



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERO COMERCIAL**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS
FUMILIMPIEZA EN LA CIUDAD DE ZAMORA”**

AUTOR:

LUIS ALBERTO SANDOVAL AVILA

DIRECTORA:

MGS. LORENA TACURI PEÑA

SEPTIEMBRE 2018

Loja – Ecuador

*Expreso mis agradecimientos a la Universidad Internacional del Ecuador,
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.
De igual manera a la Mgs. Lorena Tacuri Peña, directora del presente trabajo
investigativo que con sus conocimientos
me supo guiar para la terminación del mismo.
A todas y todos quienes de una u otra forma han colocado un granito de arena
para el logro de este Trabajo de Grado,
agradezco de forma sincera su valiosa colaboración*

LUIS ALBERTO SANDOVAL AVILA

*El presente trabajo se lo dedico primeramente a Dios,
por ser mi guía y el protector de mi vida,
a mis hijas, padres y hermanos que con su amor, confianza, consejos
y sacrificio han sido parte fundamental de mi crecimiento académico,
a mi familia por el apoyo dado en toda mi etapa de estudio,
a mis hijas que han sido la fuerza de mi día a día para mi superación y uno de los
motores principales para la culminación de este proyecto, y en especial quiero
dedicarle este trabajo a mis hijas Tatiana y Daniela a mi Padre y Madre que con su
apoyo, esfuerzo, sacrificio, ha sido el pilar fundamental
para alcanzar este objetivo de gran trascendencia
para mi futuro y éxito profesional.*

LUIS ALBERTO SANDOVAL AVILA

Resumen

El presente estudio de factibilidad permitió conocer la viabilidad para la implementación de una sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora, para lo cual, se aplicó metodología que incluye información primaria y secundaria, estableciendo como métodos principales: el inductivo, deductivo, estadístico, así como las técnicas para la obtención de información como es la observación directa, la entrevista y las encuestas.

Es por ello que se ha pensado en la implementación de la sucursal de la empresa de servicios de fumigación y limpieza “FUMILIMPIEZA” para las familias de la ciudad de Zamora, el mismo que será de vital importancia para la comodidad y seguridad de las personas que buscan estos servicios, optimizando tiempo, a precios accesibles y manteniendo la calidad de un buen servicio.

Finalmente con los cuatro estudios realizados tales como: estudio de mercado, técnico, financiero y evaluación financiera; se pudo determinar que el proyecto es viable, siendo factible la implementación de la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA”.

Palabras claves: Proyecto de inversión, mercado, técnico, financiero, evaluación.

Abstract

The present feasibility study allowed to know the feasibility for the implementation of a branch of the utility "FUMILIMPIEZA" in the city of Zamora, which, applied methodology which includes primary and secondary information establishing as main methods: the inductive, deductive, statistical, as well as techniques for obtaining information as it is direct observation, interview and surveys.

Is for this reason that it has been thought in the implementation of the branch of the company of fumigation and cleaning services "FUMILIMPIEZA" for the families of the city of Zamora, which will be of vital importance for the confort and safety of the people seeking these are services, optimizing time, at affordable prices and maintaining good service quality.

Finally with four studies such as: market research, technical, financial and financial evaluation; It was determined that the project is viable, being feasible implementation of the Branch Office of the company "FUMILIMPIEZA".

Key words: Project investment, market, technical, financial, evaluation.

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
SUCURSAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS FUMILIMPIEZA EN LA
CIUDAD DE ZAMORA”**

Resumen	v
Abstract	vi
Índice de contenidos	¡Error! Marcador no definido.
Índice de cuadros	xi
Índice de gráficos.....	xiv
Índice de anexos	xvi
Introducción.....	1
Metodología de investigación.....	30
• Métodos.....	30
• Técnicas	31
Fundamentación teórica.....	4
• Marco referencial	4
• Marco conceptual.....	10
Capítulo 1	34
1. Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Zamora y la entrevista a la gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”.....	34
1.1 Encuestas aplicadas a los demandantes del servicio en la ciudad de Zamora.	35
1.2 Análisis de la entrevista realizada a la Sra. Betty Balladarez gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de Zamora, para determinar la oferta.	50
Capítulo 2	54
2. Estudio de mercado.....	54

2.1 Demandantes (mercado objetivo)	54
2.1.1 Proyección de la población.....	54
2.2 Análisis de la demanda	56
2.2.1 Demanda potencial	56
2.2.2 Demanda real.....	56
2.2.3 Uso percapita	57
2.2.4 Demanda efectiva	59
2.3 Análisis de la oferta	60
2.4 Análisis de la demanda insatisfecha	61
2.5 Plan de comercialización	62
2.5.1 Servicio.....	62
2.5.2 Slogan.....	63
2.5.3 Logotipo.....	63
2.5.4 Precio	63
2.5.5 Plaza.....	64
2.5.6 Promoción - publicidad	65
Capítulo 3	67
3. Estudio técnico	67
3.1 Tamaño del proyecto.....	67
3.1.1 Capacidad instalada	67
3.1.2 Participación en el mercado.....	69
3.1.3 Capacidad utilizada.....	69
3.2 Localización de la planta	71
3.2.1 Macro localización	71
3.2.2 Micro localización	72
3.3 Ingeniería del proyecto	75

3.3.1 Equipo y materiales para la prestación del servicio.....	75
3.3.2 Proceso operativo del servicio	82
3.3.3 Flujograma de procesos	83
3.3.4 Distribución de la planta.....	85
3.3.5 Aspectos ambientales	88
Capítulo 4	89
4. Estudio organizacional	89
4.1 Organización legal.....	89
4.1.1 Acta constitutiva	90
4.1.2 Razón social.....	90
4.1.3 Domicilio de la empresa	90
4.1.4 Objetivos de la empresa.....	91
4.1.5 Capital social	91
4.1.6 Tiempo de duración de la empresa	92
4.1.7 Nacionalidad.....	92
4.2 Organización administrativa.....	92
4.2.1 Niveles jerárquicos	92
4.2.2 Organigramas.....	94
4.2.3 Manual de funciones para el personal de la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA”	97
Capítulo 5	105
5. Estudio financiero	105
5.1 Inversiones.....	105
5.1.1 Activos fijos.....	105
5.1.2 Activos diferidos.....	112
5.1.3 Activo circulante o capital de trabajo	113
5.2 Financiamiento de la inversión.....	122

5.3 Análisis de costos	123
5.3.1 Presupuesto proformado	123
5.3.2 Costo unitario producción y determinación del precio de venta al público.....	124
5.3.3 Determinación de ingresos por ventas.....	125
5.3.4 Estado de pérdidas y ganancias	126
5.3.5 Clasificación de costos	126
5.3.6 Punto de equilibrio.....	128
Capítulo 6	134
6. Evaluación financiera	134
6.1 Flujo de caja.....	134
6.2 Valor actual neto (VAN)	135
6.3 Período de recuperación de capital (PRC).....	136
6.4 Relación beneficio costo (RBC)	137
6.5 Tasa interna de retorno (TIR)	138
6.6 Análisis de sensibilidad	139
Conclusiones	143
Recomendaciones	145
Bibliografía	147
Anexos	150

Índice de cuadros

Cuadro N. 1 Ingreso mensual.....	35
Cuadro N. 2 Servicios de limpieza.....	36
Cuadro N. 3 Personal para la limpieza.....	37
Cuadro N. 4 Tiempo que realiza la limpieza.....	38
Cuadro N. 5 Horas que utilizan para la limpieza	39
Cuadro N. 6 Calificación del servicio	40
Cuadro N. 7 Precios del servicio	41
Cuadro N. 8 Existencia de una empresa de limpieza y fumigación	42
Cuadro N. 9 Utilizaría el servicio de limpieza y fumigación.....	43
Cuadro N. 10 Lugar a utilizar el servicio	44
Cuadro N. 11 Aspectos que le atraen del servicio.....	45
Cuadro N. 12 Frecuencia del servicio	46
Cuadro N. 13 Horas del servicio	47
Cuadro N. 14 Precio del servicio	48
Cuadro N. 15 Medios publicitarios	49
Cuadro N. 16 Proyección de la población en estudio.....	55
Cuadro N. 17 Demanda potencial	56
Cuadro N. 18 Demanda real.....	57
Cuadro N. 19 Uso percapita servicios.....	58
Cuadro N. 20 Demanda efectiva	59
Cuadro N. 21 Estudio de la oferta.....	61
Cuadro N. 22 Demanda insatisfecha	61
Cuadro N. 23 Presupuesto de publicidad	65
Cuadro N. 24 Número de clientes atendidos en 4 horas	68

Cuadro N. 25 Capacidad instalada	68
Cuadro N. 26 Participación en el mercado.....	69
Cuadro N. 27 Capacidad utilizada.....	70
Cuadro N. 28 Método de factores ponderados	73
Cuadro N. 29 Maquinaria y equipo	106
Cuadro N. 30 Herramientas.....	106
Cuadro N. 31 Muebles y enseres.....	107
Cuadro N. 32 Equipos de oficina	107
Cuadro N. 33 Equipo de cómputo	107
Cuadro N. 34 Resumen de activos fijos	108
Cuadro N. 35 Reinversión de equipo de cómputo.....	108
Cuadro N. 36 Depreciaciones.....	109
Cuadro N. 37 Depreciación de maquinaria y equipo	109
Cuadro N. 38 Depreciación de herramientas.....	110
Cuadro N. 39 Depreciación de muebles y enseres	110
Cuadro N. 40 Depreciación de equipo de oficina	111
Cuadro N. 41 Depreciación de equipo de cómputo.....	111
Cuadro N. 42 Depreciación de equipo de cómputo II.....	112
Cuadro N. 43 Resumen de depreciaciones de activos fijos.....	112
Cuadro N. 44 Activos diferidos.....	113
Cuadro N. 45 Amortización de activos diferidos	113
Cuadro N. 46 Materiales directos.....	114
Cuadro N. 47 Materiales indirectos.....	115
Cuadro N. 48 Mano de obra directa e indirecta	116
Cuadro N. 49 Material de trabajo.....	116

Cuadro N. 50 Remuneración personal administrativo	117
Cuadro N. 51 Agua potable área administrativa	118
Cuadro N. 52 Energía eléctrica área administrativa.....	118
Cuadro N. 53 Servicio telefónico e internet.....	119
Cuadro N. 54 Materiales o útiles de oficina.....	119
Cuadro N. 55 Materiales o útiles de aseo.....	120
Cuadro N. 56 Publicidad	120
Cuadro N. 57 Arriendo.....	120
Cuadro N. 58 Resumen de la inversión.....	121
Cuadro N. 59 Financiamiento	122
Cuadro N. 60 Tabla de amortización	122
Cuadro N. 61 Presupuesto proyectado	123
Cuadro N. 62 Costo unitario de producción.....	124
Cuadro N. 63 Precio de venta al público.....	125
Cuadro N. 64 Presupuesto de ingresos.....	125
Cuadro N. 65 Estado de pérdidas y ganancias	126
Cuadro N. 66 Clasificación de los costos fijos y variables	127
Cuadro N. 67 Flujo de caja.....	134
Cuadro N. 68 Valor actual neto (VAN)	135
Cuadro N. 69 Período de recuperación de capital	136
Cuadro N. 70 Relación beneficio costo.....	137
Cuadro N. 71 Tasa interna de retorno	138
Cuadro N. 72 Análisis de sensibilidad incremento en los costos.....	141
Cuadro N. 73 Análisis de sensibilidad decremento en los ingresos.....	142

Índice de gráficos

Gráfico N. 1 Empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”	4
Gráfico N. 2 Ingreso mensual.....	35
Gráfico N. 3 Servicios de limpieza.....	36
Gráfico N. 4 Personal para la limpieza.....	37
Gráfico N. 5 Tiempo que realiza la limpieza.....	38
Gráfico N. 6 Horas que utilizan para la limpieza	39
Gráfico N. 7 Calificación del servicio	40
Gráfico N. 8 Precios del servicio	41
Gráfico N. 9 Existencia de una empresa de limpieza y fumigación	42
Gráfico N. 10 Utilizaría el servicio de limpieza y fumigación.....	43
Gráfico N. 11 Lugar a utilizar el servicio	44
Gráfico N. 12 Aspectos que le atraen del servicio.....	45
Gráfico N. 13 Frecuencia del servicio	46
Gráfico N. 14 Horas del servicio	47
Gráfico N. 15 Precio del servicio	48
Gráfico N. 16 Medios publicitarios	49
Gráfico N. 17 Slogan	63
Gráfico N. 18 Logotipo.....	63
Gráfico N. 19 Canal de comercialización.....	64
Gráfico N. 20 Diseño de la cuña radial.....	65
Gráfico N. 21 Modelo anuncio publicitario.....	66
Gráfico N. 22 Mapa provincia de Zamora Chinchipe	72
Gráfico N. 23 Croquis de la empresa.....	74
Gráfico N. 24 Máquina manual de aspersión	76

Gráfico N. 25 Fumigadora a motor.....	76
Gráfico N. 26 Aspiradora Lavadora Bissell.....	77
Gráfico N. 27 Abrillantadora.....	78
Gráfico N. 28 Limpiador de ventanas.....	79
Gráfico N. 29 Kit de limpieza.....	80
Gráfico N. 30 Carrito para la limpieza	80
Gráfico N. 31 Prendas de seguridad	81
Gráfico N. 32 Diagrama de flujo de procesos	84
Gráfico N. 33 Simbología.....	85
Gráfico N. 34 Distribución física de la empresa.....	87
Gráfico N. 35 Organigrama estructural de la empresa	94
Gráfico N. 36 Organigrama funcional de la empresa	95
Gráfico N. 37 Organigrama posicional de la empresa.....	96
Gráfico N. 38 Punto de equilibrio primer año	129
Gráfico N. 39 Punto de equilibrio tercer año.....	131
Gráfico N. 40 Punto de equilibrio quinto año.....	133

Índice de anexos

Anexo N. 1 Objetivos del anteproyecto	150
Anexo N. 2 Modelo de encuestas para los demandantes.....	151
Anexo N. 3 Modelo de entrevista para el oferente.....	156

Introducción

Los emprendedores y las nuevas empresas juegan un papel importante en el desarrollo y el bienestar de sus sociedades; de ahí que explorar y evaluar el papel de la iniciativa empresarial en el crecimiento económico nacional es una prioridad. Por lo tanto se debe ser más emprendedores e invertir en este sector, claro que en primer lugar será necesario realizar un proyecto de inversión, para ver el grado de factibilidad y no generar pérdidas económicas para la empresa.

En la ciudad de Zamora se ha identificado que existen pocas empresas que se especialicen en brindar servicios de limpieza y fumigación, evidenciando la necesidad de la población que requiere utilizar estos servicios.

Por lo tanto al ver la falta de inversión en empresas de servicios de fumigación y limpieza para las familias de la ciudad de Zamora, he considerado elaborar este proyecto de tesis para implementar una sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora.

El presente trabajo consta de un **Resumen** en el cual se describe la razón, la **Introducción** donde se incluye los resultados más relevantes del trabajo realizado en la empresa. Incluye además la **Metodología utilizada** en donde se detalla cada uno de los métodos, técnicas y procedimientos que se utilizaron en la elaboración del presente trabajo. En la **Fundamentación teórica** se encuentra todo lo referente a la información teórico-científica (libros, artículos, internet) que permitieron desarrollar el presente proyecto.

El cuerpo de la tesis está conformado por 6 capítulos distribuidos de la siguiente manera: El **Capítulo 1** que está compuesto por las encuestas realizadas a los demandantes de nuestro servicio y la entrevista a los oferentes, en este caso se aplicó la entrevista a la Sra. Betty Rosario Balladarez Castillo gerente- propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de Zamora; con sus respectivas tabulaciones, gráficos e interpretaciones, información necesaria para realizar el estudio de mercado.

En el **Capítulo 2** se realizó el estudio de mercado donde se estableció la oferta y demanda del servicio que brindará la sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”, y por ende también la demanda insatisfecha existente; además el plan de comercialización mediante la utilización de las cuatro herramientas del mercadeo 4 P`s: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción.

En el **Capítulo 3** se determina el estudio técnico, aspectos fundamentales tales como: la ingeniería del proyecto, el tamaño, la ubicación de la empresa y se estableció la localización óptima y estratégica de la sucursal en la ciudad de Zamora.

En el **Capítulo 4** lo que respecta al estudio administrativo se determinó el tipo de sociedad que se va a implementar y cuál es la normativa que debe cumplir la empresa, además las jerarquías y responsabilidades organizacionales, a través de los organigramas y manuales de funciones.

En el **Capítulo 5** el estudio financiero donde se presenta el presupuesto en el que se determina la inversión inicial para la ejecución del proyecto que es de **\$53.88,13**

dólares, la cual fue financiada en un 30% por los socios, mientras que el otro 70% de diferencia por un crédito al BANECUADOR.

En el **Capítulo 6** hace referencia a la evaluación financiera, en el análisis de los indicadores económicos se obtuvo los siguientes resultados: el VAN del proyecto es de **\$235.679,87 dólares** lo que demuestra la factibilidad de la ejecución del mismo, seguidamente la TIR es de **120,95%** mayor que el costo de oportunidad del capital, el beneficio que la empresa obtendrá es de **0,49 centavos** por cada dólar invertido, también se pudo constatar que la empresa recupera el capital invertido en **1 año, 0 meses y 4 días** y finalmente el análisis de sensibilidad soporta un incremento de **28,65%** en los costos y una disminución del **19,86%** en los ingresos, lo que significa que el proyecto no sufre ninguna sensibilidad ante posibles cambios.

También consta de las **Conclusiones y Recomendaciones** que son el resultado del trabajo de tesis, las cuales deberían ser consideradas y estudiadas por los miembros de la empresa “FUMILIMPIEZA”. A continuación se presenta la **Bibliografía**, es decir, la selección de los libros e internet que se utilizó como referentes para la realización del trabajo.

Y finalmente para concluir se ubican en **Anexos** los formatos de las encuestas a los demandantes y de las entrevistas a los oferentes.

Fundamentación teórica

- Marco referencial

Antecedentes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA

Gráfico N. 1 Empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”



Fuente: Empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”.
Elaboración: El Autor.

La empresa FUMILIMPIEZA se creó en el año 2004, en el que el Sr. Luis Sandoval propietario actual de la misma decidió asumir esta responsabilidad prestando innovadores servicios que al principio se llamó FUMISAN y últimamente fue cambiado el nombre por “FUMILIMPIEZA”.

Fue la primera empresa lojana de su tipo pensada en eliminar todo tipo de animales e insectos no deseados en el hogar como ratones, ratas, cucarachas, termitas o pulgas, pero llegó un poco más lejos al ganarse la confianza de la gente por el trabajo responsable y garantizado. No fue difícil pese a la competencia desleal que no cumple con las medidas de seguridad necesarias y tampoco preparan a su personal. Comenta

que la estrategia fue sensibilizar a la gente para que reconozcan los peligros de tratar de manipular venenos para combatir una plaga acuda a un profesional en su lugar.

Ofreció soluciones integrales .por ejemplo dice que no se contentó con fumigar una casa contra las pulgas sino que también se buscó desparasitar al animal, lavar y desinfectar las alfombras y muebles por lo que el negocio de combatir las plagas se fue expandiendo a otros espacios como el de la limpieza que posteriormente se especializó.

Es así como fue creciendo esta nombrada empresa y marca en la actualidad FUMILIMPIEZA tiene equipos especializados en limpieza de hospitales, empresas, control de plagas, limpieza en domicilios, industrias alimenticias y vehículos , lavado de cisternas y vidrios, mantenimiento de jardines, plomería alquiler de equipos de limpieza y jardinería etc.

FUMILIMPIEZA es una empresa que actualmente está creciendo empezó trabajando con una persona, hoy en día trabaja con 52 personas y se expande desde Loja al país prestando sus servicios de manera eficiente y oportuna.

FUMILIMPIEZA es el resultado de años de trabajo, creatividad y constancia como empresa comercializadora de servicios de limpieza, fumigación ha alcanzado reconocimiento en la ciudad y provincia de Loja por la calidad de sus servicios y responsabilidad de su gente.

La empresa hoy es un icono más de desarrollo local, la cual otorga fuentes de trabajo. Es catalogada como empresa lojana que ofrece calidad y goza de confianza y aceptación por parte de su cartera de clientes.

Servicio

Servicio es todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra, que es esencialmente intangible y no da como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no puede vincularse a un producto físico (Cuadrado & González, 2000).

Limpieza

Limpieza es el conjunto de operaciones que permiten eliminar la suciedad visible o microscópica de una superficie. Una limpieza regular y periódica tiene además un efecto “higienizante” ya que reduce la presencia de microorganismos patógenos, disminuyendo a la vez la necesidad de desinfectar. Se entiende por suciedad las impurezas indeseables, ya sea porque facilitan el desarrollo de microorganismos patógenos, deterioran los materiales o afectan la estética. (Bellon & Marie, 2002, pág. 623)

Métodos de limpieza

Los métodos para eliminar la suciedad se clasifican en físicos y químicos:

- **Métodos físicos:** Consisten en el arrastre de las impurezas ya sea con agua o aire (ej. Mangueras a presión, vapor), arena, cepillado, rascado, barrido o aspiración. Con estos métodos es importante tener en cuenta que pueden producir a su vez contaminaciones.
- **Métodos químicos:** Consisten en la aplicación de productos de limpieza que reaccionan con los componentes de la suciedad facilitando su disolución (Bellon & Marie, 2002, pág. 624).

Principios de la limpieza química

No existe un único agente que remueva todo tipo de suciedad. La suciedad incluye distintas sustancias ej. Algunas son hidrosolubles, otras insolubles, algunas orgánicas y otras inorgánicas (Martínez & A.M, 2000).

Un producto de limpieza debe tener las siguientes propiedades:

- Emulsionar y saponificar las grasas.
- Surfactar, dispersar y suspender la suciedad.
- Disolver las proteínas.
- Tener agentes suavizantes del agua (Martínez & A.M, 2000).

Métodos de limpieza

Debe haber normas escritas para la limpieza; en cualquier sector la limpieza debe efectuarse con un orden:

- Iniciarla desde las zonas menos sucias, progresando a las más sucias.
- Iniciarla desde las zonas más altas progresando a las más bajas.
- Las superficies más altas deben limpiarse con un fregadero especial impregnando con un agente de limpieza evitando dispersar el polvo (Bidou, 2001).

Frecuencia mínima de limpieza

- La frecuencia con que debe efectuarse la limpieza de cada área debe ser planeada de acuerdo a las necesidades del sector.
- Debe quedar consignada por escrito y controlarse su cumplimiento.

- Los laboratorios requieren limpieza diaria y los pisos se limpiarán con una solución de detergente desinfectante (Bidou, 2001).

Limpieza de equipos e instrumentos

La limpieza o descontaminación de los equipos e instrumentos, se realiza para remover organismos y suciedad, garantizando la efectividad de los procesos de desinfección. Por lo tanto uno de los parámetros que se debe considerar en la descontaminación es la BIO-CARGA, la cual se define como la cantidad y nivel de resistencia a la contaminación microbiana de un objeto determinado. (Garzón, 1999, pág. 35)

Desinfección

La desinfección es un proceso físico o químico que extermina o destruye la mayoría de los microorganismos patógenos y no patógenos, pero rara vez elimina las esporas. Por esta razón a los objetos que se los van a desinfectar, se les debe evaluar previamente el nivel de desinfección que requieren, para lograr destruir los microorganismos que contaminan los elementos. (Bellon & Marie, 2002, pág. 628)

Niveles de desinfección

- a. Bajo nivel:** Se utilizan germicidas de grado bajo o intermedio o simple limpieza con detergente y agua. Se usa para los elementos no críticos.
- b. Nivel intermedio:** Se utilizan germicidas de grado intermedio, cuando los elementos no críticos necesitan una mejor limpieza a realizarse.

- c. **Alto nivel:** Es la desinfección que elimina la mayoría, si no todos los microorganismos, con excepción de las esporas. Esto se logra con la inmersión del instrumento en una solución alcalina de glutaraldehído al 2%, durante 20 minutos. Esta desinfección se utiliza para elementos semicríticos. Si la inmersión se hace durante 4 minutos, se eliminan los virus y las bacterias a excepción de *M. tuberculosis* y las esporas (Cotton & Willians, 1999).

Métodos correctos de desinfección

Los productos desinfectantes necesitan empapar la superficie a desinfectar durante 10 minutos. Al ser este tiempo superior al que permiten los tiempos de trabajo en general, una buena limpieza previa de la superficie es muy importante.

- **Desinfección regular:** Limpiar en profundidad. Utilizar la mínima cantidad posible de un producto desinfectante suave, pero efectivo. Utilizar siempre gafas y guantes para protegerse.
- **Desinfección profunda:** En algunas ocasiones será necesario desinfectar en profundidad alguna zona del edificio (por ejemplo si alguien se ha herido) y utilizar sustancias más peligrosas, utilizar gafas y guantes para protegerse. Asegúrese de conocer los riesgos del producto que se utilice y las medidas de protección. (Mc.Donnell & Russell, 2001, pág. 147)

- **Marco conceptual**

Proyecto de factibilidad

En la formulación y evaluación de proyectos se realizan diferentes estudios que proporcionan soluciones a diversas necesidades humanas. El conocimiento de la factibilidad técnica y económica de un proyecto permite emitir una valoración sobre la conveniencia o no de su adopción y así poder seleccionar la alternativa de solución óptima (Baca, 2001).

“Un proyecto de factibilidad es un conjunto de actividades, las cuales consiste en llevar a cabo una propuesta, esta se basa en la investigación, elaboración y desarrollo, optimizando los recursos necesarios y disponibles para alcanzar el objetivo propuesto” (Canelos, 2003, pág. 528)

Etapas del proyecto de factibilidad

Según Baca (2001), manifiesta que el estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- Idea;
- Pre inversión;
- Inversión; y, operación.

Estudio de mercado

“El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien o servicio para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio” (Córdoba, 2011, pág. 52).

Además es la función que vincula a consumidores, clientes y público con la mercadología a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Por lo tanto, el estudio del mercado es la herramienta de mercadeo la cual admite la facilidad de obtener datos, resultados de una o varias formas los mismos que serán analizados mediante herramientas estadísticas y así poder obtener resultados de la aceptación o no de un producto dentro del mercado.

Demanda

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (Córdoba, 2011, pág. 62).

La demanda funciona a través de distintos factores:

- La necesidad real del bien;
- Su precio; y,
- Nivel de ingreso de la población

Demanda potencial

“La demanda potencial es un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo; cantidad expresada

en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal” (Kotler & Lane, 2012).

Demanda real

“La demanda real son las necesidades reales de nuestros clientes, también referidos al periodo de tiempo mencionado, esta demanda puede conocerse mediante estudios y sondeos, y mediante estudios de mercado” (Hal, 2000, pág. 372).

Demanda efectiva

Según la economía keynesiana, los productores deben adaptarse a la demanda del consumidor. La demanda efectiva es la agregación de las expectativas sobre las ventas futuras, lo que determina el nivel de producción real (Maynard, 2011).

Demanda insatisfecha

Se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta (Vásquez, 2016).

Según Vásquez (2016), menciona que la demanda insatisfecha engloba los siguientes términos:

- **Demanda no atendida:** Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o

la totalidad de la brecha identificada.

- **Demanda atendida:** Es aquella donde se brinda el servicio y/o producto a casi la totalidad del mercado, pero se satisface en forma parcial la necesidad identificada, por lo que también representa una demanda insatisfecha.

Aquí el proyecto debe brindar un nuevo servicio que incorpore esos requerimientos, por lo tanto, la oferta actual del nuevo servicio sería nula. Entonces, la “demanda insatisfecha” es aquella que incluye una de las demandas antes mencionadas o su combinación; en este caso, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha.

Consumo per cápita

El concepto conocido de per cápita es un término que proviene del idioma latín y que significa en otras palabras ‘por cada cabeza’. Este término es utilizado normalmente en el ámbito de las estadísticas, ya sean estas sociales, económicas o de cualquier tipo y también es común usarlo para hacer referencia a diferentes tipos de divisiones o distribuciones entre grupos o comunidades de personas ya que siempre da a entender cuánto recibe o percibe cada una de esas personas (Ferrer, 2007).

Oferta

Kotler & Lane (2012), manifiestan que la oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un período de tiempo dado si todo lo demás permanece

constante. Por lo que se entiende que la oferta es la cantidad de bienes y servicios que las personas productoras tienen disponible para ofrecer al mercado consumidor.

Ley de la oferta

La cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio; es decir, a mayores precios menores cantidades, a menores precios mayores cantidades ofrecidas (Rodríguez, 2004).

Cambios en la oferta

Son las variaciones en las cantidades ofrecidas resultantes no se cambió en los precios sino de alteraciones en otros factores como son: el cambio en la tecnología; las expectativas de los productores; y, el precio de los factores productivos.

Estrategias de comercialización

Se especifican en el mercado meta y una mezcla comercial, en el mercado meta se crean un grupo homogéneo de clientes a los que se deben atraer. En la mezcla comercial son variables controladas en la empresa para satisfacer a los consumidores. En la comercialización por metas es una mezcla comercial para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, estas estrategias pueden satisfacer a grandes mercados y ganancias (García, 2012).

Estudio técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de

producción optima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. El estudio técnico consiste simplemente en hacer un análisis del proceso de producción de un producto o servicio para la realización de un proyecto de inversión. (Córdoba, 2011, pág. 106)

Tamaño del proyecto

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, que se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año” (Córdoba, 2011, pág. 107).

La Importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel del costo que se calculen y, por lo tanto, sobre esta estimación sobre la rentabilidad que podría generar su implementación.

Características del tamaño

Se evalúa el riesgo de dejar demanda insatisfecha, aumentar unidades tecnológicas (y a la vez dejar capacidad ociosa), poner segundo turno, externalizar parte débil del proceso o sobretiempo.

Según Sapag (2010), manifiesta que la capacidad instalada es medida en “unidades producidas por año” y son las siguientes:

- **Capacidad de diseño:** Máxima tasa de producción para un proceso en condiciones fuerza laboral, instalaciones equipos.

- **Capacidad del Sistema o Capacidad Efectiva:** Mayor tasa de producción razonable que puede lograrse en condiciones normales o típicas de funcionamiento, tomando en cuenta mantenimiento preventivo, ajuste a la maquinaria por cambio de producto, etc.
- **Capacidad Real:** Tasa de producción lograda por el proceso, considerando daños de máquinas, ausentismo de empleados, programación deficiente, montaje limitado, etc.(Sapag, 2010)

Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

Localización del proyecto

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas solo la toman una vez en su historial. La decisión de localización no solo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando (Erossa, 1999).

Según Mankiw (2012), menciona entre los factores de localización los siguientes:

- Medios y costos de transporte;
- Disponibilidad y costo de mano de obra;
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento;
- Cercanía del mercado;

- Estructura impositiva y legal;
- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros;
- Posibilidad de desprenderse de desechos;
- Aceptación social; y, comunicaciones (Mankiw, 2012).

Ingeniería del proyecto

Es la rama de la ingeniería que estudia los proyectos, estudia las actividades comprendidas en la concepción, planteamiento, organización, diseño, ejecución y verificación de dispositivos, procesos, sistemas, construcciones e instalaciones en cualquier campo tecnológico. La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. (Nassir, 2011, pág. 112)

Equipo tecnológico

Consiste en definir el tipo de maquinaria y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la presentación del servicio (Córdoba, 2011).

Proceso Productivo

En toda actividad productiva existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera que permite un flujo constante de la materia prima, por tal motivo es importante diseñar los subprocesos dentro del proceso de producción de

tal manera que pueda darse un proceso optimo en la fabricación del producto o presentación del servicio (Llanos, 2009).

Distribución física

“Todo proceso de fabricación o de presentación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar” (Chiavenato, 2001, pág. 68).

Flujograma de proceso

“El diagrama de proceso es una forma gráfica de presentar las actividades involucradas en la elaboración de un bien y/o servicio terminado” (Chiavenato, 2001, pág. 72).

Estudio administrativo – organizacional

En toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final (Chiavenato, 2001).

Base legal

La base legal según Chiavenato (2001), manifiesta que es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales debe estar enmarcados en la constitución y la Ley, bajo los siguientes estatutos, que se presentan a continuación:

- **Acta constitutiva:** Es aquel documento o constancia notarial en la cual se registrarán todos aquellos datos referentes y correspondientes a la formación

de una sociedad o agrupación.

- **La razón social o denominación:** La razón social es el nombre legal de una empresa o sociedad comercial, que se integra con el nombre real de uno o más miembros, seguido del tipo societario.
- **Domicilio:** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar clara mente la dirección domiciliaria en donde se ubicara en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.
- **Objeto de la sociedad:** Al constituirse una empresa lo hace con un objetivo determinado ya sea: producir, generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.
- **Capital social:** Define el monto del capital que los socios o accionistas de una empresa aportan a la misma sin derecho de devolución para el inicio de las operaciones más los posteriores incrementos de capital o disminuciones.
- **Tiempo de duración de la sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo determinado de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente con el objeto de medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe a si mismo indicar para que tiempo o plazo operará.
- **Administradores:** Los administradores realizan cosas a través de otras

personas, toman decisiones, asignan recursos y dirigen las actividades de los demás para conseguir las metas planteadas.

Requisitos para constituir una empresa

Entre los principales requisitos para constituir una empresa tenemos los siguientes:

- Identificar y describir la actividad que van a desarrollar las empresas a constituir.
- Búsquedas de índices y la reserva de preferencia registral.
- Fotocopia simple y legible de C.C del titular.
- Definir e indicar el capital social a aportar.

Gastos relacionados con la constitución

Entre los principales gastos relacionados con la constitución de una empresa, tenemos los siguientes:

- Certificado de Homonimia;
- Escritura Pública;
- RUC;
- Registro Mercantil;
- Licencia Sanitaria;
- Licencia de Bomberos;

- Licencia de Funcionamiento;
- Permiso de uso del Suelo; y,
- Registro de Marca, Licencias o Patentes.

Estructura organizacional

La estructura organizacional es la parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad (García, 2012).

Organigrama

“El organigrama es un modelo gráfico que representa, entre otras cosas, la forma en que se agrupado las tareas, actividades o funciones en una organización, el organigrama da una visión global” (Chiavenato, 2001, pág. 116).

Según Chiavenato (2001), menciona que existen los siguientes tipos de organigramas:

- **Organigrama estructural:** Representa el esquema básico de una organización, permitiendo conocer de una forma objetiva sus unidades administrativas, apreciándose la organización de la empresa.

- **Organigrama funcional:** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales o básicas de una unidad administrativa.
- **Organigrama posicional:** Tienen por objeto indicar, a más de los órganos, las personas que los ocupan, en este organigrama se detallan aspectos tales como la: distribución de personal, cargo que ejercen, denominación y el sueldo que perciben.

Niveles jerárquicos

Según Nassir (2011), expresa que los niveles son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa. Así tenemos:

- **Nivel legislativo-directivo:** Las funciones principales son: legislar políticas, crear normas y procedimientos de la organización; lo constituye principalmente por la Junta General de Socios.
- **Nivel ejecutivo:** Está integrado por los distintos jefes o mandos intermedios, en el cual se toman decisiones de carácter técnico relativas al cumplimiento de los planes los objetivos generales.
- **Nivel operativo:** Es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización.
- **Nivel asesor:** Está conformado por un profesional asesor que apoya la toma de decisiones de la alta gerencia en temas específicos y técnicos.

- **Nivel auxiliar o de apoyo:** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa

Manual de funciones

Este manual consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa, que engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos, ya que es un documento que especifica requisitos para el cargo, interacción con otros procesos, responsabilidades y funciones (Nassir, 2011).

Estudio económico y financiero

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior estudio técnico; que será de gran utilidad en la rentabilidad económica del proyecto (Welsch, 2003).

Según Llanos (2009), menciona que el análisis financiero tiene de manera general por finalidad los siguientes objetivos, así tenemos:

- Cuantificar con precisión las áreas financieras de la empresa.
- Conocer los éxitos y problemas de la empresa.
- Ayudar a solucionar problemas presentes.

- Conocer la proyección de la empresa.
- Conllevar a la solución de problemas futuros.
- Conocer la forma y modo de obtener y aplicar sus recursos.

Inversiones

“Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias” (Perez, 2009, pág. 37).

Costos

Los costos o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

Ingresos

Es la cantidad de dinero que recibe la empresa por suministrar bienes o servicios los ingresos se originan, principalmente, de la interacción entre la cantidad de venta de bienes o servicios por el precio de venta de cada unidad, durante un período de tiempo (Llanos, 2009).

Evaluación financiera

El estudio de la evolución económica – financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será

económicamente rentable. Además, la evaluación financiera nos permite medir tres aspectos fundamentales que son:

- Estructurar el plan de funcionamiento.
- Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión.
- Brindar la información para tomar mejores decisiones sobre las inversiones.

Flujo de caja

“El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa” (Myers, 2008, pág. 124).

En el presente proyecto la estructura del flujo de caja será la siguiente.

Ingresos

+ Ingreso por venta

+ Otros ingresos

+ Valores residuales

= (1) Total de ingresos

Egresos

Inversiones

+ Costo de producción

+ Costo de operación

= (2) Total egresos

= (1- 2) **Ganancias gravables**

+ Depreciación

+ Amortizaciones diferidas

= **Flujo neto de caja económico**

Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto, representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad (Sepúlveda, 2004).

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- **Si el Van** es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ellos significan que el valor de la empresa aumentara.
- **Si el Van** es negativo se rechaza la inversión ya que ellos indican que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- **Si el Van** es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo (Espinoza, 2007).

Fórmula Neto del Valor Actual es:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de Flujos Netos} - \text{Inversión}$$

Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno, conocida como la TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojaría periodo a periodo durante toda su vida útil. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el costo de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el costo de oportunidad utilizada para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo) (Espinoza, 2007).

- Si **TIR es** > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- Si **TIR es** = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- Si **TIR es** < que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

$$TIR = Tm + DT \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

TIR= tasa interna de retorno.

Tm= tasa menor de descuento para actualización.

DT= diferencia de tasas de descuento para actualización.

VAN Tm= valor actual a la tasa menor.

VAN TM= valor actual a la tasa mayor.

Relación beneficio costo

Es la razón presente de los flujos netos de la inversión inicial. El índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad (Baca, 2001).

- Si la relación ingresos / egresos es=1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es >1 el proyecto es rentable
- Si la relación es <1 el proyecto no es rentable.

Para el cálculo de este tenemos:

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

Periodo de recuperación de la inversión

Son los que la empresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce, donde se determina el número de periodos necesarios para recaudar la inversión (Váquiro, 2010).

- Resultado que se compara con el número de periodos aceptables para la empresa.

Fórmula:

$$PRC = \text{Año supera inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera inversión}}$$

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad de un proyecto de inversión es una herramienta más sencilla de aplicar y que nos puede proporcionar la información básica para tomar una decisión acorde al grado de riesgo que dedicamos asumir (Carrillo, 2004).

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

Procedimiento:

Para realizar el análisis de sensibilidad se utilizan las siguientes fórmulas:

a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno (NTIR)

$$NTIR = T_m + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

b. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno Resultante (TIRR)

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

c. Se calcula el porcentaje de variación (%V)

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100$$

d. Se calcula el valor de sensibilidad (S)

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)$$

Metodología de investigación

Para la realización de la presente tesis sobre “Proyecto de factibilidad para la creación de una Sucursal de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA en la ciudad de Zamora”, se requirió de varios métodos, técnicas y procedimientos, los mismos que sirvieron para descubrir la estructuración del estudio en mención. Los mismos que se describen a continuación:

- **Métodos**

Los métodos más adecuados para el desarrollo de esta investigación fueron:

Método deductivo: Es aquel que parte de datos generales aceptados como válidos para llegar a una conclusión de tipo particular. Este método se lo utilizó en la recopilación de información secundaria para la realización del estudio de mercado y también en lo referente a la segmentación del mercado de los clientes y determinar los resultados.

Método inductivo: Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales. Para la recopilación de información sobre el ambiente interno y externo, lo que permitió determinar, la realidad actual sobre el uso del servicio a ofrecer, debe examinarse con la finalidad de hacer deducciones acertadas, con el propósito de llegar a conclusiones e ideas generales sobre el proyecto.

Método estadístico: El método estadístico consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Este método se lo utilizó para la recolección de los datos necesarios, de la información complementaria, de las unidades de observación, así como de la

entrevista y encuestas; con su respectivo proceso de tabulación, el análisis y la interpretación estadística de los resultados provenientes del paso anterior.

- **Técnicas**

Observación directa: Esta técnica se la utilizó para establecer de forma clara y precisa, la situación actual del mercado y los inconvenientes que se presenten, determinado así los sectores donde se concentran los problemas, permitiendo recolectar información.

Entrevista: Es una de las técnicas más importantes para el acopió de información de campo mediante el mecanismo de la intervención verbal entre el investigador y las instituciones involucradas en el proyecto, en este caso la competencia. Se realizó la entrevista a la Sra. Betty Rosario Balladarez Castillo gerente- propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de Zamora.

Encuesta: Es el conjunto de preguntas tipificadas dirigidas en este caso a las familias de la ciudad de Zamora. Se aplicó a una muestra de 346 familias con la finalidad de conocer cuál es su opinión acerca de la idea de negocio en estudio, además para conocer si contratarían el servicio de limpieza.

- **Población y tamaño de la muestra**

Población: En el proceso investigativo se determinó la población al cual va dirigido el estudio, considerando una primera segmentación demográfica (familias) y en segunda instancia una segmentación geográfica (parroquias del área urbana de la ciudad de Zamora).

Tomando como base los datos que se obtuvo de acuerdo al último censo poblacional publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, las parroquias del área urbana de la ciudad de Zamora cuentan con **12.386** habitantes, dividido para 4 integrantes por familia es igual a **3.097** familias, con una tasa de crecimiento poblacional de **1,75%** la misma que se proyectó con la respectiva fórmula para el año 2017 obteniendo **3.497** familias.

Tamaño de la muestra para determinar los demandantes

Luego de haber determinado la población se procedió al cálculo del tamaño de la muestra, donde se tomó como referencia la proyección del año 2017 que es de **3.497** familias de la parroquia del área urbana de la ciudad de Zamora (demandantes), de aquí se calculó la muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula matemática:

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

SIMBOLOGÍA:

n =Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza (**95% =1,96 tabla de distribución anual**)

p = **0,5** Probabilidad de que el evento ocurra

q = **0,5** Probabilidad de que el evento no ocurra

N = Población (**3.497**)

e² = 5% margen de error **0,05 (5%)**

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (3.497)}{(0,05)^2 (3.497 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{3.358,52}{8,74 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3.358,52}{9,7004}$$

$n = 346$ **Encuestas demandantes** (familias del área urbana de la ciudad de Zamora)

- **Procedimiento**

Para la distribución muestral se tomó en cuenta las dos parroquias del área urbana de la ciudad de Zamora como son: El Limón y Zamora. Se aplicó las 346 encuestas a las familias de la ciudad de Zamora, dichas encuestas se realizó en las parroquias urbanas como se detalla a continuación:

PARROQUIAS URBANAS DE LA CIUDAD DE ZAMORA	POBLACIÓN (FAMILIAS)	PORCENTAJE DE POBLACIÓN (FAMILIAS)	NÚMERO DE ENCUESTAS APLICAR
El Limón	585	17%	59
Zamora	2.912	83%	287
TOTAL	3.497	100%	346

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Censo 2010)

Elaboración: El Autor.

Tamaño de la muestra para determinar los oferentes

Para determinar los oferentes del presente proyecto, en este caso se realizó la entrevista únicamente a la Sra. Betty Rosario Balladarez Castillo gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de Zamora, que representa la competencia para la empresa. Todo ello con el fin de obtener datos exactos sobre la oferta del servicio.

Capítulo 1

1. Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Zamora y la entrevista a la gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”

En el Capítulo 1 se detalla los resultados de las encuestas aplicadas a las 346 familias de la ciudad de Zamora. Esta técnica permitió conocer cuál es su opinión acerca de la idea de negocio en estudio, además conocer si contratarían el servicio de limpieza; es decir, mediante un banco de preguntas previamente formulado a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra, que proporciona información verídica para poder conocer las necesidades de los demandantes y oferentes que se requiere para la realización del Estudio de Mercado.

También se encuentran los resultados de la entrevista aplicada, a la Sra. Betty Rosario Balladarez Castillo gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de Zamora, que representa la competencia. Todo ello con el fin de obtener datos exactos sobre la oferta del servicio a brindar. Esta técnica permitió recabar información, obteniendo datos precisos y confiables, como testimonio privilegiado de como brindar el servicio y realizar un servicio más eficiente a los demandantes.

1.1 Encuestas aplicadas a los demandantes del servicio en la ciudad de Zamora

1. ¿Su nivel de ingreso mensual está entre?

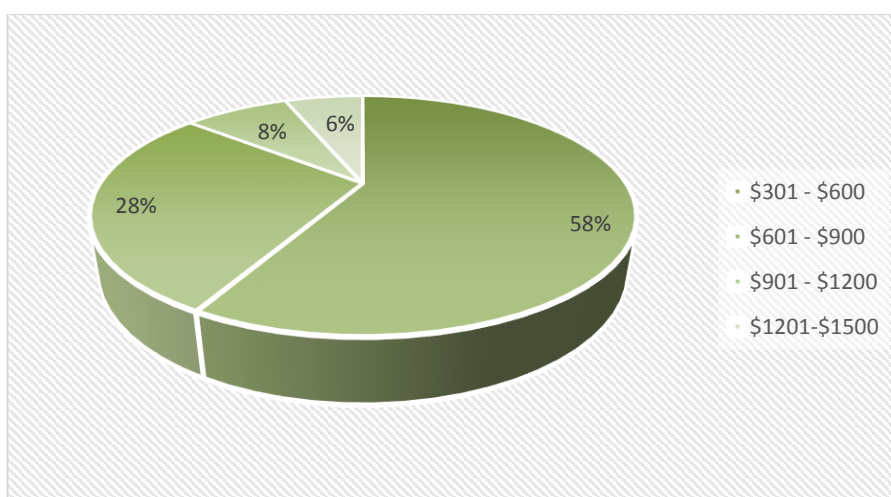
Cuadro N. 1 Ingreso mensual

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$301 - \$600	201	58%
\$601 - \$900	98	28%
\$901 - \$1200	26	8%
\$1201-\$1500	21	6%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 2 Ingreso mensual



Fuente: Cuadro N. 1

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: Del total de encuestados el 58% afirma que su ingreso familiar mensual es de \$301 a \$600 dólares, seguido por el 28% que indica que sus ingresos son de \$601 a \$900 dólares, el 8% manifiestan que es de \$901 a \$1200 dólares y finalmente el 6% su ingreso es de \$1201 a \$1500 dólares. De acuerdo a estos resultados se evidencia que en un mayor porcentaje mantienen un ingreso promedio de \$301 a \$600 lo que le sirve a la empresa para conocer a quienes va ofrecer el servicio y quienes podrán utilizar los servicios de fumigación y limpieza.

2. ¿Usted y su familia accedería a contratar los servicios de una empresa que realice el servicio de limpieza?

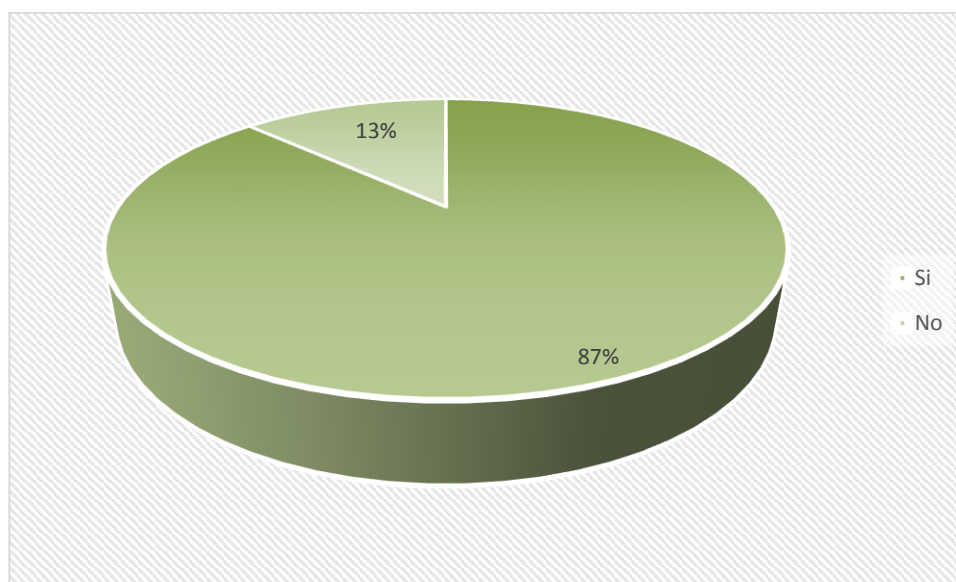
Cuadro N. 2 Servicios de limpieza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	302	87%
No	44	13%
TOTAL	346	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 3 Servicios de limpieza



Fuente: Cuadro N. 2

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: De la población encuestada correspondiente a las familias de la ciudad de Zamora, el 87% de los encuestados manifestaron que si accedería a contratar a una empresa que realice servicios de limpieza para su hogar; y el 13% indicaron que no accederán. Se concluyó con estos resultados que si les gustaría acceder a contratar los servicios de una empresa que realice el servicio de limpieza, siendo ello favorable para la propuesta de implementación de la empresa en la ciudad de Zamora.

3. ¿Dispone Usted de personal que se encargue del servicio de limpieza?

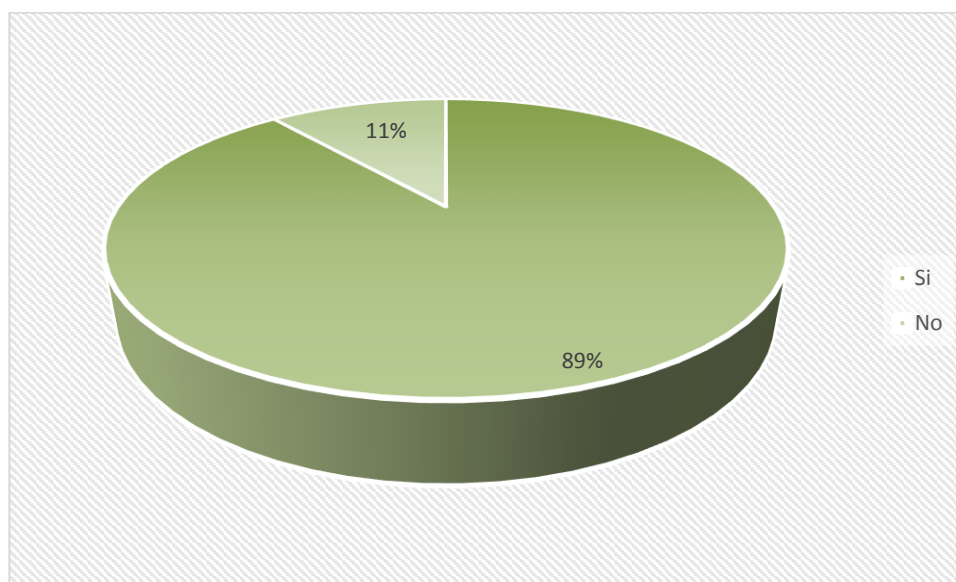
Cuadro N. 3 Personal para la limpieza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	269	89%
No	33	11%
TOTAL	302	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 4 Personal para la limpieza



Fuente: Cuadro N. 3

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: De la segmentación correspondiente a las familias de la ciudad de Zamora, el 89% afirman que si cuentan con personal que realice el servicio de limpieza; y el 11% restante no cuentan con personas que se encarguen de hacer la limpieza. Por tanto, supieron manifestar que si desean que se brinde un mejor servicio en la ciudad de Zamora respecto a empresas dedicadas a ofrecer servicios de limpieza con calidad y garantía a sus clientes.

4. ¿Cada que tiempo contrata personal para que realice la limpieza?

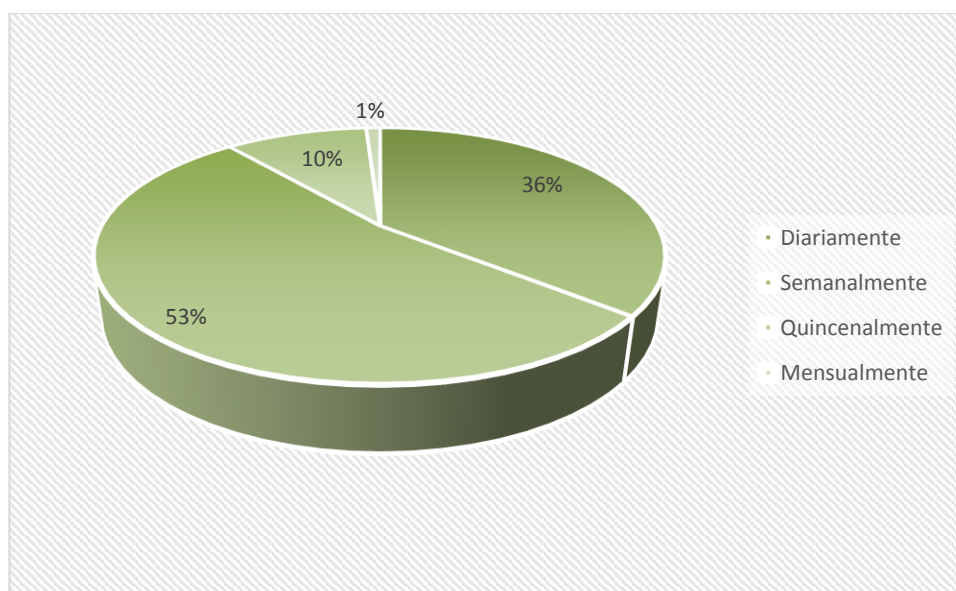
Cuadro N. 4 Tiempo que realiza la limpieza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diariamente	98	36%
Semanalmente	142	53%
Quincenalmente	27	10%
Mensualmente	2	1%
TOTAL	269	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 5 Tiempo que realiza la limpieza



Fuente: Cuadro N. 4

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: Esta pregunta se realizó para determinar cada que tiempo contrata personal para que realice la limpieza, en la cual el 53% de los encuestados mencionan que realizan la limpieza semanalmente, el 36% diariamente, el 10% quincenalmente, y el 1% mensualmente. Se analiza que la mayoría de las familias encuestadas contratan semanalmente personal para que realice la limpieza debido en algunos casos a la falta de dinero para pagar personal que realice diariamente.

5. ¿Cuántas horas utilizan para realizar la limpieza?

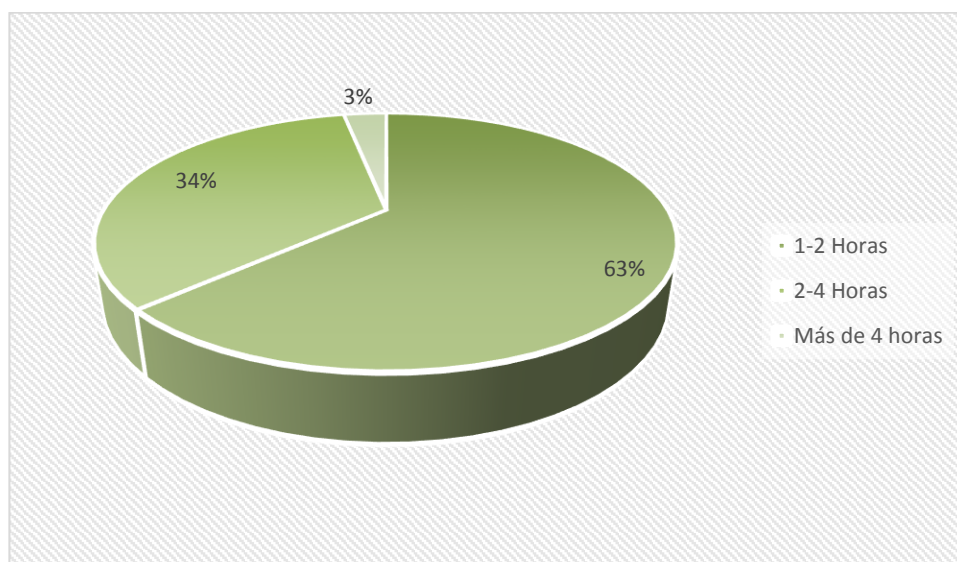
Cuadro N. 5 Horas que utilizan para la limpieza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-2 Horas	92	34%
2-4 Horas	169	63%
Más de 4 horas	8	3%
TOTAL	269	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 6 Horas que utilizan para la limpieza



Fuente: Cuadro N. 5

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: Del total de encuestados el 63% expresaron que el tiempo que utilizan el personal en realizar de la limpieza es de 2-4 horas, el 34% de 1-2 horas y únicamente el 3% se extienden a más de 4 horas para realizar la limpieza. Por lo tanto se evidencia que es de gran importancia el contar con una empresa u personal que se encargue de la limpieza, puesto que en su mayoría por el tiempo y sus ocupaciones las familias no la pueden realizar.

6. ¿Cómo considera el servicio de limpieza que le brindan?

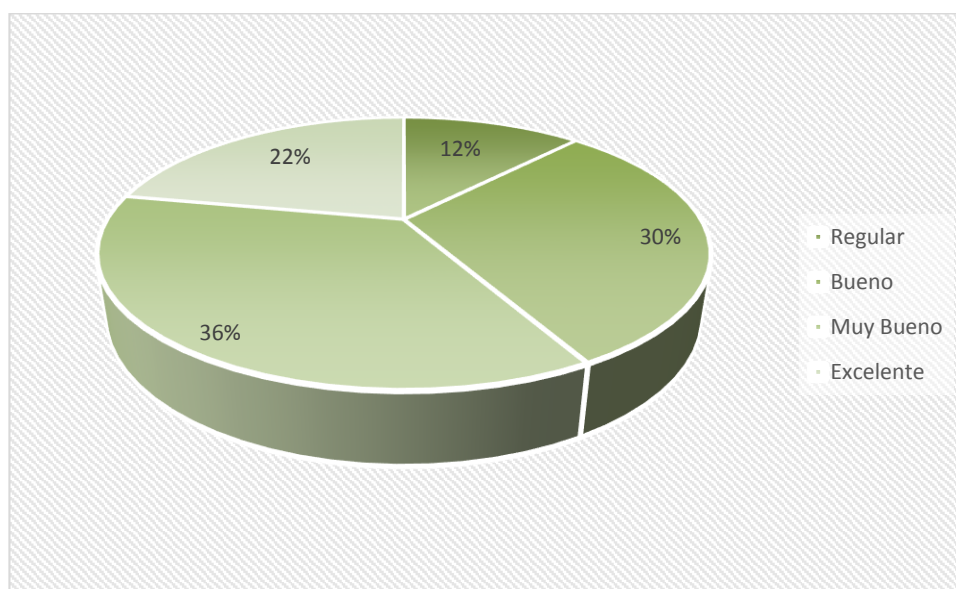
Cuadro N. 6 Calificación del servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Regular	33	12%
Bueno	80	30%
Muy Bueno	97	36%
Excelente	59	22%
TOTAL	269	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 7 Calificación del servicio



Fuente: Cuadro N. 6

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: En esta pregunta el total de los encuestados que contratan personal que se encargue de la limpieza, manifiestan el 36% que el servicio que les brindan es muy bueno, el 30% comentaron que es bueno, el 22% que es excelente, y el 12% que el servicio que les brindan es regular. De acuerdo a los resultados se analiza que en su gran mayoría consideran el servicio de limpieza que les brindan como muy bueno, representando ello una ventaja frente a la competencia que no brinda un excelente servicio a sus clientes.

7. ¿Cómo considera Usted los precios que paga por el servicio de limpieza?

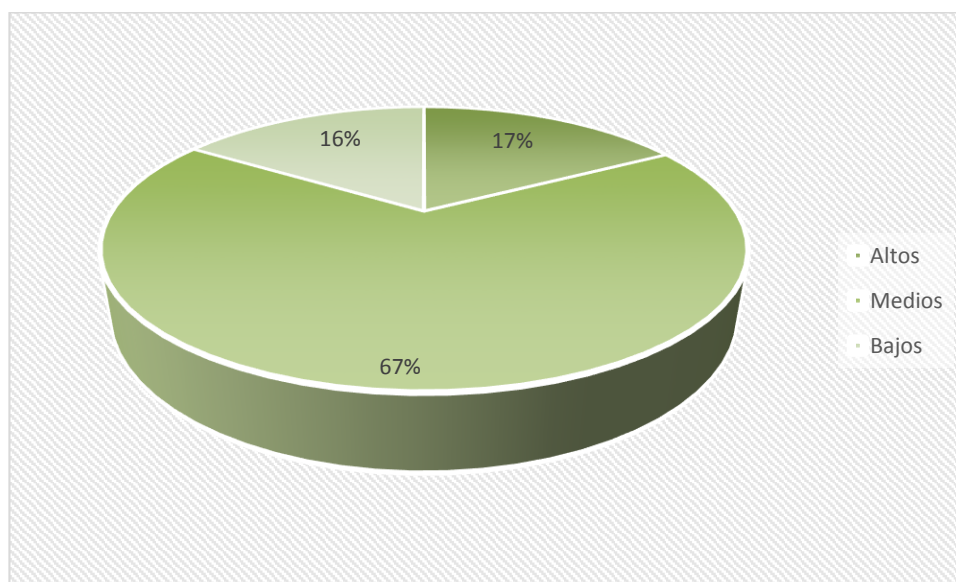
Cuadro N. 7 Precios del servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Altos	47	17%
Medios	179	67%
Bajos	43	16%
TOTAL	269	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 8 Precios del servicio



Fuente: Cuadro N. 7

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: De la información recolectada a las familias de la ciudad de Zamora, el 67% afirman que los precios son medios, el 17% comentan que son altos, y el 16% que son bajos. Según estos resultados obtenidos se analiza que en un mayor porcentaje los precios que pagan por el servicio de limpieza se ubican como medios, todo ello ayudando en esta pregunta para poder ingresar en un mercado de competencia.

8. ¿Conoce de alguna empresa que preste un servicio completo de limpieza y fumigación para hogares, oficinas o negocios en la ciudad de Zamora?

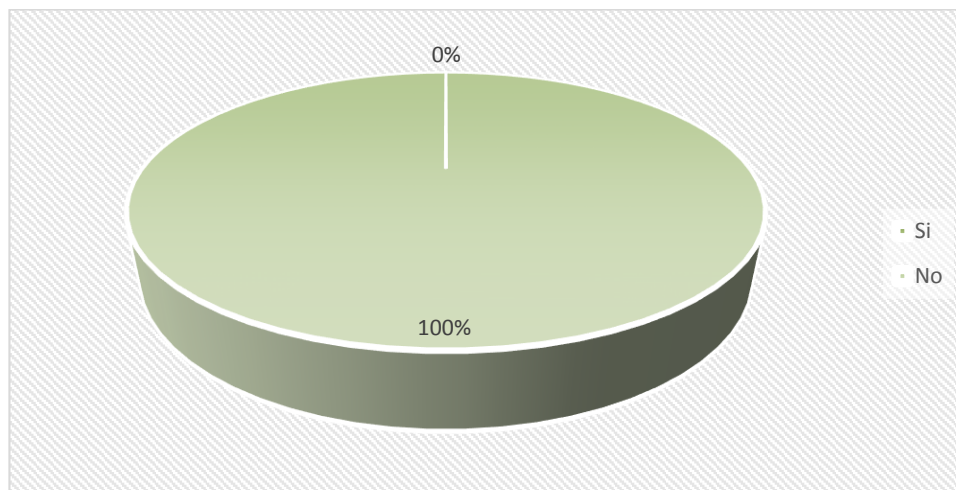
Cuadro N. 8 Existencia de una empresa de limpieza y fumigación

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	269	100%
TOTAL	269	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 9 Existencia de una empresa de limpieza y fumigación



Fuente: Cuadro N. 8

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: Del total de las familias encuestadas el 100% respondieron que no conocen una empresa en la ciudad de Zamora que preste un servicio completo de limpieza y fumigación para hogares, oficinas o negocios. Lo cual significa que la empresa no tendrá competencia directa debido a que no existe en la localidad ninguna empresa que preste ese servicio; la única empresa que existe en la localidad solamente brinda servicio de actividades complementarias de limpieza.

9. ¿Si se implementará una sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora que brinde servicios de limpieza y fumigación con calidad y eficiencia, estaría dispuesto a utilizar este servicio?

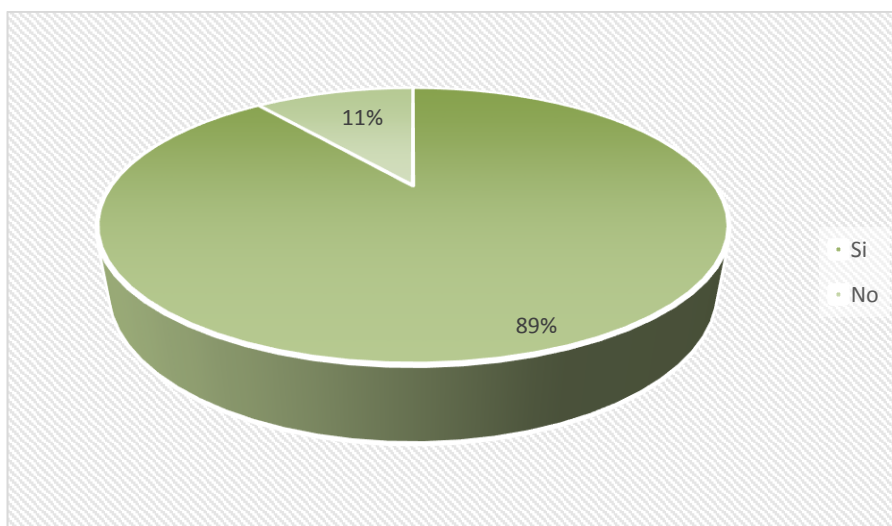
Cuadro N. 9 Utilizaría el servicio de limpieza y fumigación

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	240	89%
No	29	11%
TOTAL	269	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 10 Utilizaría el servicio de limpieza y fumigación



Fuente: Cuadro N. 9

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: Del total de las familias encuestadas se ha determinado que el 89% señalaron que si harán uso del servicio de limpieza y fumigación que ofrecerá la nueva sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora, mientras que el 11% restante no requerirán del mismo. De los resultados obtenidos se analiza que la mayoría de las familias encuestadas si utilizarían los servicios de la empresa siendo ello beneficioso para la misma y por ende factible su implementación.

10. ¿Dónde le gustaría poder utilizar este servicio de limpieza y fumigación?

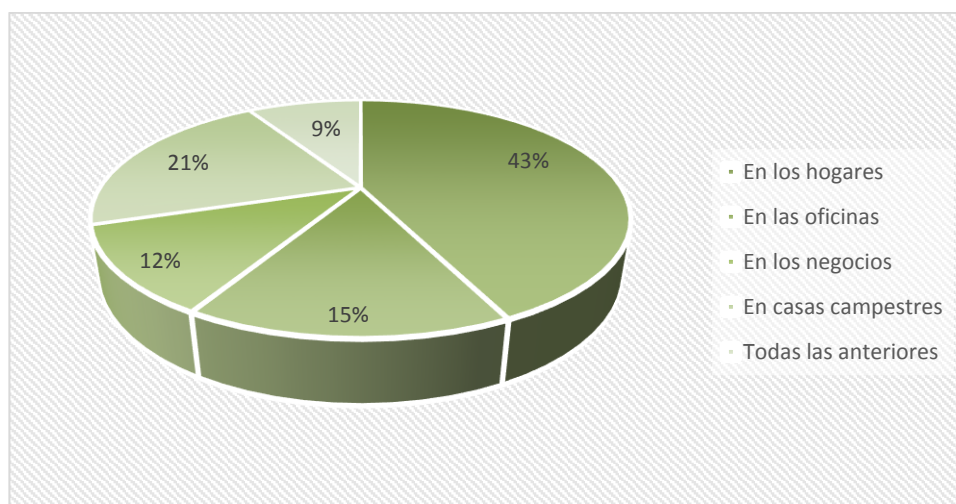
Cuadro N. 10 Lugar a utilizar el servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En los hogares	103	43%
En las oficinas	37	15%
En los negocios	28	12%
En casas campestres	51	21%
Todas las anteriores	21	9%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 11 Lugar a utilizar el servicio



Fuente: Cuadro N. 10

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: Del total de las familias encuestadas se ha determinado que el 43% señalaron que les gustaría poder utilizar el servicio en los hogares, el 21% en las casas campestres, el 15% en las oficinas, el 12% en los negocios, y por último el 9% respondió que contrataría a la empresa para que prestara el servicio en todas las anteriores. Por lo tanto se puede establecer que la mayoría de las personas encuestadas opinan que el servicio lo contratarían para los hogares ya que es un servicio que le ayudara a minimizar las labores en el hogar.

11. ¿De este nuevo servicio seleccione los aspectos que más le atraen?

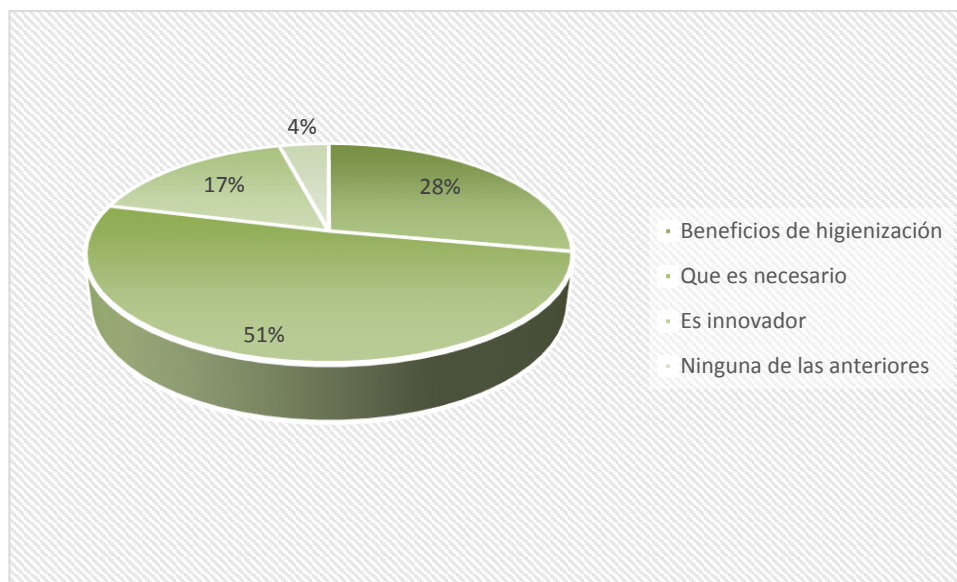
Cuadro N. 11 Aspectos que le atraen del servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Beneficios de higienización	67	28%
Que es necesario	123	51%
Es innovador	41	17%
Ninguna de las anteriores	9	4%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 12 Aspectos que le atraen del servicio



Fuente: Cuadro N. 11

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: Del total de las familias encuestadas, el 51% expresan que el aspecto que más les atrae es que es un servicio necesario porque les puede ahorrar tiempo, el 28% que trae beneficios de higienización, el 17% de las familias piensan que es innovador, y por último el 4% de las familias contestó que ninguna de las anteriores. Se concluye que la mayoría considera que es un servicio necesario ya que es algo que les ayudara a ahorrar tiempo para invertirlo en otras actividades.

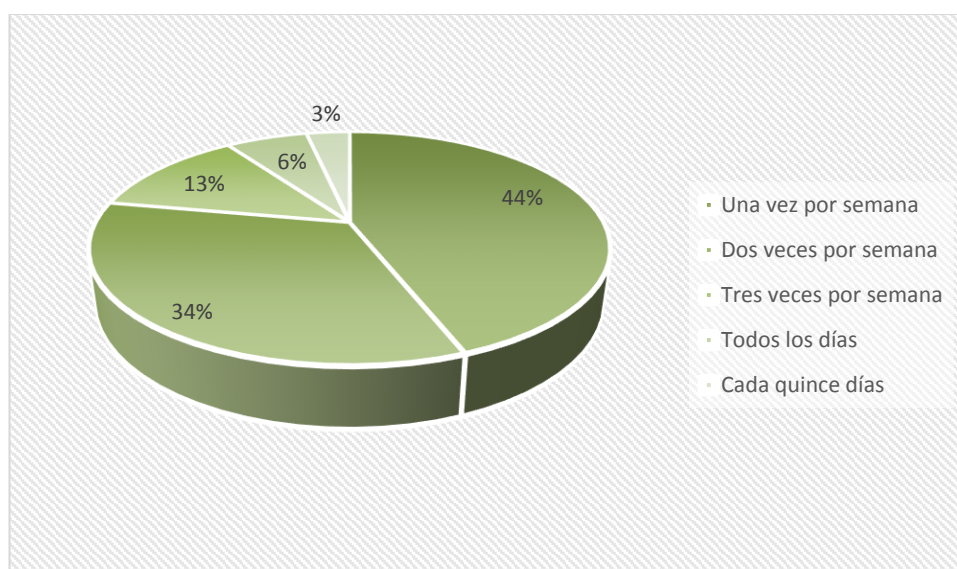
12. ¿Con qué frecuencia de acuerdo a su necesidad le gustaría hacer uso del servicio?

Cuadro N. 12 Frecuencia del servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez por semana	106	44%
Dos veces por semana	81	34%
Tres veces por semana	30	13%
Todos los días	15	6%
Cada quince días	8	3%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.
Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 13 Frecuencia del servicio



Fuente: Cuadro N. 12
Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: De las familias encuestadas en la ciudad de Zamora el 44% respondieron que harán uso del servicio que ofertará la empresa una vez por semana, el 34% dos veces por semana, el 13% tres veces por semana, el 6% todos los días, y un porcentaje mínimo del 3% cada quince días. Esta pregunta sirvió para determinar el uso per cápita del servicio que se prestará, es decir las veces que las familias harán uso del servicio en el año.

13. ¿Cuántas horas de acuerdo a su necesidad le gustaría hacer uso del servicio?

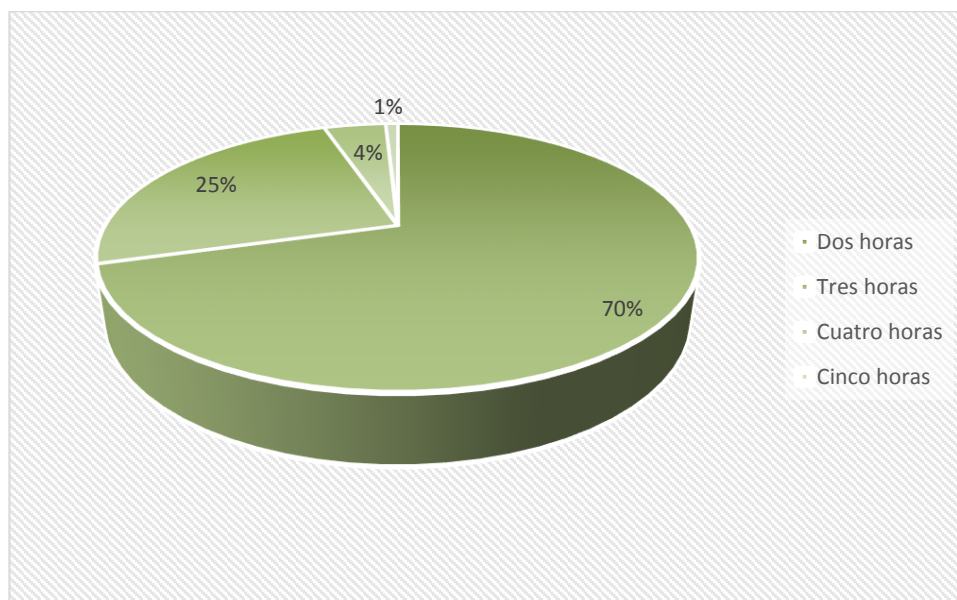
Cuadro N. 13 Horas del servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos horas	169	70%
Tres horas	59	25%
Cuatro horas	10	4%
Cinco horas	2	1%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 14 Horas del servicio



Fuente: Cuadro N. 13

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: De las familias encuestadas correspondiente al 70% manifestaron que harán uso del servicio 2 horas, el 25% tres horas, mientras que un mínimo del 4% cuatro horas, y por último con 1% hará uso del servicio 5 horas. De los resultados obtenidos de las familias encuestadas el porcentaje más alto les gustaría hacer uso del servicio dos horas, ya que utilizarían el servicio de limpieza semanalmente.

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza y fumigación (servicio completo)?

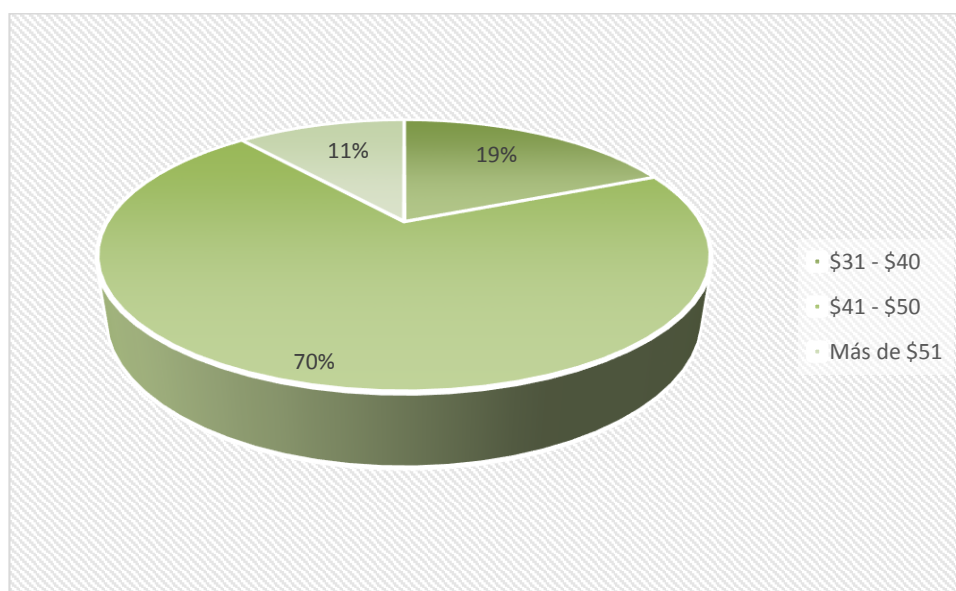
Cuadro N. 14 Precio del servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$31 - \$40	45	19%
\$41 - \$50	168	70%
Más de \$51	27	11%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 15 Precio del servicio



Fuente: Cuadro N. 14

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: De las familias encuestadas el 72% que representa el valor más alto que pagarían por el servicio que se brindará entre \$41 - \$50 dólares, el 19% entre \$31 - \$40 dólares, y en un mínimo con 11% más de \$51 dólares. Por lo tanto se evidencia que la mayoría de los encuestados estarían dispuesto a pagar por el servicio de limpieza y fumigación de \$41 - \$50 dólares, ya que es un precio accesible para las familias de la ciudad de Zamora.

15. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?

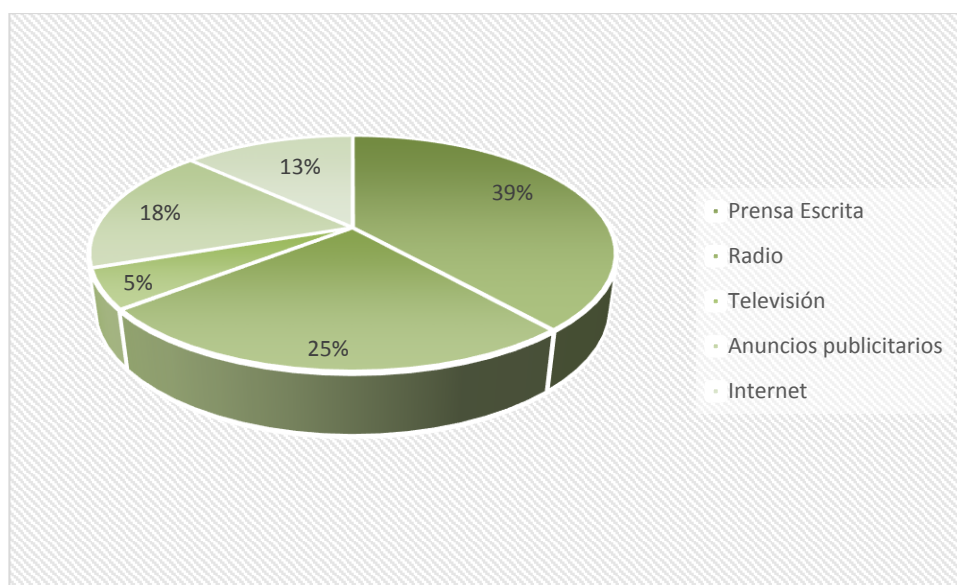
Cuadro N. 15 Medios publicitarios

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Prensa Escrita	93	39%
Radio	61	25%
Televisión	13	5%
Anuncios publicitarios	42	18%
Internet	31	13%
TOTAL	240	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los demandantes en la ciudad de Zamora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 16 Medios publicitarios



Fuente: Cuadro N. 15

Elaboración: El Autor.

Análisis e Interpretación: De las familias encuestadas el 39% afirman que les gustaría recibir información sobre este servicio a través de la prensa escrita, el 25% a través de la radio, el 18% anuncios publicitarios, el 13% internet y por último el 5% por medio de la televisión. En conclusión se evidencia que la prensa escrita y la radio son los medios que mas prefieren para informarse la ciudadanía zamorana.

1.2 Análisis de la entrevista realizada a la Sra. Betty Balladarez gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de Zamora, para determinar la oferta.

1. ¿Cuántos años llevan la empresa ofreciendo sus servicios en el mercado?

Según la información recopilada el tiempo que lleva funcionando la empresa en el mercado zamorano es de 6 años desde mayo del año 2012, por lo que se evidencia que ya lleva tiempo ofreciendo sus servicios en el mercado.

2. ¿En qué lugar se encuentra ubicada “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”?

Indico la gerente- propietaria de la empresa en estudio que se encuentra ubicada en las calles 24 de Mayo y Sevilla de Oro, Barrio Central, de la ciudad de Zamora, cantón Zamora, provincia de Zamora Chinchipe

3. ¿Qué servicios de limpieza ofrece “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”?

“ZAMORANAS LIMPIEZAS & SOLUCIONES CIA. LTDA.” ofrecemos la limpieza de su hogar, oficina, escuelas colegios, hoteles, etc., contamos con personal de amplia experiencia, maquinaria de primera calidad, también ofrecemos la limpieza de sillones, tapicería de su carro, alfombras, enceramos y pulimos sus pisos de madera, una amplia oferta en actividades complementarias de limpieza.

4. ¿Cuántos hogares u oficinas hacen uso de su servicio semanalmente?

Supo comunicar la gerente- propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS & SOLUCIONES CIA. LTDA.” que semanalmente atienden a un promedio de 19

clientes, que acuden a brindarles el servicio de limpieza de acuerdo a su necesidad requerida.

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

En referencia a esta interrogante en lo que tiene que ver con la frecuencia con que hacen uso del servicio de limpieza es de 1 sola vez a la semana los 11 clientes, y por otra parte los 8 clientes restantes hacen uso del servicio de limpieza 2 veces por semana; expresa la gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS & SOLUCIONES CIA. LTDA.”.

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

Menciona la gerente-propietaria de la empresa que por lo general sus clientes hacen uso del servicio de limpieza de una a dos horas promedio, dependiendo de la necesidad requerida.

7. ¿Cómo considera los precios de los servicios que ofrece “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”?

La gerente- propietaria de la empresa expresa que los precios de los servicios que se ofrecen en “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” son medios; respectivamente dependiendo de la necesidad requerida por el cliente.

8. ¿Por qué considera usted que utilizan sus servicios?

La gerente-propietaria considera que utilizan sus servicios por las siguientes razones:

- La agilidad en el servicio de limpieza.
- Los precios accesibles.

- Garantía en el servicio.
- Personal calificado.
- Insumos amigables con el medio ambiente.

9. ¿Indique el porcentaje de incremento que usted ha percibido en la demanda del servicio ofertado en los últimos años?

Al respecto la gerente-propietaria expresa que la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS & SOLUCIONES CIA. LTDA.” mantuvo un incremento promedio del 5% en la demanda del servicio ofertado en los últimos años.

10. ¿Conoce usted empresas de las mismas características que las suyas? Menciónelas.

Según esta pregunta la gerente-propietaria indicó que como competencia tienen únicamente a las personas que de manera independiente brindan servicios de limpieza a domicilio tanto para hogares u oficinas; cada una de ellas se encargan de brindar actividades complementarias de limpieza.

11. ¿Qué relación mantiene usted con los empleados de la empresa?

Al respecto la gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” afirma que mantiene una buena relación empleador-empleados, ya que existe comunicación para el desarrollo eficiente de sus actividades a su cargo.

12. ¿Cuenta su empresa con una misión y visión establecida?

Si cuenta con una visión y misión establecida, con el fin de brindar un excelente servicio de limpieza con la mejor calidad y sin demoras. La seguridad y confianza al encargarle la limpieza de sus hogares es de vital importancia para usted, por esta razón sabemos que es la mejor decisión a tomar.

13. ¿Cuenta la empresa con una ubicación adecuada?

La gerente-propietaria expresa que si cuenta la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” con una ubicación adecuada la cual facilita el acceso y un espacio adecuado para la atención a los clientes.

14. ¿Qué tipos de promociones utiliza para ofertar los servicios?

Manifiesta que la empresa posee poca atracción para sus clientes, ya que realiza descuentos pero mínimos sin establecer parámetros solo a clientes fijos y en algunos meses del año no da ninguna promoción.

15. ¿Cómo hacer conocer al público de los servicios que su empresa brinda a los clientes?

La empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” da a conocer los servicios que brinda mediante cuñas publicitarias en la radio ya que la información va exclusivamente a las familias de la ciudad de Zamora, evitando el gasto innecesario en otros medios de publicidad.

Capítulo 2

2. Estudio de mercado

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

2.1 Demandantes (mercado objetivo)

Los demandantes de nuestro servicio son las familias de la ciudad de Zamora. Según el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el año 2010, la parroquia del área urbana de la ciudad de Zamora cuenta con **3.097** familias; y para el 2018, año que se inicia este proyecto de acuerdo a la proyección realizada con una tasa de crecimiento de **1,57%** anual es de **3.508** familias.

2.1.1 Proyección de la población

Para obtener la población actualizada utilizamos la siguiente fórmula:

$$Px = Pb(1 + i)^n$$



$$P_x = 3.097 \left(1 + \frac{1,57}{100}\right)^8$$

$$P_x = 3.097 (1 + 0,0157)^8$$

$$P_x = 3.097 (1,0157)^8$$

$$P_x = 3.508$$

Para el año 2018 mediante la proyección de la población, el total de familias de la parroquia del área urbana de la ciudad de Zamora según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es de **3.508** familias. Para los siguientes años vamos elevando a la potencia que corresponde sucesivamente. A continuación se detalla la población proyectada para los años de vida útil de la empresa.

Cuadro N. 16 Proyección de la población en estudio

PERÍODO	AÑOS	PORCENTAJE
1	2018	3.508
2	2019	3.563
3	2020	3.619
4	2021	3.676
5	2022	3.734

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).
Elaboración: El Autor.

2.2 Análisis de la demanda

Es el estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto o servicio, en el mercado. Así tenemos:

2.2.1 Demanda potencial

Se ha tomado en cuenta la **pregunta N° 2 ¿Usted y su familia accedería a contratar los servicios de una empresa que realice el servicio limpieza?** de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Zamora, que es el 87% los cuales manifiestan que si accederían a contratar los servicios de una empresa que realice el servicio de limpieza, dando para el primer año un total de **3.062** familias, resultando propicio pues indica que las familias en su mayoría llegarían a ser los futuros demandantes del servicio de limpieza y fumigación, a continuación se muestra el cuadro con los datos:

Cuadro N. 17 Demanda potencial

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES (87%)
1	3.508	3.062
2	3.563	3.110
3	3.619	3.159
4	3.676	3.209
5	3.734	3.259

Fuente: Cuadro N. 16.

Elaboración: El Autor.

2.2.2 Demanda real

Para obtener la demanda real se multiplicó la demanda potencial (3.062 familias) por el porcentaje obtenido de la encuesta aplicada a los demandantes según la **pregunta N° 3 ¿Dispone Usted de personal que se encargue del servicio de limpieza?**, donde el 89% si disponen de personal que se encargue del servicio de limpieza, los cálculos se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 18 Demanda real

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES (89%)
1	3.508	3.062	2.725
2	3.563	3.110	2.768
3	3.619	3.159	2.812
4	3.676	3.209	2.856
5	3.734	3.259	2.901

Fuente: Cuadro N. 16 y 17.

Elaboración: El Autor.

Tomando en cuenta el porcentaje del **89%** se obtiene como demandantes reales un resultado de **2.725 familias** para el primer año, y así sucesivamente con los años de vida útil que va a tener el proyecto que es de 5 años, culminando con una demanda real en el último año de **2.901 familias**.

2.2.3 Uso percapita

Es la cantidad del servicio que va a utilizar cada cliente anualmente. En el presente proyecto el Uso Promedio de utilización de servicios de limpieza y fumigación, por parte de los demandantes, se determinó de la **pregunta N° 12 ¿Con qué frecuencia de acuerdo a su necesidad le gustaría hacer uso del servicio?** de las encuestas aplicadas a los demandantes y se efectúa de la siguiente manera:

Fórmula para obtener el uso percapita anual:

Total de veces anual = Frecuencia x 52 semanas
--

Por ejemplo: Total de veces anual = 106 x 52 semanas → 5.512

Cuadro N. 19 Uso percapita servicios

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	TOTAL DE VECES ANUAL
Una vez por semana (52 semanas)	106	5.512
Dos veces por semana (52x2= 104 semanas)	81	8.424
Tres veces por semana (52x3= 156 semanas)	30	4.680
Todos los días (365 días)	15	5.475
Cada quince días (52÷2= 26 semanas)	8	208
TOTAL	240	24.299

Fuente: Encuesta a demandantes Cuadro N. 12.

Elaboración: El Autor.

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

Se aplicó la siguiente fórmula:

En donde:

$$Pr omedio anual = \frac{\sum Total de veces}{N}$$

$$Pr omedio anual = \frac{24.299}{240} = 101 veces$$

El uso promedio anual de utilización del servicio de limpieza y fumigación por parte de los demandantes, se determina realizando una división de la sumatoria del Total de veces anual para el número de encuestados, y da como resultado, el Uso Promedio Anual del servicio de limpieza y fumigación en las familias que es de 101 veces al año. Es decir, que cada familia hará uso del servicio en un promedio de dos veces por semana.

$$101 \text{ veces} \div 52 \text{ semanas} = 2 \longrightarrow \text{servicios por semana}$$

2.2.4 Demanda efectiva

Una vez calculada la demanda real y el uso promedio anual per cápita es necesario conocer la demanda efectiva en la ciudad de Zamora, para lo cual hay que verificar en la aplicación de la encuesta a los demandantes **Pregunta N° 9** qué porcentaje de estas personas estarían dispuestos a utilizar los servicios de limpieza y fumigación en la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora, esta información señala en el **cuadro N° 9** donde indica que un **89%** de los demandantes estarían dispuestos a utilizar los servicios de limpieza y fumigación, como lo podemos apreciar en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 20 Demanda efectiva

AÑOS	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS (89%)	USO PERCAPITA	DEMANDA EFECTIVA
1	2.725	2.431	101	245.531
2	2.768	2.470	101	249.470
3	2.812	2.509	101	253.409
4	2.856	2.548	101	257.348
5	2.901	2.588	101	261.388

Fuente: Cuadro N. 18 y 19.

Elaboración: El Autor.

Donde se obtuvo como demandantes efectivos **2.431** para el primer año multiplicado por el promedio de consumo anual que es 101 da como demanda efectiva para el primer año de **245.531** servicios de limpieza y fumigación anuales, y así sucesivamente con los años de vida útil que va a tener el proyecto que es de 5 años, culminando con una demanda efectiva en el último año de **261.388** servicios de limpieza y fumigación anuales.

2.3 Análisis de la oferta

Al hablar de oferta se hace referencia a la cantidad de oferentes que brindan sus servicios al mercado consumidor. Actualmente, en la ciudad de Zamora existe únicamente una empresa que brinde el servicio de limpieza a la ciudadanía, por tal razón para realizar este análisis se aplicó la entrevista a la Sra. Betty Balladarez gerente-propietaria de la empresa “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de Zamora.

Se tomó como referencia de la entrevista la **pregunta N° 4 ¿Cuántos hogares u oficinas hacen uso de su servicio semanalmente?, y la pregunta N° 5 ¿Con que frecuencia hacen uso de su servicio?;** en las mismas que manifestó que semanalmente atienden a un promedio de 19 clientes, y respectivamente en lo que tiene que ver con la frecuencia con que hacen uso del servicio de limpieza es de 1 sola vez a la semana los 11 clientes, y por otra parte los 8 clientes restantes hacen uso del servicio de limpieza 2 veces por semana. Por tanto se estableció un total de 27 servicios por semana.

Cálculo

$$\begin{aligned}\text{Número de hogares atendidos a la semana (entrevista)} &= 11 (1\text{vez}) + 8 (2\text{veces}) \\ &= 11 + 16 = 27 \text{ servicios por semana} \\ &= 27 \times 52 \text{ semanas} = 1.404 \text{ servicios al año}\end{aligned}$$

A continuación, se detalla la proyección de la oferta:

Cuadro N. 21 Estudio de la oferta

AÑOS	OFERENTES	OFERTA INDIVIDUAL (5%)	OFERTA TOTAL
1	1	1.404	1.404
2	1	1.474	1.474
3	1	1.548	1.548
4	1	1.625	1.625
5	1	1.706	1.706

Fuente: Entrevista a gerente-propietaria de “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES”

Elaboración: El Autor.

El número total de servicios que la competencia atiende en el año es de **1.404 servicios**, la misma que irá aumentando para los 5 años proyectados de vida útil debido a que el número de clientes irá incrementándose de un año a otro.

Cabe indicar que para calcular el crecimiento anual se ha determinado un porcentaje del 5% según la **Pregunta N° 9 de la entrevista realizada a la gerente-propietaria** de “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”.

2.4 Análisis de la demanda insatisfecha

Para determinar si existe demanda insatisfecha en el mercado, se hizo una diferencia entre la oferta y la demanda, las mismas que se proyectaron para los cinco años de vida útil del proyecto, obteniéndose los siguientes resultados:

Cuadro N. 22 Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
1	245.531	1.404	244.127
2	249.470	1.474	247.996
3	253.409	1.548	251.861
4	257.348	1.625	255.723
5	261.388	1.706	259.682

Fuente: Cuadro N° 20 y 21.

Elaboración: El Autor.

Según el estudio de mercado realizado se ha determinado en el análisis de la demanda insatisfecha, que es factible implementar una sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora, debido a que considerado los 5 años de vida que va a tener el proyecto se puede evidenciar la gran demanda insatisfecha. Para el primer año el superávit de la demanda es de **244.127**, mientras que para el quinto año del proyecto el superávit de la demanda es de **259.682**. Como conclusión podemos decir que existe una gran oportunidad de mercado.

2.5 Plan de comercialización

El plan de comercialización es de vital importancia para llegar al cliente y dar a conocer el producto que ofrecerá la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora, para ello se utilizará espacios en la radio de la localidad con el fin de atraer clientes a la empresa y de esta manera conseguir ser líderes en el mercado zamorano.

2.5.1 Servicio

La sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”, ofrecerá el servicio de limpieza y fumigación, debido a que estos servicios se complementan entre sí para brindar al cliente satisfacción en este segmento, el mismo que estará dirigido al mercado zamorano. Nuestra clientela será atendida por personal capacitado en el área los mismos que brindarán servicio de calidad.

La empresa contará con un servicio especializado de limpieza y fumigación de plagas (bichos rastreros) en cuanto a mantenimiento de: hogares, instituciones públicas y privadas, oficinas, áreas comunes en edificaciones, fincas, entre otras. La empresa tendrá un horario de atención de lunes a sábados de 08h00 a 12h00 y de 14h00 a 18h00.

2.5.2 Slogan

El slogan o lema publicitario se usa en un contexto comercial como parte de una propaganda y con una intención de resumir y representar una idea.

Gráfico N. 17 Slogan



Elaboración: El Autor.

2.5.3 Logotipo

Considerado como los nombres y expresiones gráficas que facilitan la identificación del producto/servicio y permiten su recuerdo asociado a uno y otro atributo, el logotipo de la empresa será el siguiente:

Gráfico N. 18 Logotipo



Elaboración: El Autor.

2.5.4 Precio

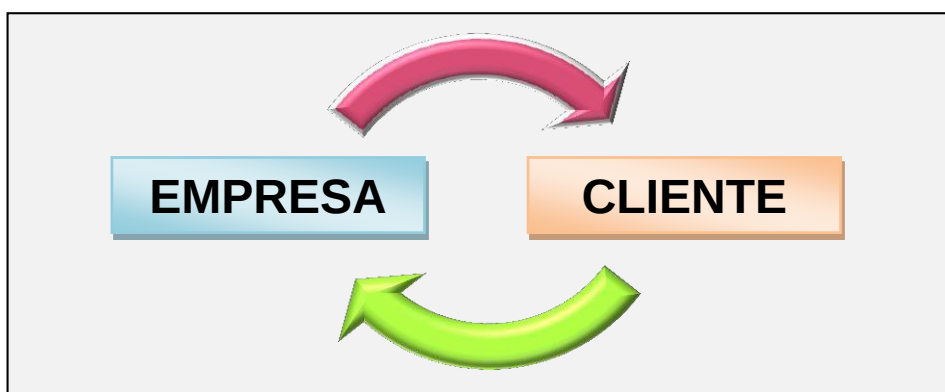
Nuestra empresa para fijar el precio del servicio utilizará los precios en relación con los de la competencia, los costos de producción y el servicio requerido por el cliente

de acuerdo a su necesidad. Para así poder ofrecer a los clientes una nueva alternativa para que pueda elegir entre la ya existente. El precio de venta al público es de 60,00 dólares, los mismos que se incrementarán de acuerdo a los años de vida útil de la empresa.

2.5.5 Plaza

La plaza constituye los canales de distribución o comercialización utilizados para hacer llegar el servicio al cliente final, para lo cual se plantea lo siguiente: El canal de comercialización del servicio será de manera directa, es decir que el servicio de limpieza y fumigación se lo realizará directamente con el cliente, sin la mediación de ningún intermediario, con el fin de que los demandantes estén satisfechos con el servicio ofertado y sobre todo cumplir con las condiciones que el mismo lo requiera, y así poder mantenerlo satisfecho y atraer nuevos clientes a la empresa.

Gráfico N. 19 Canal de comercialización



Elaboración: El Autor.

2.5.6 Promoción - publicidad

Para efectos de promoción y publicidad con el fin de dar a conocer a la ciudadanía zamorana del servicio de limpieza y fumigación que ofrecerá la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA”, se lo realizará a través de los medios de comunicación de preferencia por los clientes según resultados de las encuestas aplicadas a los demandantes de la ciudad de Zamora en la **pregunta N° 15 ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?**; cabe mencionar que el plan de promoción-publicidad se lo realiza en forma anual para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro N. 23 Presupuesto de publicidad

MEDIO DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA DE PUBLICIDAD	COSTO POR TRANSMISIÓN	COSTO MENSUAL
Cuña Radial	4 veces al mes	6,00	24,00
Diario	2 veces al mes	24,55	49,10
TOTAL MENSUAL			73,10
TOTAL ANUAL			877,20

Fuente: Radio Podocarpus y Diario La Hora.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 20 Diseño de la cuña radial



En “FUMILIMPIEZA” contamos con un servicio especializado de limpieza y fumigación de plagas (bichos rastreros) en cuanto a mantenimiento de: hogares, instituciones públicas y privadas, oficinas, áreas comunes en edificaciones, fincas, entre otras.

Ubícanos: Barrio 10 de noviembre, en las calles Francisco de Orellana y Av. Amazonas.

Para mayor información/ Contáctanos: 0997658905.

Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 21 Modelo anuncio publicitario



Encuétranos en Zamora
NUEVA SUCURSAL

Fumi limpieza
Lo hace por ti!

LIMPIEZA FUMIGACIÓN
MANTENIMIENTO EN:

- Colegios
- Casa
- Universidades
- Bancos
- Escuelas
- Hospitales
- Fincas
- Empresas

Ubícanos: Zamora, Barrio 10 de noviembre, calles Francisco de Orellana y Av. Amazonas

Contáctanos: 0997658905

Elaboración: El Autor.

Capítulo 3

3. Estudio técnico

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

3.1 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción/servicio por año; es decir su capacidad de generar un número de servicios en un tiempo dado. Así mismo para este proyecto la capacidad instalada responde a la tecnología que posee la empresa la cual permita prestar un sin número de servicios anuales.

El tamaño de este proyecto se lo medirá de acuerdo a la capacidad instalada y utilizada.

3.1.1 Capacidad instalada

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

En este caso, un factor relevante para determinar la capacidad instalada es la estructura de la empresa y el personal con el que se contará para brindar el servicio de manera personalizada, en cuanto al servicio de limpieza y fumigación.

La sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” contará con 4 personas encargadas de realizar el servicio personalizado de limpieza y fumigación. El proceso para cada uno de estos servicios (limpieza y fumigación) tomará un tiempo máximo de 120 minutos (2 horas) por cliente, el mismo que será realizado por personal capacitado para atender los requerimientos de los clientes.

Cuadro N. 24 Número de clientes atendidos en 8 horas

LIMPIEZA / 120 MIN	FUMIGACIÓN / 120 MIN	TOTAL DE CLIENTES ATENDIDOS EN 8 HORAS
1	1	4

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

Una persona en cada jornada de 8 horas atenderá 4 servicios ya que se estima una duración de 120 minutos (2 horas) por hogar o institución, por consiguiente, entre las 4 personas en una jornada realizarán 16 servicios diarios, es decir que en los 365 días se atenderán 5.840 servicios al año.

4 personas x 4 servicios realizados (día) = 16 servicios al día
16 x 365 días = 5.840 servicios al año

Cuadro N. 25 Capacidad instalada

AÑOS	CLIENTES ATENDIDOS (8 HORAS)	DÍAS DEL AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE
1	16	365	5.840	100%
2	16	365	5.840	100%
3	16	365	5.840	100%
4	16	365	5.840	100%
5	16	365	5.840	100%

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

3.1.2 Participación en el mercado

La participación en el mercado constituye la parte útil en un mercado o segmento determinado, este puede ser trimestral, semestral o anual, en este caso lo haremos anualmente, para ello se divide la capacidad instalada para la demanda insatisfecha y luego se multiplica por 100 para finalmente obtener el resultado que será el porcentaje de participación.

Por lo que estos resultados nos indican que, si la empresa trabajara con el 100% de su capacidad instalada podría ofrecer hasta 5.840 servicios al año, lo que demuestra que la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” podría cubrir el 2,39% de la demanda insatisfecha para el primer año.

Cuadro N. 26 Participación en el mercado

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD INSTALADA	PORCENTAJE % PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	244.127	5.840	2,39%
2	247.996	5.840	2,35%
3	251.861	5.840	2,32%
4	255.723	5.840	2,28%
5	259.682	5.840	2,25%

Fuente: Cuadro N. 22 y 25.

Elaboración: El Autor.

3.1.3 Capacidad utilizada

Para determinar la capacidad utilizada de la nueva sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” se tomó en consideración la capacidad instalada y el porcentaje que se utilizará del mismo para determinar la capacidad a utilizar.

En este caso para determinar la capacidad utilizada se procedió de la siguiente manera:

- El personal que contará es de 4 auxiliares de limpieza para atender los requerimientos de los clientes, los mismos que dispondrán de los respectivos equipos e implementos de limpieza y fumigación.
- El auxiliar de limpieza deberá realizar 1 servicio en 120 minutos (2 horas).
- El horario de atención será de lunes a sábado de 8h00 a 12h00 y de 14h00 a 18h00, esto quiere decir que la empresa trabajará 8 horas al día de lunes a sábados, lo que nos resulta en 312 días al año, de los cuales se descontará los días de feriados (8 días), que no se laborará, por lo tanto se trabajará en total 304 días.
- Siendo así, como se determinó en el cálculo anterior que en un día se atenderá un promedio de 16 clientes diarios que multiplicados por los 304 días del año se obtiene un total de 4.864.

La capacidad utilizada de la planta se la detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 27 Capacidad utilizada

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE %
1	5.840	4.864	83%
2	5.840	5.100	87%
3	5.840	5.300	91%
4	5.840	5.550	95%
5	5.840	5.800	99%

Fuente: Cuadro N. 25
Elaboración: El Autor.

La sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” utilizará el primer año el 83% de su capacidad instalada e irá incrementando un 4% de su capacidad cada año, cabe señalar que no se llegará a utilizar el 100% de su capacidad instalada, debido a que el personal

podría atrasarse, faltar o renunciar, o también podrían fallar los equipos, por consiguiente ninguna empresa podrá trabajar al 100% de su capacidad instalada.

3.2 Localización de la planta

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

Además la localización debe estar a la par de los objetivos de la empresa, tomando en cuenta los siguientes factores: como es la disponibilidad de recursos, servicios básicos y cercanía con el mercado consumidor. Se ha analizado cada uno de las etapas que intervienen como son:

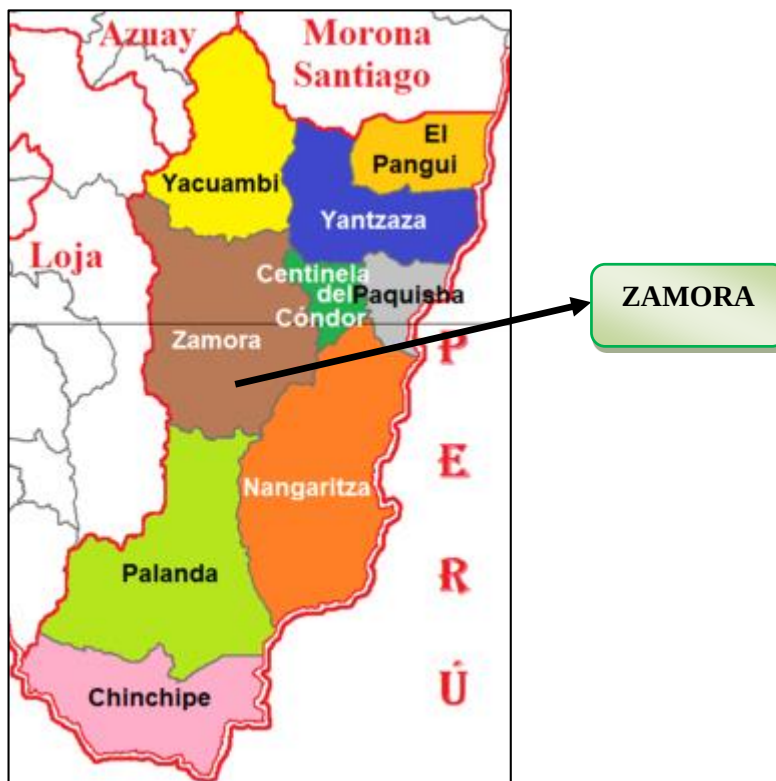
3.2.1 Macro localización

La sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” estará ubicada en el país Ecuador en la región sur del país, en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Zamora, ciudad de Zamora.

Tomando en cuenta que el proyecto está enfocado a prestar servicios de limpieza y fumigación, para la localización se tomó en cuenta varios aspectos como son:

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

Gráfico N. 22 Mapa provincia de Zamora Chinchipe



Fuente: GAD Municipal de Zamora.

3.2.2 Micro localización

El proyecto se realizará en la ciudad de Zamora, cantón Zamora, ya que en el lugar no existe una empresa que preste este servicio complementario de limpieza y fumigación, por ende en este punto se determinó el lugar exacto en la ciudad donde se instalará la empresa, el mismo que deberá contar con todos los servicios necesarios para su correcto funcionamiento.

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

- **LOCAL A:** Barrio Benjamín Carrión
- **LOCAL B:** Barrio 10 de noviembre
- **LOCAL C:** Barrio Bombuscaro

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

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

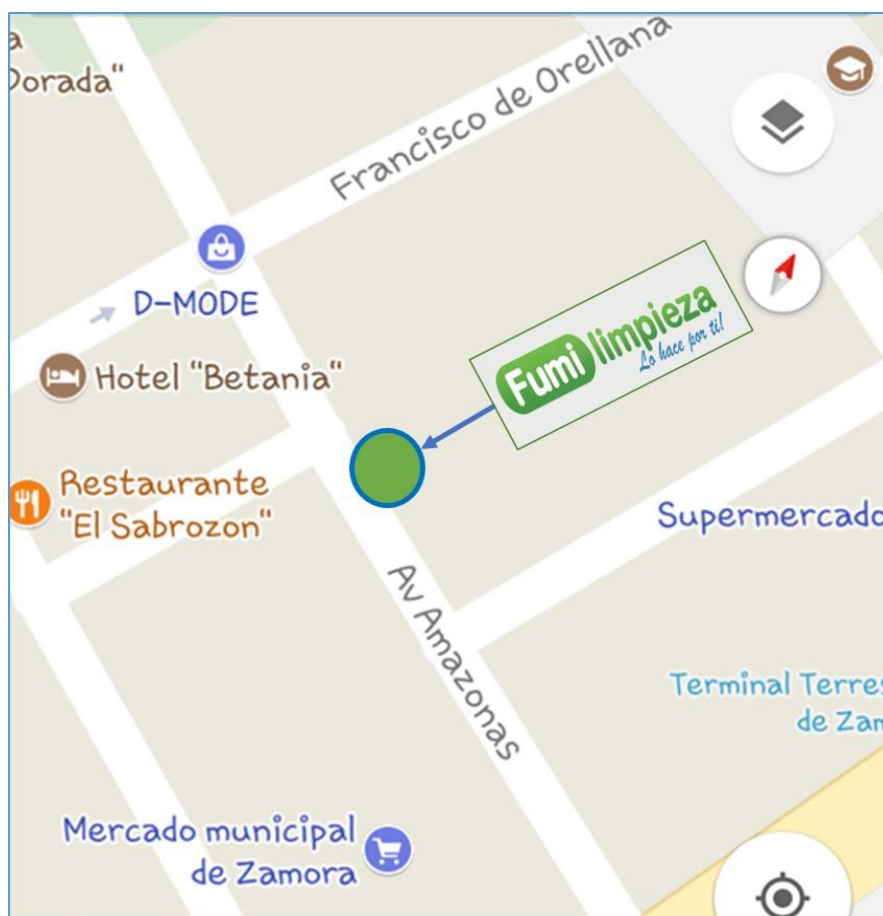
Cuadro N. 28 Método de factores ponderados

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	PODERACIÓN	PUNTUACIÓN (Sobre 10)			PUNTUACIONES PONDERADAS		
		LUGAR A	LUGAR B	LUGAR C	LUGAR A	LUGAR B	LUGAR C
Agua	0,08	10	10	10	0,80	0,80	0,80
Luz	0,08	10	9	10	0,80	0,72	0,80
Alcantarillado	0,08	9	10	9	0,72	0,80	0,72
Disponibilidad de mano de obra	0,10	8	10	8	0,80	1,00	0,80
Acceso al mercado	0,10	10	10	10	1,00	1,00	1,00
Infraestructura	0,10	8	9	8	0,80	0,90	0,80
Vía comunicaciones	0,08	7	9	9	0,56	0,72	0,72
Seguridad vial	0,08	9	10	10	0,72	0,80	0,80
Arriendo	0,09	9	8	8	0,81	0,72	0,72
Visibilidad del local	0,07	8	9	10	0,56	0,63	0,70
Transporte	0,06	9	9	8	0,54	0,54	0,48
Decoración del local	0,08	8	8	8	0,64	0,64	0,64
TOTAL	1,00				8,75	9,27	8,98

Fuente: Investigación Directa.
Elaboración: El Autor.

Luego de realizar un análisis profundo de las tres alternativas de la ubicación de los locales se llegó a precisar que la localización óptima de la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” será la del LOCAL B ya que es la que tiene mayor calificación con **9,27** en relación a los otras alternativas, además de que es la que se acerca a la escala establecida de 10 puntos, la misma que está ubicada en el barrio 10 de noviembre en las calles Francisco de Orellana y Av. Amazonas que está cerca de la concentración del Mercado Municipal de Zamora y de todos los recursos necesarios para el correcto funcionamiento y desarrollo de las actividades económicas de la empresa.

Gráfico N. 23 Croquis de la empresa



Fuente: GAD Municipal de Zamora.

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

3.3 Ingeniería del proyecto

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

3.3.1 Equipo y materiales para la prestación del servicio

Para la prestación correcta del servicio de limpieza y fumigación de acuerdo a las áreas ofertadas, y analizando los equipos existentes en el mercado para esta actividad, así como también se analizaron los precios de los mismos dentro de la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA”. A continuación se describe la maquinaria, equipo e implementos a utilizarse:

Máquina manual de aspersión

Gráfico N. 24 Máquina manual de aspersión



Fuente: MY DIRECT INDUSTRY

- Con tecnología en frío, con chorro de agua.
- Se la utiliza para la fumigación.
- Modo de funcionamiento manual a alta presión.
- Bomba con la cabeza de la aleación ligera.
- Equipo de aluminio durable.
- Se sienta confortablemente en la mano.

Fumigadora a motor

Gráfico N. 25 Fumigadora a motor



Fuente: RAM Agriculture Machines

- Fumigadora a Gasolina de Espalda 25L FT-808 RAMM.
- Es un buen diseño con alta calidad.
- Tenemos certificado CCC y CE.
- Utilizado para el jardín de la Agricultura y la fumigación, control de plagas, la esterilización.
- Aplicaciones de protección del medio ambiente en todos los lugares públicos.
- Capacidad del Tanque: 25 Litros.

Aspiradora industrial

Gráfico N. 26 Aspiradora Lavadora Bissell



Fuente: TVentas

- Es una aspiradora con filtro de agua lavadora de alfombras y un sistema de limpieza de pisos posee un sistema de filtrado de 3 etapas.

- Un calentador incorporado para limpiar tapizados, alfombras y una herramienta que le permite limpiar superficies de baldosas, vinilo, laminados y madera dura sellada.
- Big Green Clean Complete incluye una solución limpiadora para pisos duros y otra solución para alfombras y tapizados.
- Además es la única que calienta internamente a 25° C la mezcla de agua y solución limpiadora para eliminar las manchas más difíciles de sus pisos.

Abrillantadora

Gráfico N. 27 Abrillantadora



Fuente: TVentas

- Mantenimiento: decapado (rasqueteado) y abrillantado de toda clase de pisos.
- Fregado con agua de pisos duros y vinílicos.
- Limpieza de alfombras con espuma o polvo.
- Ideal para trabajo pesado.

- El operador tiene la posibilidad de colocar el mango ergonómico en diferentes posiciones para lograr una postura de mando adecuada.
- Está equipada con un doble sistema de seguridad, con el cual la máquina se pone en función con la presión de las palancas del manubrio.

Limpiador de cristales

Gráfico N. 28 Limpiador de ventanas



Fuente: Todo Hogar

- Limpia vidrios difíciles de alcanzar y remueve la suciedad adherida en vidrios y espejos, el mango extensible permite llegar a ventanales altos o zonas difíciles.
- Mango extensible de 1,5 m para limpiarlos rápida y fácilmente.
- Cuenta con una esponja de nylon y escurridor de caucho para evitar el exceso de agua o espuma a la hora de limpiar.
- Largo de esponja y escurridor de caucho: 8 pulgadas, además, es resistente y de larga duración.

Kit de limpieza

Gráfico N. 29 Kit de limpieza



Fuente: Todo Hogar

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

Carrito para la limpieza

Gráfico N. 30 Carrito para la limpieza



Fuente: Todo Hogar

- Este es necesario para que cada agente traslade los materiales que necesitará para la limpieza y fumigación.
- Plataforma para cubeta de llenado.
- Soporte para armazón para trapeador.
- Dos recipientes para almacenaje de 28.5 Lt.
- Flexibles, con soluciones para gran capacidad de almacenamiento.
- Incluye dos contenedores para desinfección removibles de 9.5 Lt cada uno.

Seguridad del personal

Gráfico N. 31 Prendas de seguridad



Fuente: Todo Hogar

- Todas las empresas deben y tienen la obligación de cuidar de sus empleados, por lo cual para protegerlos en sus labores se otorgará a cada uno las prendas necesarias para su seguridad, como es guantes de látex y un overol que además los identifique como miembros de la empresa.

3.3.2 Proceso operativo del servicio

A continuación se detalla lo que corresponde al proceso operativo del servicio de fumigación y limpieza que la nueva sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” va ofrecer en la ciudad de Zamora, que comprende desde la llegada del cliente a las instalaciones, posteriormente hasta el cumplimiento del servicio (cliente satisfecho).

Fases del proceso del servicio

1. **Recibir la llamada telefónica:** Una vez que el cliente realiza la llamada a la oficina solicitando el servicio que desea que se le realice.
2. **Recepción del pedido:** Su pedido será receptado por el encargado de la atención del cliente (Call Center). Cabe recalcar que los servicios se realizarán de acuerdo a la necesidad y preferencia de cada cliente.
3. **Atención cliente:** La persona encargada del Call Center procederá a realizar el registro del cliente conjuntamente con el pedido en la base de datos de la empresa,
4. **Descripción de portafolio de servicios:** Se le brinda al cliente toda la información necesaria del paquete completo que incluye en el servicio de limpieza y fumigación, así como también le informará acerca del costo que tendrá el mismo.
5. **Inspección:** El encargado de este proceso es el Supervisor, el cual se trasladará hasta el sitio para realizar u reconocimiento e inspección de las áreas a limpiar y fumigar, con el fin de determinar cuál es el procedimiento a seguir.
6. **Prestación del servicio:** Luego el supervisor se encargará de enviar a un auxiliar de limpieza a la vivienda u oficina del cliente para que cumpla con el

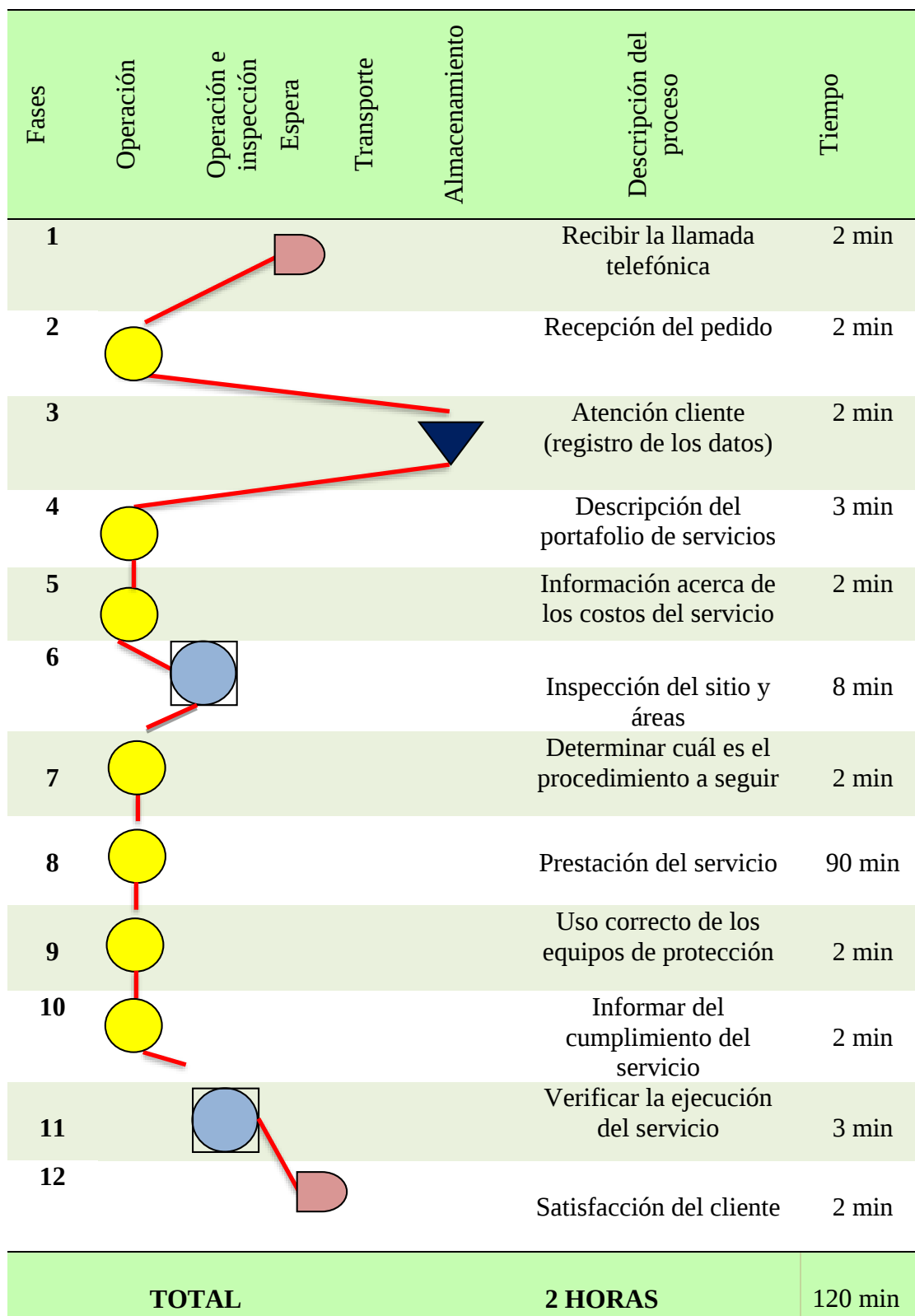
servicio solicitado; los mismos que deben seguir las instrucciones o recomendaciones dadas por el supervisor, como usar equipos de protección, revisión de los equipos de trabajo, no mezclar productos y la descontaminación de los equipos de protección y maquinas utilizadas con el fin de evitar riesgos de intoxicación.

7. **Cumplimiento del servicio:** Después de realizar la tarea encomendada el auxiliar de limpieza regresará a la oficina entregará el dinero e informará al supervisor del cumplimiento del servicio.
8. **Satisfacción del cliente:** Finalmente el supervisor realizará una llamada telefónica al cliente para verificar el éxito en la ejecución del servicio, así como para conocer si está conforme con el servicio y si este fue realizado con eficiencia y responsabilidad por parte del encargado.

3.3.3 Flujograma de procesos

Cabe indicar que la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora, laborará en jornada de 8 horas diarias de lunes a sábados; y para el servicio de limpieza y fumigación la empresa cuenta con 10 auxiliares de limpieza que realizan cada uno de ellos 1 servicio en 120 minutos (2 horas), es decir al día 4 servicios por cada auxiliar de limpieza, lo que significa que diarios se realizaran 40 servicios de fumigación y limpieza. Todo ello se indica anteriormente en el tamaño del proyecto.

Gráfico N. 32 Diagrama de flujo de procesos de limpieza y fumigación



Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

Para la descripción de los principales procesos de prestación del servicio, se tomó en consideración a la siguiente nomenclatura:

Gráfico N. 33 Simbología

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Operación
	Transporte
	Espera
	Almacenamiento o archivo
	Inspección

Elaboración: El Autor.

3.3.4 Distribución de la planta

La distribución del área física de la empresa debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta; para lo cual la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” se la realizará en un local arrendado, ubicado en el barrio 10 de noviembre en las calles Francisco de Orellana y Av. Amazonas, cerca del Mercado Municipal, lugar que se adecuará para lograr el funcionamiento óptimo de la empresa de servicios de limpieza y fumigación.

Para ello se contará con personal calificado en las diferentes áreas para satisfacer a los clientes y brindar el mejor servicio con la tecnología más actualizada del mercado.

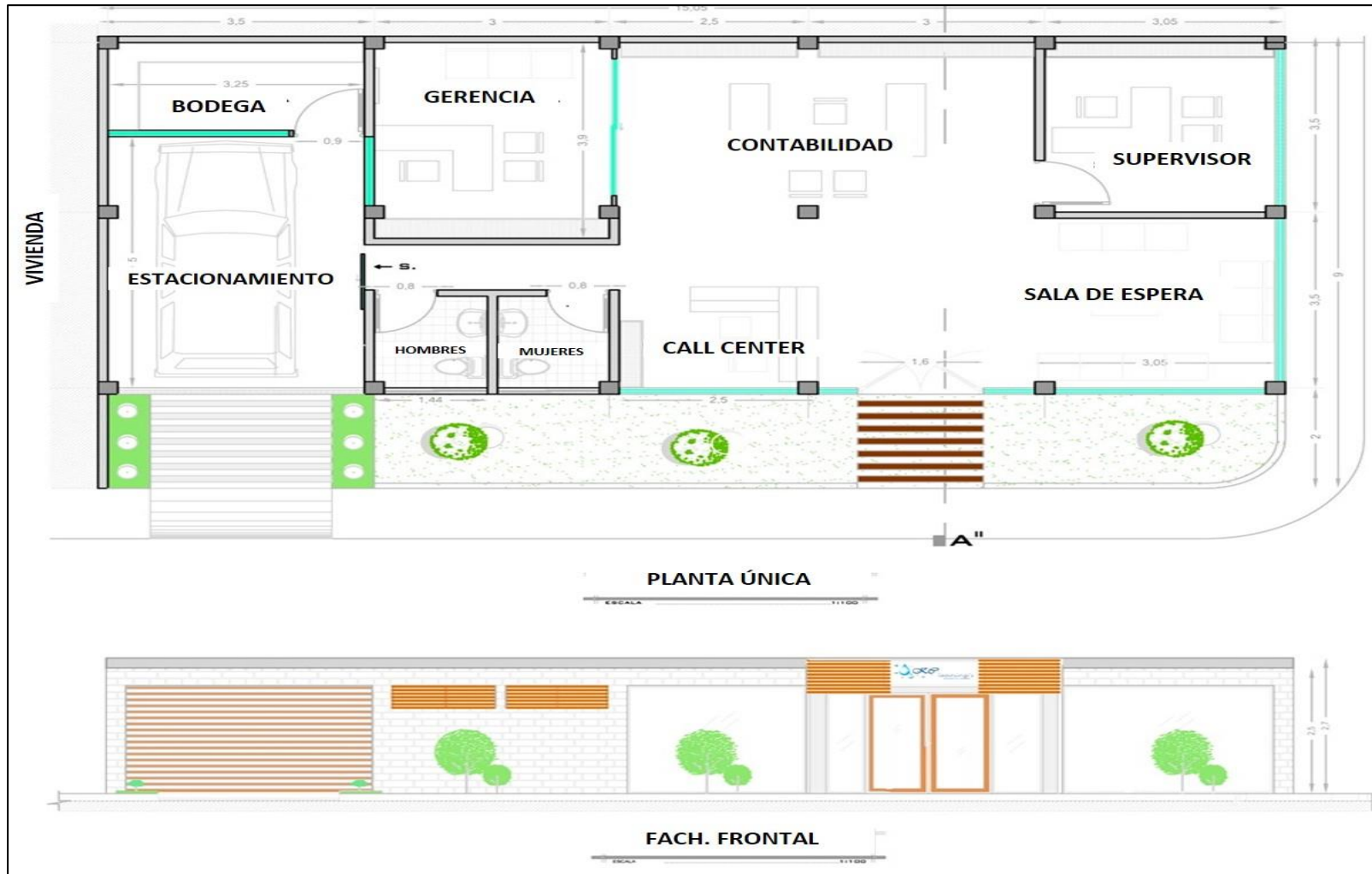
Instalaciones físicas

Estas se dividirán en secciones donde se ubicarán cada una de las oficinas que conformarán la empresa como son:

- Gerencia;
- Contabilidad;
- Supervisor de operaciones;
- Atención al cliente (call center);
- Sala de espera;
- Bodega;
- Garaje; y,
- Todo lo que sea necesario para la correcta atención del cliente, así como para que este se sienta a gusto en las instalaciones de la empresa, el cual se realizó con personal especializado en la materia.

En el siguiente grafico podemos observar la distribución de las instalaciones, que la empresa debe tomar en cuenta para su implementación:

Gráfico N. 34 Distribución física de la empresa



Elaboración: Arquitecto Rodolfo Llanos.

3.3.5 Aspectos ambientales

Legislación vigente

La empresa se basara en la legislación vigente, es decir en la constitución actual que rige al país, y en el sector en el cual va estar la empresa. En la ciudad de Zamora se rige bajo ordenanzas municipales las cuales son:

- Ruc.
- Patente Municipal.
- Permiso de Bomberos.
- Carta de Afiliación a la Cámara de Comercio.

Identificación y descripción de los impactos potenciales

Mientras que por parte del sector administrativo serán recolectados en fundas de basura y depositados en los carros de recolección de basura. Por parte del sector operativo los insumos utilizados en cuanto a limpieza y fumigación serán biodegradables de acuerdo al tipo y en función de las posibilidades que no contaminen el medio ambiente.

Medidas de mitigación

La empresa se sujetara a ordenanzas municipales y al Cuerpo de Bomberos del sector y en cuanto a medidas de mitigación se eliminará solventes peligrosos y sustituirlos por otros menos nocivos cada vez que esto sea posible; y además una adecuada ventilación.

Capítulo 4

4. Estudio organizacional

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

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

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

4.1 Organización legal

La sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”, se establece como una Compañía de Responsabilidad Limitada bajo ciertas características, que conllevan a una serie de requisitos y responsabilidad, de mucha importancia para su constitución, formación e implementación.

4.1.1 Acta constitutiva

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

4.1.2 Razón social

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

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

“FUMILIMPIEZA CIA. LTDA.”

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

4.1.3 Domicilio de la empresa

Este es primordial para la empresa, ya que es el lugar exacto donde será instalada, el mismo que deberá ser estratégico para que los demandantes puedan acceder sin

dificultades al servicio, mediante un análisis realizado para localización de la empresa se determinó que el lugar optimo será en la ciudad de Zamora, perteneciente al cantón Zamora – provincia de Zamora Chinchipe, en las calles Francisco de Orellana y Av. Amazonas cerca del Mercado Municipal.

4.1.4 Objetivos de la empresa

La sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA CIA. LTDA.” tiene como objetivo la prestación de servicios de limpieza y fumigación para las familias de la ciudad de Zamora, el mismo que se ofrecerá 8 horas al día, seis días a la semana excepto días feriados, es decir 304 días al año.

4.1.5 Capital social

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

El capital de la empresa a constituirse es de \$53.888,13 y estará conformado por tres socios los mismo que aportarán el capital en partes iguales, para la inversión inicial.

4.1.6 Tiempo de duración de la empresa

La duración que tendrá la sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA CIA. LTDA.” será de cinco años de vida útil, la cual iniciará sus operaciones una vez inscrita en el REGISTRO MERCANTIL.

4.1.7 Nacionalidad

La empresa que está en proceso de constitución y ejecución será de nacionalidad ecuatoriana por lo que esta se manejará, sujetará, administrará y regirá a las leyes, reglamentos y normativas vigentes actualmente en la República del Ecuador.

4.2 Organización administrativa

Esta es una parte fundamental para la empresa ya que una buena organización permite que las operaciones de la misma se realicen de la mejor manera, asignando las responsabilidades y funciones a cada uno de los miembros que la conformarán. La estructura organizativa estará detallada en los organigramas (estructural y funcional) y manual de funciones.

4.2.1 Niveles jerárquicos

Es así como se establecerá los niveles jerárquicos conforme lo establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración. Los niveles jerárquicos que la empresa va a utilizar son los siguientes:

- **Nivel legislativo**

Comprende el máximo nivel de dirección de la empresa, el cual estará representado por los dueños en la Junta General de Socios, de la compañía de responsabilidad limitada. Esta tendrá a su cargo dictar las políticas, leyes y reglamentos de la empresa,

así como también de la aprobación de estatutos sobre los cuales la empresa opera, su respectiva actuación, representación y desempeño está a cargo de la Presidencia.

- **Nivel ejecutivo**

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

- **Nivel asesor**

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

- **Nivel auxiliar o de apoyo**

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

- **Nivel operativo**

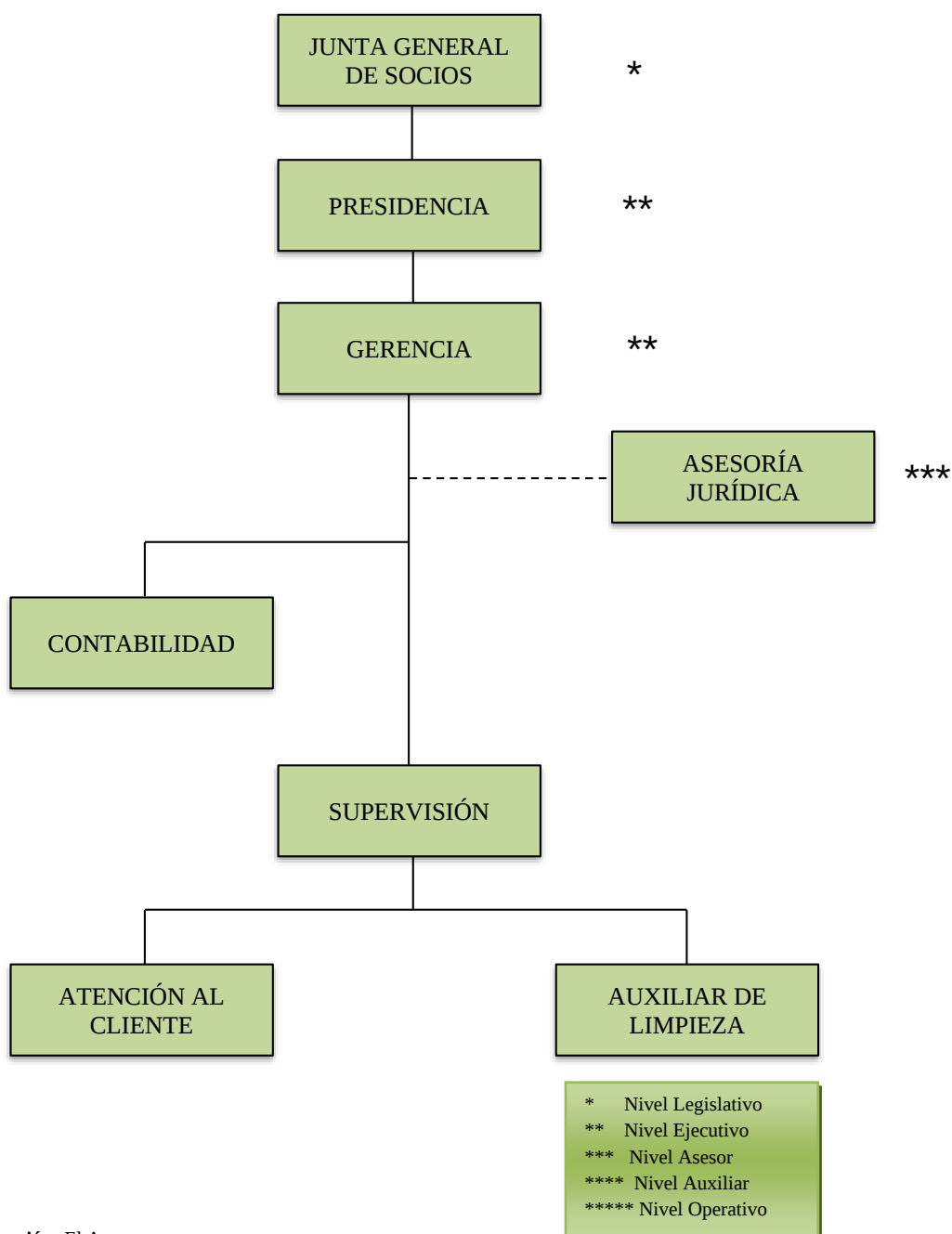
Este nivel es parte esencial de la empresa ya que serán los encargados de realizar la actividad básica por la cual se constituyó la misma, es decir este nivel estará conformado por la parte operativa de la empresa como lo es el supervisor de operaciones, que será el encargado de controlar al personal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

como también forman parte fundamental de este nivel los Atención al Cliente (Call Center) y los Auxiliares de Limpieza.

4.2.2 Organigramas

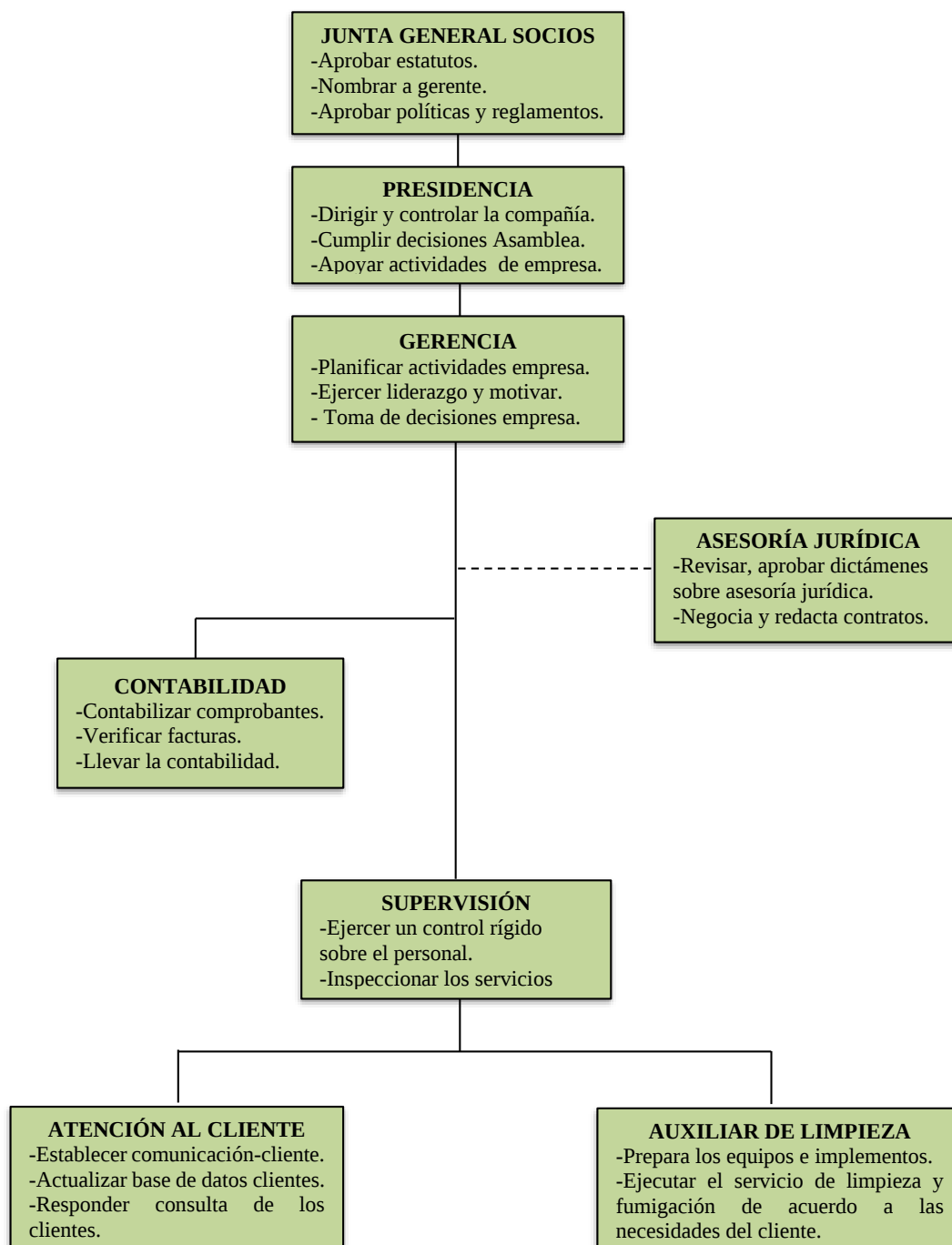
La sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” tendrá los siguientes organigramas:

Gráfico N. 35 Organograma estructural de la empresa



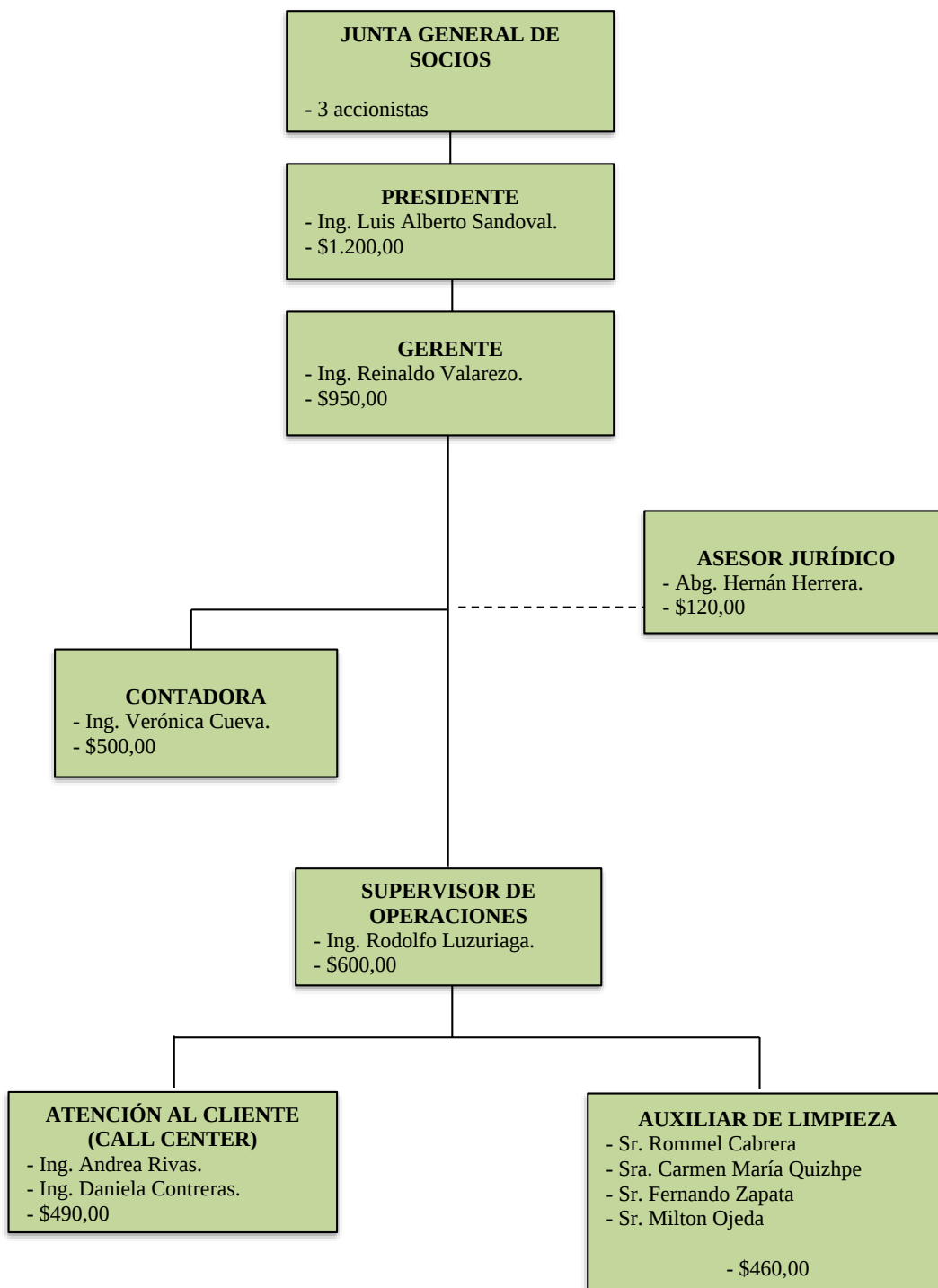
Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 36 Organigrama funcional de la empresa



Elaboración: El Autor.

Gráfico N. 37 Organigrama posicional de la empresa



Elaboración: El Autor.

4.2.3 Manual de funciones para el personal de la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA”

El manual de funciones contiene información respecto de las tareas que debe cumplir cada puesto de trabajo, para facilitar el buen desenvolvimiento del personal para los distintos cargos de la empresa.

NOMBRE DEL PUESTO: Junta General de Socios	CÓDIGO: 001
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Legislativo	NÚMERO DE PERSONAS EN EL CARGO: 3 accionistas.
DEPENDIENTE DE: Ninguno	SUPERVISA: Todo el Personal
ROL DEL PUESTO: La Junta General de Socios es la autoridad suprema de “FUMILIMPIEZA”, conforme al Estatuto y Reglamento Interno de la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Aprobar e interpretar su propio Reglamento. • Aprobar los aspectos de mayor trascendencia de la empresa, la gestión administrativa. • Aprobar las modificaciones al estatuto de “FUMILIMPIEZA”. • Aprobar la disolución de la empresa y nombrar la Comisión Liquidadora que asumirá esta responsabilidad, de acuerdo al quórum mínimo establecido. • Resolver en última instancia las aplicaciones de las sanciones impuestas por el Gerente. • Resolver los asuntos que no sean competencia de otros órganos y que sean sometidas a su consideración de acuerdo a procedimientos internos.	
PERFIL DE CARGO: Las reuniones de la Junta General de Socios serán presididas por el Presidente de la empresa.	
REQUISITOS MÍNIMOS: ✓ Ser accionista de la empresa.	



NOMBRE DEL PUESTO: Presidente	CÓDIGO: 002
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Ejecutivo	DEPENDIENTE DE: Junta General de Socios.
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 16	SUELDO: \$1.200,00
ROL DEL PUESTO: Velar por el desenvolvimiento, desarrollo de la empresa, corregir, dirigir y controlar la ejecución de las labores inherentes de la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa. • Supervisar la normal administración de los fondos y las cuentas asignadas a la compañía. • Velar por la seguridad y la salud de los colaboradores. • Cumplir y hacer cumplir las disposiciones contenidas en la ley, reglamentos y más normas de administración de recursos humanos. • Determinar necesidades de capacitación para el personal de la empresa • Cumplir con los reglamentos, incentivos, procedimientos y más disposiciones dictadas para el ejercicio de sus actividades.	
PERFIL DE CARGO: Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando así como de la empresa en general.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Título de 3er nivel en Administración de Empresas o Carreras afines. • 3 años de experiencia en cargos similares.	



NOMBRE DEL PUESTO: Gerente	CÓDIGO: 003
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Ejecutivo	DEPENDIENTE DE: Presidente.
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 15	SUELDO: \$950,00
ROL DEL PUESTO: Planifica, dirige y controla los recursos con los que cuenta la empresa desarrollando así estrategias que le permita a la empresa ser competitiva.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Planificar estratégicamente las actividades de la empresa, fija las políticas y los objetivos de la organización para el largo y mediano plazo. • Mantener la buena imagen de la empresa ante la sociedad. • Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. • Resuelve problemas presentados por los subordinados. • Dirige el plan operativo de la empresa, con el correspondiente presupuesto anual. • Tramitar órdenes, contratos, cheques y más documentos que el reglamento autorice, aprobando, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa en su cargo. • Realiza las negociaciones y representar los intereses de la organización ante los proveedores y clientes.	
PERFIL DE CARGO: Debe poseer liderazgo, mantener buenas relaciones interpersonales y fundamentalmente don de servicio.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Título Académico en Administración de Empresas o carreras afines. • Experiencia mínima de dos años. • Requiere criterio e iniciativa para planificar y dar prioridad en las diferentes tareas de su puesto de trabajo.	



NOMBRE DEL PUESTO: Asesor Jurídico	CÓDIGO: 004
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Asesor	DEPENDIENTE DE: Gerente.
NÚMERO DE SUBALTERNOS: Ninguno	SUELDO: \$120,00
ROL DEL PUESTO: Atender los asuntos jurídicos legales, asesorando y prestando asistencia a la gestión de los órganos de la Alta Dirección.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Asesorar a los ejecutivos de la empresa sobre asuntos de carácter legal. • Participar en las sesiones de la Junta General de los Socios. • Redactar contratos, convenios, cartas de compromiso, poderes y demás documentos legales que requiera la empresa. • Proponer al Presidente y Gerente los cursos de acción más conveniente dentro del marco legal para la empresa.	
PERFIL DE CARGO: Aconseja, asesora y guía a la empresa en materia jurídica, económica y administrativa.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Poseer Título Académico Profesional en: Derecho o Abogado. • Tener dos años en funciones similares. • Requiere de criterio e iniciativa para realizar trámites legales.	



NOMBRE DEL PUESTO: Contadora	CÓDIGO: 005
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Auxiliar	DEPENDIENTE DE: Gerente.
NÚMERO DE SUBALTERNOS: Ninguno	SUELDO: \$500,00
ROL DEL PUESTO: Ejecutar actividades de apoyo administrativo contable que conlleven un grado de responsabilidad y confidencialidad.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa. • Llevar la contabilidad general de la empresa. • Elaborar estados financieros para fines contables, fiscales y financieros. • Verificar que las facturas recibidas en el departamento, que contengan correctamente los datos fiscales de la empresa. • Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. • Elaborar los comprobantes de diario, mediante el registro oportuno de la información siguiendo con los principios contables generalmente aceptados. • Realizar otras funciones afines que le sean asignadas.	
PERFIL DE CARGO: Realizar labores propias de una contadora y brindar la respectiva asistencia directa a la empresa en cuanto a la contabilidad general de la empresa.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Poseer Título de Secretaria Ejecutivo o Título de Contadora. • Tener un año en funciones similares. • Conocer, analizar y resolver la impresión de oficios, así como la elaboración de informes.	



NOMBRE DEL PUESTO: Supervisor de Operaciones	CÓDIGO: 006
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo	DEPENDIENTE DE: Gerente.
NÚMERO DE SUBALTERNOS: 12	SUELDO: \$600,00
ROL DEL PUESTO: Realizar la inspección y verificación si lo servicios se están prestando eficientemente.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Planificar, dirigir la ejecución de la actividades y tareas a su cargo • Informar sobre cualquier novedad sucedida en la zona o área de trabajo • Realizar el control de calidad de los servicios prestados • Ayudar a los empleados en problemas relacionados a la seguridad y bienestar laboral • Informar a todos los nuevos empleados los planes y programas. • Velar por el cuidado y seguridad de los bienes de la empresa	
PERFIL DE CARGO: Potencial para el liderazgo, capacidad para desarrollar buenas relaciones personales, conocimiento del trabajo y competencia técnica, capacidad para mantener el ritmo de trabajo.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Poseer Título de Ingeniería Comercial. • Tener dos años en funciones similares. • Conocimiento y habilidad para resolver problemas, dedicación y confiabilidad, actitud positiva hacia la administración	



NOMBRE DEL PUESTO: Call Center	CÓDIGO: 007
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo	DEPENDIENTE DE: Supervisor de Operaciones
NÚMERO DE SUBALTERNOS: Ninguno	SUELDO: \$490,00
ROL DEL PUESTO: Proporcionar un servicio al cliente de forma personalizada con un alto nivel de calidad, despertando el interés de los clientes en el servicio ofrecido por la empresa.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Responder a las llamadas entrantes y ayudar a los clientes que tienen inquietudes respecto al servicio. • Actualización de la base de datos existente con las modificaciones o cambios y el estado actual de los clientes o posibles clientes. • Ayudar a los clientes de la organización basada en la comunicación con el servicio de consultas y solución de problemas. • Responder a las consultas de los clientes y las preguntas con prontitud. • Comprobación y categorización de los problemas de los clientes.	
PERFIL DE CARGO: Capacidad comunicativa, tranquilidad, amabilidad, rapidez y sobre eficiencia.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Título de tercer nivel, egresado o estudiante universitario que tenga conocimientos en atención al cliente. • Mínimo 6 meses en funciones similares. • Carisma para atender a los clientes y sobre todo saber vender el servicio.	



NOMBRE DEL PUESTO: Auxiliar de Limpieza	CÓDIGO: 008
NIVEL JERÁRQUICO: Nivel Operativo	DEPENDIENTE DE: Supervisor de Operaciones
NÚMERO DE SUBALTERNOS: Ninguno	SUELDO: \$460,00
ROL DEL PUESTO: Proporcionar servicio de fumigación y limpieza a empresas, domicilios, industrias alimenticias y vehículos, mantenimiento de jardines, lavado de cisternas, etc.	
FUNCIONES DEL PUESTO: • Realizar limpieza de las instalaciones de los clientes que contratan el servicio. • Realizar el control y fumigación de plagas de las instalaciones de los clientes que contratan el servicio. • Responder por el aseo o cuidado de la zona o área que le sean asignadas. • Responder por los elementos utilizados para la ejecución de sus tareas.	
PERFIL DE CARGO: Tener un buen comportamiento durante y después del trabajo, llegar puntual al sitio de trabajo y cumplir con las disposiciones reglamentarias internas.	
REQUISITOS MÍNIMOS: • Título de Bachiller en cualquier especialidad. • Mínimo 1 año en cargos similares. • Responsable, amable, eficiente, puntual, honrado, respetuoso.	

Capítulo 5

5. Estudio financiero

En este capítulo se determina la inversión a realizar para la implementación de la nueva sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora, a través de los activos fijos con sus respectivas depreciaciones, el activo diferido con la amortización correspondiente, el capital de trabajo proyectado con una tasa de inflación de -0,09% para el 31 de enero con el porcentaje que inicia en el año 2018 según datos obtenidos de la página del Banco Central del Ecuador, con todos estos datos se establece el monto total de la inversión, además el financiamiento que se puede realizar a través de una entidad financiera en este caso el BANEQUADOR, incluye también el presupuesto proyectado, los costos fijos y variables, el precio de venta al público, el Estado de Pérdidas y Ganancias, así como el Flujos de caja.

Todos estos datos nos sirven para realizar la Evaluación Financiera con sus respectivos indicadores.

5.1 Inversiones

Mediante el presupuesto de inversión se obtendrá la evaluación y selección de las inversiones que se va utilizar en el proyecto. Este proyecto origina tres clases de activos: activo fijo, activo diferido y activo circulante o capital de trabajo.

5.1.1 Activos fijos

Para que la empresa empiece su actividad comercial es necesario contar con activos fijos. Los activos fijos son aquellas inversiones que realiza la empresa tales como: maquinaria y equipo, equipo de oficina, muebles y enseres, equipo de cómputo, entre otros. Así tenemos los siguientes:

Maquinaria y equipo: Esta empresa ofrecerá los servicios de limpieza y fumigación, por lo tanto se ha visto necesario adquirir el listado de maquinaria y equipos descritos en el siguiente cuadro, los mismos que serán adquiridos en empresas que se dedican a la venta de este tipo de maquinaria.

Cuadro N. 29 Maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Aspiradora industrial 6.5 HP	4	1.685,00	6.740,00
Abrillantadora industrial	4	950,00	3.800,00
Hidrolavadora 1500 WATSS	4	2.489,23	9.956,92
Máquinas manuales de aspersión	4	800,00	3.200,00
Fumigadora a motor	4	547,00	2.188,00
TOTAL			25.884,92

Fuente: MY DIRECT INDUSTRY, RAM Agriculture Machines, TVentas, y Todo Hogar

Elaboración: El Autor.

Herramientas: Para brindar un servicio eficiente de limpieza y fumigación se consideraron algunas herramientas básicas, que servirán para la prestación del servicio, las mismas que son resistentes hechas de diferentes materiales, así tenemos:

Cuadro N. 30 Herramientas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Kit de herramientas	4	19,00	76,00
Carro utilitario	4	186,00	744,00
Compresores	4	350,00	1.400,00
TOTAL			2.220,00

Fuente: MY DIRECT INDUSTRY

Elaboración: El Autor

Muebles y enseres: La empresa adquirirá los muebles y enseres para el equipamiento, tanto de administración como para la prestación del servicio, así tenemos:

Cuadro N. 31 Muebles y enseres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio (Modelo secretaría)	4	300,00	1.200,00
Sillas	10	60,00	600,00
Archivadores de madera	2	200,00	400,00
Antesala	1	500,00	500,00
TOTAL			2.700,00

Fuente: Mueblería “El Bosque”

Elaboración: El Autor

Equipos de oficina: Instrumentos que se van a utilizar en el área administrativa, dentro de los cuales se ha tomado en cuenta los siguientes:

Cuadro N. 32 Equipos de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sumadora	3	25,00	75,00
Teléfonos (Call center)	2	60,00	120,00
Teléfono central - fax	1	130,00	130,00
TOTAL			325,00

Fuente: La Reforma

Elaboración: El Autor

Equipo de cómputo: Equipo indispensable para realizar las actividades administrativas de la empresa, este equipo permitirá minimizar costos y tiempo para maximizar rendimientos.

Cuadro N. 33 Equipo de cómputo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	4	598,00	2.392,00
Impresora	1	370,00	370,00
TOTAL			2.762,00

Fuente: Master PC

Elaboración: El Autor

Resumen de activos fijos: Son todas las inversiones que se realizarán en bienes tangibles que son propiedad de la empresa, entre ellos:

Cuadro N. 34 Resumen de activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR
Maquinaria y equipo	25.884,92
Herramientas	2.220,00
Muebles y enseres	2.700,00
Equipo de oficina	325,00
Equipo de computo	2.762,00
TOTAL	33.891,92

Fuente: Cuadro N. 29 al 33

Elaboración: El Autor

Reinversión de equipo de cómputo: En este caso se realizará una vez la reinversión de los equipos de cómputo, ya que por su depreciación necesitan una reinversión en la vida del proyecto. Para poder obtener sus respectivos valores se actualizan los costos de equipo de cómputo con la tasa de inflación de -0,09% y ubicamos sus valores respectivos al año de reinversión, que es en el año 4.

Cuadro N. 35 Reinversión de equipo de cómputo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipo de cómputo	4	689,75	2.759,51
TOTAL			2.759,51

Fuente: Cuadro N. 33 y tasa de inflación -0,09% (Banco Central del Ecuador)

Elaboración: El Autor

Depreciaciones de activos fijos: Es la disminución en el valor de un bien debido al uso, al deterioro y la caída en desuso, a lo largo de su vida útil (duración). A continuación se detalla las depreciaciones de los activos:

Cuadro N. 36 Depreciaciones

BIENES A DEPRECIARSE	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
Maquinaria y equipo	10 años	10%
Herramientas	10 años	10%
Muebles y enseres	10 años	10%
Equipo de oficina	10 años	10%
Equipo de computo	3 años	33,33%

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaboración: El Autor

Al ser los mismos un activo fijo se tuvo que realizar su depreciación, las mismas que se detallan a continuación:

Cuadro N. 37 Depreciación de maquinaria y equipo

VIDA ÚTIL: 10 años

PORCENTAJE: 10%

BIENES A DEPRECIARSE: 25.884,92

Nº AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	25.884,92
1	2.588,49	2.588,49	23.296,43
2	2.588,49	5.176,98	20.707,94
3	2.588,49	7.765,48	18.119,44
4	2.588,49	10.353,97	15.530,95
5	2.588,49	12.942,46	12.942,46
6	2.588,49	15.530,95	10.353,97
7	2.588,49	18.119,44	7.765,48
8	2.588,49	20.707,94	5.176,98
9	2.588,49	23.296,43	2.588,49
10	2.588,49	25.884,92	0,00

Fuente: Cuadro N. 29

Elaboración: El Autor

Cuadro N. 38 Depreciación de herramientas**VIDA ÚTIL:** 10 años**PORCENTAJE:** 10%**BIENES A DEPRECIARSE:** 2.220,00

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	2.220,00
1	222,00	222,00	1.998,00
2	222,00	444,00	1.776,00
3	222,00	666,00	1.554,00
4	222,00	888,00	1.332,00
5	222,00	1.110,00	1.110,00
6	222,00	1.332,00	888,00
7	222,00	1.554,00	666,00
8	222,00	1.776,00	444,00
9	222,00	1.998,00	222,00
10	222,00	2.220,00	0,00

Fuente: Cuadro N. 30**Elaboración:** El Autor**Cuadro N. 39 Depreciación de muebles y enseres****VIDA ÚTIL:** 10 años**PORCENTAJE:** 10%**BIENES A DEPRECIARSE:** 2.700,00

N° AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	2.700,00
1	270,00	270,00	2.430,00
2	270,00	540,00	2.160,00
3	270,00	810,00	1.890,00
4	270,00	1.080,00	1.620,00
5	270,00	1.350,00	1.350,00
6	270,00	1.620,00	1.080,00
7	270,00	1.890,00	810,00
8	270,00	2.160,00	540,00
9	270,00	2.430,00	270,00
10	270,00	2.700,00	0,00

Fuente: Cuadro N. 31**Elaboración:** El Autor

Cuadro N. 40 Depreciación de equipo de oficina

VIDA ÚTIL: 10 años

PORCENTAJE: 10%

BIENES A DEPRECIARSE: 325,00

Nº AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	325,00
1	32,50	32,50	292,50
2	32,50	65,00	260,00
3	32,50	97,50	227,50
4	32,50	130,00	195,00
5	32,50	162,50	162,50
6	32,50	195,00	130,00
7	32,50	227,50	97,50
8	32,50	260,00	65,00
9	32,50	292,50	32,50
10	32,50	325,00	0,00

Fuente: Cuadro N. 32

Elaboración: El Autor

Cuadro N. 41 Depreciación de equipo de cómputo

VIDA ÚTIL: 3 años

PORCENTAJE: 33,33%

BIENES A DEPRECIARSE: 2.762,00

Nº AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	2.762,00
1	920,67	920,67	1.841,33
2	920,67	1.841,33	920,67
3	920,67	2.762,00	0,00

Fuente: Cuadro N. 33

Elaboración: El Autor

Cuadro N. 42 Depreciación de equipo de cómputo II**VIDA ÚTIL:** 3 años**PORCENTAJE:** 33,33%**BIENES A DEPRECIARSE:** 2.759,51

Nº AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
0	0,00	0,00	2.759,51
1	919,84	919,84	1.839,68
2	919,84	1.839,68	919,84
3	919,84	2.759,51	0,00

Fuente: Cuadro N. 35**Elaboración:** El Autor**Cuadro N. 43 Resumen de depreciaciones de activos fijos**

BIENES A DEPRECIARSE	COSTO	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL
Maquinaria y equipo	25.884,92	10	10%	2.588,49	12.942,46
Herramientas	2.220,00	10	10%	222,00	1.110,00
Muebles y enseres	2.700,00	10	10%	270,00	1.350,00
Equipo de oficina	325,00	10	10%	32,50	162,50
Equipo de computo	2.762,00	3	33,33%	920,67	0,00
Equipo de computo	2.759,51	3	33,33%	919,84	919,84
TOTAL	33.891,92			4.953,50	16.484,80

Fuente: SRI y Cuadro N. 29 al 42.**Elaboración:** El Autor

5.1.2 Activos diferidos

En este activo se tomará en cuenta los gastos realizados en el estudio de este proyecto y gastos de la elaboración de la minuta, entre otros; por lo tanto el valor de este activo se distribuye así:

Cuadro N. 44 Activos diferidos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Permisos de funcionamiento	1	720,00	720,00
Gastos de constitución	1	945,00	945,00
Marcas y patentes	1	90,00	90,00
Estudio del proyecto	1	1.220,00	1220,00
Adecuación del local	1	630,00	630,00
Imprevistos (3%)	1	47,25	47,25
TOTAL			3.652,25

Fuente: GAD Municipal de Zamora, Notaria e Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

Amortización de activos diferidos: Este estudio está proyectado a cinco años, por lo tanto la amortización de este activo, está detallado de la siguiente forma:

Cuadro N. 45 Amortización de activos diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Permisos de funcionamiento	720,00	5	144,00
Gastos de constitución	945,00	5	189,00
Marcas y patentes	90,00	5	18,00
Estudio del proyecto	1.220,00	5	244,00
Adecuación del local	630,00	5	126,00
Imprevistos (3%)	47,25	5	9,45
TOTAL			730,45

Fuente: Cuadro N. 44.

Elaboración: El Autor.

5.1.3 Activo circulante o capital de trabajo

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto, los mismos que están calculados para un año y proyectados a cinco años, que es el tiempo de estudio de este proyecto.

Materiales directos: Son aquellos que forman parte directa del proceso de realización del servicio de limpieza y fumigación, el valor de los materiales e insumos para el primer año se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 46 Materiales directos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escobas	Unidad	60	6,50	390,00
Baldes	Unidad	24	5,00	120,00
Mota para limpiar	Unidad	680	4,50	3.060,00
Recogedor	unidad	24	6,00	144,00
Virkon	galón	680	6,00	4.080,00
Hipoclorito	galón	680	5,40	3.672,00
Gluconato	galón	680	7,00	4.760,00
Alcohol etílico + 40%	galón	680	7,50	5.100,00
Detergente (sulfito de sodio)	unidad	120	5,80	696,00
Unisolutions a base (amonio)	galón	680	9,00	6.120,00
Gel anti-bacterial	galón	240	5,00	1.200,00
Anti sarro	galón	680	6,80	4.624,00
Desinfectante	galón	680	7,40	5.032,00
Aromatizante	galón	240	6,70	1.608,00
Antibacterial	galón	240	5,20	1.248,00
Líquido limpia vidrio	galón	680	6,70	4.556,00
Cera para piso	galón	240	9,70	2.328,00
Esponja de fibra	unidad	120	4,60	552,00
Cepillo de mano	unidad	24	5,00	120,00
Fundas de basura (*10)	unidad	608	1,90	1.155,20
Químico Led Clear (1 lts.)	unidad	680	12,00	8.160,00
Maxicrom 10WP (500 gr)	funda	110	96,00	10.560,00
Deadline Cebo (5 kg)	funda	168	63,00	10.584,00
Malla para insectos (metros)	unidad	360	7,34	2.642,40
Cebaderos de caja plástica	unidad	98	10,00	980,00
Sensores ultrasonido insectos	unidad	98	8,00	784,00
Trampas de goma	unidad	98	5,50	539,00
TOTAL ANUAL				84.814,60
TOTAL MENSUAL				7.067,88

Fuente: ZERIMAR y Distribuidor “AGRIPAC”.

Elaboración: El Autor.

Materiales indirectos: Son aquellos materiales que no forman parte directa en el proceso de prestación del servicio de limpieza y fumigación, pero que son importantes en el momento en el que se cumple con el servicio encomendado por el cliente, se utilizará la gasolina para el funcionamiento de la maquinaria y equipo; y así brindar un servicio de calidad.

Cuadro N. 47 Materiales indirectos

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gasolina	galón	576	1,48	852,48
TOTAL ANUAL				852,48
TOTAL MENSUAL				71,04

Fuente: GASOSILVA.

Elaboración: El Autor.

Mano de obra directa e indirecta: Se ha considerado contratar a cuatro auxiliares de limpieza para que brinden los servicios de limpieza y fumigación, y dos call center que se encargan directamente de la atención al cliente y un supervisor de operaciones encargado de la inspección de los servicios; los mismos que percibirán su respectivo sueldo más los beneficios de ley.

Cuadro N. 48 Mano de obra directa e indirecta

DESCRIPCIÓN	SUPERVISOR DE OPERACIONES	CALL CENTER	AUXILIAR DE LIMPIEZA
Remuneración Básica	600,00	490,00	460,00
Décima tercera Remuneración	50,00	40,83	38,33
Décima cuarta Remuneración	32,17	32,17	32,17
Vacaciones	25,00	20,42	19,17
Aporte Patronal 11,15%	66,9	54,64	51,29
Aporte al IECE 0,5%	3	2,45	2,3
Aporte al SECAP 0,5%	3	2,45	2,3
Aporte al IESS 9,35%	56,1	45,82	43,01
Fondos de Reserva 8,33%	49,98	40,82	38,32
SUBTOTAL	886,00	729,60	686,89
N° de Empleados	1	2	4
TOTAL MENSUAL	886,00	1.459,19	2.747,55
TOTAL ANUAL	10.632,00	17.510,32	32.970,56

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales 2018, IESS.

Elaboración: El Autor.

Material de trabajo: El material de trabajo que utilizará el personal de la empresa (auxiliares de limpieza) será el siguiente:

Cuadro N. 49 Material de trabajo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Guantes Reforzados marca C (caja)	4	11,16	44,64
Overol industrial	4	69,00	276,00
Gorros	4	5,90	23,60
TOTAL			344,24

Fuente: Deportivo Vélez.

Elaboración: El Autor

Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos que tendrá la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” tenemos: remuneraciones del personal administrativo, pago de los servicios básicos para el área administrativa, materiales o útiles de oficina y materiales de aseo.

Remuneración personal administrativo: Están considerados los sueldos del presidente, el gerente, la contadora y el asesor temporal que se proporcionará un sueldo solamente por horas, cada uno con sus respectivos sueldos más los beneficios de ley.

Cuadro N. 50 Remuneración personal administrativo

DESCRIPCIÓN	PRESIDENTE	GERENTE	CONTADORA	ASESOR JURÍDICO
Remuneración Básica	1200,00	950,00	500,00	
Décima tercera Remuneración	100,00	79,17	41,67	
Décima cuarta Remuneración	32,17	32,17	32,17	
Vacaciones	50,00	39,58	20,83	
Aporte Patronal 11,15%	133,80	105,93	55,75	TEMPORAL
Aporte al IECE 0,5%	6,00	4,75	2,50	
Aporte al SECAP 0,5%	6,00	4,75	2,50	
Aporte al IESS 9,35%	112,20	88,83	46,75	
Fondos de Reserva 8,33%	99,96	79,14	41,65	
SUBTOTAL	1.740,13	1.384,32	743,82	120,00
N° de Empleados	1	1	1	1
TOTAL MENSUAL	1.740,13	1.384,32	743,82	120,00
TOTAL ANUAL	20.881,52	16.611,84	8.925,84	1.440,00

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales 2018, IESS.

Elaboración: El Autor.

De acuerdo a las políticas de la empresa el asesor jurídico tiene un sueldo de \$120,00 por lo que su trabajo será de forma ocasional.

Agua potable / Administrativo: Se refiere al agua potable que se va a necesitar en el área administrativa para llevar a cabo las labores diarias.

Cuadro N. 51 Agua potable área administrativa

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Agua potable	m3	9	0,35	3,15
TOTAL MENSUAL				3,15
TOTAL ANUAL				37,80

Fuente: EMAALEP.

Elaboración: El Autor.

Energía eléctrica / Administrativo: Se refiere a la energía eléctrica que se va a necesitar en el área administrativa para llevar a cabo las labores diarias.

Cuadro N. 52 Energía eléctrica área administrativa

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Energía eléctrica	kW/h	75	0,20	15,00
TOTAL MENSUAL				15,00
TOTAL ANUAL				180,00

Fuente: EERSA.

Elaboración: El Autor.

Consumo de servicio telefónico e internet: Se ha considerado contratar mensualmente un plan empresarial en Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) y 1.000 minutos/1.5MB.

Cuadro N. 53 Servicio telefónico e internet

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Servicio telefónico e internet	Minutos/1.5 MB	1	30,00	30,00
TOTAL MENSUAL				30,00
TOTAL ANUAL				360,00

Fuente: CNT.

Elaboración: El Autor.

Materiales o Útiles de oficina: Aquí se estimó los materiales o útiles de oficina más necesarios para realizar el trabajo diario.

Cuadro N. 54 Materiales o útiles de oficina

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Papel	Hojas (resma)	1	3,50	3,50
Tinta	Cartucho	2	3,00	6,00
Lápices	Factureros (*80)	1	5,60	5,60
Libretines	Carpetas	2	0,20	0,40
Correctores	Set Organizador	1	5,70	5,70
Grapa	Esferos (caja)	1	2,40	2,40
TOTAL MENSUAL				23,60
TOTAL ANUAL				283,20

Fuente: La Reforma.

Elaboración: El Autor.

Materiales o Útiles de aseo: Todos los siguientes materiales se consideraron básicos para mantener el local limpio, dentro del presupuesto tenemos:

Cuadro N. 55 Materiales o útiles de aseo

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL
Papel Higiénico Scott (*6)	Paquete	2	4,50	9,00
Trapeador	Unidad	1	3,60	3,60
Cesto de Basura	Unidad	4	3,00	12,00
Jabón Líquido (2ltrs)	Galón	3	4,00	12,00
Ambiental (2ltrs)	Galón	1	3,50	3,50
Franelas	Unidad	2	1,00	2,00
Fundas de basura (*20)	Paquete	2	1,42	2,84
TOTAL MENSUAL				44,94
TOTAL ANUAL				539,28

Fuente: ZERIMAR.

Elaboración: El Autor.

Gastos de ventas

Publicidad: Se ha considerado realizar anualmente cuñas publicitarias, las mismas que se transmitirán por la emisora Radio Podocarpus y Diario “La Hora”.

Cuadro N. 56 Publicidad

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Cuña Radial	4	6,00	24,00	288,00
Diario	2	24,55	49,10	589,20
TOTAL			73,10	877,20

Fuente: Radio “Podocarpus” y Diario “LA HORA”.

Elaboración: El Autor.

Arriendo: Gasto que representa el arriendo del local en el cual funcionará la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA”.

Cuadro N. 57 Arriendo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD REQUERIDA	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Arriendo	unidad	12	400,00	4800,00
TOTAL			400,00	4.800,00

Fuente: Investigación Directa.

Elaboración: El Autor.

A continuación se detalla el resumen de la inversión para un mes de operación, el mismo que alcanzó una inversión total de \$ 53.888,13.

Cuadro N. 58 Resumen de la inversión

RUBROS	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Maquinaria y equipo	25.884,92
Herramientas	2.220,00
Muebles y enseres	2.700,00
Equipo de oficina	325,00
Equipo de cómputo	2.762,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	33.891,92
ACTIVOS DIFERIDOS	
Constitución de la empresa	945,00
Permiso de funcionamiento	1.220,00
Adecuación del local	630,00
Imprevistos (3%)	47,25
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.842,25
CAPITAL DE TRABAJO	
Materiales directos	7.067,88
Mano de obra directa e indirecta	5.092,74
Materiales indirectos	71,04
Material de trabajo	344,24
Gastos Administrativos	
Remuneración personal administrativo	3.988,27
Agua potable área administrativa	3,15
Energía eléctrica área administrativa	15,00
Servicio telefónico e Internet	30,00
Materiales o útiles de oficina	23,60
Materiales o útiles de aseo	44,94
Gastos de ventas	
Publicidad	73,10
Arriendo	400,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	17.153,96
TOTAL DE LA INVERSIÓN	53.888,13

Fuente: Cuadro N. 34, N. 44, N. 46 al 57.

Elaboración: El Autor

5.2 Financiamiento de la inversión

La empresa para el inicio de sus actividades cuenta con un capital de \$16.166,44, que representa el 30% valor que aporta de manera equitativa cada uno de los socios, la diferencia el 70% será financiado con un préstamo en una entidad financiera, como se indica a continuación:

Cuadro N. 59 Financiamiento

COMPONENTE	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	16.166,44	30%
Capital Externo	37.721,69	70%
TOTAL	53.888,13	100%

Fuente: Cuadro N. 58
Elaboración: El Autor

La tabla de amortización para el Crédito Comercial de Servicios solicitado al Banco Nacional de Fomento por el monto de \$37.721,69 a cinco años plazo, con una tasa de interés del 11% ya que el monto es superior a \$25.000,00. Se lo indica a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro N. 60 Tabla de amortización

AÑOS	SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	SALDO FINAL	INTERÉS SEMESTRAL	INTERÉS ANUAL
1	1	37721,69	3772,17	33949,52	2074,69	3941,92
	2	33949,52	3772,17	30177,35	1867,22	
2	1	30177,35	3772,17	26405,18	1659,75	3112,04
	2	26405,18	3772,17	22633,01	1452,29	
3	1	22633,01	3772,17	18860,85	1244,82	2282,16
	2	18860,85	3772,17	15088,68	1037,35	
4	1	15088,68	3772,17	11316,51	829,88	1452,29
	2	11316,51	3772,17	7544,34	622,41	
5	1	7544,34	3772,17	3772,17	414,94	622,41
	2	3772,17	3772,17	0,00	207,47	

Fuente: Cuadro N. 59
Elaboración: El Autor

5.3 Análisis de costos

5.3.1 Presupuesto proformado

Incluye los costos que se presentan durante la prestación del servicio. Para la proyección de los costos se utilizó la tasa de inflación de -0,09% para el 31 de enero del año 2018 según datos del Banco Central del Ecuador (BCE).

Cuadro N. 61 Presupuesto proyectado

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materiales directos	84814,60	84738,27	84662,01	84585,81	84509,68
Mano de obra directa e indirecta	61112,88	61057,88	61002,93	60948,03	60893,18
Materiales indirectos	852,48	851,71	850,94	850,17	849,4
Material de trabajo	344,24	343,93	343,62	343,31	343
Depreciación de maquinaria y equipo	2.588,49	2.588,49	2.588,49	2.588,49	2.588,49
Depreciación de herramientas	222,00	222,00	222,00	222,00	222,00
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	149934,69	149802,28	149669,99	149537,81	149405,75
COSTO DE OPERACIÓN					
Gastos de Administración					
Remuneración personal Admi.	47859,20	47816,13	47773,10	47730,10	47687,14
Agua Potable / Administrativo	37,80	37,77	37,74	37,71	37,68
Energía eléctrica / Administrativo	180,00	179,84	179,68	179,52	179,36
Servicio telefónico e Internet	360,00	359,68	359,36	359,04	358,72
Materiales o útiles de oficina	283,20	282,95	282,7	282,45	282,2
Materiales o útiles de aseo	539,28	538,79	538,31	537,83	537,35
Depreciación de equipo de oficina	32,50	32,50	32,50	32,50	32,50
Depreciación de muebles y enseres	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
Depreciación de equipo de cómputo	920,67	920,67	920,67	919,84	919,84
Amortización de activos diferidos	730,45	730,45	730,45	730,45	730,45
Gastos de Ventas	5677,20	5672,09	5666,99	5661,89	5656,79
Gastos Financieros					
Intereses sobre créditos	3941,92	3112,04	2282,16	1452,29	622,41
Otros Gastos					
Amortización de capital	3772,17	3772,17	3772,17	3772,17	3772,17
TOTAL COSTO OPERACIÓN	64604,38	63725,08	62845,83	61965,78	61086,60
COSTO TOTAL PRODUCCIÓN	214539,07	213527,36	212515,82	211503,59	210492,35

Fuente: Cuadro N. 46 al 60

Elaboración: El Autor

5.3.2 Costo unitario producción y determinación del precio de venta al público

Para poner en marcha la empresa al momento de iniciar sus actividades en la prestación de los servicios de limpieza y fumigación, se incurrió en una serie de costos, los mismos que son importantes para determinar la rentabilidad de la empresa. A continuación se detalla el costo unitario y el precio de venta al público:

Costo unitario de producción: En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos:

$$CUP = \frac{CTP}{\# \text{ Unidades}}$$

$$CUP = \frac{214.539,07}{4864}$$

$$CUP = 44,11$$

Cuadro N. 62 Costo unitario de producción

AÑOS	COSTOS TOTALES	# UNIDADES PRODUCIDAS (SERVICIOS)	COSTO UNITARIO
1	214.539,07	4864	44,11
2	213.527,36	5100	41,87
3	212.515,82	5300	40,10
4	211.503,59	5550	38,11
5	210.492,35	5800	36,29

Fuente: Cuadro N. 61.
Elaboración: El Autor

Precio de venta al público: Para establecer el precio de venta al público se debe considerar como base el costo unitario de producción sobre el cual le agregamos un margen de utilidad.

Cuadro N. 63 Precio de venta al público

AÑOS	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	COSTO UNITARIO
1	44,11	35%	60,00
2	41,87	36%	60,00
3	40,10	43%	60,00
4	38,11	50%	60,00
5	36,29	57%	60,00

Fuente: Cuadro N. 62.

Elaboración: El Autor

5.3.3 Determinación de ingresos por ventas

Este presupuesto permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en un cierto período de tiempo.

Es así que los ingresos totales son el efectivo que la nueva sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” a ubicarse en la ciudad de Zamora que recibirá por la venta de sus servicios, se lo calcula a través de la relación de las unidades producidas (servicios) por el precio de cada una de ellas.

Cuadro N. 64 Presupuesto de ingresos

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Total de Producción	214539,07	213527,36	212515,82	211503,59	210492,35
Unidades Producidas (servicios)	4864	5100	5300	5550	5800
Costo Unitario	44,11	41,87	40,10	38,11	36,29
Margen de Utilidad	35%	36%	43%	50%	57%
PVP	59,55	59,79	60,21	60,02	59,83
PVP Ajustado	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
Número de Unidades (servicios)	4864	5100	5300	5550	5800
Ingreso Anual	291840,00	306000,00	318000,00	333000,00	348000,00

Fuente: Cuadro N. 70.

Elaboración: El Autor

5.3.4 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias presenta el resultado de las operaciones provenientes de uso de los recursos en un periodo determinado de tiempo que en este caso es un año, lo que implica que para que una empresa continúe sus actividades debe estar orientada a generar resultados positivos. Es así que mediante este estado financiero, podremos conocer si la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Zamora, obtendrá ganancias o pérdidas durante este proyecto.

Cuadro N. 65 Estado de pérdidas y ganancias

1. INGRESOS	1	2	3	4	5
Ventas	291840,00	306000,00	318000,00	333000,00	348000,00
Valor Residual					16.484,80
Otros Ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	291840,00	306000,00	318000,00	333000,00	364484,80
2. EGRESOS					
Costo de Producción	149934,69	149802,28	149669,99	149537,81	149405,75
Costo de Operación	64604,38	63725,08	62845,83	61965,78	61086,60
TOTAL DE EGRESOS	214539,07	213527,36	212515,82	211503,59	210492,35
UTILIDAD BRUTA 1-2	77300,93	92472,64	105484,18	121496,41	153992,44
15% Utilidad Trabajador	11595,14	13870,90	15822,63	18224,46	23098,87
UTILIDAD ANTICIPADA					
IMPUESTOS	65705,79	78601,74	89661,55	103271,95	130893,57
22% Impuesto Renta	16426,45	19650,44	22415,39	25817,99	32723,39
UTILIDAD ANTICIPADA					
RESERVA	49279,34	58951,30	67246,16	77453,96	98170,18
10% Reserva Legal	4927,93	5895,13	6724,62	7745,4	9817,02
UTILIDAD LIQUIDA	44351,41	53056,17	60521,54	69708,56	88353,16

Fuente: Cuadro N. 61 y 64.

Elaboración: El Autor

5.3.5 Clasificación de costos

La clasificación de los costos, es la información requerida para la administración, para evaluar y controlar los costos de los procesos productivos, donde la gerencia tomará las herramientas necesaria para la toma de decisiones.

A continuación se detalla los costos fijos y los costos variables, así tenemos:

Cuadro N. 66 Clasificación de los costos fijos y variables

RUBRO	1 AÑO		3 AÑO		5 AÑO	
	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
COSTO DE PRODUCCIÓN						
Materiales directos		84.814,60		84.662,01		84.509,68
Mano de obra directa e indirecta		61.112,88		61.002,93		60.893,18
Materiales indirectos		852,48		850,94		849,40
Material de trabajo		344,24		343,62		343,00
Depreciación maquinaria y equipo	2.588,49		2.588,49		2.588,49	
Depreciación de herramientas	222,00		222,00		222,00	
TOTAL COSTO PRODUCCIÓN	2.810,49	147.124,20	2.810,49	146.859,50	2.810,49	146.595,26
COSTO DE OPERACIÓN						
Gastos de Administración						
Remuneración personal Administ.	47.859,20		47.773,10		47.687,14	
Agua potable / Administrativo		37,80		37,74		37,68
Energía eléctrica / Administrativo	180,00		179,68		179,36	
Servicio telefónico e Internet	360,00		359,36		358,72	
Materiales o útiles de oficina	283,20		282,70		282,20	
Materiales o útiles de aseo	539,28		538,31		537,35	
Depreciación equipo de oficina	32,50		32,50		32,50	
Depreciación muebles y enseres	270,00		270,00		270,00	
Depreciación equipo de cómputo	920,67		920,67		919,84	
Amortización de activos diferidos	730,45		730,45		730,45	
Gastos de Ventas						
Publicidad y arriendo		5.677,20		5.666,99		5.656,79
Gastos Financieros						
Intereses sobre créditos	3.941,92		2.282,16		622,41	
Otros Gastos						
Amortización de capital	3.772,17		3.772,17		3.772,17	
TOTAL COSTO OPERACIÓN	58.889,38	5.715,00	57.141,10	5.704,73	55.392,13	5.694,47
COSTO TOTAL PRODUCCIÓN	61.699,87	152.839,20	59.951,59	152.564,23	58.202,63	152.289,73
COSTO TOTAL	214.539,07		212.515,82		210.492,36	

Fuente: Cuadro N. 61.
Elaboración: El Autor.

5.3.6 Punto de equilibrio

Es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables; es decir, permite calcular el punto mínimo de producción al que debe operarse para no incurrir en pérdidas.

Para el cálculo del punto de equilibrio se procedió de la siguiente manera:

Cálculo del punto de equilibrio (primer año)

1. Método matemático

Datos Año 1:

$$CF = 61.699,87$$

$$CV = 152.839,20$$

$$VT = 291.840,00$$

$$CT = 214.539,07$$

a) En Función de las Ventas:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{61.699,87}{1 - \frac{152.839,20}{291.840,00}} = 129.542,35$$

b) En Función de la Capacidad Instalada:

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100 \quad PE = \frac{61.699,87}{291.840,00 - 152.839,20} \times 100 = 44,39\%$$

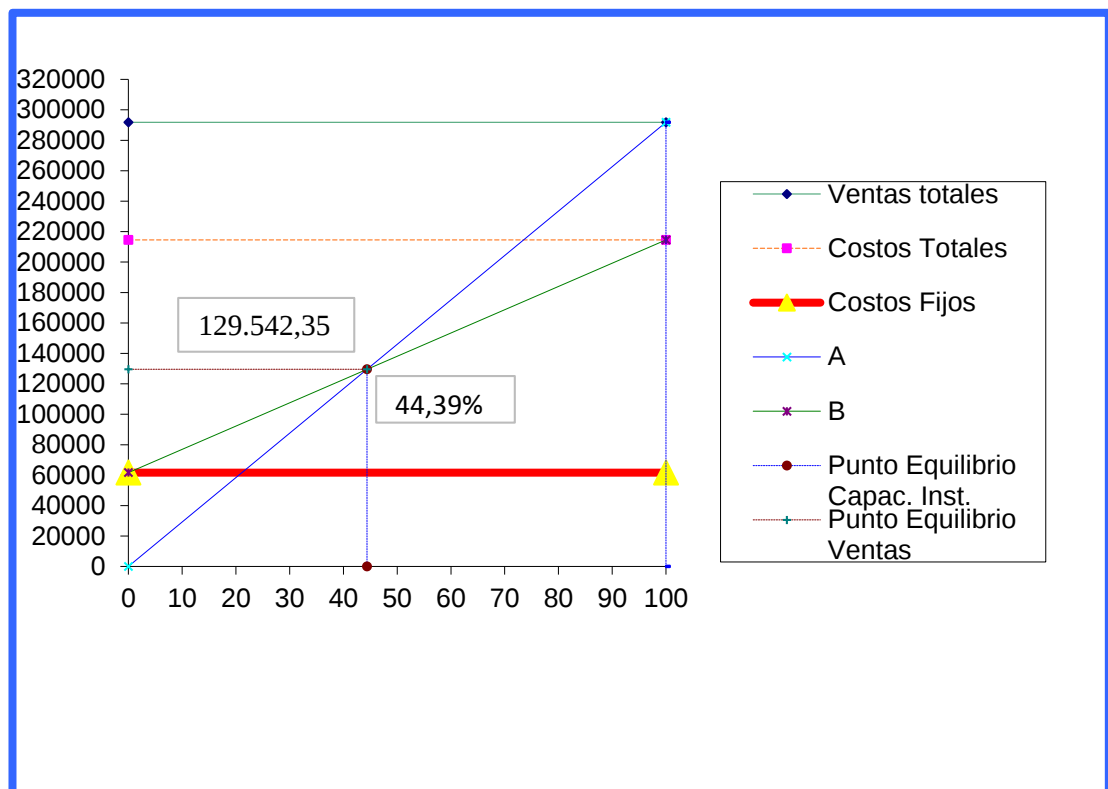
c) En Función de los servicios ofrecidos:

$$Cvu = \frac{CV}{N^{\circ}UP} \quad Cvu = \frac{152.839,20}{4.864} = 31,42$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{61.699,87}{60,00 - 31,42} = 2.159 \text{ servicios}$$

2. Método gráfico

Gráfico N. 38 Punto de equilibrio primer año



Elaboración: El Autor.

Análisis:

El siguiente gráfico indica, que para el primer año la sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Zamora, debe vender **\$129.542,35** dólares con 2.159 servicios de limpieza y fumigación y con una capacidad instalada del **44,39%**, para que la empresa no pierda ni gane, es decir llegue al punto de equilibrio.

Cálculo del punto de equilibrio (tercer año)

1. Método matemático

Datos Año 3:

$$CF = 59.951,59$$

$$CV = 152.564,23$$

$$VT = 323.300,00$$

$$CT = 212.515,82$$

d) En Función de las Ventas:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{59.951,59}{1 - \frac{152.564,23}{323.300,00}} = 112.788,99$$

e) En Función de la Capacidad Instalada:

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100 \quad PE = \frac{59.951,59}{323.300,00 - 152.564,23} \times 100 = 34,89\%$$

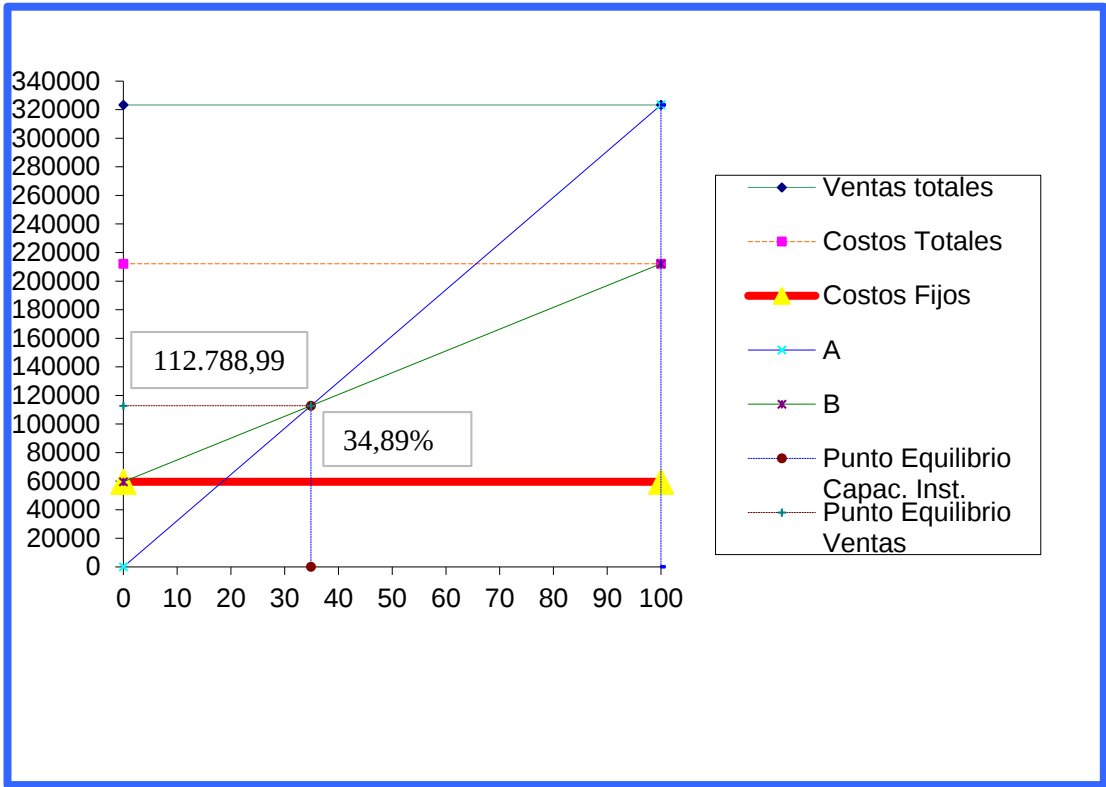
f) En Función de los servicios ofrecidos:

$$Cvu = \frac{CV}{N^{\circ}UP} \quad Cvu = \frac{152.564,23}{5.300} = 28,79$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{59.951,59}{61,00 - 28,79} = 1.861 \text{ servicios}$$

2. Método gráfico

Gráfico N. 39 Punto de equilibrio tercer año



Elaboración: El Autor.

Análisis:

El siguiente grafico indica, que para el tercer año la sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Zamora, debe vender **\$112.788,99** dólares con 1.861 servicios de limpieza y fumigación y con una capacidad instalada del **34,89%**, para que la empresa no pierda ni gane, es decir llegue al punto de equilibrio.

Cálculo del punto de equilibrio (quinto año)

1. Método matemático

Datos Año 5:

$$CF = 58.202,63$$

$$CV = 152.289,73$$

$$VT = 342.200,00$$

$$CT = 210.492,36$$

g) En Función de las Ventas:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{58.202,63}{1 - \frac{152.289,73}{342.200,00}} = 104.875,53$$

h) En Función de la Capacidad Instalada:

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100 \quad PE = \frac{58.202,63}{342.200,00 - 152.289,73} \times 100 = 30,65\%$$

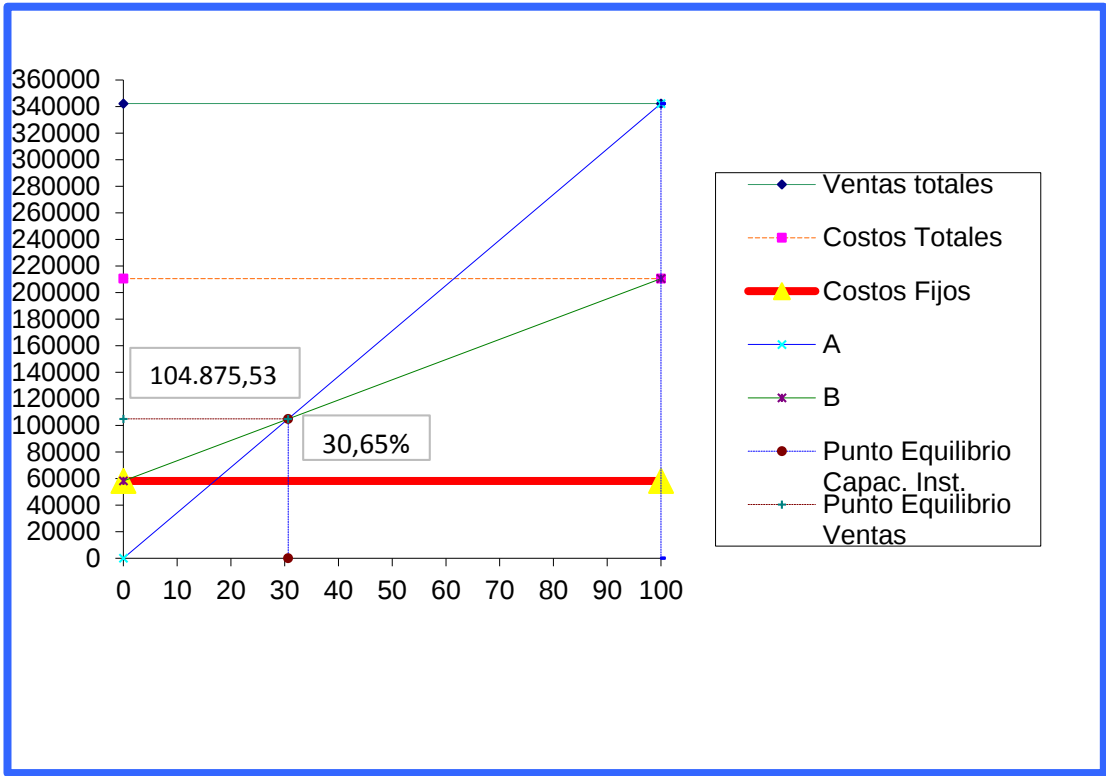
i) En Función de los servicios ofrecidos:

$$Cvu = \frac{CV}{N^{\circ}UP} \quad Cvu = \frac{152.289,73}{5.800} = 26,26$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{58.202,63}{59,00 - 26,26} = 1.778 \text{ servicios}$$

2. Método gráfico

Gráfico N. 40 Punto de equilibrio quinto año



Elaboración: El Autor.

Análisis:

El siguiente grafico indica, que para el tercer año la sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Zamora, debe vender **\$104.875,53** dólares con 1.861 servicios de limpieza y fumigación y con una capacidad instalada del **30,65%**, para que la empresa no pierda ni gane, es decir llegue al punto de equilibrio.

Capítulo 6

6. Evaluación financiera

Se realiza una vez que el proyecto ya esté diseñado; es decir es la parte final de toda secuencia de análisis de factibilidad del proyecto, por lo que es necesario demostrar que la inversión propuesta es y será económicamente rentable o no.

6.1 Flujo de caja

Para evaluar este proyecto en primer lugar se elaboró un flujo de caja proyectado, con el fin de establecer los ingresos y los egresos, para así determinar el flujo neto de caja.

A continuación se detalla:

Cuadro N. 67 Flujo de caja

1. INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	291840,00	306000,00	318000,00	333000,00	348000,00
Valor Residual					16.484,80
Otros Ingresos					
TOTAL DE INGRESOS	291840,00	306000,00	318000,00	333000,00	364484,80
2. EGRESOS					
Costo de Producción	149934,69	149802,28	149669,99	149537,81	149405,75
Costo de Operación	64604,38	63725,08	62845,83	61965,78	61086,60
TOTAL DE EGRESOS	214539,07	213527,36	212515,82	211503,59	210492,35
UTILIDAD BRUTA 1-2	77300,93	92472,64	105484,18	121496,41	153992,44
15% Utilidad Trabajador	11595,14	13870,90	15822,63	18224,46	23098,87
UTILIDAD ANTICIPADA					
IMPUESTOS	65705,79	78601,74	89661,55	103271,95	130893,57
22% Impuesto Renta	14455,27	17292,38	19725,54	22719,83	28796,59
UTILIDAD	51250,52	61309,36	69936,01	80552,12	102096,98
Amortización de Diferidos	3772,17	3772,17	3772,17	3772,17	3772,17
Depreciaciones	4033,66	4033,66	4033,66	4032,83	4032,83
FLUJO DE CAJA	59056,35	69115,19	77741,84	88357,12	109901,98

Fuente: Cuadro N. 61 y 65.

Elaboración: El Autor

Con el fin de determinar si este proyecto es factible se lo analizará mediante los siguientes criterios de evaluación:

6.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es muy importante para la valoración de inversiones en activos fijos, a pesar de sus limitaciones en considerar circunstancias imprevistas o excepcionales de mercado; es decir si su valor es mayor a cero, el proyecto es rentable, considerándose el valor mínimo de rendimiento para la inversión.

Cuadro N. 68 Valor actual neto (VAN)

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DESCUENTO (11%)	VALOR ACTUALIZADO
1	59056,35	0,9009	53203,86
2	69115,19	0,81162	56095,27
3	77741,84	0,73119	56844,06
4	88357,12	0,65873	58203,48
5	109901,98	0,59345	65221,33
			289568,00
			53888,13
			235679,87

Fuente: Cuadro N. 58 y 67.

Elaboración: El Autor

Fórmulas

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

$$VAN = \sum VA - Inversión$$

$$FA = (1 + 0,11)^{-1}$$

$$VAN = 289568,00 - 53888,13$$

$$FA = 0,90090///$$

$$VAN = 235679,87///$$

Análisis: De acuerdo al resultado obtenido se puede concluir que el valor de la empresa aumenta durante su etapa de vida útil, pues ello da el referente de que en este caso es conveniente invertir; de acuerdo a los criterios de evaluación del VAN es conveniente cuando sea superior o igual a cero. En los cálculos realizados mediante el

flujo de caja, se obtuvo un valor actual neto de **\$235679,87** por tanto se acepta la inversión.

6.3 Período de recuperación de capital (PRC)

Es el periodo en el cual la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar.

Cuadro N. 69 Período de recuperación de capital

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DESCUENTO (11%)	VALOR ACTUALIZADO
0	53.888,13		
1	59056,35	0,90090	53203,86
2	69115,19	0,81162	56095,27
3	77741,84	0,73119	56844,06
4	88357,12	0,65873	58203,48
5	109901,98	0,59345	65221,33

Fuente: Cuadro N. 58 y 67.

Elaboración: El Autor

Fórmula:

$$PRC = AñoSuperaInversión + \left(\frac{Inversión - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Año Supera Inversión}} \right)$$

$$PRI = 2 + \left(\frac{53.888,13 - 109.299,13}{56.095,27} \right)$$

$$PRI = 2 + \left(\frac{-55.411,00}{56.095,27} \right)$$

$$PRI = 2 - 0,9878016$$

$$PRI = 1,012198///$$

$$1 \text{ Años} = 0,012198 \times 12 = 0,146376$$

$$0 \text{ Meses} = 0,146376 \times 30 = 4,39128$$

$$4 \text{ Días}$$

Análisis: La sucursal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Zamora, podrá recuperar el capital invertido en 1 año, 0 meses y 4 días.

6.4 Relación beneficio costo (RBC)

La relación beneficio costo es de gran importancia, puesto que permite determinar la viabilidad del producto, y conocer cuánto se va a ganar por cada dólar invertido, con el fin de saber las ganancias que se tendrá por cada dólar invertido.

Cuadro N. 70 Relación beneficio costo

AÑOS	ACTUALIZACIÓN DE COSTOS			ACTUALIZACIÓN DE INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR (11%)	COSTO ACTUAL	INGRESOS ORIGINAL	FACTOR (11%)	INGRESOS ACTUALIZADOS
1	214539,07	0,90090	193278,25	291840,00	0,90090	262918,66
2	213527,36	0,81162	173303,07	306000,00	0,81162	248355,72
3	212515,82	0,73119	155389,44	318000,00	0,73119	232518,42
4	211503,59	0,65873	139323,76	318000,00	0,65873	209476,14
5	210492,35	0,59345	124916,69	364484,80	0,59345	216303,50
			786211,21			1169572,44

Fuente: Cuadro N. 67.

Elaboración: El Autor

Fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{1'169.572,44}{786.211,21}$$

$$RBC = 1,49///$$

Análisis: Según el resultado obtenido la relación beneficio / costo para el proyecto es mayor que uno (1,49), por lo tanto es financieramente aceptable lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,49 centavos de rentabilidad o utilidad.

6.5 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es de gran importancia, ya que por medio de ella permitirá conocer si el proyecto se lo aceptara, dependiendo si el costo de capital es mayor, o se lo rechazara si el costo de capital es menor, ya que estos dos factores permitirán determinar si el proyecto es rentable o no.

Cuadro N. 71 Tasa interna de retorno

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DESCUENTO (120%)	VALOR ACTUALIZADO T _m	FACTOR DESCUENTO TM (121%)	VALOR ACTUALIZADO TM
1	59056,35	0,4546	26844,06	0,45249	26722,41
2	69115,19	0,2066	14279,89	0,20475	14151,34
3	77741,84	0,0939	7300,74	0,09265	7202,78
4	88357,12	0,0427	3771,97	0,04192	3703,93
5	109901,98	0,0194	2132,10	0,01897	2084,84
			54328,76		53865,30
			53888,13		53888,13
			440,63		-22,83

Fuente: Cuadro N. 58 y 67.

Elaboración: El Autor

Fórmulas

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

$$TIR = 120 + (121 - 120 \left(\frac{440,63}{440,63 - (-22,83)} \right))$$

$$TIR = 120 + 1 \left(\frac{440,63}{463,46} \right)$$

$$TIR = 120 + 1 (0,950740)$$

$$TIR = 120,95\%$$

Análisis: El resultado obtenido de la TIR es **120,95%**, el mismo que es mayor que la tasa del costo de capital 11%, lo que nos indica que si es conveniente realizar este proyecto.

6.6 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un indicador que posibilita medir el comportamiento de la rentabilidad frente a una posible variación en los ingresos y gastos.

La sensibilidad constituye un sondeo de posibilidades que pueden presentarse cuando se alteran determinadas variables como el precio de los servicios o el costo de producción, lo que originará una reacción de los ingresos frente a los gastos de la empresa.

A continuación se detalla el análisis de sensibilidad:

DESARROLLO MATEMÁTICO:

1. NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} - 1 \right)$$

2. TASA INTERNO DE RETORNO RESULTANTE

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%VAR = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) * 100$$

4. SENSIBILIDAD

$$SENSIBILIDAD = \frac{\%VAR}{NTIR}$$

Cuadro N. 72 Análisis de sensibilidad incremento en los costos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO INCREMENTO	INGRESO ORIGINAL	FLUJO CAJA	FACTOR DE DESCUENTO Tm	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR DE DESCUENTO TM	VALOR ACTUALIZADO
		28,65%			54,68%		55,68%	
1	214539,07	276004,52	291840,00	15835,48	0,64650	10237,64	0,64234	10171,76
2	213527,36	274702,94	306000,00	31297,06	0,41796	13080,92	0,4126	12913,17
3	212515,82	273401,60	318000,00	44598,40	0,27021	12050,93	0,26503	11819,91
4	211503,59	272099,37	318000,00	45900,63	0,17469	8018,38	0,17024	7814,12
5	210492,35	270798,41	364484,80	93686,39	0,11294	10580,94	0,10935	10244,61
						53968,81		52963,57
						53888,13		53888,13
						80,68		-924,56

Fuente: Cuadro N. 67.
Elaboración: El Autor.

Nueva TIR

$$NTIR = Tm + DT \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

$$NTIR = 54,68 + 1 \left(\frac{80,68}{80,68 + 924,56} \right)$$

$$NTIR = 54,76$$

Diferencia TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$TIRR = 120,95 - 54,76$$

$$TIRR = 66,19$$

Porcentaje De Variación

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100$$

$$\%V = \frac{66,19}{120,95} \times 100$$

$$\%V = 54,73$$

Sensibilidad

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)$$

$$S = \frac{54,73}{54,76}$$

$$S = 0,999$$

Análisis: Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta **28,65%** en los costos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Cuadro N. 73 Análisis de sensibilidad decremento en los ingresos

AÑOS	INGRESO ORIGINAL	INGRESO DECREMENTO	COSTO ORIGINAL	FLUJO CAJA	FACTOR DE DESCUENTO Tm	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR DE DESCUENTO TM	VALOR ACTUALIZADO
		19,86%			54,68%		55,68%	
1	291840,00	233880,58	214539,07	19341,51	0,6465	12504,28	0,64234	12423,82
2	306000,00	245228,4	213527,36	31701,04	0,41796	13249,77	0,4126	13079,85
3	318000,00	254845,2	212515,82	42329,38	0,27021	11437,82	0,26503	11218,56
4	318000,00	254845,2	211503,59	43341,61	0,17469	7571,35	0,17024	7378,48
5	364484,80	292098,12	210492,35	81605,77	0,11294	9216,56	0,10935	8923,59
						53979,78		53024,3
						53888,13		53888,13
						91,65		-863,83

Fuente: Cuadro N. 67.
Elaboración: El Autor.

Nueva TIR

$$NTIR = Tm + DT \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

$$NTIR = 54,68 + 1 \left(\frac{91,65}{91,65 + 863,83} \right)$$

$$NTIR = 54,78$$

Diferencia TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$TIRR = 120,95 - 54,78$$

$$TIRR = 66,17$$

Porcentaje De Variación

$$\%V = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) \times 100$$

$$\%V = \frac{66,17}{120,95} \times 100$$

$$\%V = 54,71$$

Sensibilidad

$$S = \left(\frac{\%V}{NTIR} \right)$$

$$S = \frac{54,71}{54,78}$$

$$S = 0,999$$

Análisis: Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución de hasta **19,86%** en los ingresos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

Conclusiones

Después de haber realizado el estudio de mercado, el estudio técnico y administrativo, el estudio financiero y evaluación financiera de este proyecto de tesis se pudo concluir lo siguiente:

- Al realizar el estudio de mercado en el cual determinamos factores como la oferta y demanda que existe en el mercado, hemos comprobado que el implementar una sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” que brinde los servicios de limpieza y fumigación para las familias de la ciudad de Zamora, es factible y los resultados financieros confirman que la sucursal rendirá utilidad a los socios e ingresos a los empleados.
- La sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” aplicaría como estrategia de mercado la mezcla de mercadotecnia como son las 4P`s (Producto, Precio, Plaza y Promoción), mediante el desarrollo del plan de comercialización para ganar la fidelidad de los clientes, pues de la frecuencia que ellos utilicen el servicio depende el éxito económico del negocio. Es importante desarrollar estrategias de fidelización.
- En el estudio técnico se estableció la macro-localización y la micro-localización en el cual se llega a definir que la nueva sucursal va estar ubicada en el Barrio 10 de noviembre, en las calles Francisco de Orellana y Av. Amazonas, en la ciudad de Zamora, Provincia de Zamora Chinchipe.
- Además en el estudio administrativo determinamos el tipo de empresa, razón social, capital, y cómo será su constitución, así como el desarrollar

organigramas basados en los niveles jerárquicos que dispondrá la sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” con sus respectivos manuales de funciones.

- El estudio financiero nos demostró los diferentes factores, como los presupuestos e inversión que se necesita, además la viabilidad del proyecto en cuanto a la capacidad que posee para prestar el servicio de limpieza y fumigación, logrando cubrir un porcentaje mínimo de la demanda insatisfecha identificada.
- La inversión inicial de la empresa es de **\$53.888,13**, financiada el 30% capital propio y el 70% mediante un préstamo bancario.
- Mediante el análisis de los indicadores económicos se obtuvo los siguientes resultados: el VAN del proyecto es de **\$235.679,87** dólares lo que demuestra la factibilidad de la ejecución del mismo, seguidamente la TIR es de **120,95%** mayor que el costo de oportunidad del capital, el beneficio que la empresa obtendrá es de **0,49 centavos** por cada dólar invertido, también se pudo constatar que la empresa recupera el capital invertido en **1 año, 0 meses y 4 días** y finalmente el análisis de sensibilidad soporta un incremento de **28,65%** en los costos y una disminución del **19,86%** en los ingresos, lo que significa que el proyecto no sufre ninguna sensibilidad ante posibles cambios.
- Por lo que se concluye que la evaluación financiera realizada refleja la rentabilidad y viabilidad del proyecto.

Recomendaciones

- Mantener investigaciones de mercado constantes, representa la base de una buena toma de decisiones en el sector, además, de brindar información sobre nuevos mercados potenciales que puedan estar localizados en otros sectores del país.
- Realizar un correcto estudio técnico que nos permita establecer las bases apropiadas para el desempeño de actividades de la empresa, y que no exista ningún tipo de inconveniente tanto en la distribución física como en el desempeño de la prestación eficiente de los servicios.
- Al momento de desarrollar un estudio administrativo se debe analizar la naturaleza de la empresa, conocer las características y habilidades de trabajo para asumir los deberes y responsabilidades que les corresponde a cada puesto de los niveles de la organización.
- Se recomienda que al desarrollar un estudio financiero, sea necesario realizar un balance general a lo largo de cada año en donde se especifique cuando la empresa comienza a generar ganancias, para decidir si es factible invertir en este negocio.
- El proyecto se deja en consideración de futuros inversionistas ya que de acuerdo a la evaluación financiera el proyecto es factible.
- Es importante y beneficioso la implementación de este tipo de empresas ya que genera buenos ingresos y así mismo ofrece nuevas fuentes de trabajo.

- Ejecutar en el menor tiempo posible la presente alternativa de negocio para mantener su atractivo y aprovechar las oportunidades de mercado que se presentan con él.
- Finalmente es de vital importancia que las instituciones dedicadas al emprendimiento orienten y motiven el planteamiento, desarrollo y ejecución de nuevos proyectos, generando así la creación de nuevas fuentes de trabajo, mejorando e incrementando los recursos económicos de la ciudad, la provincia y el país.

Bibliografía

- Baca, G. U. (2001). *Evaluación de proyectos*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANS, S.A de C.V.
- Bellon, F., & Marie, N. (2002). *Manual técnico de higiene, limpieza y desinfección*. Madrid, España: Edición 1 a ed., Mundi-Prensa.
- Bidou, D. (2001). *Fundamentos y técnicas de esterilización. (Control de materiales y esterilización)*. Buenos Aires: Medica Panamericana.
- Canelos, S. R. (2003). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocio*. U.I.E.: Primera Edición, LCRC Impresiones .
- Carrillo, M. L. (14 de Junio de 2004). *Análisis de sensibilidad*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/analisis-sensibilidad-proyecto-empresarial/>
- Chiavenato, I. (2001). *Iniciación a la Organización y Control*. México: Mc Graw .
- Córdoba, P. M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Madrid: ECOE Ediciones, Segunda Edición.
- Cotton, P., & Willians, C. (1999). *Cleaning and desinfección*. Barcelona: Practical Gastrointestinal Endoscopy.
- Cuadrado, J. R., & González, M. (2000). *El sector servicios en España*. Barcelona: Ed. Orbis.
- Erossa, M. V. (1999). *Localización del proyecto: Macro y Microlocalización*. Capítulo 3.
- Espinoza, S. F. (2007). *Los proyectos de inversion* . costa rica: editorial tecnologia de costa rica .

- Ferrer, J. (27 de MAYO de 2007). *Definicion ABC*. Obtenido de CONSUMO PER CAPITA: <http://www.definicionabc.com/economia/per-capita.php>
- García, S. A. (2012). *Proyectos de Inversión-Evaluación Integral-un enfoque práctico*. Capítulo 1.
- Garzón, C. (1999). *Conceptos sobre procesos de limpieza y sanitización*. Santafé de Bogota: Asociación Química Colombiana.
- Hal, R. V. (2000). *Análisis microeconómico*. México: 3ra. ed.
- Kotler, P., & Lane, K. K. (2012). *Dirección de marketing*. México: ADDISON - WESLEY.
- Llanos, M. (Junio de 2009). *Proyectos de inversion*. Recuperado el 17 de Mayo de 2016, de [proyectosinversion.files.wordpress.com: https://proyectosinversion.files.wordpress.com/2009/06/estudio-de-ingresos-costos-y-gastos1.pdf](http://proyectosinversion.files.wordpress.com/2009/06/estudio-de-ingresos-costos-y-gastos1.pdf)
- Mankiw, N. G. (2012). *Principios de Economía*.
- Martínez, F., & A.M, G. (2000). *Adaptación de la vigilancia higiénico sanitaria de establecimientos*. Alemania: Alimentarias.
- Maynard, K. J. (28 de Junio de 2011). *Enciclopedia Financiera*. Obtenido de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-demanda-efectiva.html#>
- Mc.Donnell, G., & Russell, A. (2001). *Antiseptics and disinfectants: activity, action, and resistance*. USA: Clinical Microbiology Reviews.
- Myers, B. (2008). *Principios de Finanzas Corporativas*. Mexico: Editions S,A.
- Nassir, S. C. (2011). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. Chile: Segunda Edición, Pearson Educación.

Perez, P. J. (2009). *Inversiones*. Obtenido de <http://definicion.de/inversion/>

Rodriguez, M. V. (12 de Febrero de 2004). *UNAD*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/356020/356020_EXE/IDENTIFICACION%20Y%20VALORACION%20IDEA%20DE%20NEGOCIO%20exe/demanda_potencial.html

Sapag, N. (2010). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*.

Sepúlveda, L. C. (2004). *Diccionario de Términos Económicos*. México: Editorial Universitaria.

Váquiro, J. (23 de Febrero de 2010). *Periodo de recuperación de capital*. Obtenido de <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Vásquez, L. (29 de Septiembre de 2016). *Demanda Insatisfecha*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha>

Welsch, G. (2003). *Presupuesto, Planificación y Control de Utilidades*. México: McGraw-Hill, Quinta ed.

Anexos

Anexo N. 1 Objetivos del anteproyecto

Objetivo general:

Realizar un estudio la factibilidad para la creación de una sucursal de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA en la ciudad de Zamora.

Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta y la demanda, demanda insatisfecha, gustos y preferencias de los consumidores con relación a los servicios de limpieza para las familias de la ciudad de Zamora.
- Elaborar un estudio técnico para determinar, el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Determinar la estructura legal y administrativa que requerirá la empresa a crearse.
- Determinar los presupuestos de costos e ingresos para establecer el monto de inversión.
- Determinar las fuentes de financiamiento.
- Realizar la evaluación financiera que demuestra la rentabilidad del proyecto, para una mejora en la toma de decisiones de los inversionistas, a través de los indicadores financieros como son: VAN, TIR, R/BC.

Anexo N. 2 Modelo de encuestas para los demandantes



Universidad Internacional del Ecuador

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Encuestas aplicadas a demandantes del servicio en la ciudad de Zamora

Me dirijo a Ud. muy comedidamente para solicitarle se digne proporcionar su valiosa colaboración dando contestación a la siguiente encuesta, con la finalidad de recopilar la información necesaria para la realización de mi proyecto de tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial en la Universidad Internacional del Ecuador, denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS FUMILIMPIEZA EN LA CIUDAD DE ZAMORA”**.

A continuación se presenta el cuestionario del modelo de encuesta a aplicar:

1. ¿Su nivel de ingreso mensual está entre?

- | | |
|----------------|--------|
| \$301 - \$600 | () |
| \$601 - \$900 | () |
| \$901 - \$1200 | () |
| \$1201-\$1500 | () |

2. ¿Usted y su familia accedería a contratar los servicios de una empresa que realice el servicio de limpieza?

Si ()

No ()

3. ¿Dispone Usted de personal que se encargue del servicio de limpieza?

Si ()

No ()

4. ¿Cada que tiempo contrata personal para que realice la limpieza?

Diariamente ()

Semanalmente ()

Quincenalmente ()

Mensualmente ()

5. ¿Cuántas horas utilizan para realizar la limpieza?

1 – 2 Horas ()

2 – 4 Horas ()

Más de 4 Horas ()

6. ¿Cómo considera el servicio de limpieza que le brindan?

Regular ()

Bueno ()

Muy Bueno ()

Excelente ()

7. ¿Cómo considera Usted los precios que paga por el servicio de limpieza?

Altos ()

Medios ()

Bajos ()

8. ¿Conoce de alguna empresa que preste un servicio completo de limpieza y fumigación para hogares, oficinas o negocios en la ciudad de Zamora?

Si ()

No ()

9. ¿Si se implementará una sucursal de la empresa “FUMILIMPIEZA” en la ciudad de Zamora que brinde servicios de limpieza y fumigación con calidad y eficiencia, estaría dispuesto a utilizar este servicio?

Si ()

No ()

10. ¿Dónde le gustaría poder utilizar este servicio de limpieza y fumigación?

En los hogares ()

En las oficinas ()

En los negocios ()

En casas campestres ()

Todas las anteriores ()

11. ¿De este nuevo servicio seleccione los aspectos que más le atraen?

Beneficios de higienización ()

Que es necesario ()

Es innovador ()

Ninguna de las anteriores ()

12. ¿Con qué frecuencia de acuerdo a su necesidad le gustaría hacer uso del servicio?

Una vez por semana ()

Dos veces por semana ()

Tres veces por semana ()

Todos los días ()

Cada quince días ()

13. ¿Cuántas horas de acuerdo a su necesidad le gustaría hacer uso del servicio?

Dos horas ()

Tres horas ()

Cuatro horas ()

Cinco horas ()

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza y fumigación (servicio completo)?

\$31 - \$40 ()

\$41 - \$50 ()

Más de \$51 ()

15. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?

Prensa escrita ()

Radio ()

Televisión ()

Anuncios publicitarios ()

Internet ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N. 3 Modelo de entrevista para el oferente



Universidad Internacional del Ecuador

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

**Entrevista aplicada a la Sra. Betty Balladarez gerente-propietaria de la empresa
“ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.” de la ciudad de
Zamora**

Me dirijo a Ud. muy comedidamente para solicitarle se digne proporcionar su valiosa colaboración dando contestación a la siguiente entrevista, con la finalidad de recopilar la información necesaria para la realización de mi proyecto de tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial en la Universidad Internacional del Ecuador, denominado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA SUCURSAL DE LA EMPRESA DE SERVICIOS FUMILIMPIEZA EN LA CIUDAD DE ZAMORA”**.

A continuación se presenta el cuestionario del modelo de entrevista a aplicar:

1. ¿Cuántos años lleva la empresa ofreciendo sus servicios en el mercado?

.....

.....

.....

2. ¿En qué lugar se encuentra ubicada “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”?

.....

.....

.....

3. ¿Qué servicios de limpieza ofrece “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”?

.....

.....

.....

4. ¿Cuántos hogares u oficinas hacen uso de su servicio semanalmente?

.....

.....

.....

5. ¿Con qué frecuencia hacen uso de su servicio?

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

7. ¿Cómo considera los precios de los servicios que ofrece “ZAMORANAS LIMPIEZAS Y SOLUCIONES CÍA. LTDA.”?

.....

.....

.....

8. ¿Por qué considera usted que utilizan sus servicios?

.....

.....

.....

9. ¿Indique el porcentaje de incremento que usted ha percibido en la demanda del servicio ofertado en los últimos años?

.....

.....

.....

**10. ¿Conoce usted empresas de las mismas características que la suya?
Menciónelas.**

.....

.....

.....

11. ¿Qué relación mantiene usted con los empleados de la empresa?

.....

.....

.....

12. ¿Cuenta su empresa con una misión y visión establecida?

.....

.....

.....

13. ¿Cuenta la empresa con una ubicación adecuada?

.....

.....

.....

14. ¿Qué tipos de promociones utiliza para ofertar los servicios?

.....

.....

.....

15. ¿Cómo hacer conocer al público de los servicios que su empresa brinda a los clientes?

.....

.....

.....