 2010 presentaba una tasa de analfabetismo de 5.5%. Su nivel de escolaridad era de 10.04% dentro de lo cual se puede desglosar en tasa de primaria completa a los 12 años (74.5%); tasa de educación básica completa a los 15 (64.6%); secundaria completa a los 18

años (47.2%). Dentro de lo cual se evidencian las siguientes estadísticas en cuanto a asistencia neta en: educación básica, bachillerato y nivel superior con una tasa de 90.4%, 61.1%, 29.4% respectivamente. Lo que permite evidenciar que el estudiante a medida que crece no asiste con mayor frecuencia a la institución educativa, inclusive ocasionando deserción escolar.

1.6.4. Analizar el nivel de influencia del aspecto tecnológico en las empresas de servicios de limpieza y afines al hogar

Actualmente, en las empresas es sumamente importante el uso de tecnologías que le permitan manejar su información de manera idónea, ejercer sus procesos con eficacia y especialmente, que se convierta en su mayor aliado al momento de exponer sus servicios al mercado. El primer estudio de comercio electrónico realizado por la Universidad Espíritu Santo indica que: Ecuador, se ha sumergido de manera lenta, pero cada año se involucra más en el comercio electrónico; señala que el 20% de las empresas lo realizan, también demuestra que el 35,9% vendió online y el 29,5% compró por internet. De igual manera, revela que las razones principales por la que el usuario de la red no compra por internet son por desconfianza (60%) y por desconocimiento (30%). Igualmente, menciona que Quito, Guayaquil y Cuenca concentran el 51% de las compras por este medio y que a su vez el Ecuador consume de acuerdo con los siguientes ítems: Prendas de vestir (33%); Bienes y servicios varios (31%); Recreación y cultura (15%); Otros (12%); Muebles y artículos del hogar (9%). (CENTRO DE INVESTIGACIONES, 2017)

Por ello, adquirir un software que se convierta en un aliado puede ser la mejor estrategia para un proyecto como el presente. Además de ello, es imprescindible acceder a las plataformas (marketplaces). Una de las más usadas y que representa un mayor respaldo tanto para el vendedor como comprador, actualmente es Linio, dónde se puede ofertar servicios o productos y se paga a la plataforma el 2,5% del total de la transacción.

Las empresas deben tener un sistema interno, que proteja la información, que ayude a disminuir actividades manuales, que presente la información en cuanto se la requiera, entre otras ventajas. Las opciones son múltiples, pero entre los más completos son los ERP (Sistema de planificación de recursos empresariales) y por el cual se cancelará un valor de entre los 800 a 2000 al año por la licencia. Además de la contratación de la plataforma en línea para comprar

un dominio el cual oscila entre los 200 a 1000, los valores son altos, pero se considera que las tendencias de compras online van en aumento por lo cual se convierte en una gran inversión.

Además de ello, los equipos que se usan deben ser maquinaria eficiente por lo que se consideran a las empresas Rainbow y Katcher, son una excelente alternativa, por sus equipos de alto rendimiento, amigables con el medio ambiente. Además, cuentan con servicio técnico especializado. Con esto, la empresa, se mantendría confiada con respecto a sus equipos en cuanto al mantenimiento y funcionamiento de los mismos.

1.7. Matriz AOOD

Tabla 4

Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
Claros Mecanismos de contratación al personal y seguridad industrial (Reglamento Mandato 8)	Alta cantidad de competencia informal.
Formato específico para la creación de empresas de limpieza (Mandato 8)	Características propias de población, reuentes a contratar este tipo de servicio.
Normativa eficiente en la celebración de contratos así como para la creación de empresas (ley de compañías; Codigo Civil)	Cultura preferente a la contratación de empleadas domésticas.
Personal altamente capacitado	Valores altos de los equipos para realizar la limpieza y afines al hogar.
Equipo y maquinaria de punto que ayudan a reducir el tiempo de los servicios a prestar, con lo cual se reducen costos y a la vez son beneficiosos para el medio ambiente	El software y plataformas tecnológicas tienen un costo alto.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
Ley Orgánica para la reactivación de la Economía, fortalecimiento de la dolarización y modernización de la gestión financiera, especialmente en el art. "durante los 3 primeros años de funcionamiento de la nueva empresa se exonerará el IR siempre que se genere empleo bruto y valor agregado"	Conflictos de disidentes de la guerrilla colombiana, grupos armados y narcotráfico en la zona de frontera.
Compras y ventas a tiempo reales por medio del comercio electrónico.	Alto porcentaje de migrantes de países cercanos que cobran menores salarios.
El IEPS, que inda apoyo a las empresas de la SEPS	Transacciones por internet con poco respaldo entre las partes.
Nuevos patrones de conducta que llevan a la mujer a insertarse en el mercado laboral y a su vez dejar de lado el trabajo del hogar.	
Más de 16000 negocios en la ciudad de Ibarra a quienes se les puede prestar el servicio de limpieza.	Falta de equipo tecnológico adecuado.
Los trabajadores privados, de cuenta propia y burocracia, suma el 70,9% de la población, es decir el nivel de ingreso es mayor al básico.	Deficientes mecanismos de reclutamiento, contratación y capacitación.
Normativa legal que reivindica a las servidoras domesticas	

Fuente de Información: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras.

Año: 2018.

Oportunidad de Inversión

La familia ibarreña ha cambiado los roles que tradicionalmente se le atribuían a la mujer. Actualmente, la figura femenina, tiene también el rol de proveedora, a la par que su pareja. Este nuevo papel que desempeña ha hecho que las familias y la sociedad, poco preparadas para ello, concentren exceso de labores en ella, afectándola en diferentes ámbitos al igual que a su hogar y las dinámicas de éste último

Además, el nuevo panorama legal al que se enfrenta la familia ibarreña con respecto a la contratación de empleadas domésticas, es un factor determinante. Si bien se considera justo con ellas, en el panorama del empleador, es un elemento negativo porque contratarlas se vuelve inaccesible por los altos costos.

Así también, en el sector productivo (empresas y oficinas) se observa que el servicio de limpieza se encuentra posicionado, pese al hecho de que contratar a proveedores que garanticen la calidad y seguridad del personal que ingresa a la casa, oficina o negocio del cliente es un factor limitante en la contratación.

Con los antecedentes expuestos, se considera viable crear una empresa de servicios de limpieza y afines al hogar que ayude a la familia ibarreña, así como a las empresas u oficinas del cantón con dichas tareas. Además, que dicha empresa brinde seguridad a los clientes, con estrictos estándares de contratación, calidad, eficiencia y que sea económicamente rentable al satisfacer las necesidades de sus clientes

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para lograr conocer más en detalle el tema de estudio es necesario la conceptualización y la interpretación de la terminología del mismo. Luego de una revisión bibliográfica exhaustiva a continuación se definen los términos más importantes clasificados en un orden lógico con base a lo requerido en la investigación plasmándole en un estado del arte final.

Dicha información es obtenida de una amplia base de datos científica compuesta de libros (últimos 5 años), páginas web y artículos científicos de renombrados autores y bases de datos indexadas referentes a las temáticas de administración de empresas y términos generales a la gestión de negocios.

2.1. Términos generales de emprendimiento

2.1.1. Estudio de factibilidad.

Andrade y Galindo (2006) lo definen como

El estudio de factibilidad implica evaluar cuál es la estructura que mejor se adapta para el procesamiento de las aplicaciones que pensamos desarrollar en nuestra futura empresa. En este punto, debemos evaluar la filosofía con que sea constituida nuestra empresa y la orientación técnica y sus componentes, en relación con el tipo de procesamiento para el que fue pensado originalmente.

Adicionalmente se menciona que el estudio de factibilidad se torna importante porque es la base para establecer los objetivos que se pretende alcanzar si el proyecto es útil, disponiendo de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos y metas propuestas (Pozo Franco , 2014).

2.1.2. Emprendimiento.

El emprendimiento es una cualidad que no muchas personas la poseen, se trata de innovar en un proyecto rentable económicamente, que le permita generar ingresos al individuo que opta por implantar este tipo de ideas; esta terminología es muy conocida en el ámbito empresarial y está relacionada de manera muy estrecha con las ideas de negocios.

Esta forma de negocio data de muchos años atrás y se tiene vestigios que fue una de las primeras formas de ganarse la vida desde la antigüedad, es caracterizada por su objetivo de implementar un negocio que genere una oportunidad de sobresalir; mejorando de manera substancial la forma de vida de las personas. (Significados, 2017)

2.1.3. ¿Qué es un emprendedor?

El origen de la terminología emprendedor proviene de la palabra de origen francés *entrepreneur*, mismo que se utiliza para hacer mención a una persona que tiene la noción de gestionar y administrar varios centros de negocios, para el cual asume un riesgo de índole económico y financiero.

Esta definición fue mencionada en sus inicios por el renombrado economista de origen franco-inglés Richard Cantillon como (...) la persona que paga un cierto precio para revender un producto a un precio incierto, por ende, tomando decisiones acerca de la obtención y el uso de recursos, y admitiendo consecuentemente el riesgo en el emprendimiento (...)

A finales del siglo XX, se promulga de mejor manera la palabra emprendedor, situándola bajo una terminología científica por parte del afamado economista Joseph Schumpeter catalogando el término como “la ganancia viene del cambio, y este es producido por el empresario innovador” (Angamarca, 2016).

2.1.4. Espíritu emprendedor y liderazgo.

En el artículo Randstad (2015) menciona que “El espíritu emprendedor siempre se ha asociado con los “independientes”, aquellos que hacen de una idea un emprendimiento y quizá, con el tiempo, una gran organización”. Aunque en estos tiempos esta conceptualización, se ha

generalizado también incluyendo a las personas que tienen ciertos rasgos y que están inmersos en el mundo empresarial de forma profesional.

El ámbito de los negocios el perfil de un emprendedor es muy valorado debido a que su alto valor lo obliga a superarse cada día más sin tener miedos a fracasar, esto se debe a que confía en su persona y en las cualidades que el posee; por otra parte, se podría sistematizar que todas estas cualidades que se ha visto son las innatas de un líder.

2.1.5. Planificación y control financiero del emprendedor.

Para que el modelo de emprendimiento aplicado sea provechoso, el emprendedor debe tener un buen control financiero de los dineros que ingresan o egresan producto de realizar la actividad económica por lo que debe tener conocimientos sobre contabilidad y auditoría de sistemas económicos.

En sentido amplio, sector financiero comprende además de la hacienda pública, los patrimonios de las grandes empresas, y las cuestiones bancarias y bursátiles.

Realizar un análisis financiero de cualquiera de las entidades anteriormente citadas, implica estudiar su evolución patrimonial, para conocer su estado de liquidez y su capacidad de autofinanciación. (De conceptos, 2016)

2.1.6. Creatividad y perseverancia.

Al momento de implementar un negocio, la persona en este caso, el emprendedor debe tener en consideración varios fenómenos de índole económica que servirán para cimentar una cultura de negocios que al final se derive en un negocio consolidado.

El negocio, ya sea pequeño o grande por lo general llega a la cima por varios factores como el trabajo mesurado, empeño, sacrificio y sin dejar a un lado la innovación, por lo que este individuo al momento de iniciar su idea de negocio tiene que analizar las posibles consecuencias que pueden desencadenar al momento de implementar el negocio esta sean positivas o negativas, ya que en algunos negocios no les va bien a los emprendedores y es ahí donde se ve el espíritu de perseverancia que debe aplicar la persona en mención. (Bello, 2012)

2.1.7. Desarrollo de proyectos.

Según establece Sapag y Sapag (2005)

El proyecto se origina como respuesta a una “idea” en la búsqueda de solución de un problema (reemplazo de tecnología obsoleta, abandono de una línea de productos) o la forma de aprovechar oportunidades de negocios, que generalmente solucionará problemas de terceros como demanda insatisfecha de productos, sustitución de importaciones.

En la actualidad, hay varias formas y metodologías que van desde lo más simple a lo más complejo, relacionado con el desarrollo de proyectos de emprendimiento los cuales deben ser a su vez sostenibles y novedosos como ampliar la capacidad de producción y tamaño de una empresa, ampliación de locales comerciales más allá de las sucursales, elaboración de nuevos productos acordes a las nuevas tendencias, mejoramiento tecnológico, en si un sinnúmero de proyectos que serán de gran ayuda a la hora de competir con nuestros rivales directos e indirectos.

En base a esta situación, cada uno de estos proyectos deberá ser evaluado para así determinar la mejor manera de que este sea factible de forma económica y así solucionar varias problemáticas que se detectaron en el lugar de trabajo. (Nessi, 2009)

2.1.8. Matriz de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR)

La matriz AOOR es un punto de partida para poder determinar los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos a la cual está expuesta la empresa que se desea formar, la misma se elabora con una tabla de 4x4 en donde se plasma la información obtenida para posteriormente determinar el alcance deseado y establecer un inicio técnico de actividades.

Aliados estratégicos: “En el mundo de los negocios, el aliado estratégico trasciende al tradicional término de “socio”, ya que puede ser cualquier actor relacionado al negocio, como proveedores, clientes, distribuidores, entre otros.” (Inspirativa 2018), se podría decir que este criterio es el determinante al momento de realizar la selección de los socios de confianza del negocio a implementar.

Oponentes: En ocasiones un oponente es considerado una traba al momento de establecer la idea de negocio, como podría ser el desconocimiento, capital, entre otros, a los cuales se debería tomar como una debilidad a ser atacada para poder lograr el objetivo planteado.

Oportunidades: “Hace referencia a la ocasión u oportunidad para comenzar una idea empresarial, adentrarse en un nuevo sector laboral o el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado. Un buen ejemplo de oportunidad de negocio es cuando se identifica una necesidad en un mercado insatisfecho, contando además con la capacidad financiera y tecnológica.” (economiasimple.net, 2016)

Riesgos: “Todo emprendedor debe saber que ningún negocio está exento de riesgos. No se pueden eliminar, pero sí puedes tratar de minimizarlos. Lo primero es identificar cuáles son las amenazas más probables para tu proyecto. No se trata de que el emprendedor juegue al adivino, sino que sobre la base de la información referida al sector en el que está emprendiendo realice un detallado plan de contingencias.” (emprendehoy.com,2017) para determinar el nivel de riesgo es recomendable realizar una matriz FODA y analizar cada uno de los peligros a los cuales está expuesta la idea de negocio que se pretende implementar para posteriormente analizar y realizar un plan de gestión con el fin de mejorar y mitigar los riesgos expuestos.

2.2. Términos relacionados a los objetivos del desarrollo sustentable (ODS)

2.2.1. Objetivos del desarrollo sustentable (ODS)

Los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) establecen normativas de índole universal cuya finalidad, es la de culminar con la pobreza, ayudar a la conservación del planeta, así como fomentar que los seres humanos vivan en paz y armonía. Estos objetivos fueron planteados en las Naciones Unidas y fueron cimentadas en la denominada agenda de Desarrollo Sustentable misma que tiene una proyección hasta el año 2030. Esta contiene 17 objetivos cuya finalidad es la de asegurar que las futuras generaciones tengan un estilo de vida sustentable y que beneficien a todas las personas que habitamos en el planeta.

Estos Objetivos de Desarrollo Sustentable se empezaron a implementar en el mes de enero del año 2016, los cuales están financiados por el programa de las naciones unidas para el desarrollo (PNUD) el cual aportará económicamente durante los siguientes 15 años, desde que fueron implementados en cerca de 170 países y territorios, incluida nuestra nación. (PNUD, 2015)

A continuación, se detallan los 17 objetivos de los cuales se hizo mención:

1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura
10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsables
13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia e instituciones sólidas
17. Alianzas para lograr los objetivos

2.2.2. Equidad de género en las empresas.

Chaves (2018) en su artículo menciona que la equidad de género en las empresas es:

Fomentar y desarrollar estrategias para lograr una igualdad de género en las organizaciones debe ser una tarea diaria, en la que se tome en consideración desde el aspecto más pequeño como respetar a una compañera de trabajo, realizar un ajuste equitativo en los sueldos de todos los colaboradores de la empresa, hasta fortalecer la participación e injerencia en la toma de decisiones por parte de las mujeres.



Figura 2. Empresa con equidad de género (Garcidueñas,2007).

Obtener la equidad de género deseada y promovida por las políticas vigentes, no es como normalmente se piensa que es tener hombres y mujeres en porcentajes similares, esto en si tiene un trasfondo más bien cultural y de armonía laboral ya que este tema trata de dar una reivindicación laboral y de derechos a la mujer, dándole la importancia y el respeto que se debe en vista que ellas pueden desenvolverse de manera eficaz en el puesto de trabajo a la par de sus compañeros de sexo masculino.

Según manifiesta la página web elpulsolaboral (2016) en el cual se establece a modo de guía los pasos a realizar para implementar en una empresa la equidad de género son los siguientes:

- ✓ Crear campañas de concientización sobre el tema de equidad de género, respeto e inclusión.
- ✓ Usar lenguaje inclusivo, no generalizar.
- ✓ No encasillar las posiciones dentro de la organización. Mujeres y hombres pueden desarrollar las mismas funciones de una posición siempre y cuando ambos cubran con el perfil requerido y sean capacitados por igual.
- ✓ Frenar y evidenciar cualquier tipo de abuso o discriminación que se presente en la empresa en contra de las mujeres.
- ✓ Elaborar una valuación de puestos para definir el valor real de cada posición de la organización y así brindar remuneraciones económicas por igual.

2.2.3. Acceso al trabajo digno.

El trabajo es conocido desde los orígenes de la humanidad, el cual es el pilar fundamental del desarrollo de una sociedad; siendo en el último siglo que los trabajadores han conseguido

algunas conquistas de índole laboral, el ente que se encarga por crear políticas encaminadas a la mejora de las condiciones laborales de los seres humanos es la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la cual define al trabajo como “El conjunto de actividades humanas, remuneradas o no, que producen bienes o servicios en una economía, o que satisfacen las necesidades de una comunidad o proveen los medios de sustento necesarios para los individuos”.

Según establecen las políticas emitidas por el gobierno del Ecuador, el empleo es el principal generador económico de la nación el cual está regulado por el estado y según sus reglamentos fomenta el empleo digno adaptándose a las necesidades del trabajador en cada uno de los puestos de trabajo una de las políticas que mejor aceptación tiene es la que regularizará a más de 236000 trabajadores los cuales accederán a un contrato formal con los respectivos beneficios que establece la ley (Vallejo, 2018)

2.3. Términos relacionados a empresas

2.3.1. Concepto de empresa.

La empresa es un centro productivo integrado cuya finalidad es la de ejercer actividades económicas de toda índole con el objetivo de generar réditos económicos al dueño o accionistas de esta; en si la conceptualización de empresa es muy general, a esta también se la puede definir como un ente conformado por un conjunto de personas, bienes muebles e inmuebles la cual está destinada a producir y generar servicios que sean intercambiados por un bien material y por estos que se obtenga beneficios económicos. (Debitoor, 2017)



Figura 3. Empresa de telefonía Telefónica Movistar (Gestión,2013)

2.3.2. Tipos de empresas.

Estas se clasifican en varios tipos, según los parámetros que establezcan estas para implementarlos. También dependen de como estén constituidas jurídicamente, su tamaño, su capital y de donde este proceda, según estos factores se puede determinar cada una de estas, por lo que para una mejor comprensión se ha detallado a estas de la siguiente manera:

2.3.3. Empresas según su tamaño.

Para conocerlas de mejor manera y poderlas diferenciar, se toma como primicia la cantidad de trabajadores y como están estructuradas, mismas que se detallan a continuación:

Microempresas.

Según manifiesta la USAID (2004) en su publicación titulada Microempresas y Microfinanzas en Ecuador.

Una "microempresa" es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que tiene menos de 10 empleados, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar.

Por lo que se puede aseverar que una microempresa es un pequeño negocio operado por una o varias personas, el cual genera ingresos económicos bajos en el cual el o los propietarios ejercen varios puestos dentro de esta y que a su vez sirve como medio de sustento familiar para los propietarios.

Pequeñas empresas.

Según lo define Thompson (2011) en la página web promonegocios.net una pequeña empresa es:

La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción,

transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad.

Este tipo de empresas son las que más predominan en los mercados en vía de desarrollo, en vista de que requieren un capital mínimo de inversión y satisfacen las necesidades de la población local, la ventaja de este tipo de industrias es que por su constitución tienen la tendencia a crecer con facilidad debido a su producción de volúmenes controlados de productos y servicios.

Medianas empresas.

Como lo establece la secretaria de economía de México (2010) en su publicación referente al tema:

Las medianas empresas son los negocios dedicados al comercio que tiene desde 31 hasta 100 trabajadores, y generan anualmente ventas que van desde los 100 millones y pueden superar hasta 250 millones de pesos.

Son unidades económicas con la oportunidad de desarrollar su competitividad en base a la mejora de su organización y procesos, así como de mejorar sus habilidades empresariales.

Entre sus características también posee un nivel de complejidad en materia de coordinación y control e incorpora personas que puedan asumir funciones de coordinación, control y decisión; lo que implica redefinir el punto de equilibrio y aumentar simultáneamente el grado de compromiso de la empresa.

Este tipo de negocios son los que ya abarcan y generan una cantidad significativa de ingresos económicos, producto de la oferta de bienes y servicios que se producen en dichos centros, su margen de utilidad sobrepasa los cinco millones de dólares y dan cabida sobre las 100 personas que trabajan de forma directa y cerca de 1000 que se benefician de manera indirecta al ser proveedores de productos que necesita la industria para poder ejercer su actividad; este tipo de empresa se diferencia de manera significativa de la pequeña empresa en vista que está ya tiene una estructura organizacional debidamente organizada y establecida.

Grandes empresas.

Como manifiesta la secretaria de economía de México (2010) en su publicación referente al tema:

Se consideran grandes empresas a aquellos negocios dedicados a los servicios y que tienen desde 101 hasta 251 trabajadores y tienen ventas superiores a los 250 millones de pesos.

Una gran empresa tiene entre sus características, sobrepasar una serie de límites ocupacionales o financieros, los cuales, dependen de cada país. Se compone de la economía de escala, la cual consiste en ahorros acumulados por la compra de grandes cantidades de bienes y entre sus ventajas está la facilidad de financiamiento que da mayor garantía a las empresas del pago de sus deudas y sus barreras de entrada son relativamente escasas debido a la gran cantidad de mano de obra.

Se consideran empresas grandes las que tienen una nómina de trabajadores a su cargo, que sobrepasa los 100 obreros que ejercen la profesión de manera directa y que a su vez genera una mano de obra indirecta que desborda las 1000 personas que se benefician de manera indirecta, su facturación económica es elevada a comparación de las pequeñas y mediana empresas, y su estructura organizativa está claramente plasmada en manuales de funciones, como parte de su aseguramiento de la calidad algunas de estas optan por implementar sistemas de gestión integradas para mejorar sus procesos internos de gestión y en el mejor de los casos poder exportar sus productos a mercados internacionales.



Figura 4 Edificio central de Coca Cola Company, considerada una de las empresas más grandes del mundo. (Coca-Cola, 2018)

2.3.4. La pequeña empresa.

Como lo establece el diario El Telégrafo en la publicación del 2017 (...) la pequeña industria se defina como la empresa que transforma materia prima en productos intermedios o finales con una inversión en activos fijos excluidos terrenos y construcciones de \$ 1.000 por cada empleo generado; y mediana industria en el mismo concepto con el doble de monto \$2.000. (...), es decir las empresas de servicios como su nombre claramente lo indica se dedican a ofertar servicios (productos), los cuales son impalpables, pero generan satisfacción de una insuficiencia obteniendo rentabilidad por el servicio prestado y así generando un ingreso económico considerable que ayuda a que esta sobreviva en el complejo mundo de los negocios.

2.3.5. Empresa de servicios.

Este tipo de empresas por lo general no generan bienes de forma directa, más bien son encargados de producir servicios que satisfagan las necesidades que están imperando en ese momento en el mercado; el sector en donde estas operan es muy variado, siendo lo de más presencia en las áreas comerciales, telecomunicaciones, turismo, hotelería, en fin todo lo relacionado al sector público, es por eso que este tipo de servicios en el ámbito de la economía es considerado como terciario. (Gestión,2015)

2.3.6. Confianza de una empresa de servicios.

La confianza que existe en la empresa incrementa de manera significativa la producción, a la vez que genera un incremento de productividad ocasionando puntos favorables encaminados a cumplir con todas las metas propuestas en esta, promoviendo credibilidad en los procesos que a su vez se transforman en beneficios generados; por lo que está determinado que con la confianza las empresas aumentan la producción, mejoran el ambiente institucional, crean un ambiente de confianza y por ende existe una confianza total entre el personal y los consumidores de los productos generados. (Escuela de organización industrial, 2016)

2.3.7. Seguridad.

Según Riquelme (2014) citando a la National Safety Management Society,

La gestión de la seguridad es una parte integral de las responsabilidades de una organización, ya que demuestra el compromiso de la compañía con el bienestar de sus empleados. El enfoque que una organización adopta para implementar estrategias de gestión de la seguridad varía dependiendo de la industria y el tipo de trabajo que se está llevando a cabo.

Con este proceso implementado se mejora de forma trascendental el rendimiento ya que puede gestionar de una manera óptima los riesgos ocupacionales y ambientales, procesos y amenazas produciendo así una armonía en los trabajadores; permitiendo velar a los trabajadores por su integridad corrigiendo deficiencias que se generan en el puesto de trabajo.

2.4. Términos relacionados a estudio de mercado

2.4.1. Segmentación de mercado.

Dvoskin (2004) indica que: “La segmentación de mercado es la identificación de un grupo de consumidores que presumiblemente se comporten de un modo similar ante determinado producto” (pág. 100), consiste básicamente en categorizar el mercado en subgrupos de clientes y así determinar las necesidades de cada uno de estos pequeños grupos (demográficos, económicos, culturales etc.) para posteriormente satisfacer sus necesidades insatisfechas brindándoles un producto o servicio acorde a sus necesidades, el proceso de segmentación es el primer paso que se debe realizar para poder determinar y trazar un plan estratégico. Una vez ya segmentado el mercado en donde se va a operar es recomendable en ese momento plasmar acciones que ayuden a implementar el negocio que se pretende emprender.(BBVA,2018)



Figura 5 Segmentación del mercado. (Mercadotecnia, 2007)

2.4.2. Oferta.

Ávila (2004) define “La oferta es la cantidad de mercancías que pueden ser vendidas a los diferentes precios del mercado por un individuo o por un conjunto de individuos de la sociedad” (pág. 162). Un producto es un bien o un servicio, vendido a un precio establecido y orientado a la satisfacción de las necesidades de los posibles consumidores, el mismo que debe ser de calidad y competitivo para que el cliente este satisfecho con el producto que ha adquirido y para diferenciarse de la competencia, que cada día avanza a pasos agigantados. El valor del producto o servicio que se oferta debe estar acorde al segmento poblacional procurando que la rentabilidad sea beneficiosa para la empresa y que satisfaga las necesidades del consumidor. (Almonte, 2011)

2.4.3. Demanda.

Fernández (2001) menciona que “La demanda es la cantidad de productos que están dispuestos a adquirir los consumidores en un periodo determinado, bajo condiciones de precio, atención y servicio” (pág. 3)

La demanda debe ser cuidadosamente analizada, para obtener datos reales que favorezcan a la investigación; debido a que la misma es considerada como el factor más importante del proyecto de inversión, adicional se podría definir a esta como la forma que tiene el mercado de absorber una necesidad planteada.

2.4.4. Elementos básicos de un proyecto de inversión.

Para poder analizar, determinar y comprender un estudio de factibilidad o también conocido como proyecto de inversión se estructuran por un estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y evaluación económica que se detallarán cada uno de estos en capítulos subsiguientes. Baca (2001) expone que: “la evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social de manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable”.

2.4.5. Estudio de mercado.

Este tipo de estudio se podría definir como una investigación de campo en donde se obtiene información de diferentes individuos inmersos en el ámbito de la empresa (los clientes, la competencia, costos, variables económicas, mercado), con esta información se tabula y se obtienen varias variables que posteriormente se tabulan, interpretan y se ejecuta un plan de viabilidad, enfocado a la implementación de un proyecto empresarial que sea el mejor y cumpla con todas las necesidades planteadas. (Cepy, 2015).

El estudio de mercado en pocas palabras nos permite nivelar las necesidades insatisfechas de los clientes, así como determinar la oferta, demanda y los potenciales clientes que estarán inmersos en el proyecto. Adicional se puede determinar los agrados y las preferencias de los consumidores.

2.4.6. Tipos y Fuentes de información para un estudio de mercado.

Tal como lo indica esta definición, para aplicar un estudio de mercado, como primera parte implica una recolección de información que se encuentra cerca del medio; para recolectar estos datos se debe seleccionar ciertas fuentes que a su vez deben ser veraces y confiables, los métodos y técnicas que permitan recolectar la información deben ser accesibles y depende de la persona encargada de aplicar este proceso interpretar los datos que se obtuvieron, como universo para la toma de esta información se encuentran las fuentes primarias y secundarias tal como se detallan a continuación:

Fuentes Primarias.

Tal como lo establece crecenegocios (2013) en su página web, las fuentes primarias de recolección de información son:

Son las fuentes que brindan información o datos de “primera mano”, es decir, información que se obtiene directamente por parte de la empresa. Las fuentes primarias, por lo general, son más costosas que las fuentes secundarias, se deben utilizar cuando no existen fuentes secundarias, o cuando la información que brindan estas últimas es insuficiente o inadecuada.

Estas fuentes responden a una forma de recolectar la información de forma directa y se podría decir que son las más fiables al momento de querer realizar un estudio de mercado

coherente y veraz; dentro de esta fuente se incluyen ciertas técnicas que buscan generar una veracidad adecuada al momento de obtener la data.

1. Fuentes Secundarias.

Según manifiesta mercadeo (2011) en su página web que las fuentes secundarias son las que:

Existe incontable cantidad de fuentes de información disponible publicada por organismos públicos y privados, la cual se encuentra disponible en bibliotecas y en la Red Internet. Esta información, llamada secundaria, permite hacer análisis tanto del volumen del mercado total y de sus segmentos, como poder determinar tendencias eventuales de esos mercados.

La mayoría de información del tipo secundaria es la que se obtiene de manera explícita en diferentes lugares, como por ejemplo algunas revistas económicas, cámaras de industrias de comercio etc., las cuales anualmente publican este tipo de datos que son muy provechosos para las personas que tienen que realizar este tipo de estudio, otra forma de obtener esta información es mediante la recolección de información de medios digitales o electrónicos como periódicos, redes sociales, páginas web de empresas; por lo que se puede concluir que esta información se obtiene de manera no directa de las partes interesadas.

2.5. Términos relacionados a factibilidad económica.

2.5.1. Factibilidad Económica.

El estudio denominado de factibilidad económica se caracteriza por ser un instrumento fundamental que es muy popular en el área de la administración de empresas, mismo que es tomado como punto de partida para tomar criterios de carácter fiable relacionados a las inversiones para la instalación o ampliación de una empresa, implementación de una solicitud de financiamiento bancario ante estamentos crediticios; así fomentando un parámetro técnico que sirva como respaldo a lo que desea implementar relacionado con los estados económicos consolidados, con todos los datos operacionales que se investigan acerca de la empresa para finalmente determinar la rentabilidad y el valor agregado a la inversión inicial del proyecto. (Nessi, 2009, pág.2)

2.5.2. Evaluación económica y financiera.

En este proceso se describe la metodología a aplicar para explicar cada uno de los métodos que valoran el tiempo versus el dinero, como por ejemplo el Valor actual neto, o más conocido por su acrónimo (VAN), otro método conocido es el de la tasa interna de retorno o conocida por sus iniciales de (TIR), en el cual se describen las limitaciones que se van a aplicar para posteriormente compararlos con diferentes metodologías contables de evaluación y valoración. (Nessi, 2009, pág.3)

2.5.3. Plan de Marketing.

“El plan de marketing es un documento en formato texto o esquemático donde se recogen todos los estudios de mercado realizados por la empresa, los objetivos de marketing a conseguir, las estrategias a implementar y la planificación a seguir” (Romero, 2017). Con el documento una vez consolidado el plan, se puede predeterminar y establecer un punto de partida para proceder a realizar la planificación a seguir al momento de instaurar e implementar la industria o empresa que se desea cimentar.

2.5.4. Estructura organizacional de una empresa.

Un elemento clave y de carácter primordial que una empresa debe contar es la de poseer una estructura de carácter organizativo, en la cual esté definidas y cimentadas las partes procesales de índole organizativo en el cual se evidencia cada una de las jerarquías, cadena de mando, puestos de trabajo entre otras características; por otra parte es fundamental que la estructura organizacional este sincronizada con las actividades a desarrollar con la finalidad de poder alcanzar los lineamientos, metas y objetivos que son planteados por parte de los encargados de la gestión de la misma. (Riquelme, 2016)

El estado financiero es un conjunto de informes que evidencian el estado situacional de cómo están siendo aprovechados los capitales económicos que han confiado cada uno de los accionistas de la empresa y por ende identificar cual es la actual situación financiera de esta; en la terminología literaria relacionada a la administración de empresas se conocen tres tipos de estados financieros básicos el cual el primero muestra los activos y pasivos, fecha de creación de la empresa y en fin , se podría definir como los documentos básicos de creación de

esta, como segundo punto establece el proceso de ingreso neto económico en un tiempo determinado y por último el estado de flujo en donde se evidencian los ingresos y egresos de dinero en un tiempo determinado. (Buján,2018)

2.5.5. Plan de inversión inicial.

Este paso es sumamente primordial a la hora de crear un plan financiero económico que sea el encargado de dar a conocer la viabilidad de la empresa, por lo que es determinante su realización, este plan también debe ayudar a conseguir los insumos a precios asequibles para que nuestra inyección de capital inicial sea aprovechada de mejor manera con el fin de asegurar que sea viable la inyección económica de esta. (empredepyme.net, 2016)

2.5.6. Proyección de ventas.

La proyección de ventas es la meta que se ha planteado la empresa en un tiempo determinado para obtener réditos económicos, este procedimiento también beneficia de manera significativa a la empresa al conocer si en ese tiempo que se estableció, la empresa tiene ventas positivas o negativas; por lo general el tiempo que se otorga para realizar esta proyección es mensual, trimestral o anual, es aconsejable realizar comparaciones con cifras obtenidas con anterioridad en las mismas fechas con la finalidad de determinar el avance de la empresa. (economiasimple.net, sf)

2.5.7. Precio de venta.

El precio de venta representa el costo que tiene para el consumidor un determinado producto, en el que se incluye ya todos los gastos más el porcentaje de beneficio.

El precio de venta es simplemente determinar el costo que tu producto o servicio tendrá en el mercado para el consumidor. Pero ¿cuál es la manera correcta de calcularlo? Una de las fórmulas es la suma de los costos de producción y sus porcentajes, además los gastos, tanto fijos como variables, más el porcentaje de beneficio que se espera obtener con la venta. Existen tres tipos comunes de fijación de precios. Uno de ellos es el precio de venta basado en costos, que considera costos totales, con los beneficios ya sumados. El segundo, es la fijación de precios basada en la competencia, que es determinada por el valor practicado en el mercado. El principal desafío de esta práctica específica es

equipararse a grandes empresas, que acostumbran a tener precios más competitivos. (destinonegocio, 2017)

El precio de mercado es el punto neurálgico al momento de implementar en el mercado un producto, para eso existen ciertos criterios de cálculo que son principalmente basados en determinar los porcentajes de ganancias con respecto a los costos de producción o determinarlo según la oferta demanda que establece la competencia directa.

2.5.8. El punto de equilibrio.

Se entiende por punto de equilibrio aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio debe alcanzar para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos. En otras palabras, es el nivel ingresos que iguala a la sumatoria de costos y gastos operacionales, es decir, donde la utilidad operacional es igual a cero. También se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado. (Váquiro, 2006)

Este término es primordial para poder determinar si la empresa se encuentra en equilibrio económico desde el punto de vista de los ingresos versus egresos, determinando de esta forma si está funcionando correctamente desde una óptica técnica.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Introducción

El presente estudio de mercado busca identificar el nivel de demanda y requerimientos de una empresa que brinde servicios de limpieza y afines al hogar, en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, limitado al sector urbano.

Por lo tanto, es una herramienta para determinar la oferta, demanda y precios existentes en el sector a investigar, así como para recopilar información real sobre los servicios propuestos, en los hogares, oficinas y empresas del área urbana del cantón Ibarra y además, para investigar las estrategias de marketing que se usan actualmente. Para lo que se recopila en forma planificada y se analiza la información de todos los factores que intervienen (empresas de limpieza, clientes, servicios, costos, marketing, entre otros) con el propósito de obtener datos que permitan tomar decisiones en el presente proyecto. Si bien la creación de la empresa tiene un enfoque social, esta no se aparta de la necesidad de generar desarrollo económico, sin dejar de lado que, en el proceso se busca brindar un servicio de calidad, seguro y eficiente, es decir, acorde con las exigencias de los clientes.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general.

Conocer el comportamiento de las fuerzas de mercado para determinar la viabilidad de la propuesta, permitiendo tener una noción clara de la oferta, demanda y posibles consumidores de los servicios de limpieza y afines al hogar en el cantón Ibarra.

3.2.2. Objetivos específicos.

- ✓ Caracterizar los servicios de limpieza y afines al hogar que se ofrecerán.
- ✓ Analizar la oferta existente de los servicios de limpieza, en el cantón Ibarra.

- ✓ Determinar la situación actual de la demanda en los servicios de limpieza.
- ✓ Realizar un análisis de los precios de los servicios de limpieza y afines al hogar.
- ✓ Analizar los medios y estrategias que se usan para la comercialización de los servicios de limpieza.

3.3. Variables e indicadores

3.3.1. Variables.

- ✓ Servicio a ofertar
- ✓ Oferta
- ✓ Demanda
- ✓ Precios
- ✓ Comercialización

3.3.2. Indicadores.

Servicios a Ofertar

- ✓ Servicios
- ✓ Segmentación del Mercado

Oferta

- ✓ Empresas de servicios de limpieza
- ✓ Características de la competencia
- ✓ Proveedores de empresas de servicios de limpieza

Demanda

- ✓ Análisis de los clientes
- ✓ Demanda actual
- ✓ Demanda insatisfecha
- ✓ Proyección de la demanda
- ✓ Participación del proyecto en el mercado

Precios

- ✓ Precios actuales

Comercialización

- ✓ Promoción
- ✓ Publicidad
- ✓ Estrategias

3.4. Matriz del estudio de mercado

Tabla 5

Matriz del estudio de mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICA	FUENTE
Caracterizar los servicios de Limpieza y afines al hogar	Servicio a Ofertar	Características del servicio Segmento	Documental	Primaria
Analizar la oferta existente del servicio de limpieza y su incidencia dentro del cantón.	Oferta	Empresas de servicios de Limpieza Características de la Competencia Proveedores de Empresas de servicios de limpieza	Documental Observación	Patentes, SUPERCIAS Empresas
Determinar el nivel de aceptación del servicio de limpieza en el sector que permitan establecer un criterio objetivo de la situación actual de la demanda.	Demanda	Análisis de los clientes Demanda actual Demanda Insatisfecha Proyección de la demanda Participación del Proyecto en el mercado	Encuesta	Hogares, empresas y oficinas
Investigar los precios de los servicios de limpieza y afines al hogar en el sector.	Precios	Precios actuales	Documental	Proformas Entrevista
Analizar los medios y estrategias que se usan para la comercialización de los servicios de limpieza.	Comercialización	Promoción Publicidad Estrategias	Documental, Observación	Primaria

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: las autoras

Año: 2018

3.5. Metodología del Estudio de Mercado.

El presente estudio de mercado busca determinar la oferta, demanda y precios existentes en el sector a investigar, así como para recopilar información real sobre los servicios propuestos, en los hogares, oficinas y empresas del área urbana del cantón Ibarra y además, para investigar las estrategias de marketing que se usan actualmente. Para lo que se recopila en forma planificada y se analiza la información de todos los factores que intervienen (empresas de limpieza, clientes, servicios, costos, marketing, entre otros) con el propósito de obtener datos que permitan tomar decisiones en el presente proyecto. Si bien la creación de la empresa tiene un enfoque social, esta no se aparta de la necesidad de generar desarrollo económico, sin dejar de lado que, en el proceso se busca brindar un servicio de calidad, seguro y eficiente, es decir, acorde con las exigencias de los clientes.

3.6. Desarrollo de la matriz de estudio de mercado

3.6.1. Caracterización de los servicios a ofrecer conforme a la propuesta.

Los servicios de limpieza y afines al hogar son necesarios tanto en el ámbito laboral como en el familiar, en el sector público como en el privado. Su finalidad es mantener ambientes saludables. Estas actividades, tradicionalmente las realizaban las mujeres, específicamente, las amas de casa. Los tiempos han cambiado y hoy en día se puede observar que una cantidad considerable de caballeros realizan esta labor, así como la contratación de terceros para ayudar en las tareas del hogar.

El presente proyecto pretende crear una empresa de limpieza y afines al hogar en el sector urbano del cantón Ibarra. Se propone brindar los siguientes servicios a los hogares, oficinas y empresas de manera principal, y adaptarlos a las necesidades de los clientes:

Segmento Hogares.

- ✓ Limpieza total de su hogar
- ✓ Limpieza de muebles
- ✓ Limpieza de cortinas
- ✓ Limpieza de alfombras
- ✓ Limpieza de pisos

- ✓ Limpieza de baños
- ✓ Limpieza de colchones
- ✓ Limpieza de ventanas
- ✓ Limpieza profunda
- ✓ Limpieza o mantenimiento de jardines

Segmento Oficinas / Empresas.

- ✓ Limpieza locativa
- ✓ Limpieza general
- ✓ Limpieza de cortinas
- ✓ Limpieza de alfombras
- ✓ Limpieza de Ventanas

Servicios que se basan principalmente con las siguientes características.

Las características aquí descritas se las han realizado mediante la observación directa del trabajo de algunas empresas que prestan el servicio en el cantón.

- ✓ Los servicios ofertados se realizan de acuerdo con las peticiones de los clientes. Existen empresas más especializadas que otras en las tareas de limpieza y limpieza profunda, en el mercado.
- ✓ Las actividades a desarrollarse no siempre se establecen de manera previa o por medio de un contrato, el cliente presume conocer el servicio que desea contratar.
- ✓ Las empresas tienen diferentes estándares de calidad y de procedimientos cuando brindan sus servicios.
- ✓ En algunas empresas se prestan los servicios sin que el personal utilice implementos de seguridad.

Segmento.

El mercado meta para el presente proyecto de investigación se enfoca en los siguientes dos segmentos: El primero perteneciente a los hogares de clase media a alta, quienes contratan a empleadas domésticas o servicios de limpieza y afines al hogar; y, el segundo, al que corresponden las empresas y oficinas de tamaño medio.

3.6.2. Análisis de la Oferta existente en los servicios de Limpieza en el cantón Ibarra.

La investigación de campo ha ayudado a determinar el número de empresas (8) que prestan servicios de limpieza y que a la vez se encuentran radicadas dentro del cantón Ibarra, mercado que si bien tiene pocas empresas constituidas legalmente, posee una gran cantidad de oferentes de estos servicios en situación informal. Además de ello, se puede evidenciar que las empresas locales carecen de posicionamiento porque las marcas a las que los encuestados hacen referencia, pertenecen a otras ciudades. También, se pudo constatar que en cuanto a los servicios, en el segmento hogares, tiene gran potencial ya que no existen empresas que lo realicen delegándose esta labor a empleadas domésticas, trabajadores ocasionales o informales. En este contexto, el presente estudio se vuelve fundamental para sustentar la viabilidad del proyecto.

Empresas de Servicios de Limpieza.

A través de una exhaustiva investigación en el registro de patentes del Municipio de Ibarra, Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, SRI, Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, se ha podido constatar que en el cantón se domicilian ocho empresas de limpieza, las mismas que están descritas en la tabla que a continuación se describe y las cuales asocian sus precios a factores como el tamaño, lugar o unidades de trabajo.

Tabla 6

Empresas de Servicios de Limpieza en el cantón Ibarra

Nombre Completo	Nombre comercial	Tipo
Del Pozo Ledesma Nancy Delicia		Persona natural
Jardinería y asociación de servicios de limpieza	ASOLIMJAR	Asociación EPS
Pérez Carranco Oscar Antonio		Persona natural
Jácome Escanta Víctor Alonso	KIAV	Persona natural obligada a llevar contabilidad
Ecología en Servicios y Limpieza empresarial ECOLIMS	ECOLIMSE CIA LTDA	Compañía Limitada
MAXSERCON Máximo Servicio y Construcción Cía. Ltda.	MAXSERCON CIA LTDA	Compañía Limitada
Alta Limpieza ALPILIMZA Cía. Ltda.	ALPILIMZA CIA LTDA	Compañía Limitada
García Landeta Christian Patricio		Persona natural

Fuente de Información: Investigación directa
Año: 2018.

Características de la competencia.

De acuerdo con un trabajo de investigación fundamentado de manera principal en la observación y el análisis de información obtenida de las empresas y usuarios se puede concluir que: La demanda cada día mayor al igual que la insatisfacción de los clientes ha motivado que empresas de otros cantones se introduzcan en el mercado, así como personas informales que lo hacen de manera directa. Es decir, que si bien se ha incrementado la demanda, los oferentes no han podido cumplir las expectativas de sus clientes. Esto ha permitido la existencia de mayor ofertantes de servicios de limpieza, sin que en muchos casos, proporcionen las garantías necesarias de calidad, precio justo, idoneidad y honestidad del personal. Se ha generado así, mayor incertidumbre en el consumidor. Sin embargo, la oferta actual cubre el 44.84% (19.958 hogares) del mercado de Ibarra con respecto al segmento Hogares y el 63% (366 empresas y oficinas) del mercado en cuanto a oficinas / empresas, de acuerdo con la encuesta realizada en el presente proyecto.

Con los antecedentes antes expuestos, se puede decir que las principales características de la Oferta son:

- ✓ Las empresas que prestan servicios de Limpieza son personas naturales en su mayoría (4); De tipo mercantil (3); De tipo asociación de la Economía Popular y Solidaria (1).
- ✓ Existe mucha oferta de carácter informal (No se ha podido cuantificar).
- ✓ Los servicios de limpieza reemplazan en muchos casos a las empleadas domésticas, sin que esto signifique necesariamente que los clientes se sientan satisfechos con los mismos.
- ✓ La mayoría de clientes encuestados, se encuentra satisfecho con su proveedor de servicios de limpieza, pero hace comentarios desfavorables por falta de calidad.
- ✓ Las empresas existentes tienen como principal mercado a las instituciones públicas, empresas y oficinas.
- ✓ Las empresas de servicios de limpieza manejan costos accesibles al bolsillo del consumidor.
- ✓ Las empresas de servicios de limpieza enfrentan la mala percepción del cliente hacia ellas, por las malas experiencias de los clientes, sobretodo de proveedores informales.

Proveedores de las empresas de servicios de limpieza.

Se ha podido identificar a proveedores de Materia Prima; Maquinaria y Equipo, así como de mantenimiento, los cuales se detallan a continuación:

Materia prima

CLIM LIMPIEZA, /www.climprofesional.com

Kywi, Dirección: C.C. La Plaza Shopping; e-mail: kywiibarra@kywi.com.ec; Av. Mariano Acosta 21-47 y Victoria Castello.

PINTULAC IBARRA, Dirección: Av. Mariano Acosta s/n y Cristóbal Gómez Jurado. Teléfono: 06 260 8100 Cel.: 098 707 8562

Máquinas y equipos.

HIDRO CLEAN, Dirección: Florencia Astudillo y Federico malo (Frente al estadio), teléfonos: 072816435 / 0992782707

ZINNER, Dirección: Camilo Gallegos E14-38 y Eloy Alfaro

KARCHER, Av. América N36-37 y Mañosca; Teléfonos: 2 441 562 / 5 121 137 / 09 841 83039; mail: info@industrialmaquinnov.com

RAINBOW, Dirección: Sánchez y Cifuentes y José Miguel Leoro esq. Yacucalle; Teléfono: (06) 261-0339 / 06952009 / 0997274064

Los servicios de mantenimiento los hacen las mismas empresas proveedoras o sus aliados en servicios especializados por lo cual no se han buscado nuevos.

3.6.3. Determinación de la situación actual de la demanda en los servicios de limpieza.

Segmentación.

La empresa ha considerado conveniente ofertar sus servicios a dos segmentos, el primero es el de los hogares y el segundo a empresas y oficinas para lo cual se analizará la población y muestra correspondientes.

Población.

Para la elaboración del presente proyecto se ha considerado como universos: Al número de familias del sector urbano del cantón, para el segmento hogares; y, el registro de Patentes del GAD de Ibarra 2017, para el segmento oficinas/empresas.

El número de familias del cantón Ibarra no se encuentra actualizado por lo cual, se ha recurrido a las proyecciones de población del INEC, 2012, mismo que indica que existen 214.552 habitantes (53.638 hogares), de los cuales 165.461 habitantes (41.365 hogares), pertenecen al sector urbano, además se ha tomado el índice de pobreza multidimensional que es de 25.60% (21.3% pobreza más 4.3% pobreza extrema), así también se ha considerado la integración familiar que según lo señala el censo de población y vivienda realizado por el INEC en 2010, la familia Ibarreña está conformada por 4 personas. Entonces, la población o universo para el presente trabajo de investigación es de 30.776 hogares.

Para el segmento de Oficinas / Empresas se ha tomado en cuenta el Registro de Patentes del GAD de Ibarra que para el año 2017 indica existen 16.873 unidades económicas, adicionalmente, el mercado al que se desea satisfacer con los servicios de la empresa está principalmente enfocado en los arrendatarios de oficinas (358) y además, a las empresas que brindan servicios administrativos de tamaño medio (223), con lo cual la población para este segmento es de 581 oficinas y empresas.

Muestra.

Para determinar la muestra de la presente investigación se ha considerado tomar como población a los siguientes dos segmentos:

Segmento Hogares

Fórmula para sacar la muestra

$$n = \frac{N * \delta^2 * Z^2}{(N - 1) * E^2 + \delta^2 * Z^2}$$

$$n = \frac{30.776 * 0,5^2 * 1,96^2}{(30.776-1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{30.776 * 0,25 * 3,8416}{(30.776-1) * 0,0025 + 0,25 * 3,8416}$$

$$n = 379$$

Datos:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población de estudio (30.776 habitantes)

δ= Varianza (0,50)

Z= Nivel de confianza (95%; 1,96)

E= Nivel de error (5%)

Segmento Oficinas / empresas

Fórmula para sacar la muestra

$$n = \frac{N * \delta^2 * Z^2}{(N - 1) * E^2 + \delta^2 * Z^2}$$

$$n = \frac{581 * 0,5^2 * 1,96^2}{(581-1) * 0,05^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{581 * 0,25 * 3,8416}{(581-1) * 0,0025 + 0,25 * 3,8416}$$

n= 231

Datos:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población de estudio (581 empresas/ oficinas)

δ= Varianza (0,50)

Z= Nivel de Confianza (95%; 1,96)

E= Nivel de Error (5%)

Análisis de los clientes.

Para realizar el análisis de los clientes se ha realizado encuestas en cada segmento a los que el presente proyecto de investigación ésta segmentada. Es decir, a los posibles clientes a los que se pretende ofertar los servicios de limpieza y afines al hogar dentro del sector urbano del cantón Ibarra, por parte de la empresa a crear (Una al Segmento hogares y una al segmento oficinas, empresas).

Tabulación y análisis de la información.

Encuesta dirigida a los Hogares del cantón Ibarra.

Con respecto a la contratación de servicios de limpieza y/o mantenimiento para el hogar, se puede determinar que 4 de cada 10 hogares contratan servicios ocasionales de limpieza (Gráfico 6), que corresponde a 13.236 hogares, los cuales en su mayoría se encuentran en las parroquias urbanas San Francisco y El Sagrario.

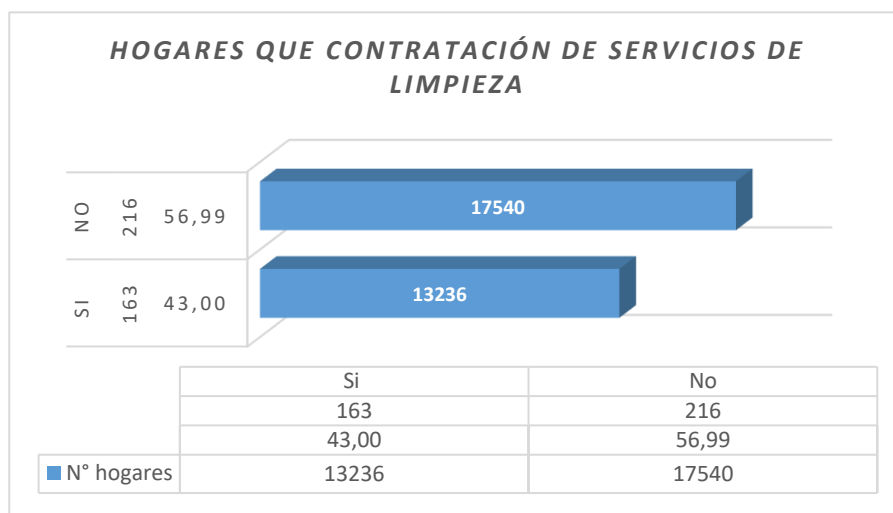


Figura 6 Contratación de servicios de limpieza

Elaborado por: Las Autoras (2018)

En relación a la satisfacción del proveedor de limpieza contratado (Gráfico 7), se puede observar un 47% de insatisfacción del servicio prestado. Es decir los datos muestran que existe una oportunidad de ofertar el mismo servicio mejorando el nivel de calidad.

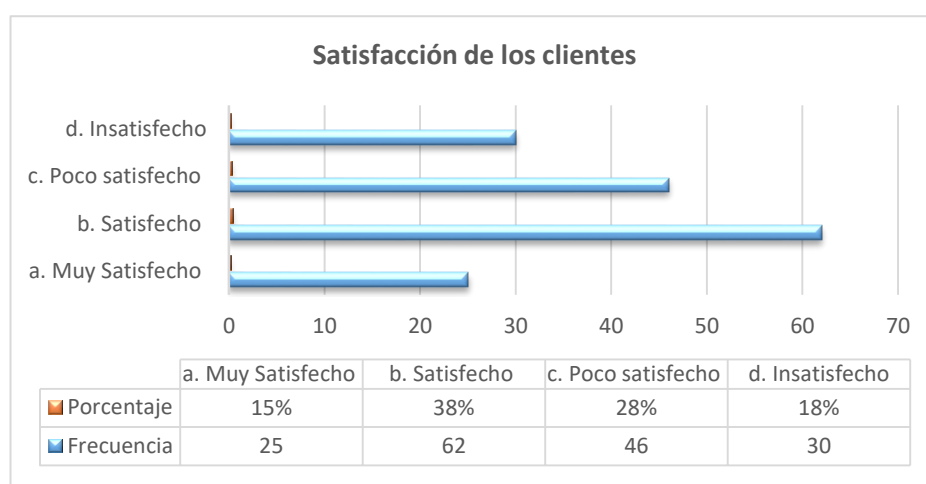


Figura 7 Satisfacción de los clientes

Elaborado por: Las Autoras (2018)

Con respecto a las ventajas de contratar servicios de limpieza y mantenimiento para los hogares, los encuestados reportaron sus preferencias respecto a la contratación del servicio e indican que para la mayoría de hogares la principal razón para contratar los servicios de limpieza y afines al hogar es la optimización de tiempo para dedicarlo a otras actividades 46%, (Gráfico 8) Esta respuesta permite asumir que las familias del cantón dedican tiempo en estas actividades que, podrían invertir en otras de mayor satisfacción personal o familiar. De este modo, la empresa, le estaría vendiendo al cliente, tiempo que en este momento no tiene y le

hace falta para cumplir con su rol de manera integral tanto como persona, dentro del hogar y la sociedad.

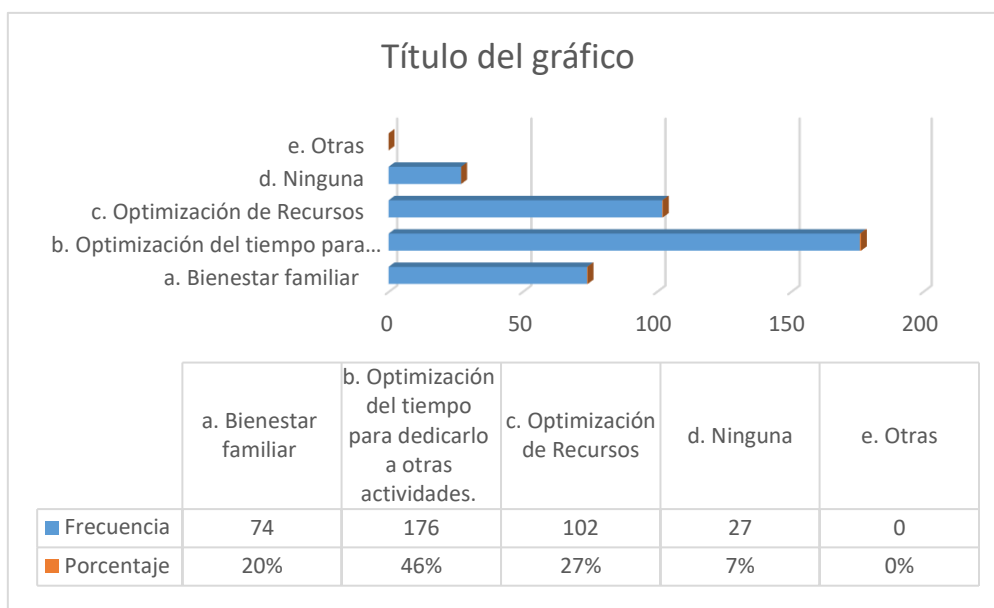


Figura 8 Ventajas de Contratar Servicios de Limpieza

Elaborado por: Las Autoras

Conforme los resultados obtenidos sobre la demanda actual de servicios de limpieza y/o mantenimiento para el hogar, se puede deducir que 7 de cada 10 familias encuestadas desean contratar el servicio de limpieza, es decir, 19.570 hogares, (Gráfico 9). Esta Pregunta permite identificar a los posibles clientes, para buscar estrategias que hagan que la empresa tenga aceptación en el mercado objetivo, pues se identifica que los servicios tienen demanda en el cantón.

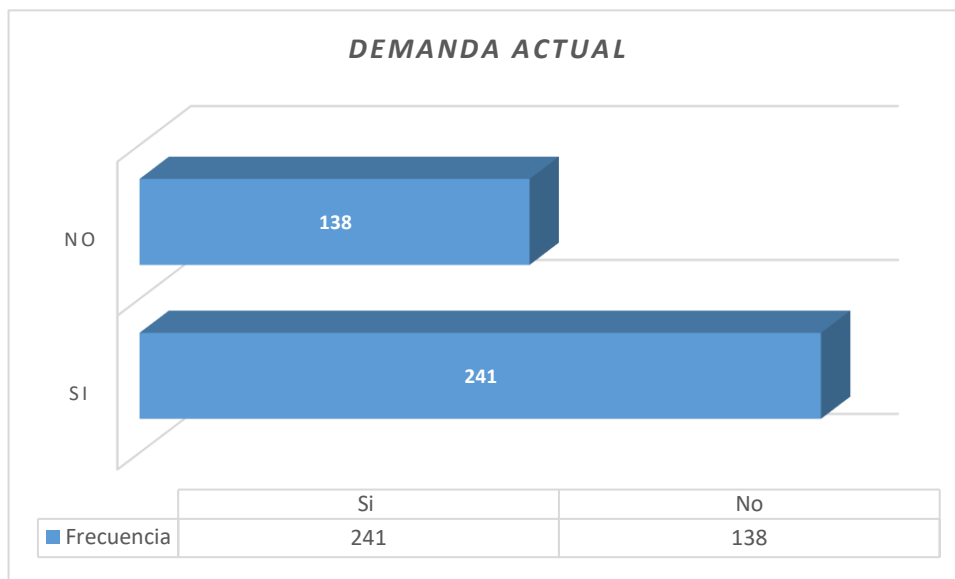


Figura 9 Demanda actual

Elaborado por: Las Autoras

El cliente está dispuesto a contratar un servicio de limpieza integral, más no de áreas específicas (Gráfico 10) en un 65%; y en porcentajes menores los demás enlistados, razón por la cual, la empresa podría ver reflejados mejores resultados económicos, si la misma integra en su portafolio dicho servicio y enfatiza su comercialización.

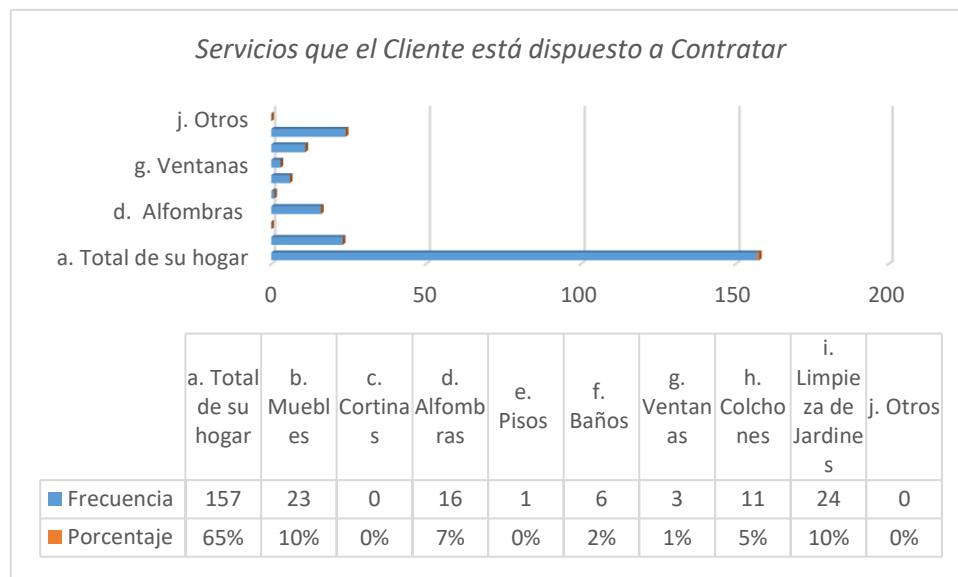


Figura 10 Servicios que el Cliente está dispuesto a Contratar

Elaborado por: Las Autoras

El nivel de confianza del personal de la empresa de servicios de limpieza, es un factor determinante al momento de la contratación; de acuerdo a los resultados se puede determinar que existe un 79% de nivel de desconfianza en el público, (Gráfico 11). En muchos de los

encuestados se pudo notar que el peligro al que se enfrentan principalmente es al hurto o robo porque ya han sido víctimas de aquello por lo menos una vez; por lo tanto, para el presente proyecto se vuelve imprescindible los parámetros de selección de personal, así como relacionar la marca y la imagen empresarial con el término, confianza.

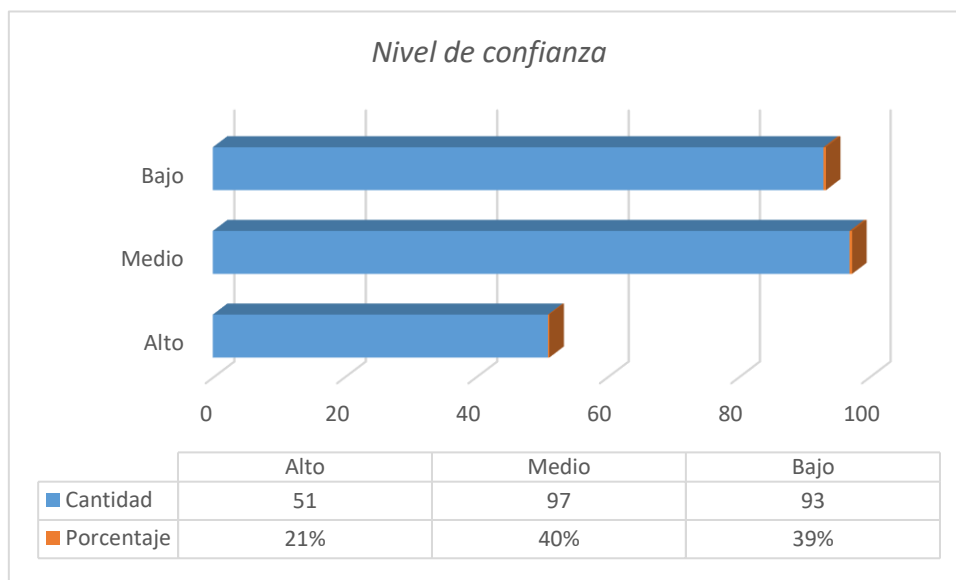


Figura 11 Servicios que el Cliente está dispuesto a Contratar

Elaborado por: Las Autoras

La preferencia de los clientes sobre el personal que realiza las tareas de limpieza, Al relacionar se relaciona con la pregunta anterior, se puede concluir que, aunque el nivel de desconfianza es alto, los clientes se tienen una percepción del riesgo menor si los servicios de limpieza y afines al hogar los presta personal femenino (66,39%), (Gráfico 12); con estos resultados la alta dirección podría impulsar que la preferencia de selección de personal en el momento de contratación sea del género femenino.

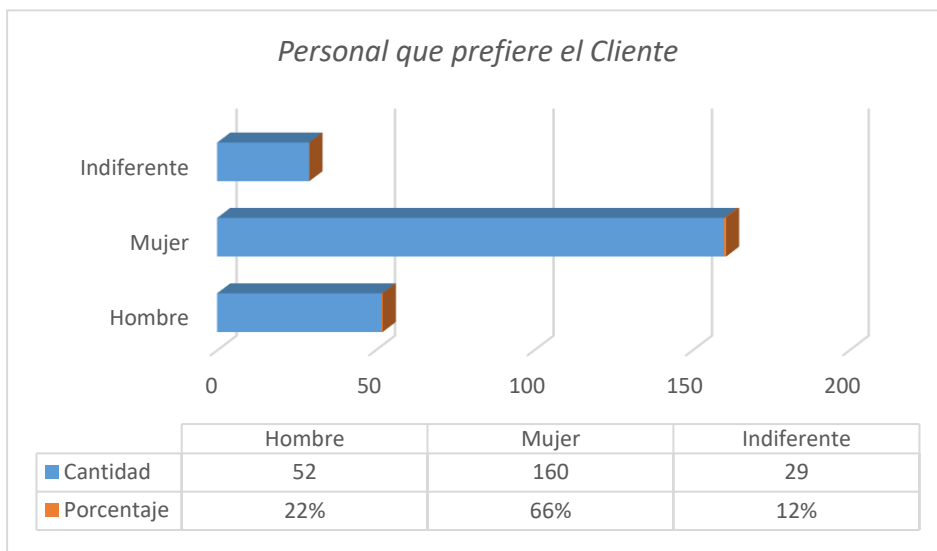


Figura 12 Servicios que el Cliente está dispuesto a Contratar

Elaborado por: Las Autoras

Con respecto a la frecuencia que los clientes estarían dispuestos a contratar un servicio de Limpieza, se logra identificar que 7 de cada 10 hogares contratarían este tipo de servicio al menos una vez por semana, y 3 de cada 10 dos veces en semana, (Gráfico 13); esto impulsará a la empresa a fundamentar su trabajo en la calidad, seguridad, responsabilidad y don de gente, para fidelizar al cliente mientras busca brindar el mismo servicio, bajo los mismos estándares a otros. Otra razón por la cual sería beneficioso es que se podría cobrar un valor razonable y el cliente no verá afectado su presupuesto familiar porque la contratación se realizaría cuatro veces al mes e incluso podría disminuir.

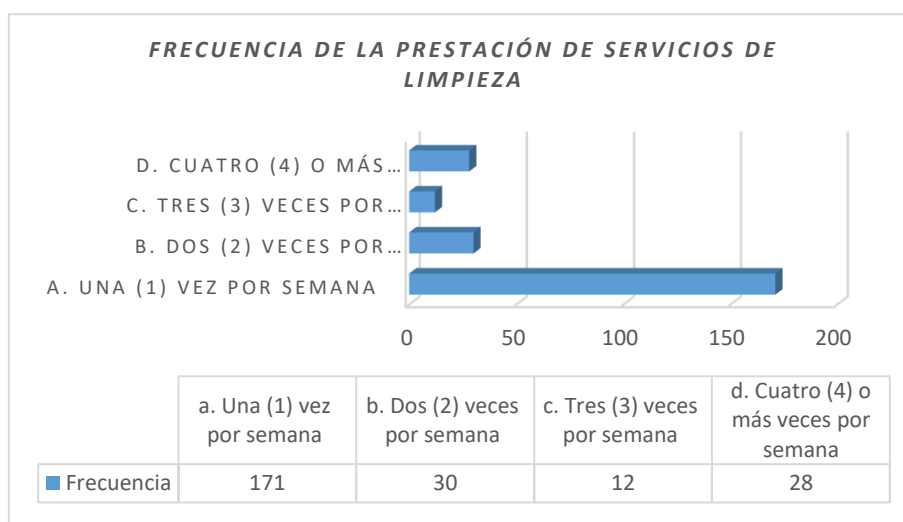


Figura 13 Frecuencia de la prestación de servicios de limpieza

Elaborado por: Las Autoras

Segmento oficinas / empresas

Con respecto a la contratación de servicios de limpieza y mantenimiento, se puede determinar que de las 231 encuestas realizadas se puede evidenciar que el 63%, es decir, 145 contratan servicios de limpieza y mantenimiento para sus organizaciones, mientras que el 37% (86) no lo ha hecho, manifestando que: 1. No se considera necesario para su organización, en un porcentaje de 38%; 2. Cada uno limpia con un porcentaje de 26%; 3. No conoce este tipo de servicios ni quién lo provea con un porcentaje de 23%; 4. Dentro de la organización existe personal especialmente para esta área 13%.

En conclusión, el servicio de limpieza se encuentra posicionado dentro del mercado de oficinas y empresas en la Ciudad de Ibarra ya que representa más del 70%, así también que existe un pequeño porcentaje que no conoce de los servicios que se brindan, los mismos que podrían convertirse en potenciales clientes, (Gráfico 14).

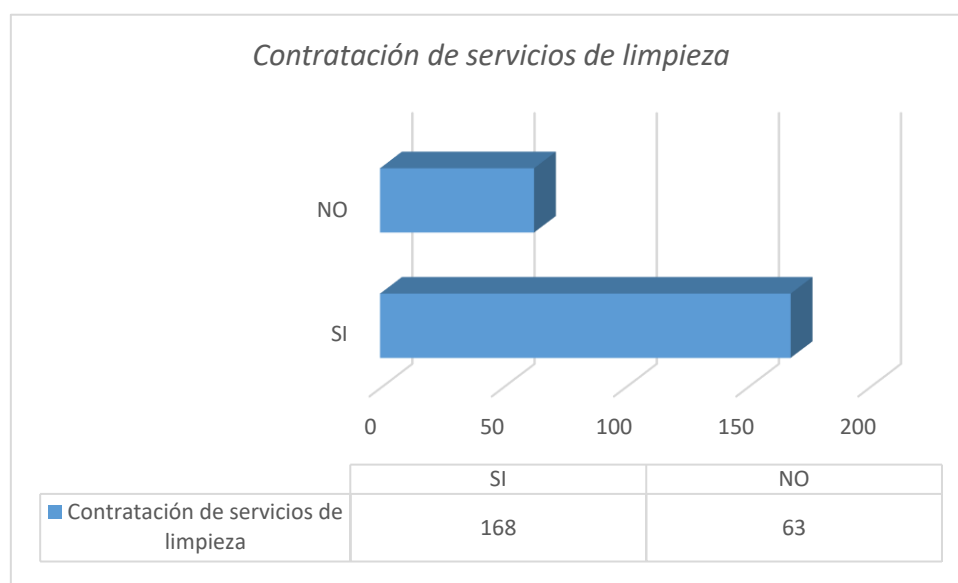


Figura 14 *Contratación de servicios de limpieza*

Elaborado por: Las Autoras

Con respecto a la satisfacción del cliente se evidencia que el cliente se encuentra muy satisfecho con los servicios de su proveedor actual, más en el segmento satisfecho que corresponde al 39%, los encuestados responden que se encuentran satisfechos y agregan comentarios como: a) En poco tiempo no cumple con todas las áreas, b) la limpieza no es a profundidad, lo cual indica que a pesar de sentirse satisfechos consideran que el servicio debe mejorar. Y en un porcentaje de 4% los clientes se sienten poco satisfechos, en su mayoría porque el servicio

ofertado no cumplía sus expectativas con respecto a lo ofertado, es decir que la empresa tiene posibilidad de captar al 61% del mercado, en este segmento.

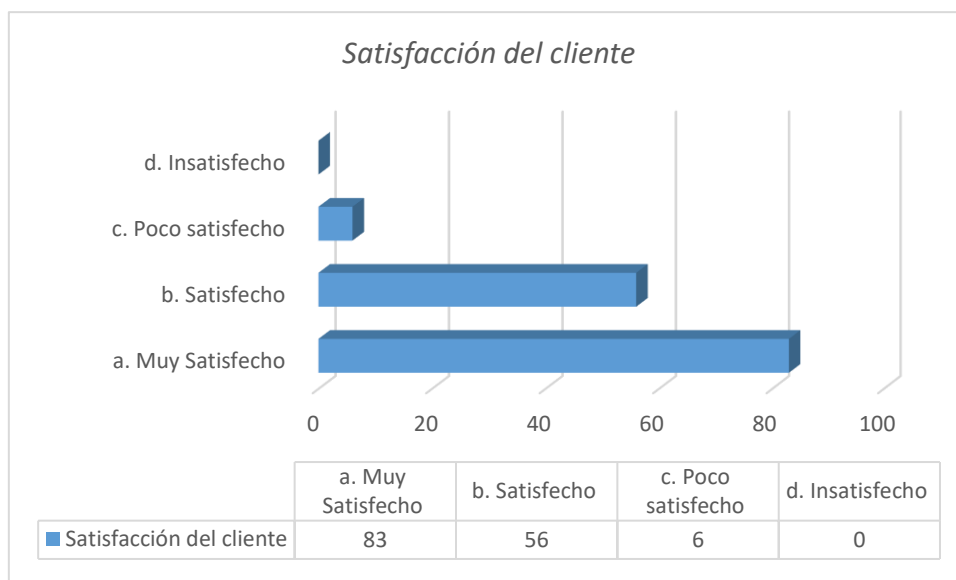


Figura 15 Satisfacción del cliente

Elaborado por: Las autoras

Con respecto a las ventajas al contratar servicios de limpieza y mantenimiento el Gráfico 16, muestra que puede deducir que para la mayoría de oficinas y empresas el contratar servicios de limpieza y mantenimiento está directamente relacionado con la mejora de imagen de la organización, pues, el porcentaje es de 92%, mientras que las razones de incremento de productividad y minimización de costos y gastos se ubican en 4% cada una.

Esto nos indica que para los clientes, las empresas de limpieza y mantenimiento, son aliados para posicionar la imagen de los mismos.

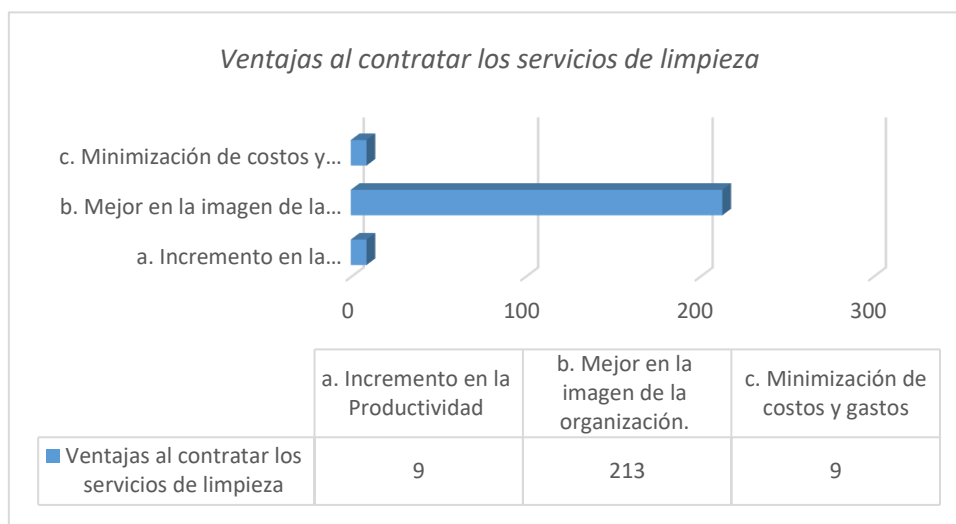


Figura 16 Ventajas de contratar servicios de limpieza

Elaborado por: Las autoras

Los clientes han contratado diferentes compañías de limpieza y mantenimiento que funcionan en el cantón Ibarra no se encuentran registradas en el catastro municipal. Esto lleva a considerar si estas empresas son reales, funcionan desde otro cantón o ciudad o incluso son nombres comerciales de personas informales.

La información antes citada ha sido cotejada con búsqueda por internet, patentes, e incluso con la información de contacto entregada, lo cual ha permitido verificar que las empresas no existen en Ibarra, y se pudo constatar que tan solo dos prestadoras de servicio de la ciudad pertenecen a la misma, la una persona natural no obligada a llevar contabilidad y la otra una señorita informal.

- | | |
|----------------|--------------------------|
| ✓ Fresh | |
| ✓ Air | ✓ Liservitips Cía Ltda. |
| ✓ WyL Clean | ✓ Asoprowp |
| ✓ Car wash | ✓ Garden service |
| ✓ Ultralimpio | ✓ Limpieza a su servicio |
| ✓ Limpia fácil | ✓ Clean home |
| ✓ Magic Clean | ✓ ASOTAPUR |

- | | |
|---|---------------------------------|
| ✓ Soluciones de limpieza | ✓ Todo limpio |
| ✓ Asociación limpieza unidos de Urcuquí | ✓ Limpieza total |
| ✓ TSL Servicios | ✓ Todo brilla |
| ✓ Lava auto | ✓ Servicios de limpieza Rainbow |
| ✓ Dry Clean | ✓ Serlim |
| | ✓ W&L Clean |

De acuerdo con los encuestados el servicio más importante es el aseo en general con 45%. Le sigue el mantenimiento locativo de las áreas con un 42%, es decir, para los encuestados la limpieza en general y por áreas son las tareas más importantes en la organización, pues, cuidan la imagen de la empresa y el bienestar de los colaboradores. También en menor grado consideran que el ítem otros (Jardinería, Lavado de autos; Limpieza de máquinas; Exteriores) es importante en un 9%, y las alfombras quedan en el último lugar con 4%. Esto nos indica que los servicios que se presten deben priorizar los dos segmentos. Gráfico 17.

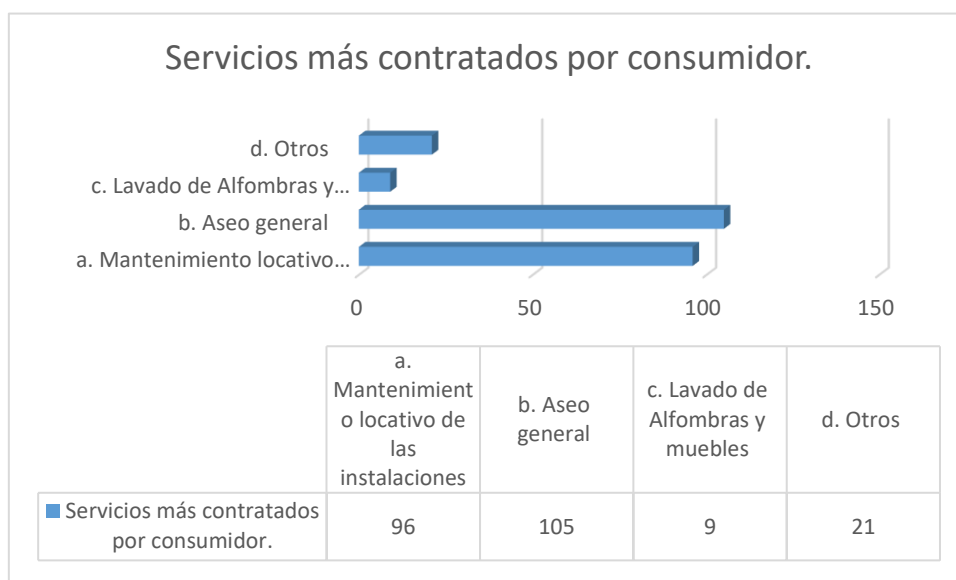


Figura 17 Preferencias del consumidor

Elaborado por: Las autoras

Con respecto a los valores que las organizaciones están dispuestas a pagar por la contratación de un servicio de limpieza, el Gráfico 18, nos indica el valor que los encuestados estarían dispuestos a cancelar esta entre los 5 y 7 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica con un porcentaje de 74%, siguiéndole con un porcentaje del 17% ningún valor o menos de 5 USD, mientras que un 8% estaría dispuesto a cancelar entre 8 y 10 USD y apenas un 1% de los mismos cancelaría un valor entre 10 y 12 USD la hora.

Estos valores nos indican que los valores a pagar por los clientes están por debajo de los 7 USD, lo cual debe ser tomado en cuenta al momento de la propuesta y la determinación de costos

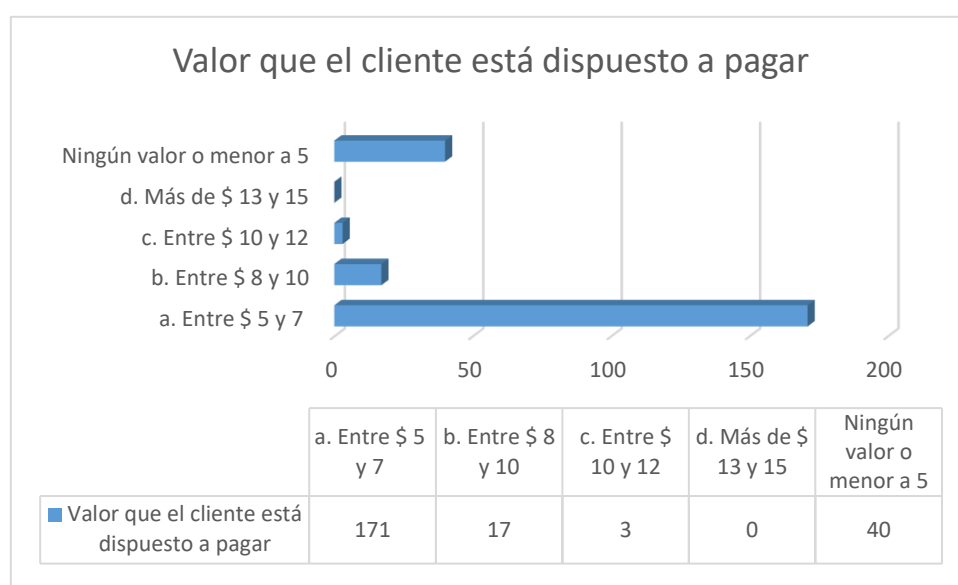


Figura 18 Valores que el cliente está dispuesto a cancelar.

Elaborado por: Las Autoras

La frecuencia de contratación del servicio de Limpieza y Mantenimiento, se evidencia que las veces a la semana que se requiere la prestación de los servicios dependerá exclusivamente de la organización y las actividades que lleve a cabo, dando como resultados los siguientes: Frecuencia de 2 veces por semana 37%; Frecuencia de 3 veces por semana 24%; frecuencia de 1 vez por semana; 21%; y, frecuencia de 4 o más días a la semana 18%.

La frecuencia para contratación de las oficinas es entre de 1 y 2 veces mientras para las empresas 2 veces en adelante.

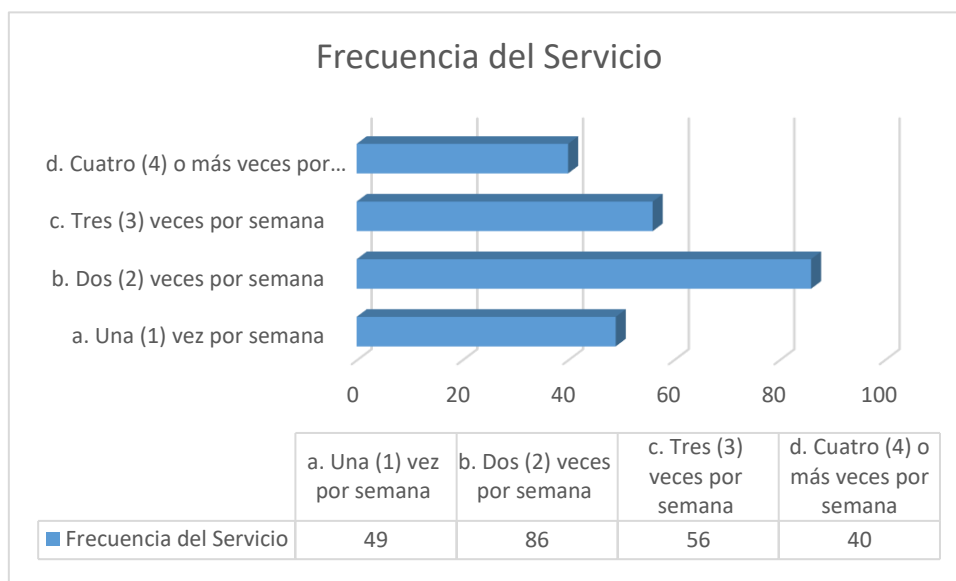


Figura 19 Frecuencia de los Servicios de Limpieza y afines.

Elaborado por: Las autoras

En relación a los servicios de limpieza y/o mantenimiento que los administradores contratarían para su organización, el Gráfico 20, muestra que esta pregunta es muy importante para el desarrollo del presente proyecto porque indica los posibles clientes que tendría la empresa. La población dispuesta a contratar servicios de limpieza para sus empresas u oficinas, equivale al 72%, es decir, 418 entidades productivas.

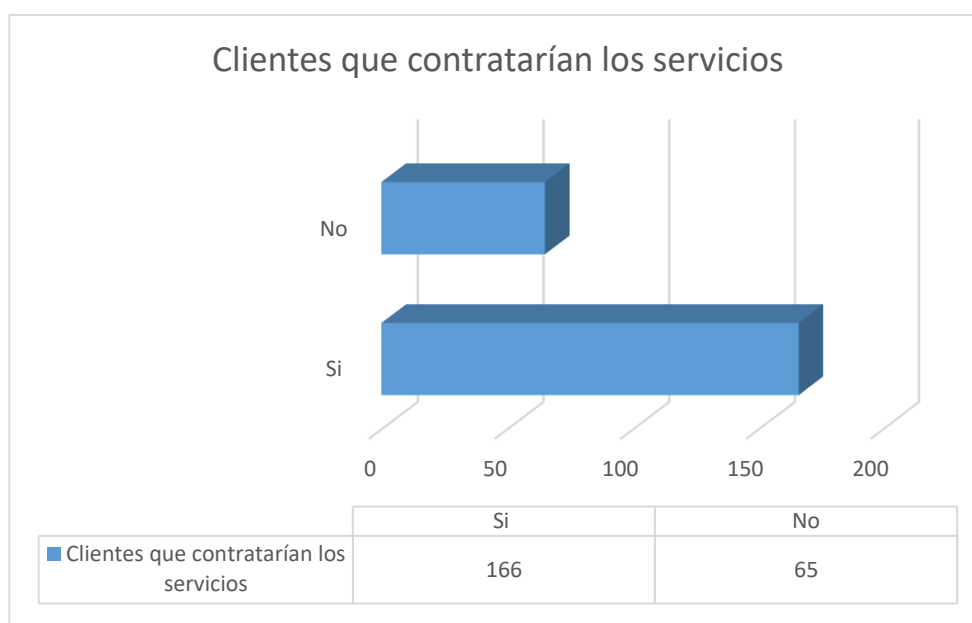


Figura 20 Clientes que contratarían los servicios

Elaborado por: Las Autoras

Demanda actual.

Para determinar la demanda actual se han realizado 2 encuestas, la primera al segmento Hogares y la segunda al segmento Oficinas /empresas, mismas que fueron efectuadas tal como lo indican las tablas N°8 y 9. Las encuestas realizadas a los hogares fueron 379 y las que se hicieron a oficinas/empresas 231.

A través de la aplicación de las encuestas se pudo evidenciar que en el segmento 1 (hogares) el 43% de los encuestados contrata actualmente estos servicios, lo cual significa 13.236 hogares del cantón. Así también de acuerdo con la misma encuesta se puede determinar que el 63,59% de los encuestados están dispuestos a contratar los servicios de limpieza, es decir, la demanda actual para el presente proyecto es de 19.570 hogares.

De igual manera, también se pudo determinar que la demanda real de oficinas/ empresas es de 72% (418 oficinas y empresas) mismas que se encuentran dentro del sector urbano del cantón.

Demanda insatisfecha.

La demanda insatisfecha de los hogares es de 20.58% en Ibarra (6.334); y en el segmento oficinas/empresas es del 9% (52 empresas y oficinas). En este segmento además de la variación entre la oferta y demanda existente, se ha considerado conveniente tomar en cuenta al 39% de los encuestados que afirman sentirse satisfechos, sin embargo, hacen comentarios negativos lo que nos lleva a suponer no están conformes con el servicio.

Proyección de la demanda.

Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado la tasa de crecimiento poblacional y empresarial.

Para el segmento hogares de la ciudad de Ibarra la tasa de crecimiento poblacional es de 1,86%, información de acuerdo al PDyOT de Ibarra 2015, no así para el segmento Oficinas/empresas que únicamente se toma en consideración la variación de crecimiento de acuerdo al registro de patentes desde 2013 a 2017 y el promedio indica 10.34% anual, mismo que se ha contrastado con los estudios realizados por el INEC que indican la tasa de crecimiento empresarial anual para las PYMES es de 11.50%. Así también añade que más del 80% de estas empresas tienen posibilidad de supervivencia mayor a un año y el 38% sobrepasan los 6 años de vida.

(Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial, 2017), datos que llevan a concluir que existe relación entre datos nacionales y cantonales.

Tabla 7

Proyección de la Demanda Ibarra

PERIODOS		DEMANDA	
AÑOS	Hogares	Empresas/ oficinas	
1	19.570	418	
2	19.934	462	
3	20.305	509	
4	20.682	562	
5	21.067	620	
6	21.459	684	

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Investigación directa
Año: 2018

Fórmula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

C_n = Consumo Futuro

C_o = Consumo determinado para el año actual

i = Tasa de crecimiento poblacional

n = año proyectado

Participación del Proyecto en el Mercado:

De acuerdo a lo descrito anteriormente se hace imprescindible determinar la participación que la empresa tendría en el mercado para lo cual se deben considerar ciertos factores: 1. Demanda Insatisfecha actual de 6.334 hogares y 52 empresas u oficinas; 2. La cantidad de servicios de aseo general (1680 al año y 140 mensuales), estos servicios se prestarán de manera principal a los hogares, y la cantidad de servicios por hora (1680 al año y 140 mensuales), mismos que se prestaran de manera primordial a las empresas u oficinas, dentro del primer año; 3. Se considera

que cada hogar contrataría los servicios 2 veces al mes y que las empresas u oficinas 4 veces al mes. Estos antecedentes llevan a deducir que la asociación el primer año, trabajaría para 70 hogares mensualmente, lo cual equivale al 1.11% de la demanda insatisfecha para ese segmento, mientras que para el segmento de las empresas u oficinas se ha determinado que se podrá atender a 35 instituciones dentro del mismo periodo, es decir, el 67.31% de la demanda insatisfecha en ese nicho de mercado.

3.6.4. Análisis y determinación de precios.

Para determinar los precios se ha tomado en consideración las proformas solicitadas a varias empresas del sector.

Precios Actuales.

De acuerdo con la investigación realizada así como a las proformas entregadas por varias empresas en el cantón Ibarra. Se puede establecer que los precios fluctúan tal como lo indica la Tabla 23. Además, en los servicios que se prestan por hora la cantidad mínima de contratación son 2 horas diarias, de igual manera, en el segmento empresas u oficinas las prestadoras de servicios de limpieza tienen un costo diferenciado que disminuye a medida que la organización contrate más días u horas al mes.

Tabla 8

Precios de la Competencia

Servicios	Mín.	Máx.	Cobro por:
Limpieza total de su hogar	20	50,00	unidad
Limpieza de muebles	25	45,00	conjunto
Limpieza de cortinas	1,25	1,65	m ²
Limpieza de alfombras	1,5	1,80	m ²
Limpieza de pisos	1	2,00	m ²
Limpieza de baños	8	15,00	unidad
Limpieza de baño máster	25	35,00	unidad
Limpieza de colchones			unidad
Limpieza de ventanas	1,3	1,60	m ²
Limpieza de ventanas con altura	1,6	2,10	m ²
Limpieza profunda de:			
Cocina	25	35,00	unidad
Baño	18	35,00	unidad
baño máster	28	38,00	unidad
Limpieza de jardines	7,25	15,00	la hora

Servicios	Mín.	Máx.	Cobro por:
Costo hora	7,25	15,00	Hora
Costo Hora fines de semana y feriados	8,25	20,00	Hora
Costo Día	20	60,00	Día (8 h)
Costo Día fines de semana y feriados	30	70,00	Día (8 h)

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación directa (2018)

3.6.5. Comercialización.

Comercializar o poner a la venta un producto o servicio requiere del uso de estrategias que den a conocer las cualidades de los mismos. Es importante dentro del estudio de mercado del presente proyecto hacer referencia a los canales de distribución y las principales estrategias para posicionar la empresa y sus servicios.

Promoción: Las promociones se llevan a cabo mediante un análisis de los requerimientos de los clientes, con el fin de fidelizar a la clientela. Así, por ejemplo, se ofrecen “Planes mensuales”, o valores agregados por la compra de un servicio determinado.

Publicidad: Los principales medios para publicitar empresas de limpieza y sus servicios son el Internet, mediante páginas web, anuncios en redes sociales y spot publicitarios, de igual manera se usan volantes o el boca a boca, es decir, la recomendación de los clientes.

Estrategias: Las principales estrategias para una empresa de servicios son: Marca, Logotipo y Slogan. Las características que deben tener tanto la marca como el logotipo deben estar diseñadas para que los clientes o usuarios identifiquen con precisión a la empresa.

Marca: De acuerdo con el blog *Emprende Pyme*, el emprendedor debe crear una marca “Potente, a través de la cual tus clientes, proveedores y colaboradores te identifiquen rápidamente.” (*Emprende Pyme*, 2016). Para lo cual, debe seguir los siguientes seis pasos:

- ✓ Definir el público objetivo
- ✓ Proyectar una imagen de acuerdo a la filosofía.
- ✓ Definirlo como cliente único y especial
- ✓ La marca debe aportar valor
- ✓ Mantener viva la relación
- ✓ Medir el rendimiento

Logotipo: Según Arturo García, "...un buen logotipo refleja los valores de la marca mediante el uso de formas, colores y tipografías. Su objetivo es inspirar confianza y reconocimiento y ayuda a la empresa a desmarcarse de la competencia." (García, 2018)

Características: Las principales características que debe tener son:

- ✓ Simple
- ✓ Memorable
- ✓ Atemporal
- ✓ Versátil
- ✓ Apropiado

Slogan:

- ✓ Su origen viene de una palabra gaélica escocesa que significa "**grito de guerra**". Al llevarlo al mundo empresarial se podría decir que es el recordatorio constante de lo que hace un negocio.
- ✓ Según el artículo publicado en el blog Entrepreneur "Un buen eslogan debe contener máximo ocho palabras, debe identificar claramente al producto o servicio, y resaltar los beneficios que lo hacen especial. Es una frase que atrapa, define y sintetiza en pocas palabras la idea conceptual de tu producto o servicio." Para lo cual debe seguir los siguientes tips.
 - ✓ Destacar las propiedades respecto a la competencia.
 - ✓ Ser original y conciso.
 - ✓ Hacer que la marca rime con el slogan.
 - ✓ La marca debe incorporarse como concepto implícito.
 - ✓ Resumir que hace la marca.

3.7. Conclusiones del estudio de mercado

En el cantón Ibarra se ha determinado mediante la presente investigación que los servicios de limpieza y afines tienen un alto grado de demanda (63.6% Hogares y 72% Oficinas y empresas), misma que se no se encuentra satisfecha en un 20.58% en relación a hogares y un 9% en oficinas y empresas. Así también se ha logrado establecer que los servicios que los clientes prefieren contratar son: Aseo general (65%) para hogares y los de mantenimiento

locativo de las instalaciones (42%) y aseo general para las oficinas y/o empresas (45%), dentro del factor de los clientes también se debe considerar que el nivel de desconfianza es alto y por ende su preferencia con el personal femenino; De igual manera, se puede concluir que los precios de estos servicios están directamente relacionados con la competencia. Sin embargo, se ha podido observar que una adecuada comercialización por medio de una política de estrategias permite disminuir costos, mantener precios al consumidor y la fidelización de este último, en esta política es importante el factor proveedores, pues mantener excelente calidad en productos, maquinaria y equipos al igual que un buen equipo de soporte técnico en el mantenimiento permitirá realizar el trabajo con eficiencia y eficacia. Esto se reflejará a posteriori en el posicionamiento de la organización.

Por lo antes citado y sobre la base del estudio de mercado realizado, se considera conveniente la creación de una empresa de servicios de limpieza y afines al hogar bajo un enfoque de género en el cantón Ibarra, dentro de los límites urbanos y a su vez dirigida a segmentos hogares y empresas u oficinas, bajo la figura de la Economía Popular y Solidaria.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Introducción

El estudio técnico permitirá determinar el domicilio legal, elementos técnicos relacionados a la ingeniería, equipo operativo y otros que la empresa debe tener en cuenta con el fin de obtener niveles óptimos que la mantengan en funcionamiento durante un determinado periodo.

Para ello, se analizarán todos los elementos que lleven a determinar el tamaño de la inversión necesaria para el desarrollo del presente proyecto, mediante una exhaustiva investigación.

4.2. Objetivos

4.2.1. Objetivo General.

Identificar y caracterizar los criterios técnicos relevantes para la implementación de la propuesta.

4.2.2. Objetivos Específicos.

- ✓ Determinar la localización más adecuada para la empresa de servicios de limpieza y afines al hogar, en el cantón Ibarra.
- ✓ Identificar el tamaño óptimo del presente proyecto.
- ✓ Analizar y definir la ingeniería del proyecto que se requiere para la implementación de la propuesta.
- ✓ Analizar y determinar la inversión necesaria para implementar la empresa de servicios de limpieza y afines al hogar.

4.3. Localización del proyecto

Determinar la ubicación del proyecto se convierte en una tarea de ponderación tanto cualitativa como cuantitativa porque a más de fijar el domicilio legal de la empresa, se trata de conferir una ventaja competitiva para captar más clientes. Por lo cual, no solo es una necesidad, sino una estrategia.

4.3.1. Macro localización.

La empresa de servicios de Limpieza y afines al hogar “ASOSERLIMPH”, se ubicará en Ecuador; Zona 1; Provincia de Imbabura; Ciudad y cantón Ibarra; Parroquia San Francisco.



Figura 21. Mapa de Ibarra (Fuente: Maps, 2018)

4.3.2. Micro localización.

Para poder determinar el domicilio legal más estratégicamente apropiado se ha realizado un análisis con base en el método de localización por puntos ponderados. Se ha tomado en consideración tres posibles lugares y siete factores, los mismos que se detallan a continuación:

Opciones.

1.- Av. Mariano Acosta (entre Av. Fray Vacas Galindo y El Obelisco)

Características. Es un sector altamente comercial, se encuentra cerca al centro comercial Laguna Mall; Bancos del Austro y de Guayaquil, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mushuk Pakary; supermercados mayoristas y Minoristas como Gran Aki; además de la Escuela Pedro Moncayo y otros locales comerciales diversos.

2.- Av. El Retorno (Entre Av. Teodoro Gómez de la Torre y Los Ceibos)

Características. Es un sector comercial donde predominan los locales de alimentación y esparcimiento. Sin embargo, se encuentra cerca del Colegio Experimental Teodoro Gómez, y dentro de sus límites están el Cementerio de la ciudad, el Coliseo Ramiro Guzmán Rueda, El Colegio Tecnológico Víctor Manuel Guzmán, locales comerciales diversos, GOE, además el sector también es considerado residencial y está muy cerca de conjuntos habitacionales.

3.- Calle García Moreno o Calle Juan José flores (entre Sánchez y Cifuentes y Pedro Vicente Maldonado).

Características. Es un sector comercial, histórico y muy tradicional, se encuentra circundante al Municipio de la ciudad, principalmente para actividades de servicios profesionales. Existen muchas oficinas, algunas notarías, iglesias, bancos, como Procredit y Banecuador, también la unidad educativa San Pedro Pascual entre los más importantes. Además de otros locales comerciales diversos.

Factores.

- ✓ Presencia de Locales comerciales
- ✓ Cercanía con los clientes
- ✓ Disponibilidad de Materia Prima
- ✓ Afluencia de personas en el sector
- ✓ Disponibilidad de Mano de Obra
- ✓ Vías de acceso y transporte público
- ✓ Seguridad del Sector

*Ponderación.***Tabla 9****Valores Peso - Factor**

FACTOR	PESO
Disponibilidad de locales comerciales	0,20
Cercanía con los clientes	0,15
Disponibilidad de materia prima	0,05
Afluencia de personas en el sector	0,20
Disponibilidad de mano de obra	0,05
Vías de acceso y transporte público	0,15
Seguridad del sector	0,20
TOTAL	1,00

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 10**Escala de Puntuación**

NIVEL	VALOR
Muy bueno	5
Bueno	4
Regular	3
Malo	2
Pésimo	1

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 11

Ponderación de Ubicación Estratégica

FACTOR	PESO	VALORES			PARTICIPACIÓN		
		OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN 3	OPCIÓN 1	OPCIÓN 2	OPCIÓN 3
Disponibilidad de Locales comerciales	0,2	5	5	5	0,20	0,20	0,20
Cercanía con los clientes	0,15	4	4	3	0,12	0,12	0,09
Disponibilidad de Materia Prima	0,05	5	3	4	0,05	0,03	0,04
Afluencia de personas en el sector	0,2	5	3	4	0,20	0,12	0,16
Disponibilidad de Mano de Obra	0,05	4	4	4	0,04	0,04	0,04
Vías de acceso y transporte público	0,15	5	4	5	0,15	0,12	0,15
Seguridad del Sector	0,2	4	4	4	0,16	0,16	0,16
TOTAL	1	32	27	29	0,92	0,79	0,84

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación directa

Año: 2018



Figura 22. Mapa de Av. Mariano Acosta (entre Av. Fray Vacas Galindo y El Obelisco) (Google maps, 2018)

De acuerdo con la evaluación que precede se puede determinar que la opción uno es la más apropiada para la micro localización del presente proyecto. Las condiciones que presenta lo hacen un sector más favorable. Por lo tanto, la empresa se ubicará en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia San Francisco, entre la Av. Mariano Acosta y Av. Fray Vacas Galindo.

4.4. Tamaño del proyecto

El tamaño del presente proyecto está determinado por su capacidad, misma que se ha definido de acuerdo a la mano de obra, equipo y maquinaria y el personal de apoyo, ya que en conjunto permiten disminuir tiempo, sin que ello merme la calidad en los servicios.

Para los dos segmentos los servicios que se tomarán en cuenta con el fin de establecer la capacidad real son: Servicio por horas; y, Servicio de aseo en general, estos servicios son los que la empresa prestará de manera principal, sin que sean los únicos pues el portafolio se enmarcará en los que la competencia brinda en la actualidad más los que los clientes soliciten. Así también el personal con que se contará son: Siete operarios, en jornada laboral parcial, Un agente vendedor; Un administrador, que asumirá también el cargo de chofer; y, una secretaria, misma que estará a cargo de la bodega hasta que la empresa cuente con los recursos necesarios para la contratación de dicho personal. El personal administrativo y de ventas, además de sus obligaciones, también asumirá el rol de apoyo. Pues, el operario por sí sólo no podría realizar todos los procesos de manera individual, el trabajo se ralentizaría, la capacidad disminuiría y los costos se incrementarían. De igual manera, para el correcto funcionamiento y adecuada labor del personal, la empresa proveerá de un kit completo en el que se incluirá equipo, suministros y demás materiales necesarios para realizar un trabajo eficiente, mismo que se compartirá ya que se trabajará en dos jornadas (matutinas y vespertinas), dividiendo al personal para la óptima utilización de los recursos.

Cada operario en jornada parcial (cuatro horas) estará en la capacidad de cubrir un servicio de aseo general y un servicio por hora al día y en jornada completa (ocho horas) tendrá capacidad de realizar 3 servicios de aseo general diarios.

La empresa pretende incrementar su participación en el mercado de manera escalonada. Es así que al finalizar el primer año se realizarían 1680 servicios de aseo general y 1680 servicios por

hora. A partir del segundo año se espera incrementar dichos valores, previo a una evaluación de los oferentes y el crecimiento que presenta la organización en el mercado. Sin embargo, a continuación se presentan las siguientes tablas, ellas representan las perspectivas del proyecto a futuro. Sin embargo los datos pueden cambiar de acuerdo a la demanda que se presente.

Tabla 12

Tiempos por Servicios en cada Jornada laboral

JORNADA LABORAL									
TIPO DE SERVICIOS	Capacidad x operario			CANTIDAD DE TIEMPO					
	Ser. Aseo	Ser.	Por	Ser.	Aseo	Ser.	Por	Tiempo	
	Gen.	Horas		Gen.		Horas		Ocioso	
Jornada parcial	1	1		1:45	A 2:00	1:00		1	A 1:15
				HORAS		HORAS		HORAS	
Jornada completa	3	0		1:45	A 2:00	1;00		2:00	A 2:45
				HORAS		HORAS		HORAS	

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 13

Capacidad por Operario en Jornada laboral

Servicios en tiempo Parcial	TIEMPO APROX	Servicios al día	Servicios a la semana	Servicios al mes	Servicios al año
Aseo general	2 horas	1	5	20	240
Trabajo por horas	1 hora	1	5	20	240
Servicios en jornada completa	TIEMPO APROX	Servicios al día	Servicios a la semana	Servicios al mes	Servicios al año
Aseo general	2 horas	3	15	60	720
Trabajo por horas	1 hora	0	0	0	0

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Tabla 14**Capacidad Anual de Servicios a Prestar**

Capacidad anual	Operarios en		M&E	Ser. Aseo General		Ser. Por Horas	
	Jornada			Parcial	Completa	Parcial	Completa
AÑOS	Parcial	Completa		Parcial	Completa	Parcial	Completa
1	7	0	4	1680	0	1680	0
2	5	2	4	1200	1440	1200	0
3	4	3	4	960	2160	960	0
4	3	4	4	720	2880	720	0
5	2	5	4	480	3600	480	0

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Ingeniería del proyecto

En esta etapa se definirán los recursos necesarios para ejecutar el presente proyecto, entre los cuales están el diseño, planificación y distribución del área física, la maquinaria, equipo, la definición de procesos productivos así como de cada uno de los recursos que intervengan en el desarrollo de la empresa.

4.4.1. Ingeniería física.

La ingeniería física se refiere al diseño y distribución de las instalaciones de la empresa. Mediante una investigación de campo se ha determinado que el sector donde se pretende instalar la empresa cuenta con locales y oficinas comerciales de 4m por 5m; de 4m por 6m; y 5m por 6m, en forma mayoritaria. Por esta razón, el siguiente plano hace referencia a un local de 4 por 6 m. Se distribuye en: Sala de espera; Gerencia; Baño; Bodega; Sala de Reuniones y área administrativa.

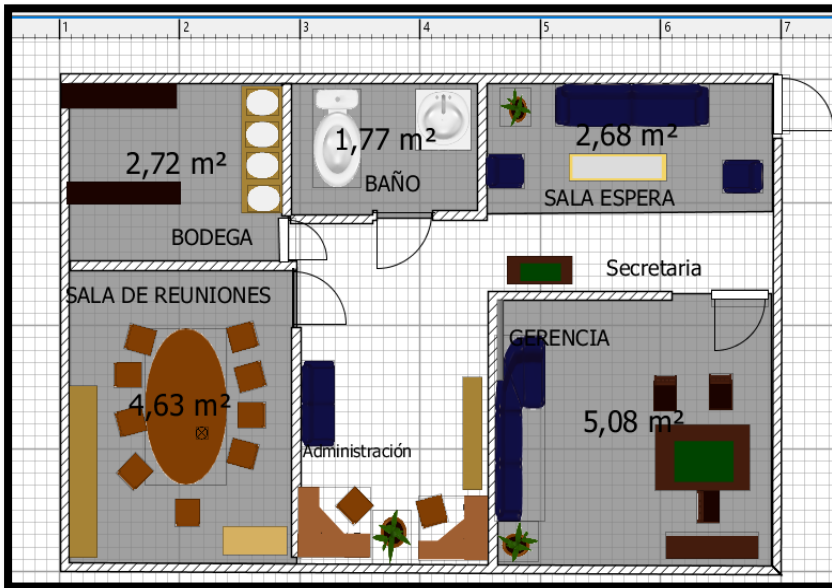


Figura 23 Plano de distribución por áreas (Arq. Manuel Borja)



Figura 24. Plano de distribución por áreas (Arq. Manuel Borja)

4.4.2. Procesos Productivos.

Las empresas de servicios no tienen procesos productivos de transformación de materia prima, pero realizan todos los demás inherentes a los de cualquier empresa. Por lo tanto, a

continuación se presentan los siguientes diagramas: Proceso de operación general; Proceso de ventas; Proceso de compras; Proceso de prestación del servicio; Proceso de control de calidad en el servicio; Proceso contable.

Simbología de los diagramas.

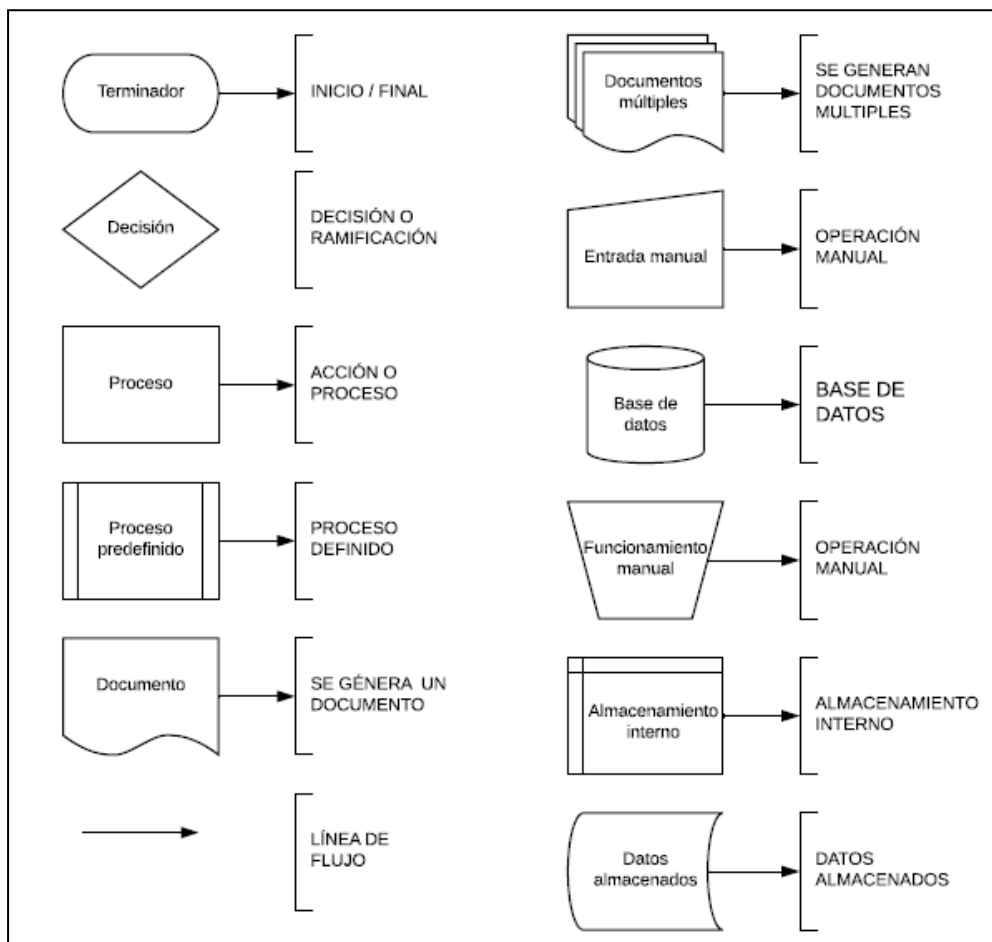


Figura 25 *Simbología de diagramas*

Diagrama de Operación

El proceso de Operación inicia cuando el cliente se pone en contacto con la empresa a través de cualquier medio (Visita a las instalaciones, contacto telefónico, vía correo electrónico, o la plataforma web institucional), y sucesivamente se registra su solicitud y se envía al departamento de ventas para ser atendido por un asesor, quien sugiere una visita para estimar las necesidades. Si el cliente se niega, se lo puede hacer por otra forma (correo electrónico o telefónico). La empresa tiene como propósito entregar una proforma donde se establezca los términos y condiciones del servicio que el cliente requiera (Máximo 24 horas después del

contacto), si es aceptada se realizará el contrato, factura y orden de trabajo. Además, si el cliente lo prefiere puede cancelar su factura o de lo contrario lo realizará al terminar el trabajo. El proceso continúa a nivel interno porque se envía la orden de trabajo al Jefe operativo para que verifique la disponibilidad de recursos y asigne de acuerdo con las necesidades de cada trabajo a realizar. También debe entregar la maquinaria, equipo y herramientas al personal con carta entrega de responsabilidad. Una vez asignados los recursos, se movilizará al domicilio del cliente para realizar el trabajo bajo las condiciones estipuladas en el contrato y las normas de la empresa. El personal debe regresar a la empresa, entregar la maquinaria, equipo y herramientas al concluir sus labores.

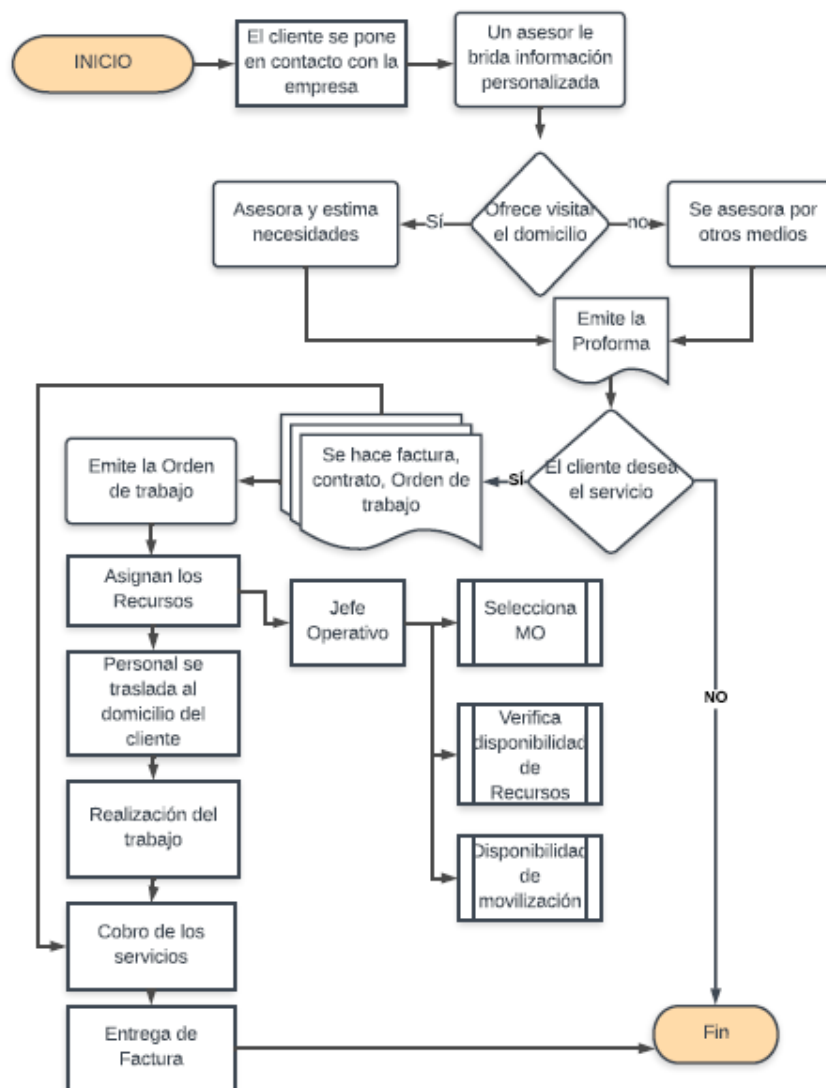


Figura 26. Diagrama de Operación General

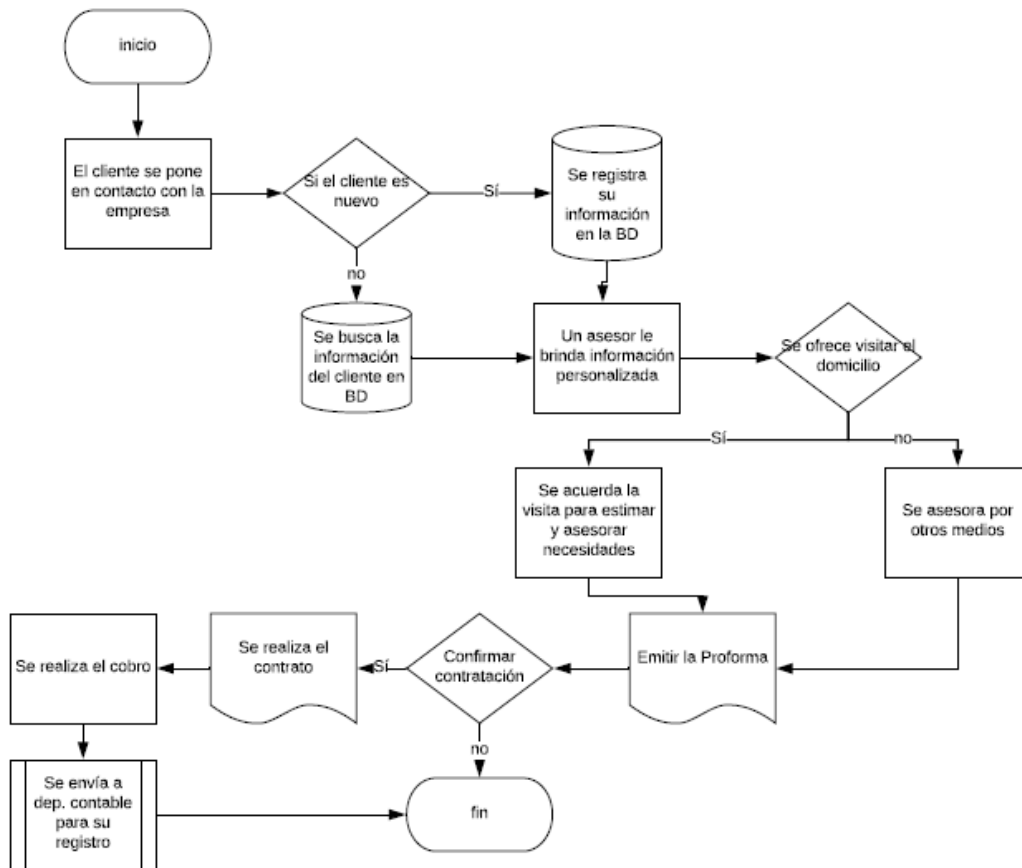


Figura 27. Diagrama de Ventas

Descripción.

- ✓ **El cliente se pone en contacto con la empresa**, esto lo hace vía cualquier medio (correo electrónico; teléfono; Whatsapp; redes sociales; visita personal, entre otros)
- ✓ **Si el cliente es nuevo**, si la respuesta es positiva, se solicita información al cliente y se la registra en la base de datos. Si la respuesta es negativa, se busca los datos del cliente en la base de datos para dar un servicio más personalizado.
- ✓ **Un asesor le brinda información personalizada**, el agente le informa sobre los servicios que la empresa realiza.
- ✓ **Se ofrece visitar el domicilio**, el asesor ofrece al posible o actual cliente una visita a fin de asesorar de manera más eficiente. Si la respuesta es positiva, se agenda fecha, lugar y hora. Si la respuesta es negativa, se realiza un cuestionario con el fin de asesorar en ese momento o por correo electrónico. En cualquiera de los dos casos la finalidad es estimar las necesidades.

- ✓ **Se emite una proforma**, el paso anterior debe llevar a la emisión de una proforma, que indique con claridad los servicios que se proporcionarían, los costos y posibles horarios en que se realizarán.
- ✓ **Confirmar la contratación**, el asesor de ventas se comunicará con el cliente con el fin de confirmar la contratación. Si el cliente la confirma se hará el contrato. Si la respuesta es negativa, se Preguntará el motivo o si desearía que nos volvámos a contactar en otro momento.
- ✓ **Se realiza el cobro**, se confirma la forma de pago (en efectivo, tarjeta, de manera inmediata o posterior al servicio).
- ✓ **Se confirma el pago**, se confirma la recepción del cobro, en cualquiera de sus formas.
- ✓ **Se envía la documentación a contabilidad para su registro**, el registro contable es la base una buena salud financiera. Por lo tanto, toda transacción debe ser ingresada de manera oportuna, los procesos de venta, no son la excepción.

Proceso de compras.

- ✓ **Revisión de Stock**, la verificación de existencias se realiza tanto física como a través del sistema para determinar las necesidades.
- ✓ **Hacer solicitud de requerimientos**, las necesidades encontradas se evidencian en una solicitud dirigida al administrador.
- ✓ **Aprobación de SR por el Administrador**, mismo que analiza y de estar de acuerdo lo aprueba, en caso de no hacerlo se devuelve al encargado para que lo modifique o lo vuelva a hacer.
 - ✓ **Solicitar Proformas a proveedores**, una vez aceptada se solicitan por lo menos tres proformas a distintos proveedores, los cuales deberán entregarlas en un máximo de 48 horas, y especificar con claridad, precios, valor unitario, formas de pago, tiempo de entrega.
 - ✓ **Entregar proformas al administrador**, para su aprobación, si se aprueba, se realiza la compra, si no, se debe solicitar proformas nuevas.
 - ✓ **Realizar la compra**
 - ✓ **Enviar la documentación a contabilidad para su registro y pago.**
 - ✓ **Recepción de la compra**, si está en los términos y condiciones acordadas se la aprueba, se firma la constancia y si no lo está, se devuelve al proveedor para cambios respectivos.
 - ✓ **Almacena las mercaderías**, en el lugar que corresponda y se registra en el sistema.

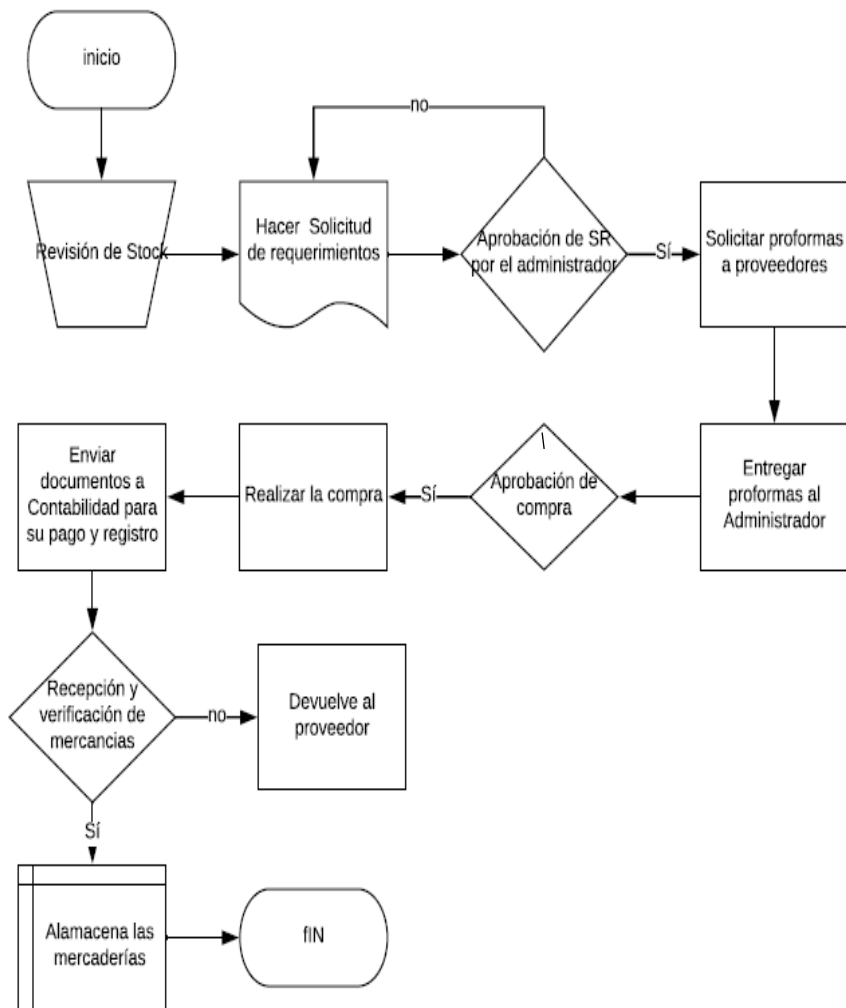


Figura 28. Diagrama de Compras.

Proceso contable.

Descripción.

- ✓ **Recepción de documentos físicos/electrónicos**, cada transacción o actividad que la empresa realiza genera documentos, los cuales son receptados por el área contable de la organización.
- ✓ **Revisión de documentación**, se revisará si cumple la norma legal vigente, especialmente la tributaria (SRI), entre los que se encuentran comprobantes de venta, comprobantes de retención y comprobantes complementarios.
- ✓ **Cumple la norma fiscal**, si lo hace, se sigue el proceso, de lo contrario se devuelve la documentación.

- ✓ **Ingresar la información.** Toda documentación, si cumple la normativa vigente se debe registrar en el sistema contable y su base de datos.
- ✓ **Imprimir el respectivo respaldo,** para ser archivado de manera física.

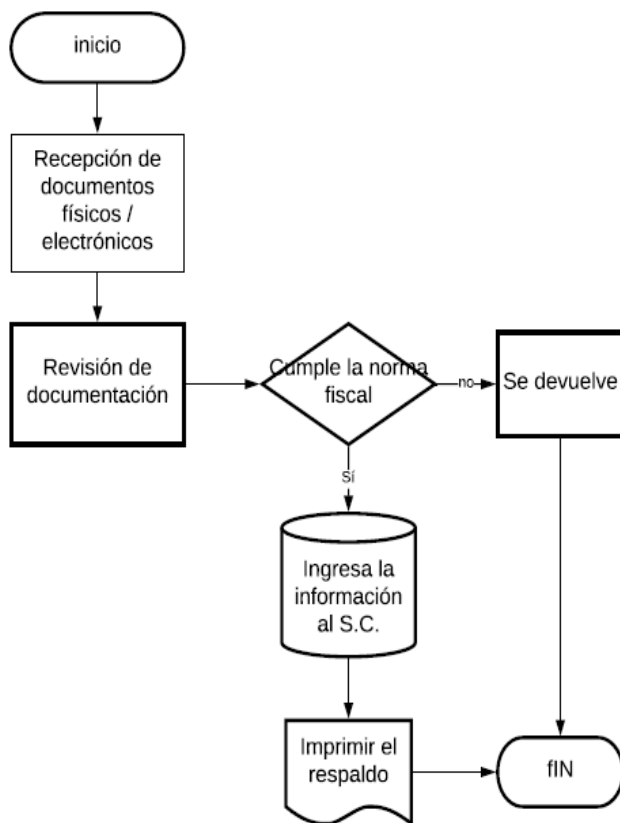


Figura 29. Diagrama del Proceso Contable

Proceso de prestación de servicios.

Descripción.

- ✓ **Entrega de la orden de trabajo al operario,** en la cual se especifica el trabajo a realizar y se describen, ciertas características especiales que el cliente desea, como alergia o preferencia de uso por algún producto o el modo particular en que desea se realice o no, entre otros.
- ✓ **Entrega de recursos necesarios,** todos los materiales, insumos, equipos, e implementos que se requieran para la perfecta realización de su trabajo, así como la disposición de la movilización.
- ✓ **Movilizar al operario al domicilio del cliente.**
- ✓ **Presentarse al cliente y explicar el trabajo a realizar.**

- ✓ **Realizar los servicios especificados en la OT.**
- ✓ **Despedirse del cliente.**
- ✓ **Regresar a las instalaciones de la empresa.**
- ✓ **Entregar los recursos no usados, devolver los equipos en perfecto estado, los materiales, insumos e implemento no usados o sobrantes.**

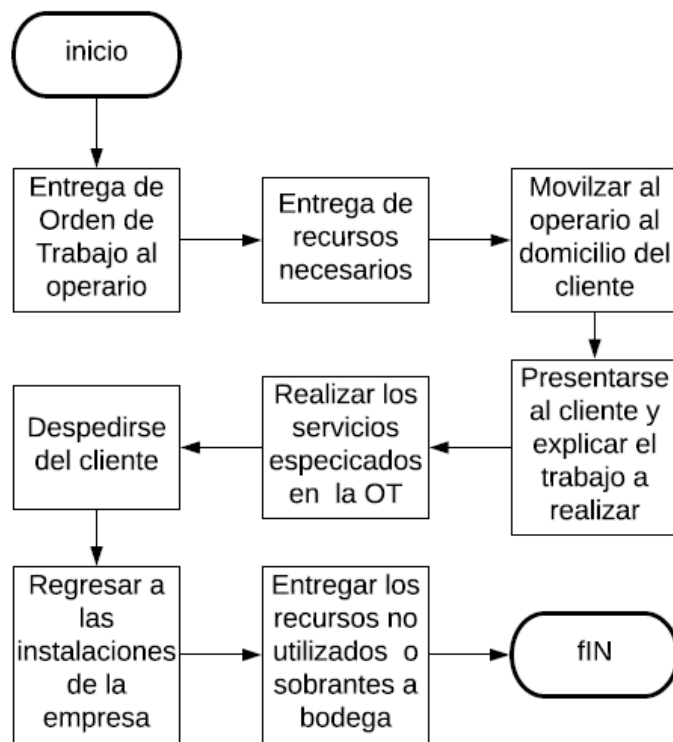


Figura 30. . Diagrama del Proceso de Prestación del Servicio de Limpieza y afines al hogar.

4.4.3. Descripción de los 4 Servicios principales a Brindar.

Aseo general.

- ✓ Colocar el señalador en la puerta de ingreso al área o habitación.
- ✓ Cerrar ventanas para evitar que la contaminación se extienda.
- ✓ Barrer y aspirar pisos, ventanas, paredes, techos, marcos, puertas y otros.
- ✓ Se retiran todos los objetos que se encuentren encima de mesas, armarios, cómodas, escritorios y demás.
- ✓ Se limpia los polvos, muebles y artículos.
- ✓ Se ubica todo en el orden antes establecido.

- ✓ Se trapea, encera y abrillanta los pisos dependiendo del requerimiento.
- ✓ Se aromatiza el ambiente.

Limpieza de baños.

- ✓ Colocar el señalador en la puerta de ingreso.
- ✓ Colocar desinfectante o antisarro en el inodoro, lavamanos, tina, y bidet.
- ✓ Retirar todos los artículos que se encuentren en la habitación.
- ✓ Barrer y aspirar pisos, ventanas, paredes, techos, marcos, puertas y otros.
- ✓ Limpiar la grifería.
- ✓ Limpiar azulejos, espejos, ventanas y otros (Papelera, dispensadores entre otros).
- ✓ Limpiar bidet, lavamanos, inodoro, tina.
- ✓ Poner todo en su lugar
- ✓ Recoger la basura
- ✓ Trapear el piso
- ✓ Se aromatiza el ambiente.

Limpieza de cocinas.

- ✓ Colocar el señalador en la puerta de ingreso.
- ✓ Lavar vajilla (En caso de existir).
- ✓ Guardar Vajilla (En caso de estar en desorden).
- ✓ Desengrasar muebles de la habitación.
- ✓ Barrer y aspirar pisos, ventanas, paredes, techos, marcos, puertas y otros.
- ✓ Limpiar mesones, azulejos y grifería.
- ✓ Limpiar los electrodomésticos.
- ✓ Recoger basura
- ✓ Trapear piso
- ✓ Se aromatiza el ambiente.

Limpieza de muebles.

- ✓ Retirar todo lo que este encima.

- ✓ Aspirar y limpiar el polvo.
- ✓ Con un paño pasar el líquido específico para el tipo, color y demás características del mueble. (Cuero y madera).
- ✓ Si es de tapiz, usar la aspiradora con su accesorio para limpiar muebles y luego pasar un paño para secar.
- ✓ Dejar actuar por 15 a 20 minutos (Cuero y madera).
- ✓ Lustrar hasta tener el resultado esperado (Cuero y madera).
- ✓ Recoger la basura.

Otros Servicios Afines al Hogar.

La empresa además plantea brindar servicios como de cocinero, obras civiles domésticas (Poner clavos, pintar, armar e instalar muebles y enseres, mantenimiento, eléctricos y plomería domésticos), así como el servicio de planchado o arreglos menores de prendas (poner botones, subir dobladillos o zurcir) para ello, se manejarán procedimientos especiales por ser servicios ocasionales y no de gran demanda como los de limpieza.

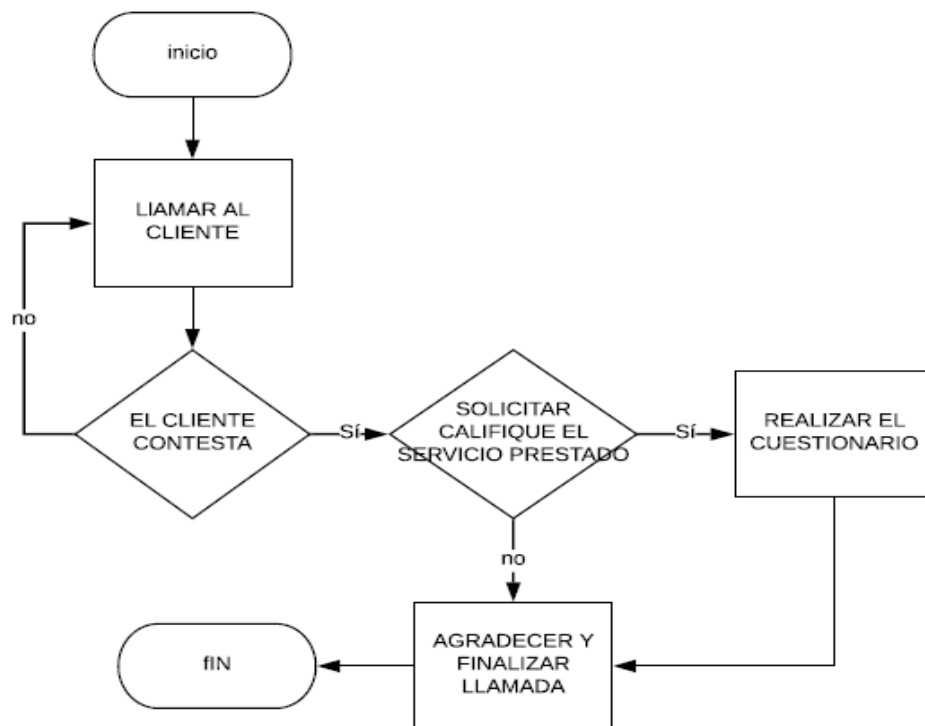


Figura 31. Diagrama del Proceso de Control de Calidad.

Descripción.

- ✓ **Llamar al cliente** para solicitar información con respecto a los servicios que le fueron prestados.
- ✓ **El cliente contesta**, si lo hace se presenta y se explica el porqué de la llamada. Si no lo hace se vuelve a llamar.
- ✓ **Solicitar que califique el servicio prestado**, si acepta se realiza un cuestionario y se agradece su colaboración, si no lo hace se pregunta si se le puede llamar en otro momento, si es así se agenda y se agradece.

4.4.4. Tecnología.

La tecnología es una parte fundamental en el presente proyecto, ya que, por medio de ella se podrá brindar servicio con un alto estándar de calidad, tanto en el área operativa como en los procesos de comercialización e información interna.

Para la empresa de servicios de limpieza y afines al hogar, adquirir equipos, maquinaria, herramientas, insumos, materiales y demás con tecnología de punta y que a su vez sean ecológicos es su prioridad no solo por optimizar costos, también por responsabilidad social, ambiental y satisfacer las expectativas de nuestros clientes.

4.4.5. Maquinaria y Equipo.

La maquinaria y equipo que se usarán son los que a continuación se detallan y las características especificadas son las que los posibles proveedores han proporcionado:

Equipo RAINBOW (Aspiradora, purificadora e hidrolavadora).***Características.***

- ✓ Empaque al vacío con capacidad de 75 con capacidad de 75 KPA.
- ✓ Limpieza a profundidad de colchones y almohadas.
- ✓ Barre, lava, enjagua y seca toda clase de pisos.
- ✓ Lava y enjagua ventanas.
- ✓ Limpia paredes, marcos, techos, cortinas, muebles tapizados.
- ✓ Limpia en seco alfombras.
- ✓ Fumiga, desodoriza, desinfecta y purifica el aire.

Equipo KARCHER.

Características.

- ✓ Alta potencia para interiores, exteriores, vehículos y otros.
- ✓ Limpieza a profundidad.
- ✓ Barre, lava, enjagua.



Figura 32. Hidrolavadora de alta presión K5 (Rainbow Ecuador)

Lavadora aspiradora industrial PUZZI

Datos técnicos.

- ✓ Máx. Rendimiento de superficie (m²/h) 25.
- ✓ Caudal de aire (l/s) 54.
- ✓ Vacío (mbar /kPa) 220/22.
- ✓ Caudal de pulverización l/min 1.
- ✓ Presión de pulverización / presión dinámica bar 1.
- ✓ Depósito de agua limpia/sucia (l) 10/9.
- ✓ Potencia de la turbina (W) 1250.
- ✓ Potencia de la bomba (W) 40.
- ✓ Potencia del motor de cepillos (W).

- ✓ Peso (kg) 10,7.
- ✓ Dimensiones (la. × an. × al.) (mm) 705x320x435.
- ✓ Tensión (V) 110-127.
- ✓ Frecuencia.



Figura 33. Lavadora aspiradora industrial PUZZI (Industrial Maquinov)

Abrillantadora Industrial HAWK 20

Características:

- ✓ Las pulidoras HAWK, son equipos ideales para el pulido y lavado de todo tipo de pisos, remoción de acabados y lavado de alfombras.
- ✓ Es un equipo ideal para escuelas, hoteles, hospitales, bancos, oficinas, etc.
- ✓ Chasis de hierro reforzado de solida construcción para uso rudo, ensamblada con los mejores materiales para ofrecer mayor resistencia y brindar un alto desempeño.
- ✓ Potente y silencioso motor diseñado para brindar un alto desempeño y mayor poder a la base de arrastre.
- ✓ Caja – switch con dispositivo de seguridad para el operador, que evita el arranque accidental de la máquina y mecanismo de desactivación automática.
- ✓ Su palanca de ajuste ofrece un fácil y cómodo manejo de la máquina, reduciendo la fatiga del operador.
- ✓ Equipo certificado con 8 AÑOS de garantía. Rendimiento de superficie (m²/h) 25



Figura 34 Abrillantadora Industrial HAWK 20 (Hidroclean)



Figura 35. Vehículo (Autocosmos.com)

Tabla 15

Ficha técnica del Citroën Berlingo 1.6L Hdi

Motor	
Datos	Especificaciones
Combustible	Diésel
Cilindrada	1600 cc
Potencia	75 hp/rpm
Torque	215/1500 N·m/rpm
Alimentación	inyección directa turbo diesel intercooler
Cilindros	4 en línea

Válvulas	8
----------	---

Performance

Datos	Especificaciones
Aceleración 0-100 km/h	14.3 s
Velocidad máxima	165 km/h

Transmisión y chasis

Datos	Especificaciones
Motor – tracción	delantero – delantera
Transmisión	manual 5 velocidades
Neumáticos	195/75/R15
Frenos (del. - tras.)	discos ventilados - discos sólidos
Suspensión delantera	pseudo McPherson con barra estabilizadora
Suspensión trasera	barra de torsión y barra estabilizadora

Seguridad

Datos	Especificaciones
ABS	Sí
Airbags	conductor y acompañante
Alarma e inmovilizador de motor	Sí
Cinturones de seguridad	delanteros inerciales
Tercera luz de stop	Sí

Medidas y capacidades

Datos	Especificaciones
Largo	4630 mm
Ancho con espejos	1810 mm
Alto	1800 mm
Distancia entre ejes	2720 mm
Tanque de combustible	60 l
Peso	1960 kg
Capacidad de carga	800 kg

La decisión de comprar el vehículo se da después de haber realizado una sensibilización de la necesidad, para lo cual se han tomado en consideración las siguientes alternativas: 1. La contratación de servicios de transporte por hora, mismo que tiene un valor \$7,50 C/h, el tiempo de uso mensual sería de aproximadamente 120 horas lo cual daría un costo mensual de 900 USD. Sin embargo, este costo no sería fijo, ya que de acuerdo a la cantidad de trabajo el mismo se incrementaría, además de no tener la certeza que el vehículo estará disponible cuando se lo requiera y por último la mayoría de taxis o camionetas no cuenta con el espacio adecuado para transportar el equipo, maquinaria y al personal sin que alguno pueda resultar vulnerado en el trayecto; 2. Compra de un vehículo tipo furgón, la compra tiene un costo de 25.990 USD. Valor que se podría financiar por medio de un crédito, los costos de mantenimiento y uso mensuales son de aproximadamente 212.04 \$, el vehículo tiene capacidad de 5 personas y cuatro equipos completos de trabajo. Con los antecedentes expuestos y bajo un análisis de costo beneficio se considera conveniente la compra del vehículo con las características antes descritas.

Otros materiales

- ✓ Coche Utilitario multiusos
- ✓ Coche escurridor
- ✓ Señalizador de pisos
- ✓ Escobas
- ✓ Atomizador
- ✓ Escaleras
- ✓ Plumeros
- ✓ esponjas
- ✓ cepillo de ropa

4.5. Inversiones

Las inversiones que se presentan a continuación se han agrupado de manera general en fijas, variables y diferidas. Con ellas se pretende identificar los rubros en que la empresa debe incurrir para un adecuado funcionamiento, mismas que son imprescindibles realizar para que el presente proyecto se sustente técnicamente. A fin de poder identificar de manera más precisa cada uno se presentarán en subgrupos y posteriormente se concluirá con los valores totales del financiamiento a manera de resumen.

4.5.1. Inversiones Fijas.

Vehículo.

Es una herramienta imprescindible para movilizar al personal así como el equipo y maquinaria y todo lo necesario para cada trabajo. El principal objetivo de la adquisición es optimizar los tiempos y costos en traslados.

Tabla 16

Costo de Vehículo

Detalle	Cant.	Valor Unit.	Valor Total
Citroen Berlingo 1.6L	1	25990	25.990,00
Total			25.990,00

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Auto Cosmos
Año: 2018

Maquinaria y Equipo.

La maquinaria, equipo y herramientas que se describen a continuación son las necesarias para poner en marcha la empresa. Sin embargo, en el desarrollo de las actividades se irán adicionando todos los materiales que se consideren necesarios para el adecuado desempeño del trabajo.

Tabla 17

Costos de Maquinaria y Equipo

Cant.	Detalle	V.U.	V. Total
4	Karcher puzzi industrial	1.472,71	5.890,84
2	karcher hidrolavadora k5	439,00	878,00
2	Abrillantadora Industrial HAWK 20	1.780,00	3.560,00
2	Abrillantadora Industrial HAWK 17	1.680,00	3.360,00
7	Coche Utilitario multiusos	100,00	700,00
3	coche escurridor	70,00	210,00
10	señalizador de pisos	20,00	200,00
4	Escaleras	60,00	240,00
1	Equipo manual de costura	65,00	65,00
1	Kit básicos de plomería	200,00	200,00
1	Kit básicos de jardinería	250,00	250,00
1	Kit básicos de Electricidad	450,00	450,00
TOTAL			16.003,84

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Rainbow, Karcher, Hidroclean, Kywi, Ferrigonz (2018)

Equipo de computación.

Esta es una herramienta muy importante tanto para mantener la información interna organizada y disponible para cuando se requiera como para que los clientes se pongan en contacto. El propósito principal es dinamizar las actividades internas y externas.

Tabla 18

Costo de Equipo de Computo

Cant.	Detalle	Valor Unit.	Valor Total
1	Laptop hp	699,00	699,00
1	Ordenador De Escritorio Intel Core I7	1.087,90	1.087,90
2	Impresora CANON Pixma G2100	204,00	408,00
Total			2.194,90

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Prosystem, Linio
Año: 2018

Muebles y enseres.

El diseño de las oficinas, su equipamiento y la correcta distribución de los espacios es importante. Estos espacios deben acoger a los colaboradores, a clientes y proveedores. Su armonía es imprescindible, así como contar con los espacios adecuados con el fin de elevar la productividad.

Mobiliario fijo.

La empresa no cuenta con infraestructura propia, por ello, se arrendará un local comercial en la segunda planta del antiguo edificio del Ministerio del Ambiente, diagonal a la Laguna Mall. Este local es abierto, y requiere una división de áreas. Por tal razón, se ha cotizado un valor de \$ 2.500 para realizarlas mediante estructura prefabricada, tal como lo indica el plano antes presentado.

Tabla 19

Mobiliario fijo

Detalle	Valor Total
Mobiliario fijo	2.500,00
Total	2.500,00

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Arq. Manuel Borja
Año: 2018

Tabla 20**Costo de Muebles y Enseres**

Cant.	Detalle	V.U.	V. Total
1	Escritorio Gerencial	600,00	600,00
2	Escritorio pequeño	400,00	800,00
1	Modulares	230,00	230,00
1	Silla Gerencial	280,00	280,00
4	Silla giratoria	160,00	640,00
1	Juego sala Hall	450,00	450,00
1	Sillón tres puestos	150,00	150,00
4	Sillas simples	38,00	152,00
1	Librero	120,00	120,00
1	Mesa de centro	90,00	90,00
1	Archivadores	60,00	60,00
1	Mesa de reuniones	180,00	180,00
5	Sillas reunión	32,00	160,00
1	Mueble para para cafetera y vajilla	150,00	150,00
1	Estanterías 40 x1,20	70,00	70,00
1	Armario tipo estantería	400,00	400,00
2	Basureros	8,50	17,00
2	Papeleras	15,00	30,00
1	Teléfono Panasonic	58,24	58,24
		TOTAL	4.637,24

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Dilipa, Muebles Jiménez, Artesanos independientes, Kywi, Gran Akí

Año: 2018

Las inversiones fijas ascienden a USD. 51.325,98 mismos que se detallan a continuación.

Tabla 21**Resumen de Inversiones Fijas**

DETALLE	VALOR
Vehículo	25.990,00
Maquinaria y equipo	16.003,84
Equipos de computación	2.194,90
Muebles y enseres	7.137,24
TOTAL	51.325,98

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Investigación directa
Año: 2018

Inversiones Diferidas

Toda empresa incurre inevitablemente en gastos antes de iniciar sus operaciones, estas disminuyen en la Economía Popular y Solidaria, porque la secretaria tiene formatos específicos que ayudan a organizarse, así como también cuenta con el Instituto, que si bien no está bajo el mando de las SEPS (Secretaría de Economía Popular y Solidaria), sino de la Vicepresidencia del Ecuador, a partir de este año, esta institución ayuda, capacita y guía en todo el proceso. Los trámites en estas instituciones tienen sus propios tiempos y se ha decidido presentar los honorarios de un abogado en la constitución de la empresa, con el fin de tener asesoría personalizada y que los formatos preestablecidos puedan ser adaptados a los requerimientos de la organización. Además de ello, se toman en cuenta los valores para sacar los permisos de funcionamiento y otros (Certificados médicos).

Tabla 22**Resumen de Inversiones Diferidas**

DETALLE	VALOR
Gastos de constitución	1.000,00
Permisos de Funcionamiento	800,00
Otros	1500,00
TOTAL	3.300,00

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Investigación directa
Año: 2018

4.5.2. Talento Humano.

El talento humano de la empresa está conformado por los mismos asociados de la organización, más los servicios prestados de un contador. Además de ello, se tomará en cuenta el art. 15 del Reglamento a la Supresión de Tercerización e Intermediación laboral, que indica se debe pagar los fondos de reserva desde el primer día de labor. Los valores expresados corresponden a un periodo conformado de tres meses, es decir, un trimestre. Los valores que se expresan a continuación son los que las tablas sectoriales del año 2018 indican (jornada de tiempo parcial).

Tabla 23

Costos del talento humano

SBU	386	INGRESO MENSUAL	1ER TRIMESTRE
Gerente	1	\$500,00	\$1.500,00
Contador	1	\$100,00	\$300,00
Secretaria	1	\$539,70	\$1.619,11
Vendedor	1	\$542,28	\$1.626,84
Operativo	1	\$272,43	\$817,29
Operativo	1	\$272,43	\$817,29
Operativo	1	\$272,43	\$817,29
Operativo	1	\$272,43	\$817,29
Operativo	1	\$272,43	\$817,29
Operativo	1	\$272,43	\$817,29
Operativo	1	\$272,43	\$817,29
TOTAL		3.588,98	10.766,95

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Investigación directa (2018)

4.5.3. Capital de trabajo.

Los valores presentados en el cuadro 39, reflejan un análisis de los requerimientos para un periodo de tres meses, basados en la máxima capacidad de la empresa. El capital de trabajo que se requiere es de 16.860,32 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Tabla 24
Capital de Trabajo

Detalle	Valor mensual	Valor Trimestral
Remuneraciones	3.588,98	10.766,95
Insumos de Limpieza	435,70	1.307,10
Implementos de Limpieza	141,06	423,19
Materiales de Oficina	33,24	1.128,97
Materiales de aseo	14,55	229,50
Servicios básicos	95,00	285,00
Arriendo	400,00	1.200,00
Publicidad	50,00	600,00
Movilización	212,04	636,11
Seguridad Industrial	94,50	283,50
TOTAL	5.065,08	16.860,32

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Investigación directa (2018)

Resumen de los gastos de las Inversiones

Tabla 25
Resumen de Inversiones

INVERSIONES	VALOR
Fijas	51.325,98
Diferidas	3.300,00
Variables	16.860,32
TOTAL	71.486,30
PORCENTAJE	100%

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Investigación directa
Año: 2018

4.6. Financiamiento

La empresa se conformará del 44,05% de financiamiento propio y 55,95% por un crédito en BanEcuador, del producto financiero “Crédito para asociaciones, activo fijo”, es decir, el financiamiento se realizará solo a las inversiones Fijas, y de ellas únicamente el 77,93% de su

monto, a una tasa de interés del 9,76%, a 5 años plazo, con pagos trimestrales, bajo el sistema de cuota fija. El monto de financiamiento por BanEcuador es de 40.000,00 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica.

Tabla 26

Resumen de Financiamiento

INVERSIONES	VALOR	PROPIO	FINANCIADO
Fijas	51.325,98	11.325,98	40.000,00
Diferidas	3.300,00	3.300,00	-
Variables	16.860,32	16.860,32	-
TOTAL	71.486,30	31.486,30	40.000,00
Porcentaje	100%	44,05%	55,95%

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Investigación directa
Año: 2018

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Introducción

El capítulo del Estudio Financiero es trascendente en la investigación del presente trabajo, porque a través del mismo se podrá determinar la factibilidad económica y financiera del proyecto.

El desarrollo se ha realizado a través de presupuestos proyectados de ingresos y egresos, de igual manera se ha considerado abordar el balance de situación inicial, así como, proyectar el Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo para que, con los datos obtenidos se pueda evaluar la factibilidad mediante indicadores económicos como: Costo de Oportunidad y tasa de rendimiento medio, y la Evaluación financiera (VAN, TIR, BENEFICIO COSTO, PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSION Y PUNTO DE EQUILIBRIO). Pues, el principal objetivo es determinar económicamente la factibilidad de la creación de una empresa de limpieza y afines al hogar, en el sector urbano del Cantón Ibarra.

5.2. Objetivo General

Mejorar el nivel de certidumbre previo a tomar de decisión de invertir en la evaluación de la propuesta.

5.2.1. Objetivos Específicos.

- ✓ Elaborar los presupuestos de Egresos e Ingresos hasta el horizonte proyectado.
- ✓ Realizar el Balance Situación Inicial, la proyección del Estado de Resultados y el Flujo de caja proyectados del presente proyecto.
- ✓ Determinar el costo de oportunidad y el Costo medio de rendimiento para la creación de la empresa de limpieza y afines al hogar.
- ✓ Evaluar financieramente los resultados obtenidos a fin de determinar la factibilidad del presente proyecto.

5.3. Presupuesto de Egresos.

El presupuesto de egresos se ha realizado tomando en consideración todos los rubros que la empresa tiene que incurrir para realizar de manera eficiente sus actividades, entre los cuales se encuentran los costos operativos así como los gastos administrativos, de ventas, financieros y los otros no especificados pero que son necesarios para el buen funcionamiento de la organización. Estos egresos se han elaborado bajo el mismo parámetro que los ingresos, con la tasa promedio de inflación para los precios y con la tasa de crecimiento poblacional para las cantidades, no así, en los sueldos y salarios, mismos que se han realizado de acuerdo a la variación promedio del SBU desde el 2013 al 2018, equivalente al 4,1380%. Aunque, los estudios actuariales del IESS, 2018 indican que la tasa de crecimiento de sueldos y salarios para los cinco siguientes años será de 7%.

5.3.1. Sueldos y Salarios.

Cabe aclarar que todos los trabajadores de la empresa a excepción del Administrador, quién será contratado por sus capacidades administrativas independientemente de pertenecer o no a la asociación y el contador a quién se le contratará por la modalidad de servicios prestados, no serán afiliados al seguro social obligatorio. Es decir, los demás colaboradores, quienes también poseen la característica de asociados, serán afiliados al IESS, como se había dejado constancia en el primer capítulo (Diagnóstico - Marco Legal), la empresa a pesar de pertenecer a la EPS y regirse bajo su normativa ha determinado por los riesgos inherentes a las actividades propias de su labor, afiliar a todos sus empleados, ya que el art. 21 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, indica: "...comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada." Por lo cual se generaría relaciones laborales, mismas que la Constitución ampara en el art. 33 "El trabajo es un derecho y un deber social..." y agrega con el art. 34. Que indica "El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas" y añade "...incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en los hogares, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo...". Además de ello las remuneraciones aquí descritas, son las establecidas por el MRL en sus tablas sectoriales 2018 (Jornada laboral en tiempo parcial).

Tabla 27

Proyección de Beneficios Sociales Año 1

SBU	386,00	AP anual 12,15%	FONDOS DE RESERVA	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO
Administrador	1	-	-	-	-
Contador	1	-	-	-	-
Secretaria	1	574,45	394,00	394,00	386,00
Vendedor 1	1	577,37	396,00	396,00	386,00
Operativo	1	290,14	199,00	199,00	193,00
Operativo	1	290,14	199,00	199,00	193,00
Operativo	1	290,14	199,00	199,00	193,00
Operativo	1	290,14	199,00	199,00	193,00
Operativo	1	290,14	199,00	199,00	193,00
Operativo	1	290,14	199,00	199,00	193,00
Operativo	1	290,14	199,00	199,00	193,00
TOTAL GENERAL		3.182,81	2.183,00	2.183,00	2.123,00

Elaborado por: Las Autoras (2018)

Tabla 28

Proyección de Remuneraciones

SBU	TOTAL AÑO 1	TOTAL AÑO 2	TOTAL AÑO 3	TOTAL AÑO 4	TOTAL AÑO 5
Administrador	6.000,00	6.248,28	6.506,84	6.776,09	7.056,49
Contador	1.200,00	1.249,66	1.301,37	1.355,22	1.411,30
Secretaria	6.476,45	6.744,45	7.023,54	7.314,17	7.616,84
Vendedor 1	6.507,37	6.776,65	7.057,07	7.349,09	7.653,20
Operativo	3.269,14	6.615,67	6.889,43	7.174,51	7.471,40
Operativo	3.269,14	3.299,85	6.889,43	7.174,51	7.471,40
Operativo	3.269,14	3.299,85	3.299,85	7.174,51	7.471,40
Operativo	3.269,14	3.299,85	3.299,85	3.299,85	7.471,40
Operativo	3.269,14	3.299,85	3.299,85	3.299,85	3.299,85
Operativo	3.269,14	3.299,85	3.299,85	3.299,85	3.299,85
Operativo	3.269,14	3.299,85	3.299,85	3.299,85	3.299,85
TOTAL GENERAL	43.067,81	47.433,79	52.166,90	57.517,51	63.522,96

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.2. Insumos de Limpieza.

Para el adecuado desarrollo de las actividades a las que la empresa se dedica es fundamental que cada uno de los operarios cuente con Insumos e implementos de limpieza así como un kit de seguridad industrial. Razón por la cual los valores proyectados y sus ítems se detallan en los cuadros que prosiguen.

La cantidad de insumos de limpieza se ha determinado de acuerdo a un promedio de uso por cada servicio realizado, ésta información ha sido proporcionada por proveedores de servicios de limpieza de consumos mensuales, mismos que se han distribuido para la cantidad de servicios a realizar en el mismo periodo.

Tabla 29

Consumo de Insumos de Limpieza en 1 mes

Cant.	Detalle	valor unit	Valor Mensual
4	Desinfectante	4,50	18,00
4	Limpia vidrios	4,80	19,20
3	Desodorante ambiental	5,00	15,00
5	Quita Sarro	18,50	92,50
4	Cloro líquido	4,50	18,00
5	Aditamento de Alfombras y muebles	9,00	45,00
3	Aceite muebles	6,00	18,00
2	Aditamento muebles de cuero	9,00	18,00
4	Cera pisos	39,00	156,00
5	Crema limpia equipos de computo	2,00	10,00
4	Desinfectante manos líquido	6,50	26,00
VALOR TOTAL			435,70

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.3. Implementos de Limpieza.

La cantidad de implementos de limpieza que se detallan a continuación son los necesarios para satisfacer las necesidades del presente proyecto, además de ello, se ha considerado la cantidad de operarios y la vida útil de los mismos.

Tabla 30**Consumo de Implementos de Limpieza en 1 mes**

Cant.	Detalle	Valor unit.	V. Total
20	Fundas de basura (10)	2,50	50,00
10	Esponjas	0,60	6,00
10	Villeda	1,00	10,00
10	Paños	1,50	15,00
10	Paños tipo trapeador	5,00	50,00
7	Plumeros	2,50	17,50
7	Cepillo de inodoro	6,50	45,50
7	Cepillo de ropa	1,25	8,75
7	Escobas	2,50	17,50
21	Atomizador	1,50	31,50
VALOR MENSUAL			141,06

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.4. Seguridad industrial

El personal operativo de la empresa, de forma específica los operarios, deben cumplir normas sanitarias y llevar su trabajo bajo parámetros de seguridad industrial que los protejan de posibles contaminaciones, por lo cual la organización prevé los siguientes gastos por éste rubro.

Tabla 31**Consumo de Implementos de Seguridad Industrial 1 mes**

Cant.	Detalle	V.U.	V. Total
7	Uniforme	35,00	245,00
7	Gorras	7,00	49,00
1	Ligas de Cabello por 100	20,00	20,00
1	Guantes de látex caja por 25	30,00	30,00
1	Mascarilla caja por 100	20,00	20,00
TOTAL			94,50

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.5. Proyección de Insumos, Implemento de Limpieza y Seguridad Industrial

La proyección se ha realizado tomando en cuenta la cantidad de servicios a brindar, además de ello el número de operarios y por último la tasa de inflación y la tasa de crecimiento poblacional para realizar la variación anual.

Tabla 32

Proyección de Implementos e Insumos de Limpieza y Seguridad Industrial.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos de Limpieza	5.228,40	6.102,83	6.622,63	7.161,83	7.721,04
Implementos de Limpieza	1.692,75	1.975,86	2.144,15	2.318,72	2.499,77
Seguridad Industrial	1.134,00	1.323,66	1.436,40	1.553,35	1.674,63
TOTAL	8.055,15	9.402,34	10.203,17	11.033,90	11.895,44

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.6. Materiales de Oficina

Los valores presentados, son el promedio de uso mensual y anual de materiales de Oficina que se utilizarán en la empresa. Las proyecciones se han realizado usando la tasa de inflación promedio.

Tabla 33

Gasto de materiales de Oficina en un mes.

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNIT.
2	Perforadora	7,50
2	Grapadora	6,50
2	Sacagrapas	3,50
2	Grapas	4,50
2	Porta clips	9,00
2	Clips	2,00
2	Resma de Papel	4,80

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNIT.
2	Carpetas paquetes 100	17,60
10	Carpetas tipo archivador	6,50
2	Agendas	15,00
1	Notas adhesivas	4,50
1	Minas	1,00
2	Porta minas	3,50
1	Bolígrafo	9,90
2	Borrador	0,40
2	Corrector	0,76

Elaborado por: Las Autoras (2018)

Tabla 34

Proyectado de Materiales de Oficina.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de oficina	398,92	407,44	416,13	425,01	434,08
TOTAL	398,92	407,44	416,13	425,01	434,08

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.7. Útiles o Materiales de aseo

Los útiles de aseo descritos, son los que se ha considerado necesarios para mantener el orden y un ambiente saludable dentro de la empresa.

Tabla 35

Gasto de Útiles de Aseo.

CANTIDAD	DETALLE	V. Unit.	V. Mensual
1	Papel Higiénico	2,50	2,50
1	Dispensador de papel Higiénico	17,00	0,57
1	Jabón líquido	6,50	1,08
1	Dispensador de Jabón líquido	4,50	0,15
2	Toalla	7,00	1,17
1	Desinfectante	4,50	4,50
1	Trapeador	14,00	1,17

CANTIDAD	DETALLE	V. Unit.	V. Mensual
1	Escoba	2,50	0,21
2	Franela	1,00	0,17
1	Cepillo de baño	6,50	0,54
1	Fundas de basura (por 10)	2,50	2,50
		Total	14,55

Elaborado por: Las Autoras (2018)

Tabla 36

Proyectado de Útiles de Aseo.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materiales de oficina	398,92	407,44	416,13	425,01	434,08
TOTAL	398,92	407,44	416,13	425,01	434,08

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.8. Servicios Básicos

Los servicios Básicos que se presentan a continuación son referenciales, los cuales pueden variar de acuerdo al consumo de la organización. Más sin embargo, de acuerdo al tamaño y capacidad de la empresa se ha establecido el siguiente promedio de gastos en éste rubro.

Tabla 37

Gasto de Servicios Básicos mensual

Servicios básicos	Valor
Agua	10,00
Luz	30,00
Teléfono	25,00
Internet	30,00

Elaborado por: Las Autoras (2018)

Tabla 38**Gasto de Servicios Básicos mensual**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Servicios Básicos	1.140,00	1.164,33	1.189,17	1.214,55	1.240,47	1.266,94
TOTALES	1.140,00	1.164,33	1.189,17	1.214,55	1.240,47	1.266,94

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.9. Movilización

El vehículo que la empresa ha decidido adquirir tiene un consumo de 12.34 km por cada litro de diésel, pero el uso a su máxima capacidad más el uso del aire acondicionado aumenta el consumo entre 5% y 20%; además se debe considerar valores de mantenimiento como cambio de aceite y filtros \$180 al mes, cambio de llantas cada año, (\$160, promedio por cada llanta). El diésel cuesta \$1.02 por galón (3.78541 litros). Por lo tanto el gasto promedio de movilización se estima en \$212,04 mensuales.

Tabla 39**Gasto de Movilización Proyectada.**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Movilización	2544,42	2598,72	2654,18	2710,82	2768,67
TOTAL	2544,42	2598,72	2654,18	2710,82	2768,67

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.10. Arriendo.

La proyección de gastos de arriendo se ha realizado utilizando la tasa de inflación media de los últimos cinco años, sobre la base que el arrendador cobrará actualmente por las instalaciones.

Tabla 40**Proyección de Gastos de arriendo.**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
Arriendo	4.800,00	4.902,43	5.007,05	5.113,90	5.223,03	5.334,49
TOTALES	4.800,00	4.902,43	5.007,05	5.113,90	5.223,03	5.334,49

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.11. Publicidad.

La empresa incurrirá en la publicidad y promoción principalmente en redes sociales. Por lo cual ha considerado un promedio mensual de 200 usd, pero para la proyección se ha tomado la tasa de inflación.

Tabla 41

Proyección de Gastos de Publicidad.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	600,00	612,80	625,88	639,24	652,88
TOTAL	600,00	612,80	625,88	639,24	652,88

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.12. Depreciaciones

La empresa realizará las depreciaciones de activos fijos de acuerdo a la norma tributaria vigente, Reglamento para la Aplicación Ley de Régimen Tributario Interno (Modificado el 26 de Abril del 2018), Art. 28, numeral 6, literal a, mismo que indica la depreciación se realizará como se detalla a continuación:

- ✓ Inmuebles (excepto terrenos) 5% anual
- ✓ Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual
- ✓ Vehículos 20% anual
- ✓ Equipos de Cómputo y software 33% anual

Tabla 42

Proyección de Depreciación.

ARTICULO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Vehículos	4.678,20	4.678,20	4.678,20	4.678,20	4.678,20
Maquinaria y equipo	1.440,35	1.440,35	1.440,35	1.440,35	1.440,35
Equipo de computo	695,05	695,05	695,05		
Muebles y enseres	674,05	674,05	674,05	674,05	674,05
TOTAL	7.487,65	7.487,65	7.487,65	6.792,60	6.792,60

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.13. Amortización de inversiones diferidas

El Reglamento para la Aplicación Ley de Régimen Tributario Interno, indica en el art. 28, numeral 7, literal a que las amortizaciones se realizaran "...en un plazo no menor de 5 años, a partir del primer año..."

Tabla 43

Amortización de las Inversiones Diferidas.

ACTIVOS NOMINALES	año 0	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Gastos de Organización	1.500,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Gastos de operación y puesta en marcha	1.800,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
TOTAL	3.300,00	660,00	660,00	660,00	660,00	660,00

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.3.14. Gastos Financieros

Implementar el presente proyecto, requiere de la inversión tanto de los asociados como de financiamiento externo de \$40.000, lo cual se solicitará a BANECUADOR, y se amortizará como a continuación se detalla.

Tabla de amortización del financiamiento.

Preparado para: ASOSERLIMPH ASOCIACIÓN

Tipo de Crédito: Para Asociaciones

Forma de Pago: Trimestral

Tasa Efectiva: 10.12%

Plazo: 5 años

Destino: Activo Fijo

Monto: \$40.000,00

Sistema de Amortización: Cuota Fija**Tabla 44****Sistema de Amortización: Cuota Fija**

N° cuota	CAPITAL	VALOR CUOTA	INTERÈS	AMORTIZACIÒN	SALDOS
1	40.000,00	\$2.530,98	942,18	\$1.588,80	\$38.411,20
2	\$38.411,20	\$2.530,98	904,76	\$1.626,22	\$36.784,98
3	\$36.784,98	\$2.530,98	866,46	\$1.664,53	\$35.120,45
4	\$35.120,45	\$2.530,98	827,25	\$1.703,73	\$33.416,72
5	\$33.416,72	\$2.530,98	787,12	\$1.743,87	\$31.672,85
6	\$31.672,85	\$2.530,98	746,04	\$1.784,94	\$29.887,91
7	\$29.887,91	\$2.530,98	704,00	\$1.826,98	\$28.060,93
8	\$28.060,93	\$2.530,98	660,96	\$1.870,02	\$26.190,91
9	\$26.190,91	\$2.530,98	616,92	\$1.914,07	\$24.276,84
10	\$24.276,84	\$2.530,98	571,83	\$1.959,15	\$22.317,69
11	\$22.317,69	\$2.530,98	525,68	\$2.005,30	\$20.312,39
12	\$20.312,39	\$2.530,98	478,45	\$2.052,53	\$18.259,86
13	\$18.259,86	\$2.530,98	430,10	\$2.100,88	\$16.158,98
14	\$16.158,98	\$2.530,98	380,62	\$2.150,36	\$14.008,61
15	\$14.008,61	\$2.530,98	329,97	\$2.201,02	\$11.807,60
16	\$11.807,60	\$2.530,98	278,12	\$2.252,86	\$9.554,74
17	\$9.554,74	\$2.530,98	225,06	\$2.305,93	\$7.248,81
18	\$7.248,81	\$2.530,98	170,74	\$2.360,24	\$4.888,57
19	\$4.888,57	\$2.530,98	115,15	\$2.415,83	\$2.472,74
20	\$2.472,74	\$2.530,98	58,24	\$2.472,74	\$0,00
		\$50.619,67	10.619,67	\$40.000,00	

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Banecuador (2018)

5.4. Presupuesto de Ingresos

Para determinar las proyecciones de ingresos se ha tomado en consideración los resultados de las encuestas, así como un breve análisis realizado a un par de representantes de empresas de servicios de limpieza, por lo cual, y a fin de ser conservadores, se ha tomado como referencia los ingresos a realizarse en dos servicios del total del portafolio que la organización pretende brindar. Los servicios que a criterio de las autoras se considerarán son: Servicios de Aseo general, y; Servicio por horas, no así los otros porque de acuerdo a la experiencia de las empresas existentes en el mercado, el lavado de alfombras, ventanas, muebles, colchones, jardinería y demás son de tipo ocasionales, en el mejor de los casos se lo podría dar al cliente

cada 15 días o 1 vez al mes pudiendo extenderse a 6 meses o incluso cada año, más sin embargo, éstos seguirán constando dentro de los servicios que la empresa prestará.

Además, de lo antes expuesto, la proyección de los ingresos se la ha realizado tomando en cuenta dos factores; Un promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años (2,134%) para el incremento de los precios; y, La capacidad máxima que tendrá la empresa (Un incremento escalonado de acuerdo a la demanda de los clientes) para la variación de la cantidad de servicios por año y se ha fijado en 5 años el horizonte.

Tabla 45
Proyección de Ingresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de Aseo					
General	1.680	2640	3120	3600	4080
Precio Unitario	30,00	30,64	31,29	31,96	32,64
Valor anual	50.400,00	80.890,13	97.637,47	115.062,76	133.187,29
Cantidad de Servicios					
por hora	1.680	1200	960	720	480
Precio Unitario	8,00	8,17	8,35	8,52	8,71
Valor anual	13.440,00	9.804,86	8.011,28	6.136,68	4.178,42
Total	63.840,00	90.694,99	105.648,75	121.199,44	137.365,71

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.5. Balance de Situación Inicial

Tabla 46

Balance situación inicial asociación ASOSERLIMPH.

ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y AFINES AL HOGAR "ASOSERLIMPH"			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
AL 31 DE JULIO DEL 2018			
ACTIVOS		PASIVOS	
INVERSIONES CORRIENTES		PASIVOS CORRIENTES	
CAPITAL DE TRABAJO	16.860,32	PORCIÓN CORRIENTE DEL P	6.583,28
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	16.860,32	TOTAL PASIVO A ACORTO PLAZO	6.583,28
INVERSIÓN FIJA		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Vehículo	25.990,00	PRESTAMO BANECUADOR	33.416,72
Maquinaria y Equipo	16.003,84	TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	33.416,72
Equipos de computación	2.194,90	PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	7.137,24	CAPITAL	
TOTAL INVERSIONES FIJAS	51.325,98		31.986,30
INVERSIONES DIFERIDAS			
Gastos de Organización	1.000,00		
Gatos de instalación	800,00		
Gastos de operación y íesta en ma	1.500,00		
gasto de capacitación del personal	500,00		
imprevistos	-		
TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS	3.800,00		
TOTAL ACTIVOS	71.986,30	TOTAL PASIVOS MÁS PATRIMONIO	71.986,30

Elaborado por: Las Autoras

5.6. Estado de Resultados Projectados

El estado de resultados nos ayuda a determinar sí, existen utilidades dentro de la organización, cabe señalar que dentro de la economía popular y solidaria pueden existir: excedentes (son las ganancias resultantes de las actividades realizadas con los asociados); y, Utilidades (son las ganancias resultado de las actividades del negocio con terceros). Para fines tributarios, existen

dos tipos de contribuyentes los obligados a llevar contabilidad y los no obligados, (Registro oficial 312, 24 agosto 2018), mismas que se realizarán en el formulario 122. De igual manera el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), indica en el título II, referente a la economía popular y Solidaria art. 24, literal b. reducción progresiva de 3 puntos porcentuales (desde año 2016; año 2018 = 22%), y estarán exentas del pago de Impuesto a la renta siempre y cuando reinviertan las utilidades en la asociación.

Tabla 47

Estado resultado proyectado asociación ASOSERLIMPH

ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y AFINES AL HOGAR "ASOSERLIMPH"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS NETAS	63.840,00	90.694,99	105.648,75	121.199,44	137.365,71
(-) COSTO PRODUCCIÓN	39.696,93	44.629,18	49.348,81	54.681,02	60.662,61
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	24.143,07	46.065,81	56.299,95	66.518,42	76.703,10
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	19.801,05	20.477,50	21.179,73	21.499,65	22.256,53
(-) GASTOS DE VENTAS	9.027,37	9.350,42	9.685,77	10.033,89	10.395,29
(=) UTILIDAD BRUTA EN OPERACIONES	-4.685,34	16.237,89	25.434,45	34.984,88	44.051,29
(-) GASTOS FINANCIEROS (intereses)	3.600,65	2.947,23	2.230,05	1.442,85	578,83
(=) UTILIDAD NETA ANTES PART TRAB	-8.286,00	13.290,66	23.204,40	33.542,03	43.472,45
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	1.993,60	3.480,66	5.031,30	6.520,87
(=) UTILIDAD NETA ANTES DEL IMP RENTA	-8.286,00	11.297,06	19.723,74	28.510,73	36.951,58
(-) 22% IMP RENTA	-	2.485,35	4.339,22	6.272,36	8.129,35
(=) UTILIDAD NETA	-8.286,00	8.811,71	15.384,52	22.238,37	28.822,24

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.7. Flujo de caja Proyectado

Tabla 48

Flujo de caja proyectado asociación ASOSERLIMPH

ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y AFINES AL HOGAR "ASOSERLIMPH"						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
CUENTAS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
= UTILIDAD NETA		-8.286,00	8.811,71	15.384,52	22.238,37	28.822,24
+ DEPRECIACIONES		7.487,65	7.487,65	7.487,65	6.792,60	6.792,60
+ AMORTIZACIONES		6.583,28	7.225,81	7.931,05	8.705,12	9.554,74
- INVERSIONES	-71.486,30				-2.194,90	
(-) AMORTIZACIÓN PRESTAMO		-3.540,65	-2.898,12	-2.192,88	-8.705,12	-9.554,74
+ Recuperación de Bienes (V.R)						15.630,07
= FLUJO DE CAJA NETA	-71.486,30	2.244,28	20.627,04	28.610,33	26.836,07	51.244,91

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

5.8. Determinación del Costo de Oportunidad y tasa de rendimiento medio

5.8.1. Determinación del Costo de Oportunidad.

Para determinar el Costo de Oportunidad, se toma en consideración los valores de la inversión tanto propia como la financiada, así también, la tasa de interés que se pagará por el crédito solicitado y la tasa que la entidad financiera nos pagaría por dejar el dinero a plazo fijo.

La tasa referencial del Banco central del Ecuador es de 5.25% anual, más sin embargo por el monto de la inversión las instituciones financieras cancelan el 7% de interés. Por lo tanto, la tasa que se tomará en cuenta es la última. Determinando así que el costo de oportunidad para el presente trabajo de investigación es de 8,746%, porcentaje que demuestra la conveniencia de la presente inversión en el presente proyecto ya que es superior a lo que le pagaría una institución financiera.

Tabla 49**Costo de Oportunidad**

COSTO DE OPORTUNIDAD	INVERSION	%	TASA DE OPERACIÓN	DE VALOR PONDERADO
Propio	31.486,30	0,44	7%	0,031
Financiado	40.000,00	0,56	10%	0,057
TOTAL	71.486,30	1,00		0,087
COSTO DE OPRTUNIDAD				8,746

Elaborado por: Las Autoras (2018)

5.8.2. Determinación de la tasa de rendimiento medio.

La tasa de rendimiento medio o tasa de descuento, es importante porque permite determinar el porcentaje mínimo que la inversión debe generar, además de ser la tasa que se usará en los indicadores económicos.

Formula: $T R M = (1 + CO) (1 + inf) - 1$

Datos:

CO (Costo de Oportunidad): 8,746

Inf. (Inflación año 2018, BCE): 1.38%

Reemplazo de fórmula

$T R M = (1 + 8,656714175) (1 + 0,0138) - 1$

$T R M = 8,88\%$

5.9. Evaluación Financiera

Realizar la evaluación financiera es respaldar de manera técnica los proyectos productivos, en otras palabras se podría decir, que son herramientas que ayudan al inversionista a disminuir el riesgo previo a la inversión. En el presente proyecto se realizarán los siguientes indicadores

financieros: Valor Actual Neto (VAN); Tasa Interna de Retorno (TIR); Periodo de Recuperación de la Inversión; Costo/Beneficio; y, Punto de Equilibrio.

5.9.1. Valor actual neto (VAN).

El VAN es traer los flujos futuros a valor presente y restar la inversión inicial para poder determinar si la misma es rentable o no, en términos monetarios.

Formula:
$$VAN = \sum \frac{FCN}{(1+i)^n} - I_0$$

- FCN = Flujo de Caja Neta (Cada periodo)
- i = Tasa de descuento
- n = Número de periodo
- I₀ = Valor de la inversión inicial

Tabla 50

Valor actual neto

Periodo	FCN	(1+i) ⁿ	FCN/(1+i) ⁿ
0	-71.486,30		- 71.486,30
1	2.244,28	1,0888	2.061,24
2	20.627,04	1,1855	17.399,57
3	28.610,33	1,2908	22.165,38
4	26.836,07	1,4054	19.095,10
5	51.244,91	1,5302	33.489,18
6	-	1,6661	-
		TOTAL	22.724,17

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Flujo de Efectivo

Año: 2018

5.9.2. Tasa interna de retorno (TIR).

El TIR se realiza a partir del VAN, y se hace para determinar la rentabilidad o no de la inversión. Para el presente proyecto la tasa interna de retorno es de 17,48%, lo cual, es superior a la Tasa de Rendimiento media 8,88%, lo cual lleva a deducir que la inversión es rentable.

Tabla 51**Valor actual neto**

Periodo	FCN
0	-156.985,49
1	53.177,61
2	44.380,44
3	46.408,06
4	43.803,24
5	50.334,39
6	58.965,48

TIR	17,48%
TIR DESCONTADO	8,60%

Elaborado por: Las Autoras
Fuente: Flujo de Efectivo
Año: 2018

5.9.3. Periodo de recuperación.**Tabla 52****Periodo de Recuperación**

Periodo	FCN	FCA	FCa Acumulado	FCN Acumulado
1	2.244,28	2.061,2400	2.061,24	2.244,28
2	20.627,04	17.399,5706	19.460,81	22.871,33
3	28.610,33	22.165,3808	41.626,19	51.481,66
4	26.836,07	19.095,0985	60.721,29	78.317,72
5	51.244,91	33.489,1816	94.210,47	129.562,63

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(Ii - FEc)}{FEa}$$

Datos:

- **a** = Año inmediato anterior al que se recupera la inversión
- **Ii** = Inversión inicial
- **FEc** = Flujo de Efectivo Acumulado del Año anterior en el que se recupera la inversión.
- **FEa** = Flujo de Efectivo del año en que se recupera la inversión.

Reemplazando la Fórmula

$$PRI = \frac{(71.486,30 - 51.481,66)}{26.836,07}$$

$$PRI = \frac{20.004,64}{26.836,07}$$

$$PRI = 3,8$$

El Periodo de Recuperación de la inversión es de 3 años, 8 meses y 29 días. Si se considera que la misma tiene un horizonte de 5 años, el PRI indica que es factible la inversión ya que la misma se recupera dentro del periodo en que se establece el funcionamiento del proyecto.

5.9.4. Costo beneficio.

Tabla 53

Costo Beneficio

AÑO	INGRESOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0	-71.486,30	-71.486,30	0	-
1	63.840,00	62.506,12	72.126,00	70.618,99
2	90.694,99	86.944,60	77.404,33	74.203,53
3	105.648,75	99.163,84	82.444,35	77.383,77
4	121.199,44	111.383,08	87.657,41	80.557,74
5	137.365,71	123.602,33	93.893,26	84.485,61
TOTALES		412.113,68		387.249,64

Elaborado por: Las Autoras
Año: 2018

Fórmula:

$$CB = \frac{\sum \text{FLUJO ACTUALIZADOS}}{\sum \text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

$$CB = \frac{412.113,68}{387.249,64}$$

CB = 1.06 / Por cada dólar invertido en el proyecto, éste devuelve 6 centavos.

2.9.5. Punto de equilibrio.

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{(1 - (\text{COSTOS VARIABLES} / \text{VENTAS}))}$$

$$PE = \frac{38642,43}{1 - (33.483,57/63.840)}$$

$$PE = \frac{38.642,43}{0.48}$$

$$PE = \$ 81.265,57$$

El Punto de Equilibrio revela que para que la empresa cubra sus costos y gastos debe generar ingresos de 81.265,43 USD., cuando los valores superen el valor antes mencionado la organización empezará a producir ganancias.

5.10. Conclusiones del estudio financiero

Fundamentado en el presente estudio financiero y los diferentes indicadores analizados se puede concluir que el proyecto es económicamente rentable. Ya que, la inversión se recuperara a los 29 días del noveno mes del cuarto año, la tasa interna de retorno (17.48%) es superior a la tasa de retorno media (8.88%) y su valor actual neto es de \$22.724,17 una vez concluido el tiempo de vida del mismo (5 años). Todos los indicadores entregan resultados positivos, a excepción del punto de equilibrio en el primer año, el cual no se logra cubrir, sin embargo, a partir del segundo año las proyecciones de ventas se verán incrementadas por lo cual se obtiene una ganancia estable por los siguientes años, por lo cual se considera conveniente la inversión en el presente trabajo de investigación ya que presenta factible económica y financieramente.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. Introducción

Desarrollar el presente capítulo es fundamental porque a más de detallar la estructura organizacional indica, de manera específica, la propuesta del proyecto.

La propuesta se realiza: determinando la razón social, detallando las bases filosóficas y legales así como a través de la estructura organizacional y funcional de la empresa, además, se especifica los servicios que se ofrecerán.

6.2. Razón social

La empresa llevará la siguiente razón social: ASOCIACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y AFINES AL HOGAR “**ASOSERLIMPH**”

En las empresas de Economía Popular y Solidaria el nombre debe incluir la figura legal que tiene, en este caso “Asociación”, a ello se suma el sector al que pertenece “Servicios”, más el nombre en sí “LIMPH” limpieza y afines al hogar. Es decir, el nombre queda estructurado en “ASOSERLIMPH”.

6.3. Base legal

La normativa jurídica ecuatoriana permite que las empresas de limpieza se constituyan legalmente como: Empresas mercantiles; Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria; y, Empresas de Personas Naturales.

En el presente proyecto la base legal es la de la Economía Popular y Solidaria, pues es mediante la cual se creará la empresa, misma que estará bajo la figura de Asociación, en el sector económico de servicios, subsegmento servicios complementarios. Y que se fundamenta principalmente en la Constitución de la República del Ecuador, Mandato Constituyente Ocho,

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y demás leyes, reglamentos, normativas complementarias para las empresas, organizaciones de la EPS y todos los factores que en ellas influyen.

6.3.1. Proceso legal para la constitución de la empresa.

Requisitos para constituir una asociación:

- ✓ Solicitud de Constitución.
- ✓ Reserva de denominación.
- ✓ Acta de la asamblea constitutiva.
- ✓ Formulario único de constitución de asociaciones.
- ✓ Estatuto Social (2 ejemplares).
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación de todos los asociados.
- ✓ Certificado de depósito del aporte al capital social inicial (1SBU).
- ✓ Listado digital de asociados en formato Excel (CD) (# de asociados mínimo 10).

6.3.2. Elección y Registro de Directivas

Requisitos para registrar directiva

- ✓ Solicitud de registro de la directiva, suscrita por el Administrador o Representante Legal.
- ✓ Declaración y certificación del secretario(a) de la asociación sobre la elección de vocales principales y suplentes de las Juntas Directiva y de Vigilancia, Presidente, Secretario y Administrador. La certificación deberá ser suscrita por el secretario(a) y presentarse conforme con el formato establecido por la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, que se encuentra disponible en el portal electrónico www.seps.gob.ec, y en la que constarán explícitamente nombres y apellidos completos, número de cédula, cargo para el que han sido elegidos y votos obtenidos (a favor, en contra y abstenciones).
- ✓ Copia legible de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del administrador electo, en caso de que no sea miembro de la organización.

Una vez aprobado la constitución de la organización, debe registrarse en el “Registro Público de personas y Organizaciones”, para después solicitar el RUC en el SRI, así como solicitar los

permisos de funcionamiento y patente en el Cuerpo de bomberos y el Municipio respectivamente.

Requisitos para abrir el RUC

- ✓ Ficha técnica debidamente llena (Consultar pág. SRI), presentar por medio magnético.
- ✓ Original y copia simple del documento por medio del cual se otorga personalidad jurídica.
- ✓ Estatuto aprobado por la SEPS.
- ✓ Original y copia simple del nombramiento avalado por la SEPS.
- ✓ Cédula y papeleta de votación original y copia simple del Representante legal.
- ✓ Factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono.
- ✓ Solicitud de registro de directiva, suscrita por el Administrador.

Los documentos se pueden presentar tanto de manera directa o iniciar el trámite vía online.

6.4. Base filosófica

6.4.1. Misión.

Tabla 54

Determinación de la Misión

Naturaleza del Negocio:	Prestación de servicios de limpieza y afines al hogar
Razón de Ser:	Proveer servicios de limpieza y afines al hogar
Mercado al que sirve:	Hogares, empresas y/o oficinas

Elaborado por: Las Autoras (2018)

Proveer servicios de limpieza y afines al hogar bajo parámetros de calidad, excelencia y seguridad con el fin de satisfacer las necesidades de cada cliente.

6.4.2. Visión.

Tabla 55

Determinación de la Visión

Posición en el mercado:	Ser la mejor (líder) empresa en servicios de limpieza y afines al hogar con respecto a costos, eficiencia y calidad, así como la preferida de los consumidores.
Tiempo:	5 años
Ámbito del Mercado:	Sector Urbano del Cantón Ibarra

La Asociación de Servicios de Limpieza y afines al hogar “ASOSERLIMPH” será para el año 2024 la empresa la empresa líder del sector y la preferida por los clientes, por sus servicios, costos y eficiencia.

6.4.3. Objetivos.

- ✓ Brindar servicios de limpieza y afines al hogar bajo altos estándares de calidad con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.
- ✓ Establecer un adecuado manejo de costos y gastos mediante el análisis de proveedores y requerimientos con la finalidad de mantener precios accesibles al consumidor y generar rentabilidad sostenible a la empresa
- ✓ Proveer a los trabajadores y asociados un ambiente laboral saludable y libre de discriminación o violencia de cualquier índole con el fin de que el talento humano se sienta a gusto en la empresa.
- ✓ Innovar en los servicios y la forma de ofertarlos mediante estrategias de ventas, de servicios y de atención al cliente para establecer relaciones largas y seguras con los clientes.
- ✓ Cumplir con las exigencias y regulaciones de las autoridades de control a fin de evitar inconvenientes con el fisco.
- ✓ Manejar la marca de la empresa con valores como seguridad, solidaridad, responsabilidad, transparencia, eficiencia, entre otros a fin de posicionar la

marca no sólo por sus estándares de calidad sino también por ser una organización ética y sustentable.

6.4.4. Principios.

- ✓ La búsqueda del buen vivir y del bien común.
- ✓ La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- ✓ El comercio justo y consumo ético y responsable.
- ✓ La equidad de género.
- ✓ El respeto a la identidad cultural.
- ✓ La autogestión.
- ✓ La responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas.
- ✓ La distribución equitativa y solidaria de excedentes.

6.4.5. Valores

Integridad, Se espera y exige de todos los colaboradores actuar con rectitud y en estricto apego a la filosofía empresarial y bajo el Código de ética de la organización. Tener integridad en todos los actos que se realice por más insignificantes que se consideren.

Honestidad, La empresa fomentará la transparencia en cada uno de sus procesos, buscará la honestidad y será contrario a la corrupción en cualquiera de sus formas.

Solidaridad, En para la empresa es muy importante buscar un impacto social positivo por lo cual apoya actividades y/o eventos que contribuyen, promueven el desarrollo de la sociedad, así como, la protección del medioambiente.

Excelencia, La Asociación de Servicios de limpieza y afines al hogar “ASOSERLIMPH”, ofrece a sus usuarios tanto internos como externos entregar calidad elevada a su máxima expresión. Para la empresa nada es tan bueno como la excelencia a todo nivel.

Ética, ASOSERLIMPH, es una empresa social y solidaria que busca además de satisfacer las necesidades de los clientes generar fuentes de empleo en entornos saludables. Para la organización es fundamental enmarcar cada actividad interna o externa con fuertes

fundamentos éticos, por este motivo, capacitará a su personal para que lleven sus valores en cada experiencia que tengan como colaboradores de la Asociación.

Equidad, La equidad es uno de los valores que se promueve desde los altos directivos. Para ASOSERLIMPH, impulsar y apoyar acciones en contra de toda clase de discriminación es su meta en favor de una línea ética en el entorno interno de la misma.

Mejora y cambio permanente con visión a largo plazo, Uno de los principales compromisos de la empresa es la realización de análisis y/o evaluaciones periódicas que propicien la autocrítica y con ello, generen cambio, mejoras y estrategias para el crecimiento de la organización.

Respeto por las personas relacionadas y compromiso por su éxito, Ser respetuoso con los Stakeholders es fundamental en ASOSERLIMPH, pues con ello hacemos notar la importancia de cada uno, también se afianzan las relaciones y se mejora y mantiene la buena reputación empresarial.

6.5. Logo de la empresa

El logotipo está conformado por una burbuja que hace referencia a la limpieza, a un ambiente limpio. Esta burbuja tiene color azul porque representa el lado masculino. Además, tiene una imagen de una casa, se refiere al contexto de las tareas del hogar, es de color rosa porque manifiesta el lado femenino del hogar. Las letras son sencillas, claras y fáciles de entender, mismas que al igual que el techo son de color amarillo (ocre), pues hace semejanza al hecho de que, el sol alumbra a todos sin distinción de género o algún tipo de discriminación. Lo mismo que la empresa hará en cada uno de sus ámbitos. Por último, tiene un fondo blanco que hace relación a la pulcritud y transparencia con que se prestarán los servicios a los clientes.

6.6. Slogan de la empresa

El slogan que se ha diseñado y se ha considerado el más adecuado para el servicio que se oferta es: “El aliado perfecto para las tareas de limpieza”

La empresa pertenecerá al grupo económico terciario o de servicios, dentro de los servicios complementarios de limpieza. Por esta razón se ha escogido un nombre y slogan que los clientes identificarán fácilmente.



Figura 36. Logo y Slogan Empresa de Servicios de Limpieza y afines al Hogar

6.7. Políticas

- ✓ Satisfacer las necesidades de los clientes con servicios de calidad, eficiencia y seguridad.
- ✓ Generar estrategias que fidelicen a los clientes con la empresa.
- ✓ Establecer espacios libres de violencia, discriminación y apatía para todos los colaboradores de la empresa.
- ✓ Crear un entorno laboral cómodo, dinámico y con sentido de pertenencia.
- ✓ Capacitar a los trabajadores y asociados para su mejoramiento continuo.
- ✓ Desarrollar mecanismos que permitan a los colaboradores realizar sus tareas de acuerdo con sus habilidades y la especialización de competencias.
- ✓ Exigir de los colaboradores un trabajo de calidad y la transmisión de los valores y principios institucionales en el desarrollo de su labor.
- ✓ Apoyar e incentivar el crecimiento personal y profesional de los trabajadores.
- ✓ Entregar todos los implementos, insumos, materiales, equipamiento de seguridad industrial y demás necesarios a cada trabajador para que realice su trabajo con estándares de calidad.
- ✓ Implantar políticas claras de ventas que permita a la empresa generar los recursos suficientes para cubrir sus costos y gastos y a la vez generar utilidad.

- ✓ Desarrollar las actividades propias y complementarias de la organización con un alto grado de conciencia social y ambiental.
- ✓ Manejar procesos claros y ambientalmente amigables.

6.8. Estructura organizacional

Asociación de Servicios de Limpieza y afines al hogar (ASOSERLIMPH), es una empresa pequeña. Por su capacidad aún no requiere de una gran cantidad de personal, por lo que se ha determinado que la mejor estructura organizacional es la lineal, misma que posee una jerarquización piramidal, lo cual, genera relaciones de autoridad claras, evitando así problemas de interferencia o de falta de mando. Sin embargo, el gobierno, dirección, administración y control interno de la asociación, se ejercerá por medio de los siguientes organismos: 1. Junta general de asociados o de representantes; 2. Junta directiva; 3. Junta de vigilancia; y; 4. Administrador.

- ✓ A la cabeza está la Junta General (Los socios); Junta Directiva (Presidente, Vicepresidente, Secretaria y comisiones); Junta de vigilancia (órgano de control de la asociación).
- ✓ Administrador, quien de acuerdo con la normativa de la empresa, debe ser un profesional en las áreas administrativas puede o no ser socio de la asociación, el cual la administrará y por ende fungirá como representante legal. Además, bajo su mando estarán los siguientes cargos:
 - ✓ Secretaria, trabajará de manera directa bajo las órdenes del Administrador y además, ayudará con el ingreso de información al sistema contable hasta que la empresa crezca y pueda solventar ese rubro.
 - ✓ Contador, por el momento, se contratará los servicios profesionales, a medida que la empresa crezca se cambiará la contratación a una fija con su respectivo asistente.
 - ✓ Ventas, se encarga de la comercialización de los servicios con un vendedor.
 - ✓ El área operativa está conformada por los operarios, mismos que brindarán los servicios de manera directa, por el momento serán, y a medida que la organización crezca, se evaluarán las necesidades.
 - ✓ El área de logística, tiene al chófer y el bodeguero, quienes complementan el equipo de trabajo.

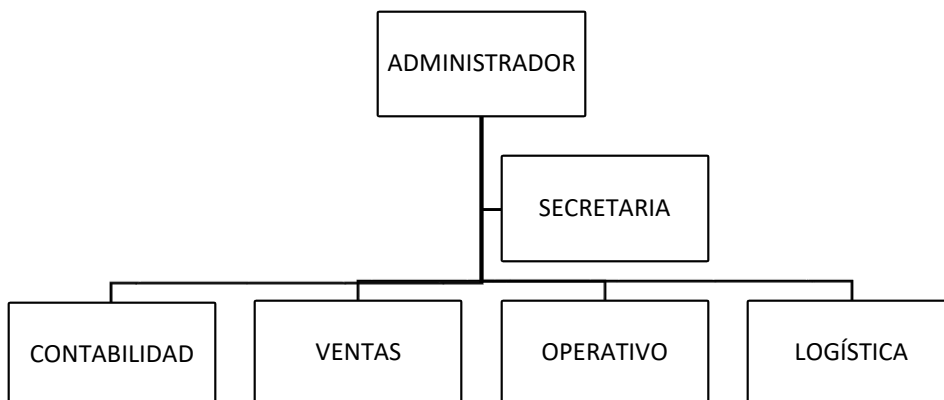


Figura 37 Estructura Organizacional

6.9. Estructura funcional

En ASOSERLIMPH, al igual que la mayoría de organizaciones de la SEPS que tienen como objetivo las actividades productivas, su estructura se divide en lo que se refiere a los socios y a los empleados.

6.9.1. De los socios.

Requisitos para ser socios.

- ✓ Personas mayores de 18 años y menores de 80.
- ✓ Solicitud de ingreso dirigido al presidente de la Junta Directiva.
- ✓ Copia de Cédula y Papeleta de votación.
- ✓ Original y copia de certificado de antecedentes penales.
- ✓ Dos certificados de honorabilidad.
- ✓ Una carta dirigida a los socios, en la que se exponga porque desea pertenecer a la asociación.
- ✓ Cancelar por ingreso \$4.000, valor que se debe aportar: 50 % al momento de ser aceptado su ingreso y el otro 50% en un plazo máximo de 12 meses. (Los valores entregados, serán invertidos en el equipo y maquinaria necesarios para realizar el trabajo).

Los requisitos de ingreso deben ser analizados, verificados y tratados en una reunión de la Junta Directiva para su posterior dictamen positivo o negativo, y ratificados por la Asamblea General, tal como lo establece el Reglamento Interno de la organización.

Tabla 56

Derechos y Responsabilidades de los socios.

DERECHOS	RESPONSABILIDADES
Participar en las actividades y actos sociales de la cooperativa.	Cumplir y hacer cumplir las normas y políticas de la empresa.
Asistir con voz y voto a las Juntas Generales.	Abonar las cuotas que se determinen en tiempo y forma.
Elegir y ser elegido	Cancelar el valor de ingreso, previo acuerdo contractual.
Poseer un ejemplar de los estatutos, Reglamento Interno, Código de ética y demás.	Cooperar en el desarrollo del trabajo de la asociación.
Tener el conocimiento oportuno de los acuerdos.	Desempeñar las funciones que les sean encomendadas por la Junta Directiva.
Solicitar, mediante petición escrita, el acceso a la documentación interna.	No presentarse en estado de embriaguez o bajo cualquier otro tipo de estupefacientes.
Presentar excusa por escrito de su ausencia a reuniones	Comprometer el nombre e imagen de la asociación a nivel extremo o interno.

Elaborado por: las Autoras
Fuente: Reglamento Interno

6.9.2. De la dirección.

Junta Directiva.

La Junta General son todos los asociados, en pleno, de la que se deriva la Junta Directiva, la cual estará conformada por tres socios de entre los que se escogerá al presidente, vicepresidente y secretaria, quiénes en coordinación con el Administrador, llevarán las riendas de la empresa, ya que la JD es el nexo y la voz de los socios.

Atribuciones de la Junta Directiva.

- ✓ Dictar las normas de funcionamiento y operación de la asociación.
- ✓ Aceptar o rechazar las solicitudes de ingreso o retiro de asociados.
- ✓ Autorizar la celebración de contratos en los que intervenga la asociación, hasta por el 30% del presupuesto anual.
- ✓ Sancionar a los asociados de acuerdo con las causas y el procedimiento establecidos en el reglamento interno.
- ✓ Aprobar los programas de educación, capacitación y bienestar social de la asociación, con sus respectivos presupuestos.
- ✓ Presentar, para aprobación de la junta general, los estados financieros, balance social y su informe de labores.
- ✓ Elaborar el proyecto de reformas al estatuto y someterlo a consideración y aprobación de la junta general.

Directiva (Perfil y atribuciones).

El Presidente/a, presidirá también la asociación y la junta general, durará 4 años en sus funciones, pudiendo ser reelegido por una sola vez, mientras mantenga la calidad de vocal de la junta directiva; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

- ✓ Convocar y presidir las juntas generales y sesiones de junta directiva.
- ✓ Firmar, conjuntamente con el secretario, la documentación de la asociación y las actas de las sesiones.
- ✓ Presidir todos los actos oficiales y protocolarios de la asociación.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir el estatuto, reglamento interno y demás disposiciones emitidas por la junta general y la junta directiva.
- ✓ Secretaria/o, además de las funciones y responsabilidades propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:
 - ✓ Elaborar las actas de las sesiones de junta general y junta directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación.
 - ✓ Firmar, conjuntamente con el presidente, la documentación de la asociación y las actas de las sesiones.

- ✓ Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del presidente.
- ✓ Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la asociación.
- ✓ Custodiar y conservar ordenadamente el archivo.
- ✓ Entregar a los asociados, previa autorización del presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida.
- ✓ Notificar las resoluciones.
- ✓ Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.

6.9.3. Junta de Vigilancia.

La junta de vigilancia es el órgano de control de la organización, como tal supervisará las actividades económicas y el cumplimiento de las resoluciones de la junta general y la junta directiva. Estará integrada por tres vocales principales con sus respectivos suplentes, elegidos en votación secreta por la junta general, previo cumplimiento de los requisitos constantes en el reglamento interno y su duración en el cargo será de cuatro años.

Atribuciones y deberes de la junta de vigilancia.

- ✓ Coordinar y supervisar la gestión administrativa de la asociación.
- ✓ Supervisar los gastos económicos que realice la asociación.
- ✓ Vigilar que la contabilidad se encuentre al día y debidamente sustentada.
- ✓ Conocer el informe administrativo, los estados financieros y el balance social presentados por el administrador.
- ✓ Presentar su informe anual de labores a la junta general.

6.9.4. El Administrador.

Descripción del Cargo: Directivo.

Perfil del Cargo.

Sexo: Indistinto

Educación: Superior concluida (Contabilidad y Auditoría, Administración o afines)

Experiencia: Mínimo un año

Habilidades.

- ✓ Conocimientos extensos sobre las leyes y normativa de la Economía Popular y Solidaria, actividades complementarias y mandato constituyente 8.
- ✓ Espíritu de Equipo.
- ✓ Pasión.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Liderazgo.
- ✓ Resiliente.
- ✓ Comunicativo, habilidades sociales.
- ✓ Incluyente.

El administrador será elegido por la junta general y contratado bajo la normativa establecida en el Código Civil, sin que ello implique relación laboral; y, además de las atribuciones propias de la naturaleza de su cargo, tendrá las siguientes:

- ✓ Representar legalmente a la asociación.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las juntas general y directiva.
- ✓ Administrar la asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados.
- ✓ Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la junta de vigilancia y aprobación de la junta general.
- ✓ Presentar el informe administrativo, los estados financieros y balances semestrales para conocimiento de la junta directiva, previo a la aprobación de la junta general.

6.9.5. Secretaria.

Cargo: Secretaria/o.

Descripción del Cargo: Auxiliar Administrativo

Perfil del Cargo

Sexo: Indistinto.

Educación: Mínimo bachiller en áreas administrativas.

Experiencia: Mínimo un año, en posiciones similares y/o conocimientos contables básicos.

Habilidades

- ✓ Conocimiento preciso de redacción y dicción.
- ✓ Interpersonales.
- ✓ Organizativas.
- ✓ Tolerancia a la presión.
- ✓ Proactiva, resolutiva, autónoma.
- ✓ Planificar y optimizar el tiempo.

Funciones.

Incluye entre otros el manejo de las comunicaciones verbales y escritas, la preparación de documentos, la organización de la oficina y la gestión de los proyectos. También es el nexo entre la Administración y las áreas o departamento de la empresa.

6.9.6. Área Contable.

Cargo: Contador

Descripción del Cargo: Asesoría

Perfil del Cargo.

Sexo: Indistinto.

Educación: Superior concluida, Contabilidad y Auditoría CPA.

Experiencia: Mínimo un año, en empresas de la Economía Popular y Solidaria.

Habilidades.

- ✓ Razonamiento Lógico.

- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Capacidad de resolución de Problemas.
- ✓ Conocimientos sólidos.
- ✓ Habilidad numérica.
- ✓ Creativo.
- ✓ Visionario.
- ✓ Disciplinado.
- ✓ Responsable.

Funciones.

- ✓ Asesorar al Administrador y los socios.
- ✓ Llevar la Contabilidad de acuerdo a las normas contables, la ley de la SEPS y la normativa legal pertinente.
- ✓ Hacer las declaraciones y mantener al día los requerimientos del estado.
- ✓ Entregar los informes que la alta dirección, los organismos estatales y los entes de control lo soliciten, en tiempo y formatos requeridos.
- ✓ Entregar los balances y resultados a la Asamblea General.
- ✓ Capacitar al personal directamente a su mando, Entre otros.

Cargo 2: Asistente Contable

Descripción del Cargo: Auxiliar administrativo

Perfil del Cargo.

Sexo: Indistinto

Educación: Mínimo CBA (Contador Bachiller Autorizado)

Experiencia: Mínimo un año

Habilidades.

- ✓ Competencias comunicacionales, interpersonales intrapersonales y de gestión.
- ✓ Trabajo en equipo.
- ✓ Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad.

- ✓ Orientación al servicio.

Funciones.

- ✓ Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas del conmutador.
- ✓ Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa.
- ✓ Atender todas aquellas personas que necesiten información.
- ✓ Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera.
- ✓ Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social.
- ✓ Revisión de la contabilización de los documentos.
- ✓ Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los documentos contables.
- ✓ Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación de acciones de mejora para su prevención.
- ✓ Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas.
- ✓ Colaboración continúa en otras labores asignadas por su jefe inmediato.

6.9.7. Área de Ventas

Cargo: Vendedor

Descripción del Cargo: Agente de ventas

Perfil del Cargo.

Sexo: Indistinto

Educación: Mínimo bachiller, en cualquier área.

Experiencia: Mínimo un año.

Habilidades.

- ✓ Saber escuchar.
- ✓ Habilidades comunicativas.

- ✓ Persistencia.
- ✓ Actitud positiva.
- ✓ Honestidad.
- ✓ Paciencia.
- ✓ Confianza en sí mismo y en la empresa.

Funciones.

- ✓ Incrementar las ventas.
- ✓ Ayudar a los clientes en el proceso de compra del servicio.
- ✓ Encontrar alternativas que satisfagan las necesidades de los clientes y de la empresa.
- ✓ Entregar informes o información si la dirección se lo solicita en tiempos y formatos establecidos.

6.9.8. Área Operativa.

Cargo: Bodeguero.

Descripción del Cargo: Operativo

Perfil del Cargo.

Sexo: Indistinto.

Educación: Mínimo bachiller en cualquier área pero de preferencia administrativas.

Experiencia: Mínimo un año.

Habilidades.

- ✓ Numéricas.
- ✓ Responsabilidad.
- ✓ Orden.
- ✓ Trabajo en equipo.

Funciones.

- ✓ Coordinar la recepción y entrega de equipo, materiales, insumos e implementos.

- ✓ Controlar el inventario.
- ✓ Solicitar la compra para mantener el stock.
- ✓ Cumplir las normas de seguridad y estándares de calidad para la requisición.

Cargo: Auxiliar de limpieza.

Descripción del Cargo: Operativo

Perfil del Cargo.

Sexo: Indistinto

Educación: No indispensable.

Experiencia: No necesario.

Habilidades.

- ✓ Honestidad.
- ✓ Capacidad autonómica.
- ✓ Disciplina.
- ✓ De comunicación.

Funciones.

Ejecutar los procesos de limpieza y afines al hogar de acuerdo con los procedimientos de la empresa, en estricto apego a los requerimientos del cliente.

6.9.9. Área de Logística.

Cargo: Chofer

Descripción del Cargo: Auxiliar de logística

Perfil del Cargo.

Sexo: Indistinto.

Educación: Chofer profesional tipo D o E.

Experiencia: Mínimo un año, en empresas de la Economía Popular y Solidaria.

Habilidades.

- ✓ Concentración.
- ✓ Respeto.
- ✓ Paciencia.
- ✓ Sentido de colaboración.
- ✓ Ético.
- ✓ Hábil y responsable.
- ✓ Habilidades sociales.

Funciones.

Trasladar al personal y sus equipos de la empresa al domicilio de los clientes y viceversa.

Desarrollar su labor con la mayor responsabilidad y respetando las leyes de tránsito, de la empresa y precautelando el bienestar y seguridad de los trabajadores.

6.10. Servicio

La Asociación de Servicios de Limpieza y afines al hogar (ASOSERLIMPH), ha decidido brindar servicios de limpieza y afines al hogar de acuerdo con las necesidades de los clientes, sin embargo, la oferta principalmente será la de Aseo General, decisión tomada de acuerdo a los resultados del estudio de mercado realizado en la presente investigación.

El Aseo General, será el servicio estrella de la empresa pero no el único, dentro del portafolio de servicios se encuentran los siguientes:

- ✓ Aseo locativo.
- ✓ Aseo de muebles.
- ✓ Limpieza de alfombras.
- ✓ Limpieza de cortinas.
- ✓ Limpieza de ventanas.
- ✓ Servicio por horas.
- ✓ Jardinería.

- ✓ Costura doméstica.
- ✓ Otros.

Servicios que se basan principalmente con las siguientes características:

- ✓ El servicio a ofertar será de tipo personalizado, lo cual no inhibe que las peticiones del cliente puedan encajar dentro de las categorías generales antes descritas.
- ✓ Las actividades a desarrollarse por el personal de la empresa, serán de carácter específico a lo solicitado por el cliente y previamente estipulado en el contrato.
- ✓ La empresa asume la responsabilidad por el personal y las actividades que estos desarrollan en el ejercicio de su labor.
- ✓ La empresa garantiza la calidad de sus servicios así como la idoneidad de su personal ante sus clientes.
- ✓ La empresa garantiza la capacitación de sus empleados y que están 100% habilitados para el desarrollo de su trabajo, además lo realizarán de acuerdo a los procesos establecidos por la organización, misma que basa sus actividades en estándares de calidad, eficiencia y alto grado de responsabilidad.
- ✓ La empresa ofrece a través de su personal de ventas y atención al cliente asesoría técnica para la contratación de los servicios y la economía del cliente.

6.11. Principales estrategias

6.11.1. Estrategia de Diferenciación.

En este sentido se espera que a través de capacitación continua de los colaboradores, brinden un servicio de calidad y que a su vez este cumpla con las expectativas de los clientes. De igual manera, la empresa tendrá un manual de procesos para que todo el personal conozca los estándares que se espera de ellos y los clientes perciban que los servicios brindados tienen altos parámetros de seguridad, calidad y eficiencia.

6.11.2. Estrategia de Precios y Costos.

Esta estrategia es muy importante porque a través de la especialización de los servicios, se disminuirán costos. Otro factor significativo es que todos los colaboradores ganen una remuneración justa que evite la rotación continua de personal. Por último, se considera que al

contar con productos y maquinaria apropiada se optimizarán los recursos. Estos factores a su vez permitirán reflejar precios competitivos al consumidor.

6.11.3. Estrategia de Talento Humano.

Para la asociación el trato a los asociados y/o los colaboradores que deba contratar irá direccionada a generar en ellos una percepción de estabilidad, seguridad, confianza y sentido de pertenencia con la institución, para lo cual: Serán afiliados al seguro social; la empresa los capacitará de forma continua; la Institución apoyará e incentivará el desarrollo personal o profesional de sus trabajadores; así también, las horas laborales se incrementarán de manera progresiva hasta incorporar a todos los asociados, en horario completo.

6.11.4. Estrategia de Comercialización.

Las ventas son un punto clave porque la empresa pretende que sus ingresos contribuyan directamente en 10 familias (Hogares de los socios). Debido a esto, no se puede permitir dar espacios o prestar un servicio sin que genere en los clientes la mayor satisfacción posible, ya que, los mismos se convertirán en la mejor carta de presentación de la organización.

Las principales actividades a realizar serán:

- ✓ Creación de un portafolio de servicios.
- ✓ Participación de ferias inclusivas, en donde se ofertará el portafolio de servicios.
- ✓ Creación de una página web y contratación de la misma.
- ✓ Visita a condominios, edificios, conjuntos habitacionales, oficinas, empresas y más para ofertar propuestas de los servicios tanto de manera corporativa y personal como servicios del hogar.
- ✓ Llevar una campaña por las principales redes sociales.
- ✓ Creación de un blog, sobre la limpieza y pequeños tips para hacerlo de manera eficiente.
- ✓ Contratación de un vendedor.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

7.1. Introducción

Evaluar los impactos en los trabajos de investigación es una tarea importante porque indica cómo un proyecto genera huellas positivas o negativas en su entorno de aplicación a mediano o largo plazo.

En el presente capítulo, se realizará una evaluación preliminar de impactos mediante indicadores que se alineen con el término “Triple Bottom Line” (Triple cuenta de resultados), ya que la empresa que se pretende crear tiene carácter social y solidario. Por ello, la medición debe ser social, económica y ambiental para cumplir los objetivos de la organización.

El objetivo es impulsar a un grupo de la sociedad (empleadas/os domésticas, amas de casa y/o servidores de limpieza con niveles de educación inconclusa) con bajos recursos a crear una empresa que permita a las familias y sector de la pequeña empresa ibarreña recibir servicios de limpieza y afines al hogar, en un entorno seguro y bajo altos estándares de calidad y buenas prácticas ambientales, a la par que se genere sostenibilidad financiera para la empresa, los asociados y empleados.

Se realizará un listado de los indicadores más relevantes mediante un análisis de los objetivos empresariales, stakeholders y los resultados esperados, para finalmente, evaluarlos en la siguiente matriz:

Tabla 57**Nivel de Impactos**

-3	-2	-1	0	1	2	3
Alto impacto	Impacto medio	Impacto bajo	No hay impacto	Impacto bajo	Impacto medio	Impacto alto
Negativo			No hay impacto	Positivo		

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum}{n}$$

\sum = Sumatoria de la calificación

n = Número de Indicadores

7.2. Impacto social

La empresa de servicios de limpieza y afines al hogar “ASESORLIMPH”, es una organización de origen social, esto no le impide que busque el lucro dentro de sus actividades. Para medir los impactos sociales se han determinado los siguientes indicadores:

7.2.1. Aumento del tiempo para el disfrute Familiar.

En este indicador se puede considerar la ventaja de que los clientes que adquieran los servicios puedan utilizar ese tiempo para disfrutar con la familia, pero al ser una decisión de tipo personal, podría destinarlo a otras actividades. De hacerlo, el impacto en el hogar de los usuarios sería significativo. No se puede dejar de reconocer que la falta de tiempo, la inserción de la pareja en el mercado laboral han traído consigo algunas problemáticas en el núcleo familiar.

7.2.2. Salud y Seguridad Ocupacional.

Este indicador tiene un nivel de impacto importante porque la empresa a través de una política clara de Seguridad y Salud Ocupacional cuida de cada uno de sus colaboradores. Esto permite que tengan seguridad al desarrollar su trabajo, confianza en la empresa y sean productivos.

7.2.3. Igualdad de oportunidades.

La empresa tiene claros mecanismos para evitar la discriminación. Proporciona tanto a clientes y colaboradores la certeza de que tendrán igualdad de oportunidades y servicios. Además de ello, la organización busca el crecimiento del individuo de manera integral por lo que apoyará todas las formas que lo permitan. Es así que la política y acciones claras de la Asociación llevarán a los Stakeholders a sentirse confiados en este aspecto.

7.2.4. Mejor Calidad de Vida.

La calidad de vida es un tema que depende de muchos factores, sin embargo, nuestros trabajadores al contar con una fuente de empleo estable, horarios definidos y sueldos y salarios más beneficios sociales permite que su hogar pueda cubrir sus necesidades básicas y la mejorar la calidad de vida de su entorno. No se puede descartar las problemáticas adyacentes que se producen cuando los dos jefes de hogar se insertan al entorno laboral, por ello, es importante buscar alternativas para el bienestar de los trabajadores y su entorno familiar.

Tabla 58

Nivel de Impacto Social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Alto I.	Medio I.	Bajo I.	No hay I.	Bajo I.	Medio I.	Alto I.
Aumento de tiempo para el disfrute familiar (clientes)							x
Salud y seguridad ocupacional (Trabajadores)						x	
Igualdad de oportunidades (Trabajadores)							x
Mejor calidad de vida						x	
TOTAL INDIVIDUALES						4	6
						TOTAL	10
						Nivel de Impacto =	$\frac{10}{4}$
						NI =	2,50
NIVEL DE IMPACTO = MEDIO ALTO (25%)							

Elaborado por: Las Autoras

7.3. Impacto económico

7.3.1. Generación de Ingresos.

Que la empresa genere ingresos, rentabilidad cada año durante el horizonte del proyecto, que se recupere la inversión y además, que la evaluación económica y financiera sea positiva, es una clara señal del alto impacto que tendrá el presente proyecto en la vida de los asociados, los trabajadores y todas las partes interesadas porque favorecería la dinámica económica de los mismos.

7.3.2. Generación de Fuentes de empleo.

Crear 10 puestos de trabajo, es una generación de empleo que si bien no impacta en los índices macros del cantón, sí lo hace en la vida de estos individuos. Si se toma en cuenta que: la mayoría de las personas que se dedican a estas tareas difícilmente tienen estudios básicos, intermedios o superiores, lo cual, dificulta su inserción laboral; en algunos casos son mujeres víctimas de violencia intrafamiliar, que se han dedicado a su familia y por ende no se consideran aptas para otras labores; son jefas o jefes de familia, si se toma en consideración que según el INEC, 2010, la familia Ibarreña está conformada por 4 miembros, se ayudaría a cubrir las necesidades de 16 a 18 hogares (72 individuos) de manera directa, a más de los proveedores y el pago de impuestos. Es decir, la generación de empleos tiene un gran impacto en estas familias.

7.3.3. Estabilidad Económica.

Al contar con un trabajo fijo, los colaboradores gozarán de estabilidad económica, presupuestarán sus gastos de acuerdo con el ingreso que reciben, y sentirán tranquilidad, lo cual se verá reflejada en su estado de ánimo y productividad.

7.3.4. Aumento de la dinamización de la economía.

Las empresas tienen la característica de dinamizar la economía de la sociedad, pero una empresa como la del presente proyecto es una manera directa de hacerlo. Los clientes de clase media y alta así como las medianas empresas podrán contribuir a través de la contratación de los servicios que se oferten. Esto generará liquidez en el bolsillo de los trabajadores, quienes

podrán adquirir y pagar de manera puntual los productos y servicios que cubran sus necesidades, lo cual genera gran impacto en su entorno inmediato, permitiendo así mejorar su calidad de vida.

Tabla 59

Nivel de Impacto Económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
	Alto I.	Medio I.	Bajo I.	No hay I.	Bajo I.	Medio I.	Alto I.
Generación de ingresos (empresa)							X
Generación de fuentes de empleo (empresa)						X	
Estabilidad Económica (trabajadores)						X	
Aumento de la dinamización de la economía							X
TOTAL INDIVIDUALES						4	6
						TOTAL	10
						Nivel de Impacto =	$\frac{10}{4}$
						Nivel de Impacto =	2,50
NIVEL DE IMPATO = MEDIO ALTO (25%)							

Elaborado por: Las Autoras

7.4. Impacto ambiental

7.4.1. Manejo de Desechos.

Un adecuado manejo de los desechos, minimiza los impactos ambientales. Las estrategias para ayudar e incentivar a los clientes para un buen manejo de desechos, así como la guía de procesos establecida por la empresa permite contribuir con una adecuada gestión ambiental.

7.4.2. Utilización de Insumos, implementos y materiales ecológicos.

El desarrollo de todas las actividades de la empresa con materiales, insumos, implementos y equipo de tipo ecológico disminuirá los desechos nocivos, peligrosos y la optimización de recursos precautelando la salud ambiental por lo cual será un impacto positivo.

7.4.3. Buenas prácticas medioambientales.

El principal impacto que la empresa quiere generar en sus trabajadores como en sus clientes son las buenas prácticas ambientales. En corto, mediano y largo plazo será importante capacitar, guiar, apoyar e incentivarlas, pues, a más de ser rentable la organización busca el bienestar familiar y social de los clientes lo cual no se puede darse si existe un ambiente contaminado.

Tabla 60

Nivel de Impacto Ambiental

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	
	Alto I.	Medio I.	Bajo I.	No hay I.	Bajo I.	Medio I.	Alto I.	
Manejo de desechos						2		
Utilización de Insumos, implementos y materiales ecológicos.							3	
Buenas prácticas medioambientales							3	
TOTAL INDIVIDUALES						2	6	
TOTAL								8
Nivel de Impacto =								$\frac{8}{3}$
Nivel de Impacto =								2,67
NIVEL DE IMPACTO = ALTO (27%)								

Elaborado por: Las Autoras

7.5. Impacto del proyecto

Tabla 61

Resumen Nivel de Impactos

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOCIAL	2,50	32%
ECONÓMICO	2,50	36%
AMBIENTAL	2,67	32%
TOTAL	7,67	100%

Elaborado por: Las Autoras

En base a los resultados obtenidos puede mencionarse que existen un impacto positivo que generará la implementación de la presente propuesta en el sector urbano del cantón Ibarra, destacando el tema social, económico y ambiental con estrategias que permitan evaluar los resultados de manera oportuna para establecer mejoramiento continuo en cada uno de los procesos de la organización.

CONCLUSIONES

Es viable crear una empresa de servicios de limpieza y afines para los segmentos hogares y empresas u oficinas del cantón Ibarra, sector urbano, misma que debe tener como carta de presentación estrictos estándares de contratación, calidad, eficiencia, así como, la percepción de seguridad en los clientes.

Técnicamente la propuesta es factible con 7 operarios a jornada parcial durante el primer año, e incorporación a jornada completa a partir del segundo año de manera escalonada y una inversión inicial de 71.486,30 USD. (44,05% de financiamiento propio y 55,95% por un crédito en BanEcuador)

Con base en el estudio financiero y los diferentes indicadores analizados se puede concluir que el proyecto es económicamente rentable. Ya que, la inversión se recuperara a los 29 días del noveno mes del cuarto año, la tasa interna de retorno (17.48%) es superior a la tasa de retorno media (8.88%) y su valor actual neto es de \$22.724,17 una vez concluido el tiempo de vida del mismo (5 años), el punto de equilibrio en el primer año es negativo, sin embargo, a partir del segundo año las proyecciones de ventas se verán incrementadas por lo cual se obtiene una ganancia estable por los siguientes años.

La propuesta organizacional dentro de la economía popular y solidaria, es viable, sostenible y con gran impacto en este grupo social, sin embargo, al tener la calidad de socios y accionistas la dinámica interna se podría ver afectada.

El impacto de la empresa en el cantón, a nivel de cifras micro es en términos generales es positivo, sin embargo, el impacto en términos macros no genera mayor relevancia.

RECOMENDACIONES

La asociación debe posicionar su marca con la sensación de seguridad y altos estándares de calidad a buenos costos, ya que la incertidumbre de los clientes por malas experiencias limita la contratación de este tipo de servicios.

La organización debe aprovechar el trabajo en jornada parcial durante el primer año para capacitar al personal y por ende optimizar los recursos de la misma, así también una vez posicionada la empresa, buscar un domicilio legal propio o a su vez extender el periodo de contrato de arrendamiento, e invertir en Máquinas Raibow para suplir las que las autoras donaran y que al momento de iniciar actividades económicas ya tendrían más de la mitad de su vida útil en deterioro.

La empresa debe buscar incrementar su cuota en el mercado durante el primer año, ya que el estudio financiero indica una pérdida para ese periodo.

La empresa debe adoptar claras políticas de buenas prácticas, de convivencia y de control interno tanto a colaboradores como asociados, misma que debe ser oportunamente socializada a fin de evitar conflictos internos que podrían perjudicar el buen desarrollo de actividades dentro de la organización.

Una de las constantes de las empresas en el mundo actual es generar procesos sustentables, por lo cual y a fin de disminuir el impacto ambiental y de salud de los colaboradores se debe incorporar en los insumos de limpieza, fórmulas más naturales, así como una estrategia para motivar a los usuarios con respecto del manejo responsable de desechos.

BIBLIOGRAFÍA

- autocosmos.com. (15 de Julio de 2018). *autocosmos.com*. Obtenido de <https://www.autocosmos.com.ec>:
<https://www.autocosmos.com.ec/catalogo/vigente/citroen/berlingo/16l-hdi-larga/155999>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Séptima ed.). México: Mc Graw Hill.
Recuperado el 20 de Julio de 2018
- CENTRO DE INVESTIGACIONES, U. E. (2017). *Antecedentes y Situación de e-commerce en Ecuador*. CENTRO DE INVESTIGACIONES. QUITO: UNIVERSIDAD ESPIRITU SANTO. Recuperado el 12 de MAYO de 2018, de <https://drive.google.com/file/d/1zA1A8R3yq--2dv2qztMx18Z8afERgldi/view>
- Ecuador, C. d. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi: Asamblea Constituyente.
- Emprende Pyme. (2016). *www.emprendepyme.net*. Obtenido de www.emprendepyme.net:
<https://www.emprendepyme.net>
- EMPRENDEPYME.COM. (2016). <https://www.emprendepyme.net/>. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/>: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-empresas>
- FLACSO ECUADOR & MIPRO. (2013). *Estudios Industriales de la micro, pequeña y mediana empresa*. Quito: FLACSO ECUADOR.
- GAD IBARRA. (2014). *GOBIERNO AUTONOMO DESENTRALIZADO MUNICIPAL SAN MIGUEL DE IBARRA*. Recuperado el 19 de ENERO de 2018, de

<https://www.ibarra.gob.ec>:

<https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/planificacion-estrategica/pdyot>

GAD IBARRA. (13 de MARZO de 2015). *SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN*.

Recuperado el 19 de ENERO de 2018, de app.sni.gob.ec: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004_13-03-2015_17-34-44.pdf

GAD IBARRA. (06 de NOVIEMBRE de 2017). *GOBIERNO AUTONOMO DESENTRALIZADO MUNICIPAL DE SAN MIGUEL DE IBARRA*. Recuperado el 19

de ENERO de 2018, de <https://www.ibarra.gob.ec>: <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/gestion-tributaria/184-formularios/2711-registro-de-actividades-economicas-06-de-nov-2017>

García, A. (2018). *Consejos y pasos para diseñar un buen logotipo, con ejemplos*.

Harvard Business Review. (2014). *DIRECCIÓN DE PROYECTOS*. BARCELONA: SOL 90 S.L. Recuperado el 25 de JUNIO de 2018

Harvard Business Review. (2014). *LOS BÁSICOS DE LAS FINANZAS*. BARCELONA: SOL 90 S.L. Recuperado el 29 de JUNIO de 2018

Harvard Business Review. (2014). *Productividad Total*. Barcelona: Sol 90 S.L. Recuperado el 20 de JUNIO de 2018

Harvard Business Review. (2014). *Creación de un plan de negocios*. (J. Soriano, Ed.) Barcelona: Sol 90 S.L. Recuperado el 20 de junio de 2018

INEC. (2010). *RESULTADOS DEL CENSO 2010 DE POBLACIÓN Y VIVIENDA DEL ECUADOR, PROVINCIAL IMBABURA*. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS, Equipo Técnico de Análisis del Censo de Población y Vivienda. QUITO: INEC. Recuperado el 18 de ENERO de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>

INEC. (11 de OCTUBRE de 2012). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS*. Obtenido de INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

INEC. (2012). *Proyecciones de la población de la República del Ecuador 2010-2050*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Dirección De Normativas y Metodologías del SEN. QUITO: INEC. Recuperado el 18 de ENERO de 2018, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Proyecciones_Poblacionales/metodologia.pdf

Laboratorio de Dinámica Laboral y Empresarial, I. (2017). *PANORAMA LABORAL Y EMPRESARIAL DEL ECUADOR*. QUITO: INEC. Recuperado el 18 de JULIO de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Libros/Panorama%20Laboral%202017.pdf>

VALENCIA, D. (2014). *Guía de diseño y evaluación de proGramas y proyectos de políticas para la economía social y solidaria* (Primera ed.). QUITO: Instituto de Altos Estudios Nacionales. Recuperado el 13 de agosto de 2018

Váquiro, J. (2016). *<http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>*. Recuperado el 18 de julio de 2018, de <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>: <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

ZAPATA SÁNCHEZ, P. (2015). *Contabilidad de Costos, Herramientas para la Toma de Decisiones*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A.

ANEXOS

Anexo 1**PLAN DE SEGURIDAD INDUSTRIAL, SALUD OCUPACIONAL Y AMBIENTE****CONTENIDO**

1. Introducción	186
2. Alcance	186
3. Política de Seguridad y Ambiente	186
4. Objetivos	187
5. Plan de Seguridad Industrial y Ambiente	187
5.1. Norma General	187
5.2. Normas particulares.....	187
5.3. Identificación del Personal	188
5.4. Planes de Contingencia	188
6. Anexo: Plan de Contingencia.....	189
6.1. Objetivo.....	189
6.2. Alcance	189
6.3. Responsabilidad y autoridad	189
6.4. Definiciones: tipo de emergencias.....	190
6.5. Procedimientos	191

1. Introducción

ASESORLIMPH., se estableció en Ibarra en 2019 e inicio sus actividades en servicios de limpieza y afines en el hogar, especializándose en el campo de la limpieza de casas y oficinas. La empresa dispone de la tecnología, los equipos y el personal, que garantiza que la empresa pueda asumir la responsabilidad de un trabajo de limpieza de instalaciones de empresas y hogares, incluyendo para aquello, especialistas en administración de empresas, limpieza de hogares, limpieza de vidrios, poda de jardines, etc. . La empresa busca posicionarse en el mercado brindando servicios integrales de limpieza con el enfoque de equidad de género.

2. Alcance

Este plan de Seguridad y Ambiente se ha desarrollado de manera general, ya que la política de la empresa es funcionar siempre con la normativa legal local y las políticas de los clientes, que en general son los responsables del manejo de las áreas donde se ejecutarán los trabajos de limpieza. Por lo tanto este plan solo incluye criterios generales de la política de la empresa y la normativa de seguir los planes específicos de cada cliente.

3. Política de Seguridad y Ambiente

El recurso humano es el mayor activo de la empresa. ASESORLIMPH., por lo tanto invierte en la capacitación de su personal y siempre mantiene en las mejores condiciones los equipos de seguridad necesarios tanto para las actividades de campo como en sus oficinas centrales. La capacitación del personal no se limita solo a los aspectos técnicos sino que también se inculca los criterios de seguridad personal y de protección del ambiente.

4. Objetivos

Los objetivos generales de este plan son el mantener un record de cero accidentes y cero inconformidades en el manejo ambiental.

5. Plan de Seguridad Industrial y Ambiente

5.1. Norma General

Todo el personal de ASESORLIMPH., debe estudiar y acoger el Plan de Seguridad y Ambiente del cliente. Para ello antes de iniciar cualquier trabajo se efectúan las sesiones de inducción necesarias para que este conocimiento sea efectivo. En coordinación con nuestros clientes se programarán estas sesiones de inducción.

5.2. Normas particulares

Además de asumir como nuestro el plan y las políticas de seguridad y ambiente del cliente, ASESORLIMPH., se rige siempre por estas normas básicas en su trabajo:

- ❖ Utilizar el equipo de protección durante la ejecución del trabajo y durante los desplazamientos desde las oficinas centrales al sitio de trabajo. Este equipo incluye: Ropa de trabajo, zapatos de seguridad, guantes de trabajo, casco, poncho de aguas, lentes de protección y taponos auditivos de ser necesario. Dentro de la ropa de trabajo, para trabajos en alturas y nocturnos, se entrega al personal adicionalmente un chaleco reflectivo.
- ❖ No se permite el transporte de personal en los baldes de camionetas o camiones.
- ❖ No se sobrepasa el límite de velocidad establecido por la normativa legal de la vía que se transita.
- ❖ Para trabajos sobre vías, se dispondrá siempre de equipos de señalización vial, que incluyen conos reflectivos, banderolas de aviso y personal adicional que controle el tráfico antes y después del área de trabajo.
- ❖ El personal está obligado a regresar de los trabajos de campo, con todos los desechos no biodegradables, que pudiesen generarse durante el trabajo. Una vez en las oficinas centrales, estos se dispondrán de acuerdo a las facilidades existentes.

- ❖ Todo el personal, antes de realizar trabajo de campo, deberá tener vigentes sus vacunas de Fiebre Amarilla, Anti Tetánica y Hepatitis A y B. Si el cliente requiere vacunas adicionales, ASESORLIMPH., dispondrá que su personal las tome.
- ❖ Son responsables de hacer cumplir esta normativa, los jefes de grupo y el gerente general.

5.3. Identificación del Personal

El cliente deberá indicar el formato y las firmas de responsabilidad que deberán incluirse en los documentos de identificación del personal. En este documento se indicará además información de la empresa o dirección del domicilio donde se ejecuta el servicio y las fechas de vigencia.

5.4. Planes de Contingencia

Anexo a este documento se encuentra un plan de contingencia preliminar que deberá ser acordado con el cliente.

Anexo 2: Plan de Contingencia

6. Anexo: Plan de Contingencia

6.1. Objetivo

Asegurar la salud y la vida de personal de campo, a través de la definición de procedimientos eficientes, para el tratamiento y evacuación en caso de emergencia médica del personal de limpieza en campo.

6.2. Alcance

Este plan es aplicable a todos los tipos de clientes y se complementa con los planes de cada cliente.

6.3. Responsabilidad y autoridad

CARGO	FUNCION	RESPONSABILIDADES
Supervisor de Campo	<ul style="list-style-type: none"> Mantenerse informado sobre la situación en campo Coordinar con los clientes una potencial evacuación de personal. Comunicar cualquier tipo de accidente e incidente al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Asegurar el cumplimiento de este plan.
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> Garantizar disponibilidad de medicinas y demás implementos necesarios para seguridad médica. 	<ul style="list-style-type: none"> Cumplir con el Plan de Contingencias, en el caso de presentarse.
Operadores de limpieza	<ul style="list-style-type: none"> Coordinar entre los grupos de campo y el supervisor de campo. Coordinar disponibilidad de transporte para posible evacuación de heridos. Supervisar cumplimiento de requerimientos de seguridad del personal de campo Organizar grupos de búsqueda en caso de pérdida de una persona 	<ul style="list-style-type: none"> Estar en permanente contacto con la oficina central. Decidir sobre el envío de paciente a Quito asesorado por el médico del Centro de Salud más cercano.

6.4. Definiciones: tipo de emergencias

Las Emergencias consideradas por el presente Plan de Contingencias son las siguientes:

Emergencia:

Incidente y/o Accidente que por su magnitud afecta o puede afectar significativamente a las personas, instalaciones y el medio ambiente y que es causa de activación del Plan de Contingencias. El Plan de Contingencias establece que existen 3 tipos de Contingencias:

Contingencia Clase A

Comprende emergencias que afectan localmente a instalaciones de la empresa u hogar del cliente, sin personal de la empresa o del cliente afectado y con bajo o limitado impacto ambiental. Las contingencias de esta categoría pueden ser controladas con los recursos disponibles en las instalaciones afectadas.

Contingencia Clase B

Comprende emergencias que afectan localmente a instalaciones de la empresa o del hogar del cliente, con bajo o limitado impacto ambiental, con afectación limitada a bienes de terceros y sin heridos de gravedad. Las contingencias de esta categoría pueden ser controladas con los recursos disponibles en el lugar. Eventualmente pueden hacerse uso de recursos externos.

Contingencia Clase C

Comprende emergencias que afectan bienes de la empresa, hogar del cliente y/o de terceros, a bienes de interés común, a cuerpos de agua; siniestros que por su magnitud catastrófica puedan generar o generen situaciones que ponen en peligro la vida humana, causando o pudiendo causar heridos de gravedad o muertes. Para el control de este tipo de contingencias se deberá disponer de todos los recursos de la empresa y del cliente, de personal y medios externos, existentes en otras Empresas y Organismos de socorro.

Dentro de las actividades que se van a desarrollar durante los trabajos de limpieza se considera que los peligros más representativos son:

- Manejo de productos químicos para ejecutar trabajos de limpieza.
- Peligros que puedan poner en riesgo la seguridad del personal por acción de terceros (ataques armados, asaltos).
- Emergencias médicas
- Accidentes de tráfico (choques, atropellamientos)

6.5. Procedimientos

Manejo de productos químicos

1. Previo a la ejecución de trabajos de campo se brindara una capacitación respecto al manejo y riesgos al que está expuesto el trabajador por la manipulación de los productos químicos necesarios para los trabajos de limpieza.
2. Previo a la ejecución de los trabajos, el trabajador deberá revisar la Hoja de Seguridad de cada producto químico a utilizar.
3. En caso de haber tenido contacto o ingerir un producto químico, reportará al supervisor para que tome procedimiento.

Peligros debido a la acción de terceros

4. Comunicarse inmediatamente con la oficina central.
5. El supervisor o coordinador de grupo que se encuentre en dicho lugar se comunicará con el sistema integrado de seguridad ECU911.

Emergencias Médicas

1. El momento de producirse una emergencia, se informará inmediatamente al supervisor, quien coordinará una valoración al paciente con personal especializado y si efectivamente se trata de una emergencia leve lo atenderá en el sitio, y reportará la situación y las acciones tomadas al Gerente General.

2. Si el personal de asistencia médica evalúa la emergencia como media o grave (Tipo B o C) solicitará al supervisor el traslado del paciente al Centro de Salud mas cercano.
3. El supervisor dispondrá el inmediato traslado del paciente en el vehículo de la empresa.
4. El médico del centro de salud evaluará la condición del paciente y decidirán si se atiende en dicho centro, en el hospital local o es evacuado a otro centro médico.
5. El supervisor informará al gerente general y este a su vez al cliente.

Accidentes de Tráfico

1. Además de los procedimientos descritos para emergencias médicas se informará a la policía y se pedirá su presencia en el lugar del accidente.

1.1. Listado de Implementos del Botiquín de Primeros Auxilios

- Analgésicos
- Antipiréticos
- Antihistamínicos
- Antiespasmódicos
- Anti-inflamatorios
- Antiflatulantes
- Sales de Hidratación
- Sablón
- Alcohol (Yodado - Antiséptico)
- Vendas
- Gasas
- Jeringuillas

- Cuello Filadelfia
- Esparadrapos
- Tensiómetro con fonendoscopio
- Soluciones Salinas
- Catlones
- Curitas