ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FEN

FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS

PLAN DE NEGOCIOS: PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DE OFICINAS PARA LAS INSTITUCIONES PRIVADAS Y PÚBLICAS DE BABAHOYO.

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO DE:

INGENIERIA COMERCIAL Y EMPRESARIAL

ESPECIALIZACION COMERCIO EXTERIOR

PRESENTADA POR:

KARINA DEL ROCIO VALAREZO PRIETO

DAISY ROCIO ORRALA MIRABA

INGRITH PAOLA CONTRERAS MARTINEZ

GUAYAQUIL – ECUADOR

AÑO 2009

AGRADECIMIENTO

A **Dios**, por ser nuestra guía espiritual y fortaleza diaria; a **NUESTROS PADRES**, por confiar en nosotros y ser el pilar de apoyo incondicional en nuestras vidas; a la **ECONOMISTA ELMA RAMIREZ** por guiarnos en nuestro trabajo y darnos las herramientas necesarias para cumplir con nuestras metas.

DEDICATORIA

Le dedico mi trabajo a mi **madre** quien con su esfuerzo logro sacarme adelante en este último año de estudio y desde siempre ha sido mi apoyo incondicional. A mi amado **esposo**, en enseñarme luchar para ser feliz, y para poder lograr sueños, por apoyarme incondicionalmente.

Y a mi **Padre** que aunque no esté, su espíritu me inspiró a seguir siempre adelante y recordar que para lograr tus metas solo tienes que proponerte soñar en grande

KARINA

Le dedico este trabajo a mi **mami** por ser la persona quien siempre ha sido mi pilar en cada etapa de mi vida de manera incondicional, nos a enseñado a mi hermano y a mí que si lucha puede conseguir todo en la vida

DAISY

Dedicado a mis **padres**, por que son mi inspiración para seguir adelante y por enseñarme a valorar y apreciar lo bueno que nos da la vida. A mis **hermanos** por todo el amor y confianza que han sembrado en mi

INGRITH

TRIBUNAL DE GRADUACION

Ing. Oscar Mendoza Macías, Decano

PRESIDENTE

Eco. Elma Ramírez

DIRECTORA DEL PROYECTO

Eco. Homero Villacis

VOCAL PRINCIPAL

DECLARACION EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este proyecto de grado corresponde exclusive a los autores y el patrimonio intelectual del mismo a la “ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

KARINA DEL ROCIO VALAREZO PRIETO

DAISY ROCIO ORRALA MIRABA

INGRITH PAOLA CONTRERAS MARTINEZ

RESUMEN EJECUTIVO

ANTECEDENTES

El éxito de toda oficina es su personal capacitado y la calidad del entorno en el que se desenvuelve, es por esta razón que hoy en día las grandes empresas están apostando a la calidad del entorno dentro de sus compañías, situando a las empresas que prestan servicios de limpieza de oficinas en un nivel mas importante e invirtiendo en este sector.

Aunque no han subcontratado este servicio a una empresa personalizada todavía, es posible encontrar empresas cuyo servicio de limpieza lo realiza personal de planta.

Dada la realidad de esta problemática, y a la escasa competencia que existe en el sector de limpieza de oficinas en la ciudad de Babahoyo, se ha planteado crear un empresa independiente y especializada que satisfaga las necesidades de las empresas de oficinas privadas y públicas de esta ciudad; cuyo concepto plantea la prestación de servicios de calidad mas allá de un simple lavado de un establecimiento o de la limpieza de un sanitario, sino, que incluirá un trato cordial, buena presencia y calidad humana de sus colaboradores.

INDICE GENERAL

ABREVIATURAS

TIR	**:**	Tasa Interna de Retorno
TMAR	**:**	Tasa de Descuento
VAN	**:**	Valor Anual Neto
F.O.D.A	**:**	Fortalezas, Debilidades, Oportunidades, Amenaza

INDICE DE TABLAS

CAP # 1 - 2 - 3

INDICE DE TABLAS

CAP # 4

TABLAS FINANCIERAS

INDICE DE GRAFICOS

INDICE DE ILUSTRACIONES

INTRODUCCION

Muchas empresas hoy en día luchan con las soluciones de limpieza, lo que significa que puede ser muy difícil encontrar una buena empresa que se encargue del mantenimiento de sus oficinas, por esta razón aun confían a su conserje la labor y responsabilidad que este trabajo acarrea.

Aunque esta solución es muy atractiva para las empresas ya que pueden ahorrarse dinero, tiene su problemática con estas personas, y es que estas personas también cuestan dinero y no están capacitadas para realizar el proceso de limpieza de una manera adecuada y correcta.

El planteamiento de la creación de una empresa que brinde servicios de limpieza de oficinas a empresas privadas y públicas de Babahoyo busca cubrir con la demanda de dichas compañías, aprovechando la escasa incursión de otras empresas de servicios similares, permitiendo a su vez ingresar a este mercado con un concepto nuevo e innovador para la ciudad.

Al planear un servicio de limpieza, se utilizan una combinación de métodos para lograr el grado de limpieza deseado o requerido. Cada cliente (oficina) tiene condiciones particulares, debido al grado de ensuciamiento, al diseño de sus oficinas, al requerimiento, etc.

Por lo tanto requiere de procesos de limpieza particulares. Con la incursión de nuestra empresa tendrán la seguridad de obtener los mejores resultados en cuanto a grado de limpieza, así como protección del equipo y del personal.

Ya que La limpieza diaria y constante del mobiliario, útiles, enseres y sanitarios contribuye a mejorar la calidad de vida, y eleva el rendimiento de quienes trabajan con buenos niveles de aseo é higiene.

MARCO TEORICO

SI ALGO SE PUEDE ENSUCIAR, es probable que alguien esté dispuesto a pagarle para limpiarlo. Por esto es que pocas industrias pueden decir que hay tantas oportunidades como lo hace la industria de la limpieza profesional.

Los servicios de limpieza se han convertido en una necesidad básica, tanto para los hogares, en los que la mayoría de las mujeres se han incorporado al mercado laboral, como en las **empresas e instituciones**, que ya no apuestan por la 'señora de la limpieza' o "al conserje de su trabajo" y buscan un servicio ante todo profesional.

Sumado a una escasa competencia, dentro del mercado que apuntamos, las empresas de servicios de limpieza se aseguran un futuro brillante dentro de este negocio.

La capacidad de mejora y la enseñanza con la que operan las empresas de servicios de limpieza, sumado a la gran rentabilidad de estos negocios a cambio de una ajustada inversión, dibujan un panorama de futuro muy satisfactorio para las empresas de servicios de limpieza pequeñas.

El nivel que se le ofrece al cliente es la esencia en las empresas de servicios ya que dan un valor adicional al mismo, Un factor importante para caracterizar a las empresas de servicio de limpieza es el alto o bajo nivel que ofrece con respecto a la calidad en sus servicios, en la mayor parte de los casos los colaboradores de las empresas no perciben la calidad de las personas que limpian por que de este nivel depende mucho de las actitudes y conocimientos del personal que labora para estas empresas sin embargo en ocasiones es posible influir la calidad de los servicios.

El servicio entonces es en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad (Palafox, s.f.).

La empresa que implementaremos se dedica a la estructura competitiva de servicio de limpieza de oficina, la cual es fomentada por la escasez de los ofertantes en la ciudad de Babahoyo y esto tendrá barreras como el posicionamiento de la empresa que de hecho esta se considerara por medio del análisis FODA, los precios que esta incurre al adquirir los servicios y el tamaño del mercado.

Los precios altos que mantienen las empresas de servicios de limpieza que se encuentran fuera de la ciudad de Babahoyo han limitado su ingreso a este mercado. La mayoría de las empresas privadas y públicas de esta ciudad obtienen el servicio por medio de las microempresas que son aquellos pequeños negocios creados desde tu hogar ó de un pequeño local y son trabajados por familiares y/o amigos, y también por el personal de mantenimiento como lo son los conserjes todos estos representan nuestra mayor competencia.

Con nuestro proyecto queremos ofrecer a nuestros clientes un servicio de limpieza diferencial a esto se le garantizara la calidad eficiente, precios accesibles, ofertas etc.

También dar una mejor estabilidad a nuestros trabajadores como lo establece la LEY DEL TERBAJADOR descrita en el art. 42 y otros beneficios adicionales los cuales se detallaran en el desarrollo del proyecto.

CAPITULO I

1.1 DEFINICION DE LA EMPRESA

INDEKA S.A, es una empresa de nueva creación, de servicios especializados en limpieza de oficina para empresas privadas y públicas de la ciudad de Babahoyo, dedicada exclusivamente a prestar los mejores servicios de limpieza del mercado

INDEKA S.A no es una empresa enfocada a prestar servicios en forma masiva, sino que al contrario, busca satisfacer necesidades de limpieza en empresas que requieren puntualidad, limpieza profunda, seguridad y confianza en el trabajo final y en el personal que ingresa a sus instalaciones.

La dedicación, el profesionalismo, la confianza y compromiso marcarán el accionar diario de nuestra empresa.

1.2 GENERALIDADES

1.2.1 MISION

Ofrecer un sistema de trabajo integrado de confianza en Servicios de Limpieza, que satisfaga las necesidades de cada uno de nuestros clientes, de un modo profesional y humano.

A su vez generar un ambiente funcional en su centro de trabajo gracias a la labor de nuestro personal, que le permita dedicarse en profundidad a su actividad empresarial principal.

1.2.2 VISION

INDEKA S.A, trabaja para lograr convertirse en la alternativa más viable para cubrir las expectativas y necesidades del mercado.

Así también consolidarse como una empresa líder en servicios especializados, e identificación de marca que permita la expansión de servicios y proyección local basada en una clara voluntad de servicios

1.2.3 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de la Empresa de Servicios de Limpieza de Oficina, será ingresar al mercado de las empresas privadas y públicas de Babahoyo con un servicio diferenciado donde se contara con estándares de calidad, reflejando así, la responsabilidad y compromiso de nuestra empresa con la comunidad Babahoyense.

1.2.4 OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Fortalecer el concepto del servicio de limpieza especializado en la oficinas de las empresas de Babahoyo

2. Posesionarnos en el mercado como la empresa líder en el servicio especializado de limpieza

3. Llegar a un crecimiento anual del 5% en el mercado.

4. Desarrollar nuestra actividad basándonos en una filosofía de calidad y competitividad que nos lleve a la satisfacción de nuestros clientes. Con ello tratamos de ser una de las empresas más modernas y eficaces del sector

1.2.5 JUSTIFICACION

En una ciudad inclinada al crecimiento y a la globalización donde cada vez se requiere de una mayor capacidad para desenvolverse en los negocios en un ambiente agradable y sugestivo.

Es necesario preocuparse por su entorno y cuidar del mismo, tomando las medidas necesarias que permitan la construcción de un sistema adecuado.

Con el ánimo de mejorar el entorno laboral de las empresas de Babahoyo privadas y públicas, se ha dispuesto a la creación de una empresa de servicio de Limpieza de oficina en esta ciudad, con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado e incorporar el concepto innovador de nuestra empresa en esta localidad.

1.3 DATOS DE LA COMPAÑÍA

1.3.1 Nombre de la Compañía : INDEKA S. A

1.3.2 Logotipo:

1.3.3 Eslogan: Soluciones de limpieza

1.3.4 CONSTITUCION DE INDEKA

La compañía se constituirá con 3 socios (accionistas) siguiendo el primer inciso del artículo 92 de la ley de compañías[1], cada accionista aportara capital propio para la creación de la empresa y para el registro correspondiente en la localidad de Babahoyo que se detallan a continuación.

1.3.4.1 Permisos de funcionamiento (costos de constitución)

- ❖ Registro único de contribuyente
- ❖ Benemérito Cuerpo de Bomberos
- ❖ M.I Municipio de Babahoyo

---

[1] Ver anexo de ley de compañías.

- ❖ Afiliación a la cámara de la Pequeña Industria de Babahoyo
- ❖ Inscripción del trámite de constitución
- ❖ Permisos del Ministerio de Salud

1.3.4.2 Aportaciones

Las aportaciones se detallan de la siguiente manera:

TABLA # 1

Rubro	% de inversión	Inversión inicial por accionista
ACCIONISTA 1	50%	15000,00
ACCIONISTA 2	25%	7500,00
ACCIONISTA 3	25%	7500,00
TOTAL DE INVERSION	**100%**	**30000,00**

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

1.3.5 SERVICIOS BRINDADOS

INDEKA pone a disposición de sus clientes un equipo altamente capacitado, profesional, dedicado y confiable para limpiar en profundidad lo que requieran, brindando los siguientes servicios:

TABLA # 2

CARTERA DE SERVICIOS	
1	Limpieza de Alfombras y tapices
2	Limpieza de muebles y equipos de oficinas
3	Limpieza de vitrales internos y cortinas
4	Limpieza de fachada incluidos los vitrales externos
5	Limpieza y sanitizado de baños
6	Limpieza y mantenimiento (encerado y pulido) de pisos
7	Limpieza y aspirado de colchones

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

1.3.6 BENEFICIOS DE LA COMPAÑÍA INDEKA S.A

TABLA # 3

INDEKA SERVCIOS ESPECIALIZADOS
Insumos de Calidad especializados en el servicio de limpieza
Realización de tareas bajo manuales de la empresa
Rotación de personal según las necesidades de la empresa
Disminución de tiempo ocio
Calidad garantizada y avalada por la empresa de acuerdo a seguimiento

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

1.3.6.1 Insumos de Calidad especializados en el servicio de limpieza

INDEKA contara con implementos de alta calidad, para garantizar el servicio que preste nuestra empresa para la mejora de nuestros clientes.

1.3.6.2 Realización de tareas bajo manuales de la empresa

Todas las obligaciones de los colaboradores de nuestra empresa serán establecidas bajo manuales elaborados por los directivos de la empresa, los mismos que estarán acorde con las normas implantadas en el manual de higiene.

1.3.6.3 Rotación de personal según las necesidades de la empresa

De acuerdo a las necesidades de los clientes, se ha determinado diferentes turnos para que cada empleado pueda satisfacer los requerimientos de las empresas a las cuales les prestamos el servicio.

1.3.6.4 Disminución de tiempo ocio

INDEKA, pensando siempre en el beneficio- costo, va a implementar la disminución de tiempo ocio de nuestros trabajadores, con la rotación del personal en las distintas empresas.

1.3.6.5 Calidad garantizada y avalada por la empresa de acuerdo a seguimiento

Nuestra compañía contara con el Jefe de Ventas, quien será el encargado de llevar un control de todos nuestros colaboradores en sus respectivas áreas de trabajo, al mismo tiempo reportara diariamente las novedades ocurridas en las empresas el Gerente General.

1.3.7 LIMITACIONES DEL SERVICIO

1. Nuestro mercado solo se conformara con las empresas dentro de la ciudad de Babahoyo.
2. Considerara a todas las empresas mencionadas en el listado posibles clientes.

3. Las empresas serán de orden público y privado de nivel medio – medio alto de Babahoyo.

1.3.8 NUESTRO PERSONAL

Todos nuestros colaboradores de limpieza deberán pasar por un proceso de selección, ya que se requiere de un personal plenamente ajustado a los perfiles de los cargos requeridos, que al final, deben corresponderse a mantener un servicio con calidad y mejora continua.

Nuestros empleados oscilaran en un rango de edad de 18 a 35 años, de nivel académico secundario o universitario (no obligatorio), con el fin de garantizar que las capacitaciones de productos y maquinarias sean asimiladas a cabalidad.

Se mantendrá un sistema de información que permitirá a que nuestros trabajadores estén instruidos sobre el servicio que realizaran y los términos de calidad que deben preservar.

Nuestros trabajadores recibirán regularmente capacitación en áreas como:

- Relaciones Humanas.
- Atención de Quejas y Reclamos.
- Seguridad, e Higiene Ocupacional
- Uso y manejo de los equipos
- Evaluación continua de su trabajo
- Conocimientos sobre la Desinfección y Sanitización.

Los contratos de nuestros empleados estarán basados de acuerdo a los beneficios de la ley y se cumplirán con las normas de las mismas.

Contaran con los respectivos implementos de limpieza y uniformes, los mismos que deben corresponder a imagen de nuestros clientes, por lo que contaran con 2 uniformes suficientes que les permitirán estar siempre limpios.

Trabajaran en horarios definidos de acuerdo a las necesidades de la empresa, dichos horarios dependerán de los requisitos de los clientes, los cuales hemos estimado de la siguiente manera:

TABLA # 4

DESCRIPCION DE PERSONAL	
ADMINISTRATIVO	**OPERATIVO**
Gerente General Jefe Financiero	Auxiliares de Limpieza
Jefe de Ventas Recepcionista Chofer	

TABLA # 5

HORARIO DEL PERSONAL	
ADMINISTRATIVO	**OPERATIVO**
LUNES A VIERNES 08:00 - 17:00	**LUNES A DOMINGOS** 07:00 - 15:00 15:00 - 23:00 23:00 - 07:00
SABADOS 08:00 - 12:00	

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Todo empleado será comunicado de su respectivo horario de trabajo desde sus inicios en el empleo, hasta la duración del contrato. Para los departamentos administrativos y operativos dispondremos de la siguiente cantidad de empleados:

TABLA # 6

NOMINA DE LA EMPRESA	# DE EMPLEADOS
Gerente General	1
Jefe Financiero	1
Jefe de Ventas	1
Recepcionista	1
Chofer	1
Auxiliares de Limpieza	18
TOTAL	**23**

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Se calculo 18 empleados de acuerdo a las 29 empresas que van a adquirir el servicio en horarios matutinos, vespertinos y diurnos[2]

INDEKA como concepto de empresa nueva promoverá la motivación por medio de una buena selección, un adiestramiento efectivo, un auto control de gestión y un adecuado sistema de incentivo, que promueva un compromiso hacia la calidad de su servicio y hacia su estabilidad en el trabajo.

Así como también convenios de descuentos con los supermercados de la localidad para realizar sus compras de la canasta diaria, las mismas que se actualizaran cada mes.

---

[2] Ver análisis de mercado cap. III

1.3.9 LISTADO POSIBLES CLIENTES

1.3.9.1 EMPRESAS PÚBLICAS

TABLA # 7

EMPRESAS PUBLICAS
1. Municipio de Babahoyo
2. Comisión Nacional de transporte
3. Tribunal Electoral de Los Ríos
4. Contraloría de Babahoyo
5. Consejo Provincial de Babahoyo
6. Miduvi
7. Corte Superior de Justicia
8. Empresa Eléctrica de Los Ríos
9. Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
10. S.R.I
11. Palacio de Justicia
12. Fiscalía del Estado
13. Hospital Martin Icaza

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

1.3.9.2 EMPRESAS PRIVADAS

TABLA # 8

EMPRESAS PRIVADAS	
1. Complejo San Pablo	15. Clínica TOUMA
2. Clínica Moderna	16. Almacenes Comandato
3. Hotel Perla verde	17. Almacenes Jaher
4. Almacenes Lorences	18. EMOFIS
5. Almacenes la Ganga	19. Banco de Guayaquil
6. Almacenes Orve Hogar	20. Banco del Pichincha
7. Almacenes Créditos económicos	21. Banco Bolivariano
8. Hotel La Pradera	22. Centro de Atención al cliente de Porta
9. Hotel Los Andes	23. Clínica Barrio Lindo
10. Hotel Cacharí	24. Cooperativa sagrario
11. Almacenes TIA	25. Metrocar S.A
12. Clínica Maternidad La Merced	26. Hotel Gran River
13. Colegio Ecomundo	27.- Aneta
14. Cooperativa Juan Pio de Mora	

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

1.3.9.3 UBICACIÓN DE LA EMPRESA

INDEKA para garantizar las correctas labores diarias de la compañía contara con un local alquilado previamente amoblado para oficinas, con 140 metros cuadrados que estará ubicado en el centro de la ciudad de Babahoyo, en la calles Malecón 319 y Bolívar.

Las especificaciones de cobro son: una cantidad de $600,00 mensuales, con 2 meses de anticipación y contrato firmado para el alquiler del local cuya razón social es de prestar servicios, las dimensiones del local serán expuestas en un dibujo técnico que se encuentra detallados en los anexos de dibujos de proyectos.

1.4 MAQUINARIAS UTENSILIOS Y QUIMICOS

Nuestra empresa contara con un stock completo de las más modernas maquinarias, que brindaran un óptimo servicio de limpieza interna y externa para las oficinas

Además para garantizar la calidad en el servicio contaremos con los utensilios necesarios para cada área, las mismas que están detalladas a continuación[3].

TABLA # 9

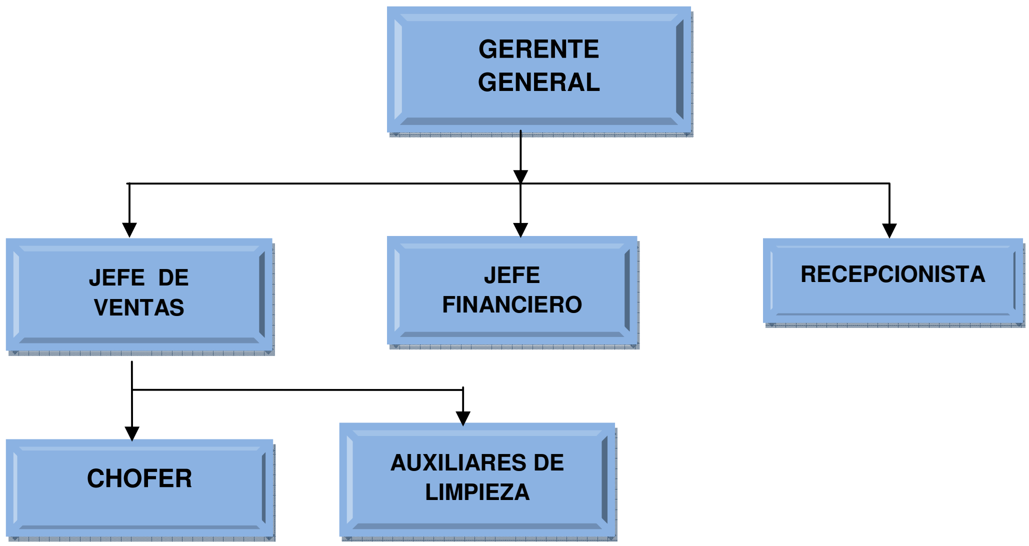
MAQUINARIAS UTENSILIOS Y QUIMICOS	
1. Aspiradora	10. Uniforme
2. Abrillantadora	11. Detergente
3. Pulidora/Enceradora	12. Cloro
4. Barredor acrílico	13. Desinfectante
5. Escoba	14. Ambientales
6. Recogedor de basura	15. Ácidos
7. Escurridor de pisos	16. Cera
8. Guantes	17. Desengrasante
9. Trapeador de lana	

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

[3] Ver figuras en los anexos maquinarias, utensilios y químicos.

1.5 ORGANIGRAMA DE INDEKA S.A

ILUSRTRACION # 1



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

1.5.1 DISTRIBUCION DE FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

1.5.1.1 Del Gerente General:

❖ Planificar, organizar, integrar, dirigir y controlar las políticas de la Empresa para lograr los objetivos.

❖ Establecer, cumplir y hacer cumplir los objetivos y normas.

❖ Representar a la Empresa frente a los trabajadores

❖ Desarrollar, aprobar y controlar los planes de la organización.

❖ Escoger la mejor estrategia para la organización.

❖ Aplicar las evaluaciones de desempeño

❖ Cumplir y hacer cumplir los procedimientos

- ❖ Cumplir y hacer cumplir las políticas empresariales
- ❖ Cooperar en la selección del personal.

1.5.1.2 Del jefe de Ventas:

- ❖ Analizar los mercados actuales y potenciales.
- ❖ Diseñar y ejecutar las investigaciones.
- ❖ Desarrollar mejoras de servicios
- ❖ Planificar las estrategias de mercadeo.
- ❖ Diseñar y controlar el presupuesto de ventas y costos.
- ❖ Analizar y supervisar el proceso de ventas.
- ❖ Preparar y analizar las estadísticas de la empresa.
- ❖ Analizar la posición de la competencia.
- ❖ Supervisar el manejo y control de las fuentes de datos.
- ❖ Establecer las cuotas, metas y comisiones de ventas.
- ❖ Mantener continuo contacto con el cliente.
- ❖ Coordinar la logística y venta de productos.
- ❖ Elaborar las estrategias de precios de la Empresa

1.5.1.3 Del Jefe de Finanzas:

- ❖ Planificar, organizar, dirigir y supervisar la ejecución del sistema financiero de la Empresa.
- ❖ Participar y dirigir los proyectos de reforma del presupuesto de conformidad con las Leyes y Reglamentos;

❖ Vigilar la aplicación correcta del control interno previo y concurrente, al realizar el desembolso de los recursos económicos de la Empresa, siempre que exista los fondos requeridos y la partida presupuestaria respectiva.

❖ Verificar, liquidar y administrar el dinero que por diversos factores ingrese a la Empresa.

❖ Controlar la correcta custodia, uso y registro de los recursos financieros de la Empresa, conforme a las disposiciones legales establecidas.

❖ Someter a consideración de los directivos los planes y programas de actividades del área financiera para su respectiva aprobación.

❖ Asesorar a los diferentes niveles de la Empresa en materia financiera.

❖ Elaborar y remitir oportunamente a los organismos competentes los balances y estados financieros consolidados y demás informaciones que sean requeridas.

❖ Asegurar el financiamiento para cumplir oportunamente con las obligaciones contraídas interna y externamente.

❖ Analizar, interpretar y emitir informes sobre los estados financieros de las distintas unidades administrativas y operativas de la Empresa y someterlos a consideración de las instancias correspondientes.

1.6 VALOR AGREGADO DE INDEKA S.A

El valor agregado de nuestra empresa es la "Excelencia" ya que es un elemento vital para generar un servicio altamente comprometido con el cliente, y este contemplara un servicio de calidad referente a los insumos y maquinarias, a su vez la utilización de tecnología hará de los colaboradores de INDEKA, los mejores de mercado.

Además nos empeñamos en dar en cada servicio la posibilidad de ofrecer un trabajo, dentro de un esquema "Ganar-Ganar", que nos asegure un beneficio a las dos partes.

CAPITULO II

ANALISIS DEL MERCADO

2.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado nos ayudará a determinar la existencia de nuestro mercado para el servicio, y mediante la información obtenida podremos diseñar una estrategia de penetración y diferenciación de los mismos.

Según Stanton, Etzel y Walker[4], especialistas en mercados; en la actualidad, las empresas que producen servicios exceden en gran número a las que producen bienes. Es decir, son más las empresas de servicio que el total de fabricantes, compañías, y firmas dedicadas a los diferentes negocios.

La investigación de mercado es la parte más importantes de nuestro plan de negocios, y será uno de los indicadores clave a la hora de decidir la viabilidad del proyecto.

Sabemos de antemano que no conoceremos efectivamente a nuestros clientes sino hasta el momento de concretar la venta, pero es muy importante que analicemos las empresas que podrían ser nuestros posibles consumidores. Esto nos dará una idea mucho más clara de nuestro negocio, y nos ayudará a plantear nuestra propia estrategia de marketing.

2.2 ANALISIS DEL SECTOR Y LA COMPAÑIA

Como lo habíamos mencionados en este capítulo, el mercado de Babahoyo cuenta con 50 empresas que tienen sede en la ciudad, de las cuales el 73% estarían dispuestas a pagar por nuestro servicio,

---

[4]Libro Fundamentos de Marketing por Stanton, Etzel y Walker edición 11

En el siguiente análisis observaremos la competencia tanto de servicios sustitutos como los directos y el servicio que estos ofrecen.

Para los servicios de limpieza de oficina para empresas privadas y públicas de Babahoyo, las empresas de la ciudad poseen el siguiente formato de colaboradores:

1. Empleados Auxiliares de Servicios (conserjes)
2. Prestación de servicios (empresas subcontratadas)

Siendo los auxiliares personas que trabajan para las mismas entidades (conserje), y, los de prestación de servicios (empresas subcontratadas) que son contratados para el trabajo de limpieza para oficinas por las matrices de sus establecimientos desde la ciudad de Guayaquil.

En las empresas es muy común ver a los auxiliares de servicios realizar el trabajo de limpieza con materiales brindados por la misma empresa, según una encuesta realizada a los colaboradores de las 40 instituciones que encuestamos, logramos determinar que el 30% de ellos posee educación primaria y el 70% educación secundaria, oscilan entre 20 y 40 años de edad siendo estos últimos trabajadores de sectores públicos, los mismos que diferencia su ganancia de acuerdo a la antigüedad en la empresa.

Es importante recalcar que para la realización de los trabajos de limpieza las empresas que poseen auxiliares de servicios deben anexar a sus rubros administrativos los valores de insumos mensuales.

Las empresas de prestación de servicios de limpieza, son utilizadas por un 28%, como por ejemplo los Bancos, SRI, Centro de atención al cliente de Porta entre otras, que representan a entidades grandes con sucursales en la ciudad de Babahoyo y que se manejan mediante políticas de sus propias matrices.

Los precios altos que mantienen las empresas de servicios de limpieza que se encuentran fuera de la ciudad de Babahoyo han limitado su ingreso a este mercado.

Según las encuestas realizadas, INDEKA pudo determinar que las empresas están dispuestas a adquirir el servicio si nuestra empresa cuenta con un servicio especializado en limpieza, garantizando la calidad del servicio con propios materiales y mantenimiento diario de sus equipos de oficinas,

Con nuestro proyecto queremos ofrecer a nuestros clientes un servicio de limpieza diferencial, a esto se le garantizara la calidad eficiente, precios accesibles, ofertas etc.

Para las empresas que prestan servicio de limpieza en esta localidad su crecimiento depende de la apertura de grandes compañías con matrices en Guayaquil, las cuales anualmente oscilan entre un 1 y 2%.

2.3 SEGMENTACION DEL MERCADO

Para conocer mejor a nuestro mercado y a nuestros consumidores procedimos a segmentar en dos grupos: el primero en las empresas privadas de la ciudad de Babahoyo que representa el 74% del mercado, y públicas que representan el 26%.

Cabe recalcar que la segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de nuestra empresa.

Para la correcta realización de nuestro estudio hemos procedido a segmentar el mercado de la siguiente forma:

2.3.1 NECESIDADES DEL MERCADO

Empresas que requieran un servicio de limpieza especializada, para conservar un ambiente limpio y de calidad para sus clientes, proveedores y empleados y así dar una imagen distinguida e impecable a su empresa.

2.3.2 DESCRIPCION DE LOS MIEMBROS DEL SEGMENTO OBJETIVO

2.3.2.1 Geografía: Babahoyo

2.3.2.2 Demografía:

TABLA # 10

POBLACION	TOTAL	%
TOTAL DE EMPRESAS ACTIVAS	50	100%
PUBLICAS	13	26%
PRIVADAS	37	74%
CAPACIDAD DE ADQUISICION	Media, Media - Alta	

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

2.3.3 METODOLOGIA

La metodología que se aplicara para la obtención de información primaria será por medio de una encuesta. La investigación de mercados utiliza mucho la encuesta muestrearía o estadísticamente representativa, puesto que se pueden obtener una serie de resultados de una pequeña muestra y aplicarlos a la generalidad o universo.

Por lo tanto la muestra es una reproducción en pequeño del universo de datos y serán estimaciones exactas.

El tipo de encuesta será realizada a las personas que tengan el poder decisivo para la adquisición de nuestro servicio y será personal, debido a que esta es flexible en cuanto a la recolección de datos que permita al entrevistador interactuar con el encuestado ya sea para especificar o aclarar cualquier duda que se presente durante la misma.

2.3.3.1 NECESIDADES DE INFORMACION

Es evidente la importancia que recae sobre el concepto de un servicio nuevo, para que este sea lo suficientemente atractivo para los clientes a los que va dirigido y goce de éxito en el mercado.

Por ello, es necesario conocer previamente al lanzamiento del servicio, si el concepto del mismo es válido y aceptado por el público objetivo. Así, si el servicio cubre las exigencias y las necesidades esperadas y proporciona el beneficio que busca el cliente potencial, el servicio tendrá un concepto tal que será aceptado por el consumidor.

Hay que añadir que mediante la investigación de mercados podremos obtener variables estrictamente necesarias por ejemplo: beneficios que se espera de nuestro servicio y exigencias de los clientes a los que vamos a dirigir nuestro servicio.

2.3.3.2 PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS

La recolección de datos se realizara en las empresas privadas y públicas de la ciudad de Babahoyo, las mismas que están ubicadas en el norte, centro, y sur de esta localidad.

2.4 DISEÑO DE LA MUESTRA

Este análisis se realizará bajo la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple.

Es importante determinar el tamaño de la muestra, es decir, el número de encuesta representativa para el análisis estadístico necesario.

El cálculo del tamaño de la muestra se realizara basándonos en la población de las 50 empresas de la ciudad de Babahoyo, por consiguiente utilizaremos la muestra de población finita, en la cual se conoce el total de la población para así saber a cuántos del total tendremos que estudiar.

En este caso la formula sería la siguiente:

$$\boxed{n = \frac{N * Z_{\alpha}^{2} p * q}{d^{2} * (N-1) + Z_{\alpha}^{2} * p * q}}$$

Donde:

N = Total de empresas activas # 50 en la actualidad

$Z_a{}^2$ = 1.96^2 valor asociada a un valor de confianza del 95%

p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

q = Proporción de personas que no están dispuestas a adquirir el servicio 1 – p (en este caso 1 - 0.05 = 0.95)

d = precisión (en este caso deseamos un 3%)

Reemplazando las formulas tenemos:

$$n = \frac{50 * 1.96^2 * 0.05 * 0.95}{0.03^2 * (50 - 1) + 1.96^2 * 0.05 * 0.95}$$

$$n = \frac{9.1238}{0.226576}$$

$$\boxed{n = 40 \text{ empresas}}$$

El número total de encuestas que se deberá realizar para sustentar el análisis estadístico es de **40** empresas

2.4.1 DISEÑO DE ENCUESTAS

El patrón a seguirse en las encuestas es el de utilizar tres tipos diferentes de preguntas:

Dicotómicas.- que son preguntas estructuradas en donde solamente se presentan dos opciones: el SI o el NO.

Abiertas.- que son preguntas que permiten a los encuestados expresar actitudes y opiniones totalmente personales.

De Selección múltiple.- En este tipo de preguntas se enlistan varias alternativas de respuestas al entrevistado para su elección de acuerdo a su necesidad.

La encuesta consta con una introducción informativa social y económica de la empresa, con 4 preguntas Dicotómicas, 7 preguntas de selección múltiple y una de carácter abierto, dándonos un total de 12 preguntas, las mismas que nos proporcionaron información valiosa para nuestro estudio.

2.4.2 RESULTADOS OBTENIDOS DEL DISEÑO DE LA MUESTRA

TABLA # 11

EMPRESAS	CANTIDAD	%
PRIVADAS	28	70%
PUBLICAS	12	30%
TOTAL DE EMPRESAS	**40**	**100%**

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

De las 40 encuestas realizadas a las empresas de la ciudad de Babahoyo, el 30% fueron dirigidas a las empresas públicas y el 70% a las empresas privadas, cumpliendo así con la muestra tomado de nuestro estudio

2.5 ANALISIS DE LAS ENCUESTAS

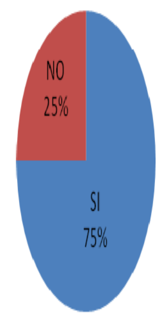
PREGUNTAS TABULADAS PARA EL ANALISIS DE L MERCADO

1.- CUENTA USTED CON UN SERVICIO DE LIMPIEZA EN SU EMPRESA

TABLA # 1

OPCIONES	100%
SI	75%
NO	25%

GRAFICO # 1



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Aquí podemos determinar que en el 25% de las empresas en Babahoyo no cuentan con un personal de limpieza, y un 75% de las empresas si cuentan con un servicio de limpieza en sus compañías.

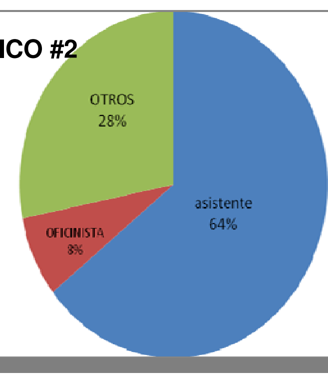
Aunque cabe recalcar que el concepto de servicio de limpieza que tienen en esta localidad se ve reflejada en la siguiente pregunta.

2.- ¿QUIEN REALIZA EL SISTEMA DE LIMPIEZA EN SU OFICINA?

TABLA # 2

OPCIONES	100%
Asistente	64%
Oficinista	8%
Otros	28%

GRAFICO #2



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

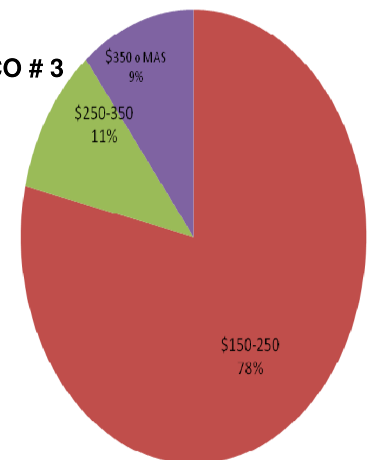
Como podemos observar los competidores de INDEKA son los asistentes de limpieza o llamados también **conserjes** ya que ocupan el 64% del mercado, en el 8% se ubican los oficinistas que son el mismo personal que dentro de sus labores diarias se encuentran las de higienizar sus propios lugares de trabajos, y el 28% lo ocupan las empresas que tienen servicios de limpieza subcontratados.

3-¿CUANTO PAGA USTED POR EL SERVICIO DE LIMPIEZA INTERNO EN SU EMPRESA?

TABLA # 3

OPCIONES	100%
$50-150	0
$150-250	67%
$250-350	24%
$350 o MAS	9%

GRAFICO # 3



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Del 100% de las empresas encuestadas se identifica que el 67% paga en promedio $200,00 que es el sueldo promedio en el mercado de esta ciudad, el 24% cancela a sus empleados un promedio de $300,00 y un 9% cancela a sus colaboradores mas de $350,00.

Hay que tomar en cuenta que los valores oscilan de acuerdo a diferentes variables entre las que se encuentran: el sueldo por antigüedad, y concesiones de contratos, básicamente de las empresas públicas.

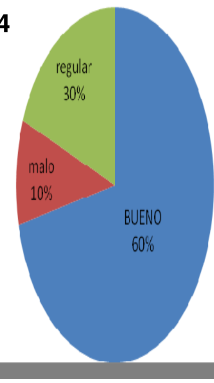
Es necesario agregar que en estos valores no se encuentran incorporados los costos de insumos, utensilios etc. Ya que para estas empresas estos representan un rubro adicional.

4.- ¿COMO ES EL SERVICIO QUE LES OFRECE SU PERSONAL DE LIMPIEZA?

TABLA # 4

OPCIONES	100%
Bueno	60%
Malo	10%
Regular	30%

GRAFICO# 4



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

De acuerdo al resultado de esta pregunta, nos indicaron que el 60% del servicio de los conserjes, oficinistas y demás es básicamente bueno pero no excelente como ellos desearían, algunas empresas expresaron que el 30% es regular y el 10% es malo.

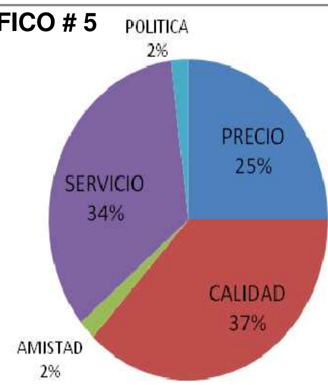
Abriéndose así INDEKA ante la posibilidad de mejorar el servicio que empresas similares están brindando, poniendo en marcha su concepto de innovación y factor diferencial.

5.- ¿QUE FACTOR DETERMINARIA LA ADQUISICION DE UN SERVICIO DE LIMPIEZA ESPECIALIZADO PARA SU EMPRESA?

TABLA # 5

OPCIONES	100%
Precio	25%
Calidad	37%
Amistad	2%
Servicio	34%
Política	2%

GRAFICO # 5



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Como se puede observar el 34 y 37% de las empresas contrarían una compañía especializada en servicios de limpieza, por el servicio y calidad que estas brinden y solo un 25% lo haría precio.

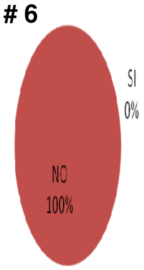
Entonces es importante fijar las metas y objetivos de nuestra empresa hacia la calidad del servicio que bridaremos a nuestros clientes con precios accesibles en el mercado.

6.- ¿CONOCE USTED ALGUNA EMPRESA ESPECIFICA QUE PRESTE SERVICIO DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD?

TABLA # 6

OPCIONES	100%
SI	0%
NO	100%

GRAFICO # 6



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

De acuerdo a las encuestas realizadas nos podemos dar cuenta claramente que el 100% de las empresas, pese a poseer personal que limpien sus instalaciones no tienen conocimiento de alguna empresa especializada que brindar el servicios de limpieza en la ciudad de Babahoyo.

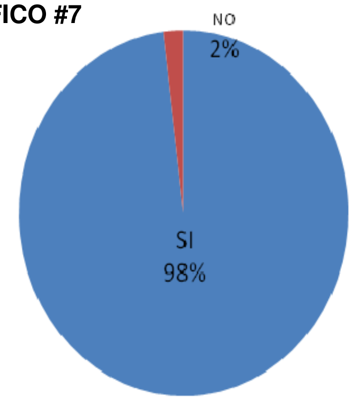
Este resultado nos deja claramente expuesto que el mercado a seguir tiene muy buena posibilidades de ingreso para nuestro servicio propuesto.

7.- ¿LES GUSTARIA QUE EXISTA UNA EMPRESA QUE OFREZCA EL SERVICIO DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO

TABLA # 7

OPCIONES	100%
SI	98%
NO	2%

GRAFICO #7



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

De acuerdo a las encuestas realizadas se determino que el 98% de nuestros posibles clientes desean que en Babahoyo exista este tipo de compañías dedicadas exclusivamente al servicio de limpieza, ya que se encargarían de realizar un trabajo de planta que es considerado pesado y con mucho tiempo de dedicación, por que deben de delegar esta función a sus colaboradores de áreas administrativas para que estén pendiente de los materiales e insumos que corresponde a la realización del mismo.

En cambio solo el 2% de las compañías es indiferente que existan por que tienen subcontratado el servicio o simplemente no desean por determinaciones propias.

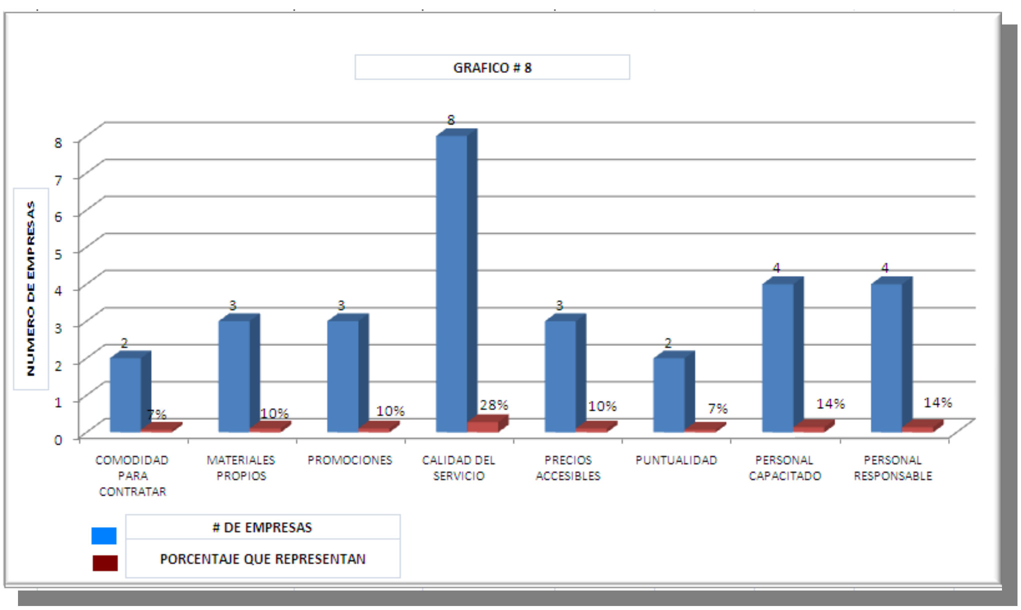
Cabe recalcar que el porcentaje de aceptación de esta pregunta no genera posibilidades de adquisición.

8.- ¿QUE LE GUSTARIA QUE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA LE OFRECIERA PARA CONTRATAR EL SERVICIO?

TABLA # 8

MOTIVOS DE COMPRA	# DE EMPRESAS	PORCENTAJE QUE REPRESENTAN
COMODIDAD PARA CONTRATAR	2	7%
MATERIALES PROPIOS	3	10%
PROMOCIONES	3	10%
CALIDAD DEL SERVICIO	8	28%
PRECIOS ACCESIBLES	3	10%
PUNTUALIDAD	2	7%
PERSONAL CAPACITADO	4	14%
PERSONAL RESPONSABLE	4	14%
TOTAL	**29**	**100%**

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Esta pregunta nos permitió conocer mejor las expectativas del cliente, por ejemplo 8 empresas de la localidad de Babahoyo contrarían el servicio si la calidad de limpieza es el factor diferencial y las de sus colaboradores que realizan la misma labor.

Que La empresa se maneje con un personal responsable es importante para 4 de las empresas que estarían dispuestas a contar con nuestro servicio, así también es importante contar como un personal capacitado en lo que respecta a las normas de higiene y cuidado de implementos de oficinas.

Tres de las empresas piensan en la importancia de materiales propios, ya que como son de INDEKA, no existe ninguna responsabilidad de pérdidas de dinero en cuanto al mal manejo de los materiales a usar, además en las promociones de nuestra empresa con respecto al trabajo a realizar durante el año, y en cuanto al cobro los precios deben ser accesibles para la contratación de nuestra empresa.

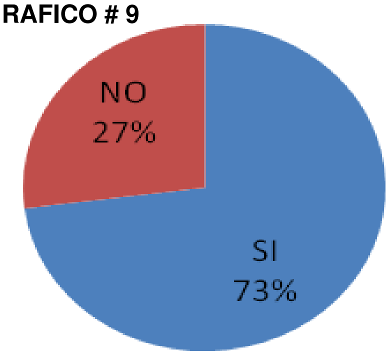
Y por ultimo solo dos de ellas piensan en la puntualidad de los empleados y la comodidad para contratar.

9.- ¿ESTARIA DISPUESTO A CONTRATAR NUESTRO SERVICIO?

TABLA #9

OPCIONES	100%
SI	73%
NO	27%

GRAFICO # 9



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

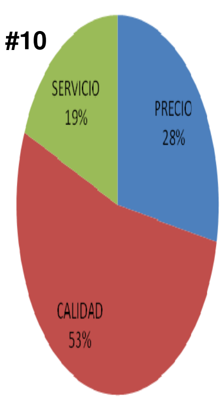
Esta es la pregunta clave de nuestro estudio de mercado, cuántas empresas estarían dispuestas a contratar nuestro servicio de limpieza, claramente podemos verificar que el 73% que representa a 29 empresas están dispuestos a contratar nuestro servicio en base a una política de servicio, calidad y precio accesible, y solo el 27% que representa a 11 empresas no desean el servicio por diferentes factores ya sea de política institucional o falta de poder adquisitivo.

10.-CARACTERISTICAS RELEVANTES DEL SERVICIO OFRECIDO

TABLA # 10

OPCIONES	100%
Precio	28%
Calidad	53%
Servicio	19%

GRAFICO #10



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

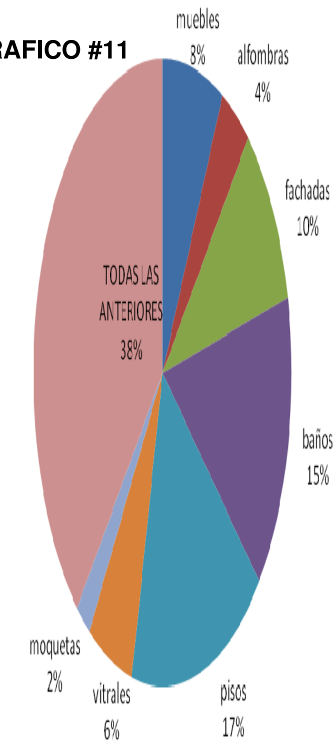
Esta pregunta dio como resultado que el 53% de nuestros posibles clientes están dispuesto a adquirir el servicio si lo brindamos con la calidad necesaria, el 19% por un buen servicio y el 28% por el precio dispuesto por la empresa.

11.- ¿CUAL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DE LIMPIEZA CONTRATARIA USTED?

TABLA #11

OPCIONES	100%
Muebles	8%
Alfombras	4%
Fachadas	10%
Baños	15%
Pisos	17%
Vitrales	6%
Moquetas	2%
Todas las anteriores	38%

GRAFICO #11



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

De acuerdo a las encuestas realizadas nos indican que la mayoría de empresas requerirán todas las opciones dentro de la carta de servicios de INDEKA, en la cual consta el mantenimiento de pisos, baños, oficinas, vitrales y demás.

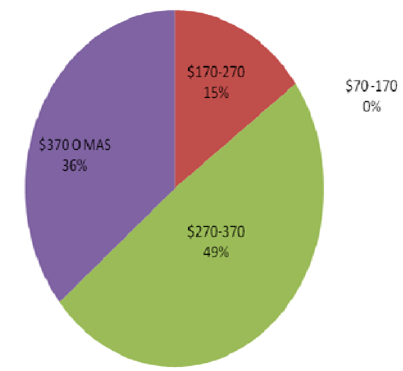
En el grafico de esta pregunta podemos visualizar el porcentaje de aceptación para cada rubro. Ver grafico 11

12.- CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR UN SERVICIO DE LIMPIEZA EN SU EMPRESA

TABLA #12

OPCIONES	100%
$70-170	0%
$170-270	15%
$270-370	49%
$370 O MAS	36%

GRAFICO # 12



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Un mercado atractivo es lo que le espera a la empresa de servicios de limpieza INDEKA S.A, ya que entre sus posibles clientes el 49% están dispuestos a pagar un promedio de $320,00 por empleado para su empresa, bajo las condiciones de servicio de calidad y concepto innovador de la compañía.

Este aumento en sus gastos de limpieza a largo plazo significara para las empresas clientes un decrecimiento total en sus gastos generales de limpieza.

Es muy importante indicar que el 36% de las empresas restantes estarían dispuestas a pagar en promedio un total de $420,00 por asistentes de limpieza brindándonos el beneficio de tenerlos a ellos también como posibles clientes, por que nuestro precio están por debajo de lo que pagan en general por este servicio.

INDEKA encuentra el mercado de servicio de limpieza muy sugestivo para la intención de compra.

2.6 BARRERAS DE ENTRADAS Y SALIDAS DEL MERCADO

2.6.1 Barreras de Entradas

Son todos aquellos obstáculos que surgen en el camino de una firma que quiere ingresar en un nuevo mercado.

A continuación mencionaremos las principales barreras de entradas y salidas que existen en nuestro tipo de negocio:

TABLA #12

BARRERAS DE ENTRADAS
INVERSION
TRANSPORTE
MAQUINARIAS
BAJAS

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

2.6.1.1 INVERSION

En el caso de la inversión, como INDEKA es una empresa nueva y el capital lo asumen los inversionistas privados, es posible que los factores externos como las economías de escala y los posibles monopolios representen un inconveniente al momento de ingreso de la empresa, es decir en la ciudad existen ciertas empresas que se encuentran realizando este tipo de servicio, estas compañías son de la localidad de Guayaquil y como tienen experiencia en este mercado pueden ingresar con una mayor inversión y menores costos de producción que harán que sus tarifas sean más bajas que las nuestras, dejándonos una participación en el mercado menor a lo esperado.

2.6.1.2 TRANSPORTE

Para la logística de la empresa se ha previsto usar un vehículo para llevar la maquinaria y realizar según los horarios disponibles las visitas a los clientes, aunque lo adecuado para poder adquirir mayor cantidad de clientes, según estas visitas, es incrementar el número de vehículos, hacerlo nos representaría un costo adicional el cual subiría nuestra inversión, ya qué este rubro se encuentra en nuestra etapa de inversión pre operativa y esto nos llevaría a incrementar nuestros costos en la etapa de introducción, reduciendo así la predisposición de compra de nuestros clientes.

2.6.1.3 MAQUINARIAS

En cuanto a maquinaria se refiere, se han definido horarios para todos nuestros clientes apoyándose en el estudio logístico de los mismos, y se lograría obtener todas las empresas con la cantidad de maquinaria que se ha establecido en nuestros costos pre operativo de inversión.

No obstante es necesario recalcar que aunque sea una barrera baja, es significativa, ya que es un factor primordial para nuestro concepto de calidad, y por ende la inversión es elevada en la etapa de introducción.

2.6.2 BARRERAS DE SALIDAS

Las barreras de salida son obstáculos que impiden o dificultan a una empresa la salida del mercado, ya que las obliga a permanecer en la industria operando, a pesar de obtener malos resultados económicos e incluso pérdidas.

TABLA #13

BARRERAS DE SALIDA
REGULARIZACIONES LABORALES
ALTAS

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

2.6.2.1 REGULARIZACIONES LABORALES

INDEKA estima que las regularizaciones representan una barrera de salida alta, debido a que en el mercado babahoyense los trabajadores prefieren ganar más dinero que ser afiliados a un seguro, por que consideran que el costo que este representa es muy alto para el servicio que les ofrecen.

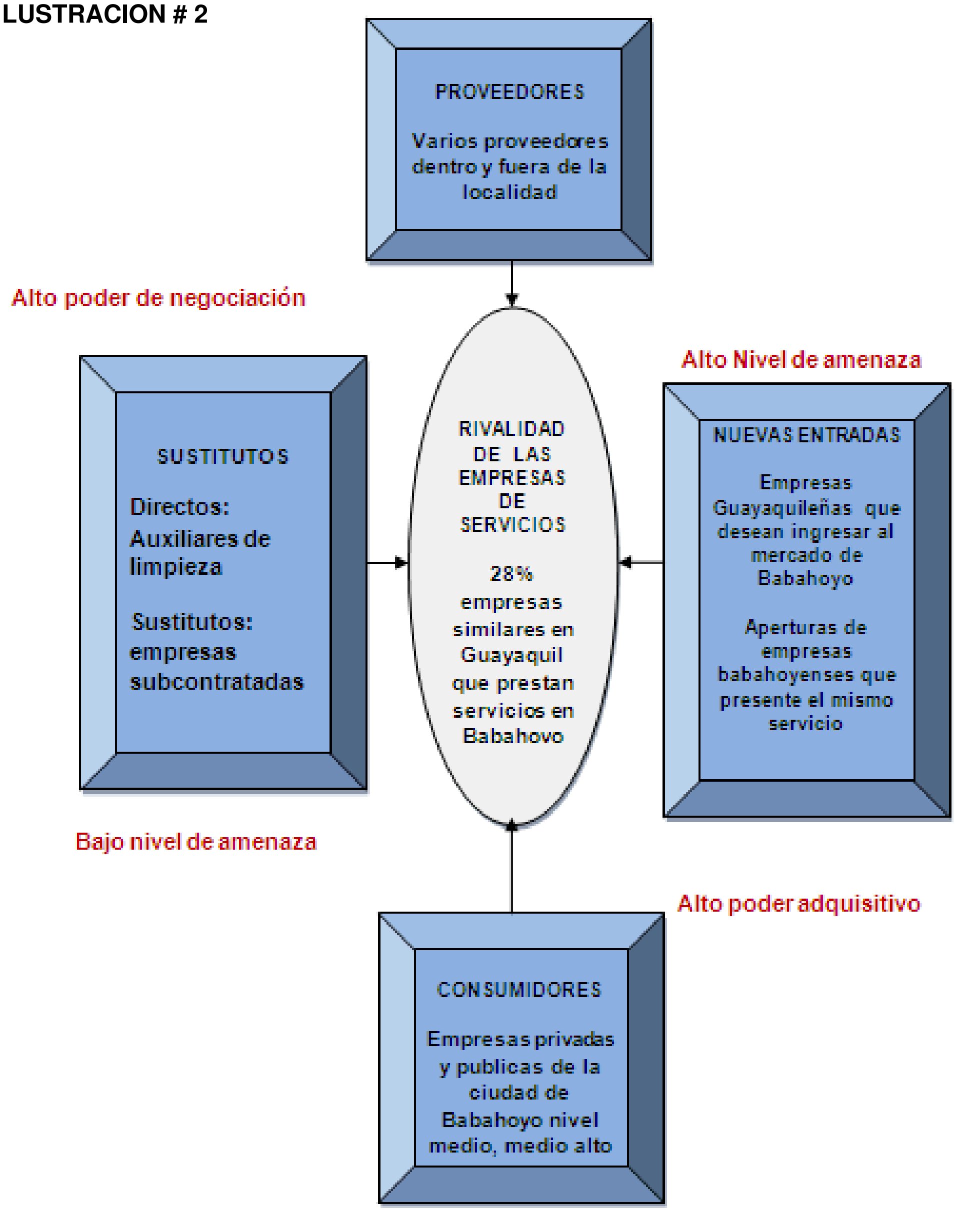
Sin embargo INDEKA, dentro de su concepto de entorno laboral excelente; tanto en su nivel operativo como administrativo, contempla la incursión de esta norma aunque en es etapa de introducción pueda tener inconvenientes laborales con sus primeros trabajadores, por la idea de la falta de beneficio que tendrán por ser asegurados

Aunque se espera que con la mejora en el sueldo, las condiciones de contrato y las motivaciones laborales, los colaboradores sean más accesibles a este tipo de regularizaciones.

2.7 DIAGRAMA DE LAS FUERZAS DE PORTER

Para analizar el mercado y la tendencia que este tiene procedemos a elaborar un diagrama de Porter:

ILUSTRACION # 2



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

2.7.1 PROVEEDORES

Nuestra empresa considera que dentro del mercado de insumos y maquinarias de limpieza existen diversos distribuidores tanto dentro y fuera de la localidad, que se ajustan a los requisitos y políticas de nuestra empresa, es por esto que en cuanto a los proveedores el poder de negociación es alto porque tendremos una lista de los distribuidores que más se adapten a nuestras capacidad de pedido (variedad en productos y excelente calidad) y nos brinden mejores posibilidades de pago, sin tener que depender de uno en especial.

2.7.2 SUSTITUTOS

Los servicios sustitutos que tiene INDEKA son los de los Auxiliares de Limpieza que realizan labores similares pero con niveles de servicios diferentes a los que ofrece nuestra empresa.

INDEKA se proyecta con un mercado atractivo para el negocio de la limpieza ya que estos sustitutos no gozan tecnológicamente de maquinarias disponibles para realizar su trabajo.

En el caso de las empresas de limpieza fuera de la ciudad que representan nuestra competencia directa, es importante indicar que el ingreso al mercado de nuestra localidad no ha sido exitoso en estos años ya que pese a poseer las maquinarias necesarias y las políticas similares a nuestra empresa, sus costos son demasiados elevados debido a que toda la administración se encuentra fuera de la localidad, imposibilitando el cobro de sueldos básicos a sus trabajadores dentro de la ciudad, obligándolos a viajar por los mismos, e incurriendo a su vez en costos fijos adicionales como lo son el transporte, los viáticos etc. por ende el cobro de sus activos hacia las empresas aumentan.

Es por eso que solo el 28% del mercado de Babahoyo utiliza el servicio de estas empresas, dejando a INDEKA la capacidad de ingresar al mercado con precios más bajos incrementando así sus márgenes de utilidad.

2.7.3 CONSUMIDORES

Con la ayuda de nuestro estudio de mercado, nuestras conclusiones son claras en cuanto a consumidores, existe un alto porcentajes de empresas que estarían dispuestas a adquirir nuestro servicio, ya que ellos pagarían el valor establecido de cobro, por el concepto de un servicio de calidad, y nuestra empresa está dispuesta a captar nuevos consumidores y seguidores de los mismos.

Existen muy pocas incursiones de empresa de limpieza en Babahoyo, por eso los consumidores (clientes) no tienen diferentes opciones para escoger una empresa que les brinden los que necesitan para mejorar su imagen y entorno laboral.

Por tal motivo INDEKA prestara sus servicios basados en cartas de opciones según las necesidades de la compañía por el mismo precio, en donde se incluye además los insumos, incrementando así para la empresa el margen de utilidad en el primer año.

2.7.4 NUEVAS ENTRADAS

Con la incursión de las empresas de limpieza de la ciudad de Guayaquil al mercado de Babahoyo la creación de empresas similares servicios de esta ciudad, existiría la amenaza de entrada de estas empresas hacia nuestra compañía, porque que no existe barrera alguna para que estas empresa se puedan crear, es mas en el mercado existen necesidades de estos negocios para satisfacer la demanda de las empresas.

2.7.5 RIVALIDAD ENTRE EMPRESAS

Como pudimos determinar en el estudio de mercado el 28% del mercado en Babahoyo, trabaja con empresas que brindan un servicio similar a INDEKA. Es decir este segmento de mercado aun no está lo suficientemente explotado y nos deja así buenas proyecciones para nuestro negocio, ya que reduce en el primer año las posibles guerras de precios, publicidad agresiva y entradas de nuevas empresas.

INDEKA seria la única empresa Babahoyense que ofrecería los servicios de limpieza personalizados para las oficinas privadas y publica de Babahoyo

2.8 ANALISIS F.O.D.A DE LA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA INDEKA S.A

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados.

2.8.1 OBJETIVOS DEL F.O.D.A

- Conocer la realidad situacional

- Tener un panorama de la situación en todos sus ángulos

- Visualizar la determinación de políticas para mantener las fortalezas, para atacar las debilidades convirtiéndolas en oportunidades y las oportunidades en fortalezas, así como direccionar estrategias para que las amenazas no lleguen a concretarse o bien si llegan a hacerlo, minimizar su impacto.

2.8.2 FORTALEZAS

2.8.2.1 Pagos de beneficios de ley

INDEKA tiene la capacidad de ofrecer a nuestros empleados el pago de los beneficios de ley para su tranquilidad laboral, y a la vez a nuestros le brindamos la satisfacción de la necesidad de contratar personal asegurado

2.8.2.2 Oficina Ubicada en lugar estratégico

INDEKA posee la facilidad de acceso para la prestación de nuestro servicio debido a que sus instalaciones se encuentran ubicadas en una zona céntrica, y cerca de la mayor cantidad a las cuales le prestaremos el servicio

2.8.2.3 Servicio de alto nivel

INDEKA posee la eficiencia e innovación de prestar un servicio de alto nivel, con el compromiso de una atención inmediata para la empresa tanto de carácter operativo como administrativo, como su eslogan lo indica INDEKA es una empresa de soluciones de limpieza

2.8.3 OPORTUNIDAES

2.8.3.1 Atención a instituciones públicas, clínicas y hoteles.

Tenemos un gran impacto ya que vamos a trabajar con las instituciones del sector público y con clínicas privadas, además que los factores económicos nos permiten también la atención a hoteles y localidades del sector.

En el mercado estas instituciones representan el 45% de nuestros clientes que desean nuestros servicios, es por estos que lograr llegar a estas empresas con nuestro servicio es importante para nuestra etapa de introducción.

2.8.4 DEBILIDADES

2.8.4.1 Escasos medio de distribución

En la etapa pre operativa tenemos que poseer transporte y esto representara un costo en nuestra inversión, por ende adquirir mas de un vehículo aumentaría nuestra inversión principal

2.8.4.2 Forma de contrato, no otorgar créditos

En lo que respecta a las formas de contrato serán con pagos al contado mensuales y quincenales de acuerdo a la empresa. No se darán crédito ya que todos nuestros colaboradores cobraran por sus servicios cada quincena del mes trabajado.

2.8.5 AMENAZAS

2.8.5.1 Nuevas ingresos al mercado de Babahoyo

Cuando las empresas de servicios similares ingresan al mercado puede generar una amenaza para INDEKA, debido a que el mercado puede reducir de acuerdo a las expectativas de negocio con las cuales iniciamos, ya sea por introducirse con estrategias de precios, campañas etc.

2.8.5.2 Crisis económica que afecta en diferentes formas

La crisis económica que afecta hoy en día a todos los mercados puede influir de la siguiente forma:

Que disminuya el uso de servicio por los cambios de gobiernos que pueden generar una variación en el contrato, por ejemplo si antes estaba algún dignatario con el cual establecíamos un acuerdo, el siguiente, tal vez ya no desee contratar a INDEKA, si no, a otra empresa según sus análisis de costos y su disminución de presupuesto

TABLA # 14

CUADRO DE ANÁLISIS F.O.D.A DE LA EMPRESA INDEKA S.A

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Pago de los beneficios de ley	Escasos medios de distribución
Oficina ubicada en lugar estratégico	
Servicio de alto nivel	Forma de contrato, no otorgar créditos
Compromiso de atención inmediata	
OPORTUNIDADES	**AMENAZAS**
Atención a instituciones publicas	Nuevos ingresos al mercado de Babahoyo
Atención a clínicas privadas	Crisis económica que afecta en dos formas
Atención a hoteles de la localidad	1. Disminución del uso del servicio
	2. Disminución del presupuesto asignados a las empresas publicas

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

CAPITULO III

PLAN DE MARKETING

3.1 MARKETING MIX

Dentro del marketing Mix vamos a utilizar el análisis de las 4 p´s propuesto por Jerome McCarthy[5], el cual nos describe a las 4ps como las herramientas, que son utilizadas por las empresas para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos.

Las 4 p´s son las siguientes:

1. Producto – Servicio
2. Precio
3. Plaza – Distribución
4. Promoción

3.1.1 PRODUCTO - SERVICIO

INDEKA (Empresa de Servicios especializados para la limpieza)

Es una empresa de nueva creación, de servicios especializados en limpieza de oficina para empresas privadas y públicas de la ciudad de Babahoyo, dedicada exclusivamente a prestar los mejores servicios de limpieza del mercado, no es una empresa enfocada a prestar servicios en forma masiva, sino que al contrario, busca satisfacer necesidades de limpieza en empresas que requieren puntualidad, limpieza profunda, seguridad y confianza en el trabajo final y en el personal que ingresa a sus instalaciones.

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

---

[5]Merketing comercial by Jerome McCarthy

- La cartera de productos/servicios
- La diferenciación de productos/servicios
- La marca / Logo
- La presentación

3.1.1.1 Cartera de Productos / Servicios

TABLA # 2

CARTERA DE SERVICIOS	
1	Limpieza de Alfombras y tapices
2	Limpieza de muebles y equipos de oficinas
3	Limpieza de vitrales internos y cortinas
4	Limpieza de fachada incluidos los vitrales externos
5	Limpieza y sanitizado de baños
6	Limpieza y mantenimiento (encerado y pulido) de pisos
7	Limpieza y aspirado de colchones

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

3.1.1.2 Diferenciación de productos / servicios

TABLA # 15

INDEKA SERVCIOS ESPECIALIZADOS	SERVICIOS SIMILARES
Insumos de Calidad especializados en el servicio de limpieza	insumos comerciales de tiendas y supermercados
Realización de tareas bajo manuales de le empresa	Realización de trabajos sin manuales específicos
Rotación de personal según las necesidades de la empresa	Permisos obligados por calamidades
disminución de tiempo de ocio	aumento de tiempo de ocio
Calidad garantizada y avalada por la empresa de acuerdo a seguimiento	Calidad avalada por el mismo empleado

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

3.1.1.3 La Marca / Logo

ILUSTRACION #3

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

El logotipo que utilizara INDEKA nos ayudara a posicionarnos en el mercado, ya que este corresponde a una persona trabajando con un implemento de limpieza, el cual ayudara a nuestros clientes a que nuestro nombre sea fácilmente identificado, rápidamente reconocido y mentalmente relacionado con la limpieza.

3.1.1.4 Presentación

INDEKA S.A, se presentara antes sus clientes como una empresa innovadora, bien establecida y con un concepto diferente a las demás empresas con respecto a su calidad. Debido a que posee materiales modernos para la limpieza, instructivos para el aseo en las oficinas creados por sus directivos y supervisión constante del trabajo que realizan.

Nuestra principal actividad será, el servicio de limpieza especializado para las oficinas de las empresas de Babahoyo publicas y privadas que gocen de un nivel económico medio – medio alto.

3.1.2 Precio

Para un servicio eficiente y eficaz la empresas deben apostar en un servicio basado en un concepto Precio – Calidad, esto que se debe a que dependiendo de la calidad del servicio que ellos ofrezcan podrán incrementar los valores a cobrar, ya que dentro de las empresas este es un factor primordial que influye al momento de la compra o adquisición de un producto o servicio.

Como pudimos concluir en nuestro estudio de mercado el 34 y 37% de las empresas contrarían una compañía especializada en servicios de limpieza, por el Precio basado en la calidad que estas brinden.[6]

---

[6] Ver grafico de la pregunta # 7 de la encuesta

El precio está definido acorde a nuestros servicios, el mismo que nos permite introducir al mercado de la siguiente manera:

TABLA # 16

	PRECIO UNITARIO	COSTOS VARIABLES (Insumos)	CONTRIBUCION UNITARIA
INDEKA	$320,00	$ 9,87	$310,13

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

De acuerdo a nuestro analisis INDEKA revela que los posibles clientes están dispuestos a cancelar un valor de $320,00, permitiendo saber que nuestra contribución unitaria es de $310,13 por nuestro servicio.

TABLA # 17

	PRECIO	% DE ACEPTACION EN EL MERCADO	CRECIMIENTO ANUAL
INDEKA	$320,00	73%	5%

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Con la determinación el precio, nuestra empresa puede lograr un 73% de intención de compra actual del mercado y proyectarse a un crecimiento anual de 5% en sus ventas.

3.1.3 Plaza / Distribución

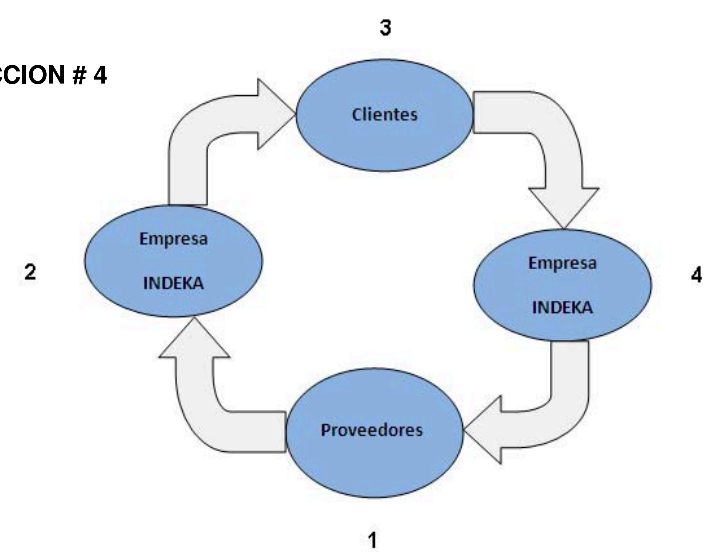
INDEKA, contara con proveedores tanto locales como regionales, los cuales harán llegar nuestros pedidos hasta la empresa con la finalidad de cumplir los requerimientos de nuestros clientes, dichos pedidos serán enviados hasta sus oficinas de ventas por medio de nuestro personal, en el cual constaran los insumos requeridos, el grado de necesidad y el medio por el cual lo solicitamos.

Una vez que el producto llegue a nuestras instalaciones, por medio del Jefe de ventas distribuiremos los insumos a cada uno de nuestros clientes (apoyándonos en un estudio logístico y de transporte) en base al análisis de necesidades que establezca dicho trabajador, este proceso se estudiara cada semana y al termino de la misma se procederá a realizar el inventario de insumos y a elaborar los nuevos pedidos para enviar a los proveedores.

Nuestra empresa para brindar mayor comodidad a todos nuestros usuarios, estará ubicada en la zona céntrica de Babahoyo, donde contamos con un 70% de cercanías de nuestros usuarios.

3.1.3.1 Diagrama de Distribución de INDEKA

ILUSTRACCION # 4



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

3.1.4 Promoción

Para la promoción utilizaremos los siguientes métodos:

- ❖ Publicidad
- ❖ Promoción

3.1.4.1 Publicidad

La comunicación persigue difundir un mensaje de nuestra empresa y servicio para lo cual utilizaremos los siguientes medios:

❖ **Periódicos y revistas**.- Informaremos mediante estos medios de comunicación a toda la comunidad Babahoyense de nuestro servicio. Iniciaremos con la Revista informativa de la ciudad, y de acuerdo a nuestro margen de utilidad mensual utilizaremos los periódicos más adquiridos en la ciudad para incrementar clientes,

❖ **Telemercadeo**.- contactaremos a los actuales y futuros clientes aprovechando al máximo las nuevas tecnologías de la información como lo es el internet, y las llamadas telefónicas, para llegar a ellos e informarles de los beneficios del servicio, para recepción de reclamos y sugerencias entre otros.

3.1.4.2 Promoción en ventas

Para que un servicio o producto incremente su consumo notablemente, hay que realizar una buena promoción del servicio que brinda.

Hay que persuadir y comunicar a los clientes de los servicios que cuenta la empresa, para esto nos ayudaremos con:

❖ **Folleteria**.- comunicaremos mediante un folleto informativo a nuestros el concepto y beneficios de nuestra empresa.

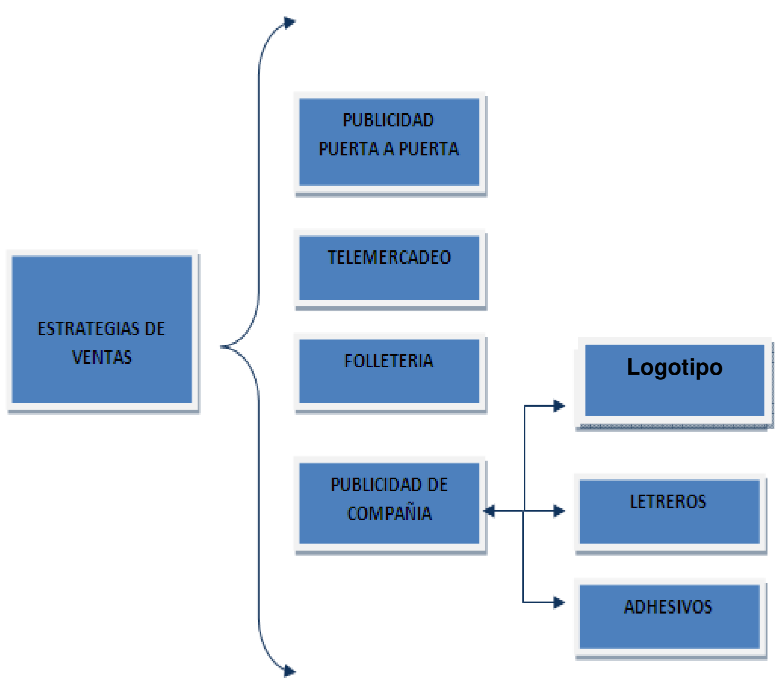
❖ **Presentación en Ferias**: en el mes de septiembre, por las fiestas de Babahoyo se lleva a cabo la multiferia, donde se reúnen varios expositores de las empresas de la localidad para dar a conocer sus productos o servicios.

Todos los costos de publicidad y promoción están incluidos en los gastos de la empresa con un valor de $80,00 los mismos que serán utilizados mensualmente, pero con la metodología de implementar una por mes.

3.2 PLAN ESTRATEGICO

INDEKA como servicio innovador debe ser apropiada en sus estrategias de ventas; para que tenga el impacto que se desea conseguir en el primer año, por lo cual nos vamos a ayudar con las siguientes estrategias:

ILUSTRACION # 5



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

3.2.1 Publicidad Puerta a Puerta

Nos basaremos con citas a las empresas para ofrecer el servicio de limpieza, en el cual indicaremos los beneficios de adquirir nuestro servicio vs el de la competencia[7.] .

Esta publicidad estará a cargo del Jefe de Ventas y supervisada por el Gerente General de la compañía, con el fin de asegurar que todos nuestros actuales y futuros clientes conozcan los servicios que brindan nuestra empresa

Con la publicidad puerta a puerta nos proyectamos a obtener en el primer año un 5% de los clientes, para que mi empresa incremente en ventas.

3.2.2 Telemercadeo

La recepcionista tendrá dos labores, la primera será atender los problemas y necesidades de los clientes con los que iniciaremos, y la segunda será realizar una campaña de información (Telemercadeo) de nuestros servicios, entre otras funciones se encontraran también la de la actualización de datos de los clientes, con respecto a las preferencias y necesidades que pueden surgir en el tiempo de duración de los contratos.

3.2.3 Folleteria

Utilizaremos los trípticos informativos, donde constara un pequeño resumen de la compañía.

---

[7]Ver cuadros de beneficios pág. #

3.2.4 Publicidad de Campaña

3.2.4.1 Logotipo, Letreros y Adhesivos

Utilizando el logotipo de la empresa, lo difundiremos mediante las siguientes formas:

- ❖ Stickers pegados en la camioneta de transporte
- ❖ Adhesivos en los uniformes de nuestros empleados
- ❖ En la puerta principal de nuestra compañía
- ❖ Letrero en la sede de nuestra empresa

3.3 POLITICAS DE COBRANZA

Nuestra política de cobro para las empresas privadas y públicas de Babahoyo estará dada de la siguiente manera:

TABLA # 18

TIPO DE SERVICIO	FORMA DE PAGO SERVICIO MENSUAL CONTRATADO	
	1 A 7 MESES	DE 7 A 12 MESES
EVENTUAL SEMIEVENTUAL	A FIN DE MES	-
PERMANENTE	-	50% y 50%

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Eventual - Semieventual

Para los clientes eventuales, estableceremos un cobro mensual de $320,00 el cual será el cancelado el 25 de cada mes, en base a las políticas del contrato establecido. (Ver anexo de contrato)

Permanente

Para los clientes Permanentes, estableceremos un cobro quincenal de $160,00 el cual será cancelado el 10 y 25 de cada mes, en base a las políticas del contrato establecido.

3.4 DESCRIPCION DEL PRECIO A COBRAR

INDEKA, ha propuesto un valor aproximado del $320,00, el mismo que será desglosado en el contrato para las empresas (ver anexo contrato) de la siguiente manera:

TABLA #19

DESCRIPCION	CANTIDAD EMPLEADO	MESES	PRECIO UNITARIOS	PRECIO TOTAL
PERSONAL				
AUXILIAR DE LIMPIEZA	1	1	$200,00	200,00
EQUIPO MINIMO				
ASPIRADORAS	1	1	12	12,00
ENCERADORA	1	1	15	15,00
PULIDORA	1	1	12	12,00
ACCESORIOS				
MATERIALES	1	1	17,63	17,63
INSUMOS	1	1	9,87	9,87
UNIFORMES	1	12	1,25	7,50
ASESORIA TECNICA	0	0	0	0
TOTAL DE COSTOS POR SERVICIOS				**274,00**
PROYECCION DE GANANCIA INDEKA				**46,00**
VALOR A COBRAR				**320,00**

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

De acuerdo a los análisis realizados a clientes objetivos, se determino el precio a cobrar dependiendo de los siguientes parámetros:

3.4.1 La cantidad de empleados

INDEKA, para comodidad de sus de clientes brindara asesoramiento Técnico a las empresas, para garantizar la calidad de su trabajo.

3.4.2 Asesoría técnica

INDEKA considera que para que una empresa goce de calidad en el servicio deberá necesitar un auxiliar de limpieza por cada 100 m^2, para que así el trabajo operativo se vea reflejado en sus aéreas de las empresas de una manera satisfactoria para las empresas.

El Asesoría técnica se basara bajo las siguientes medidas:

TABLA # 20

ASESORAMIENTO TECNICO	# DE EMPLEADOS RECOMENDADOS
Rango en metros cuadrados	
50 - 100 m^2	1
100 - 300 m^2	2
300 - 500 m^2	3
500 -800 m	4

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

TABLA # 21

EMPRESAS	M^2 APROXIMADOS	# DE EMPLEADOS RECOMENDADOS
CLINICAS	50 - 70 m^2	1
HOTELES	80 - 100 m^2	1
ENTIDADES ESTATALES	300- 500 m^2	3
HOSPITALES	400 - 450 m^2	3
COLEGIOS	400 - 500 m^2	3
CONSECIONARIAS	500 - 800 m^2	4

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

El asesoramiento técnico es un valor incluido en el costo de cobro de cada empleado hacia las empresas, debido a las políticas de nuestra compañía, el asesoramiento y supervisión son características diferenciales de nuestro servicio para garantizar la calidad y la optimización de recursos.

3.4.3 Equipo mínimo

El equipo que se utilizara para aspirar, encerar y pulir, se verán establecido por los días y horarios atendidos por el asesoramiento técnico que INDEKA otorga, estableciendo como máximo 4 veces por mes la utilización de las maquinarias según el estudio logístico que se realizo con las mismas.

3.4.4 Accesorios

Los accesorios como materiales, insumos y uniformes dependerán de la cantidad de auxiliares y la estructura de la empresa.

3.5 GARANTIAS DEL SERVICIO

INDEKA, basándonos en la confiabilidad de nuestros servicios, establecerá mediante contrato que:

- ❖ No existirá falta de personal a las empresas, ya que la empresa se responsabiliza por hacer llegar a sus colaboradores a la hora establecido los días establecidos.
- ❖ La empresa no se hará responsable por las perdidas en las empresas, pero garantizara la contratación de personal responsable y honesto mediante el estudio antes de contrato.
- ❖ Realizara evaluaciones constantes a las empresas por medios de pequeñas formularios, en donde nos indiquen la calidad de nuestro servicio.

Todas las garantías se harán efectivas después del contrato con nuestra empresa

CAPITULO IV

ANALISIS ECONOMICO

En esta etapa se procederá a determinar los diferentes rubros de ingresos y costos que incurrirá INDEKA S.A. para realizar el proyecto, así también se identificaran las inversiones necesarias para iniciar esta empresa.

Una vez que se determinen los elementos relevantes para el estudio económico, se procederá a desarrollar los distintos presupuestos correspondientes como el Estado de Perdidas y Ganancias y el Flujo de Caja para la evaluación financiera.

4.1INVERSION INICIAL

La inversión inicial para la etapa pre-operativa de INDEKA S.A. es aportada por los socios, además se analizara todos los costos que se requerirá para poner en funcionamiento la oficina, la inversión de maquinaria y utensilios para cada asistente de limpieza.

TABLA # 1

TABLA DE INVERSIÓN EN LA ETAPA PRE-OPERATIVA

INVERSION EN ETAPA PRE-OPERATIVA			
	Cantidad	**P. Unitario**	**P. Total**
Gasto de constitución	1	$ 430,00	$ 430,00
Vehículo	1	$ 6.000,00	$ 6.000,00
Equipo de Computación	4	$ 400,00	$ 1.600,00
Escritorios completos	4	$ 120,00	$ 480,00
Sillas para recepción	5	$ 14,99	$ 74,95
Equipo de Oficina	1	$ 320,00	$ 320,00
Carrito	18	$ 110,81	$ 1.994,58
MAQUINARIAS			
Abrillantadora	3	$ 1.342,50	$ 4.027,50
Aspiradora	3	$ 1.117,50	$ 3.352,50
Pulidora	3	$ 1.027,50	$ 3.082,50
OTROS COSTOS DE MATERIALES			
Uniforme	18	$ 7,50	$ 270,00
Barredor acrílico	18	$ 1,18	$ 63,72
Escoba	18	$ 1,50	$ 81,00
Recogedor	18	$ 2,25	$ 121,50
Escurridor de pisos	18	$ 2,59	$ 139,86
Guantes	18	$ 1,11	$ 59,94
Trapeador de lana	18	$ 1,50	$ 81,00
	TOTAL		$ 22.179,05

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.2 PRESUPUESTOS DE INGRESOS

Los ingresos que hemos proyectado para las ventas del servicio serán de acuerdo a la demanda estimada de cada año, para facilitar el cálculo se estableció la demanda mensual.

Como hemos visto con anterioridad el servicio se realizara a empresas Publicas y Privadas con un poder adquisitivo de $320.00 a pagar por el servicio de limpieza. En la ciudad de Babahoyo, existen alrededor de 50 empresas activas en la actualidad; de acuerdo a nuestro muestreo se determino que se debe realizar 40 encuestas a las diferentes empresas, como resultado de la pregunta N.- 9 de dicha encuesta el 73% estarían dispuestos a adquirir hoy nuestros servicios (29 empresas), mientras que el 27% (11 empresas) no compraría este servicio.

Mi mercado objetivo serán las 40 empresas, pero, con proyección de crecimiento de acuerdo al incremento de nuevas empresas en la ciudad de Babahoyo, que podrán adquirir mi servicio de limpieza en la ciudad de Babahoyo.

N =	50 empresas
n=	40 empresas
Demanda Global=	29 empresas
Demanda Potencial=	40 empresas

TABLA # 2

INGRESO POR SERVICIO MENSUAL Y ANUAL

INGRESO POR CADA SERVICIO	
PRECIO UNITARIO	$ 320,00
CANTIDAD MENSUAL	29 empresas
INGRESO MENSUAL	$ 9.280,00
INGRESO ANUAL	$ 111.360,00

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

El ingreso esta dado de la siguiente manera; el precio a pagar es de $320 por servicio multiplicado por mi mercado global que son las 29 empresas, este resultado será mi Ingreso Mensual de $9.280,00 y a esto multiplicaremos por los 12 meses del año y nos da un total para el primer año de $111.360,00. Como antes se menciono en la estrategia de venta se quiere obtener el 100% del mercado potencial en la ciudad de Babahoyo, para esto estimamos que cada año aumentará nuestras ventas un 5%.

TABLA # 3

INGRESOS VENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		$ 111.360,00	$ 116.928,00	$ 122.774,40	$ 128.913,12	$ 135.358,78

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.3 PRESUPUESTO DE COSTOS

Los principales costos que analizaremos para la creación de nuestra empresa serán:

- Costos fijos
- Costos variables

4.3.1 COSTOS FIJOS

Los Costes o costes fijos son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad, sino que permanecen invariables ante esos cambios.

Los costos fijos están representados en su mayoría por los sueldos de los empleados de la compañía INDEKA S.A. adicional los gastos de servicio básicos que para nuestra empresa no podrá variar ya que no depende de la producción.

En el segundo año se le aumentara la cantidad de $ 817,02 por gastos adicionales que se incluyo al principio en la etapa pre-operativa como otros costos, la utilización de estos materiales hace que se los renueve cada año.

TABLA # 4

PRESUPUESTO DE COSTO FIJO MENSUAL / ANUAL EN EL PRIMER AÑO

COSTOS FIJOS MENSUAL Y ANUAL		
COSTOS FIJOS	**Mensual**	**Anual**
Sueldos y salarios	$ 4.140,00	$ 49.680,00
Gastos de Internet	$ 65,00	$ 780,00
Mantenimiento de Vehículo	$ 80,00	$ 960,00
Alquiler de local	$ 600,00	$ 7.200,00
Publicidad	$ 80,00	$ 960,00
Costos de Capacitación	$ 35,00	$ 420,00
SERVICIOS BASICOS		
Agua	$ 50,00	$ 600,00
Luz	$ 100,00	$ 1.200,00
Teléfono	$ 100,00	$ 1.200,00
TOTAL COSTO FIJOS ANUAL		$ 63.000,00

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.3.2 COSTOS VARIABLES

Un costo variable o coste variable es aquel que se modifica de acuerdo a variaciones del volumen de producción (o nivel de actividad), se trate tanto de bienes como de servicios. Es decir, si el nivel de actividad decrece, estos costos decrecen, mientras que si el nivel de actividad aumenta, también lo hace esta clase de costos.

Los costos variables se verán reflejados por la cantidad de materiales de limpieza que voy a utilizar por cada servicio prestado que ofrezca INDEKA S.A. incrementando los materiales líquidos, ya que ellos son los más utilizados, por lo que el costo de venta unitario por servicio es de $9.87. El costo de venta anual es de $3.435,456.

TABLA # 5

PRESUPUESTO DE COSTO VARIABLE

COSTO VARIABLE MENSUAL Y ANUAL		
INSUMOS	**COSTO UNITARIO**	**COSTO TOTAL**
Detergentes	$ 0,98	$ 1,96
Cloro	$ 0,29	$ 0,58
Desinfectante	$ 0,63	$ 1,25
Ambiental	$ 1,03	$ 2,06
Ácidos	$ 1,06	$ 1,06
Cera	$ 0,99	$ 0,99
Desengrasante	$ 1,01	$ 1,01
Limpia vidrio	$ 0,96	$ 0,96
TOTAL		$ 9,872
CANTIDAD		29 EMPRESAS
COSTO VARIABLE MENSUAL		$ 286,288
COSTO VARIABLE ANUAL		$ 3.435,456

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.4 CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Luego de analizar los presupuestos de costos fijos y costos variables podemos demostrar cuál será nuestro punto de equilibrio de nuestra empresa.

La forma del punto de equilibrio es:

$$\textbf{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Reemplazando los datos de nuestra empresa podemos decir que nuestro punto de equilibrio será de:

$$\textbf{Punto de equilibrio} = \frac{\$\ 63.000{,}00}{\$320 - \$\ 9{,}872}$$

Punto equilibrio = 203,14 veces vendo mi servicio

INGRESO ANUAL = 203,14 * $320 = $ 65.004,80

INDEKA S.A. necesita otorgar su servicio 203,14 veces al año mi servicio para no obtener pérdidas, esto lo multiplico por el precio a pagar y nos da como resultado de $65.004,80 de ingreso anual.

4.5 DEPRECIACION DE ACTIVOS

La depreciación de los activos es la disminución de los valores de las propiedades físicas con el paso de tiempo y uso. De forma especifica, la depreciación es un concepto contable que establece una deducción anual contra los ingresos antes de impuestos tal el efecto del tiempo y el uso sobre el valor de un activo que se puede reflejar en los balances de una empresa.

Las deducciones de depreciación anual están destinadas a equilibrar la fracción anual del valor que se utiliza por un activo en la producción del ingreso sobre la vida económica real del activo

El monto real de la depreciación no se puede establecer hasta que el activo se lo retire de servicio. Como la depreciación es un costo no monetario que afecta a los impuestos a las utilidades, se debe tomar en cuenta cuándo se realizan los estudios financieros.

Para el cálculo de la depreciación de activos que se realizara en el proyecto será aplicado a los vehículos, equipo de computación, maquinarias, y equipos de oficina con una vida útil de 5, 3, 10,10 años respectivamente.

Utilizaremos el método de depreciación de línea recta ya que se deprecia un monto constante cada año en la vida que se deprecia el activo.

TABLA # 6

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

Años	Depreciación anual Dk	Valor en libros
0	-	$ 6.000,00
1	$ 960,00	$ 5.040,00
2	$ 960,00	$ 4.080,00
3	$ 960,00	$ 3.120,00
4	$ 960,00	$ 2.160,00
5	$ 960,00	$ 1.200,00

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

TABLA # 7

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE COMPUTADORAS

Años	Depreciación anual Dk	Valor en libros
0	-	$ 1.600,00
1	$ 357,33	$ 1.242,67
2	$ 357,33	$ 885,33
3	$ 357,33	$ 528,00

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

TABLA # 8

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ESCRITORIOS Y EQUIPOS DE OFICINA

Años	Depreciación anual Dk	Valor en libros
0	-	$ 800,00
1	$ 72,00	$ 728,00
2	$ 72,00	$ 656,00
3	$ 72,00	$ 584,00
4	$ 72,00	$ 512,00
5	$ 72,00	$ 440,00
6	$ 72,00	$ 368,00
7	$ 72,00	$ 296,00
8	$ 72,00	$ 224,00
9	$ 72,00	$ 152,00
10	$ 72,00	$ 80,00

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

TABLA # 9

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

Años	Depreciación anual Dk	Valor en libros
0	-	$ 10.462,50
1	$ 1.883,25	$ 8.579,25
2	$ 1.883,25	$ 6.696,00
3	$ 1.883,25	$ 4.812,75
4	$ 1.883,25	$ 2.929,50
5	$ 1.883,25	$ 1.046,25

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.6 CAPITAL DE TRABAJO

Para poder determinar el capital de trabajo y poder financiar los desfases de caja durante la operación, se lo analizara por el método de periodo de desfases, es la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos operacionales. Para esto, se toma el costo promedio mensual de los costos operacionales de un año y lo multiplico para los meses estimados de desfases que se estimo por 3 meses.

Este capital será rotativo cuando la empresa se presenta sin liquidez y poder solventar gastos por esta razón no tendrá recuperación de capital.

TABLA # 10

TABLA PARA ANALIZAR EL CAPITAL DE TRABAJO

Costo Operacional (anual)	$ 66.272,58
Costo Operacional (mensual)	$ 5.522,72
Meses de desfases	3
Capital de trabajo	$ 16.568,15

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.7 EVALUACION ECONOMICA FINANCIERA

La evaluación económica financiera es la parte final del proyecto, en la cual esta concentrada toda la información generada en todos los capítulos anteriores que se aplicaron para el método de evaluación económica que contempla el valor del dinero a través del tiempo, la finalidad de esto es la eficiencia de la inversión que esta involucrada y su posible rendimiento durante la vida útil.

La mayoría de los proyectos que tienen carácter lucrativo necesitan esta evaluación por la cual es fundamental, puesto que los resultados que obtenemos, se toma la decisión de llevar acabo o no la realización del proyecto.

Para el efecto del estudio utilizaremos todas las herramientas necesarias y útiles para evaluar la rentabilidad y el atractivo de los servicios que ofrece INDEKA S.A.

4.7.1 TASA DE DESCUENTO

Para el inicio del análisis de rentabilidad, se debe obtener y determinar en primera lugar la tasa de descuento a la cual descontaremos los flujos.

Esta tasa de descuento a la cual un inversionista esta dispuesto a invertir en nuestro proyecto, es decir, la rentabilidad que cada inversionista exige como mínimo por renunciar a uso alternativo de sus recursos, en proyectos con niveles de riesgo similares.

Consultamos en la bolsa de valores las posibles emisiones que podemos adquirir como inversionistas, el Banco del Pichincha presenta una tasa de interés muy atractiva del 9% anual por sus emisiones. Hemos analizado y puede ser una de las posibles opciones si en un caso no invirtiéramos en el proyecto. Adicionalmente le sumaremos el riesgo país que en Enero del 2009 estaba en lo 3.864 puntos ya que es una de las principales variables de la economía en el país (Ecuador).

TABLA # 11

Emisión	9%
Riesgo país	38,64%
Tasa de descuento	47.64%

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.7.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Este es un método atractivo para un proyecto, esto consiste en ajustar los valores futuros de los beneficios netos del proyecto al presente. Si la suma de los flujos descontados en una mínima tasa de alternativa de inversión es cero o da positivo se establece que es rentable el proyecto. Caso contrario seria preferible invertir en otro proyecto.

La tasa de descuento es de 47.64% con un tiempo de 5 años en donde los flujos de caja son anuales (ver Flujo de Caja).

Con estos valores se obtuvo un VAN es de $ 15.284,13 con estos resultados nos damos cuenta que el VAN salió positivo, esto quiere decir que si es rentable el proyecto.

4.7.3 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

De acuerdo con el concepto de la TIR es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los futuros flujos netos de efectivo de un proyecto de inversión con el flujo de salida de efectivo inicial del proyecto. Esta es la forma más efectiva que los inversionistas comparan si es rentable y atractivo el proyecto, este también permite ver el rendimiento de la inversión.

Con este criterio podemos decidir si aceptar o rechazar un proyecto por este método es que si la TIR es igual o mayor que la TMAR el proyecto se acepta, si es menor podemos decidir que se rechaza el proyecto.

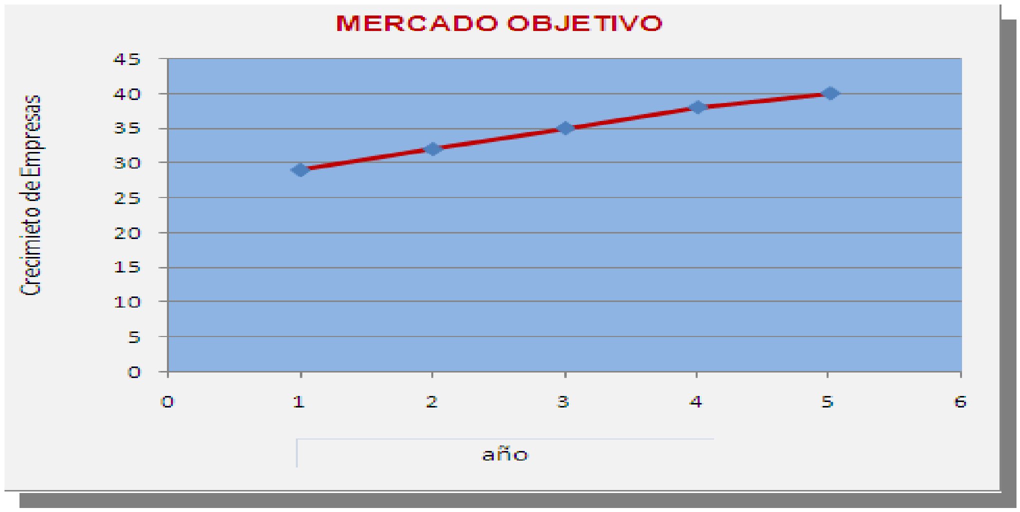
Basándose en los resultados que se obtuvo en el flujo de caja podemos decir que el proyecto si es viable debido a la TIR del 80.82% la cual supera a la Tasa de Descuento de 47,64%.

4.8 DETERMINACION DEL FLUJO DE CAJA

A continuación presentamos el flujo de caja de la empresa INDEKA S.A. en la cual podemos observar el comportamiento de una proyección de 5 años.

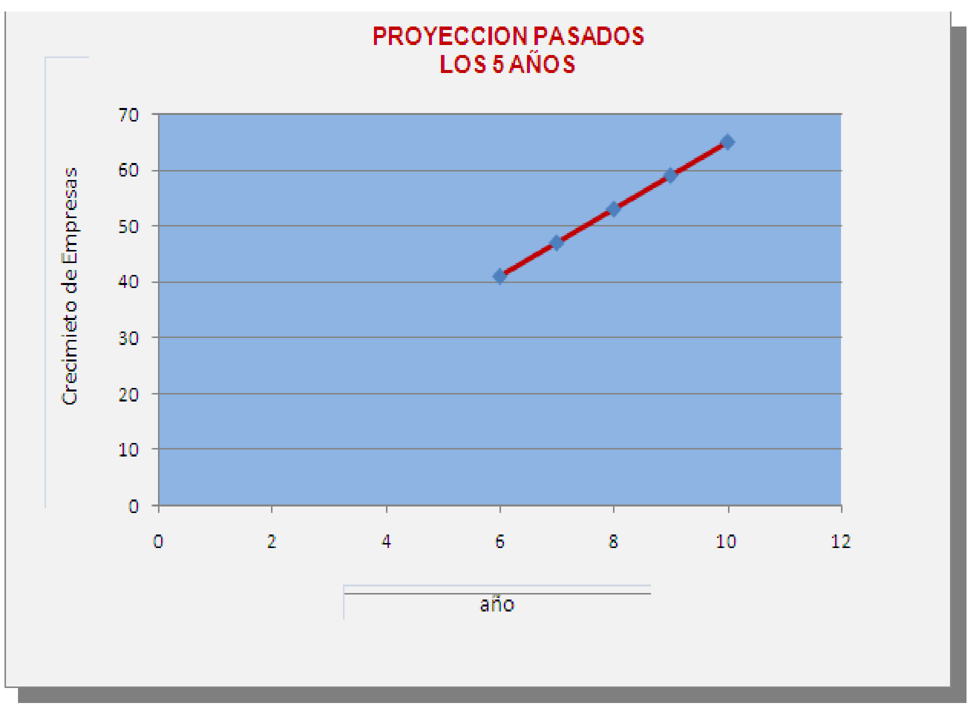
Los ingresos por ventas tendrán como objetivo principal un crecimiento de demanda del 5% anual manteniendo un mismo precio durante los 5 años de proyección, y para los años siguientes se estima un 15% anual, a su vez el costo de venta tendrá un crecimiento de la demanda.

GRAFICO # 1



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

GRAFICO # 2



ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

4.9 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Con el análisis de sensibilidad veremos cuanto es variable mi servicio con respecto a las VENTAS y PRECIOS. Las variaciones que podrá tener será por el cambio de la economía del país como ejemplo la inflación.

Para esto se presentaran 3 escenarios los cuales serán:

- ❖ Pesimista,
- ❖ Conservador,
- ❖ Optimista,

4.9.1 VARIACIONES DE VENTAS Y PRECIOS

4.9.1.1 Variaciones de Ventas

Las variaciones de ventas se verán de acuerdo:

- ❖ Escenario 1= las ventas bajan un 9%,
- ❖ Escenario 2= las ventas alcanza el objetivo que es el 5%.
- ❖ Escenario 3= las ventas supera la expectativa (8%).

4.9.1.2 Las variaciones de Precios

- ❖ Escenario 1= los precios aumentan un 7%.
- ❖ Escenario 2= los precios son estables 5%.
- ❖ Escenario 3= los precios bajan un 10%.

4.9.2 RESULTADOS DE LAS VARIACIONES

Estos escenarios nos presentaran el cambio que tendrá la TIR y el VAN ya que estos representan la rentabilidad de mi proyecto

TABLA # 12

TABLA DE SENSIBILIDAD CON RESPECTO A LAS VENTAS VS. PRECIO

	VENTAS		
PRECIO	**BAJAN UN 9%**	**ESTABLE 5%**	**AUMENTAN UN 8%**
AUMENTO DEL 7%	TIR = 75,69% VAN= $12.857,91	TIR = 104,49% VAN= $26.677,20	TIR = 110,56% VAN= $29.638,48
ESTABLE 5%	TIR = 72,12% VAN= $11.178,94	TIR = 100,50% VAN= $24.739,92	TIR = 106,48% VAN= $27.645,84
BAJA UN 10%	TIR = 44,43% VAN= $-1.413,40	TIR = 70,05% VAN= $10.210,29	TIR = 75,36% VAN= $12.701,09

ELABORADO POR AUTORES DEL PROYECTO

Podemos determinar que si se presenta una disminución de ventas del 9% y el precio baja un 10% mi proyecto va hacer rechazado, ya que representa una rentabilidad negativa para mí. (Ver anexo de sensibilidad)

En otros escenarios mi proyecto si va hacer rentable ya sea por la variación de ventas y precios que esta obtiene.

CONCLUSIONES

Una vez terminado el estudio investigativo y el financiero de la empresa de servicios de limpieza INDEKA S.A, se pudieron obtener las siguientes conclusiones:

- En Babahoyo, se considera que el mercado de servicio de limpiezas se encuentra en un constante crecimiento, debido a que pese, a que existen pocas empresas de limpieza, la necesidad del mercado es grande, ya que el 73% de usuarios desearían contar con los servicios de una empresa especializada en aseo de oficinas.

- Mediante el estudio de mercado se determino que 29 empresas privadas y públicas de la localidad de Babahoyo estarían dispuestas a contratar los servicios de INDEKA, basados en un concepto de calidad del servicio y precio. Adicional INDEKA, esta netamente dirigido a las empresas que tengan poder adquisitivo con un nivel social media, media alta y segmentada para las empresas públicas y privadas, que desean que su empresa sea la imagen de presentación de la misma.

- El competidor directo de la empresa son los auxiliares de limpieza, ya que se encuentra ocupando un total de 64% del mercado, sin embargo el concepto de ellos es diferente al de nuestra empresa, ya que la variable diferencial se encuentra enfocada en la calidad del servicio, proporcionándonos una clave para ingresar al mercado aun no satisfecho con estos servicios.

❖ Una vez identificado la situación actual del mercado y la de sus consumidores, INDEKA elaborara un plan de marketing, el cual nos ayudara a darnos a conocer como empresa especializada de servicios de limpieza, mediante la publicidad y la promoción en ventas, el mismo que se trabajara con todos los colaboradores de la empresa.

❖ Luego de analizar el proyecto con respecto a los costos de inversión nos podemos dar cuenta que tiene inversiones altas, pero así mismo el proyecto es rentable y con grandes expectativas en el mercado.

❖ Desde el punto de vista financiero, el proyecto es viable con respecto a los indicadores obtenidos, refleja que el proyecto esta en capacidad de retorna la inversión con un excedente de efectivo de $15.284,13

RECOMENDACIONES

En el mercado de servicios de limpieza en Babahoyo, nos encontramos con consumidores capaces de adquirir el servicio por la calidad que ofrecen las empresas en el aseo de oficinas, y como INDEKA garantiza esta calidad, la aceptación del mercado es muy buena para la empresa, entonces, visto desde esta perspectiva el proyecto debería iniciarse en este momento con la inversión descrita en los estados financieros, debe enfocarse en el segmento de mercado expuesto en el capitulo de análisis del mercado.

Deberá así mismo expandirse hacia los clientes que representa el 27% de no aceptación o compra del servicio, ayudándose con el plan de Marketing, para así lograr captar la mayor cantidad del mercado hasta llegar a convertirse un Monopolio dentro de la ciudad de Babahoyo.

La pregunta que debemos hacernos es ¿Por qué no desean este servicio?, para que a medida que se obtengan testimonios positivos de clientes actuales, puedan y desean adquirir nuestro servicio, para así responder a las exigencias de las personas que no quieren el servicio, y enfocarnos en ellas con estrategias de mercados diferentes a la de los clientes existentes.

PROYECCION DE LA EMPRESA

Dentro de las proyecciones que INDEKA tiene como empresa está, la de incrementar las ventas en un 5% anual, para la recuperación de la inversión en un plazo mínimo de 5 años, para esto nos apoyaremos con estrategias de marketing, estudio financieros con el fin de alcanzar las utilidades que nos permitan crecer y mantenernos en el mercado.

Para lograr expandirnos como empresa de servicios de limpieza INDEKA se proyecta, para ofrecer en un futuro servicios de limpieza para los hogares, siempre apoyándose en la política de calidad, ya que según en las encuestas; de manera informal siempre nos indicaban la necesidad de cubrir también el mercado de las limpiezas de hogares.

Cabe recalcar que durante los 5 primeros años INDEKA se limitará geográficamente solo en la ciudad de Babahoyo.

BIBLIOGRAFIA

- Introducción para iniciar un Servicio de Limpieza De los Editores de Serie para

Emprender un Negocio de Entrepreneur magazine.

- Micro Empresas de Limpieza Pública: Lecciones Aprendidas

- Empresas de servicios de Guayaquil

- Fundamentos de Marketing por Staton, Etzel, Walker 11^{ava} Edición
-
- Marketing Comercial por Jerome McCarthy (teoría de las 4ps)

- Libro de Estadistica por Berenson y levine

- Fundamentos de Administración Financiera por Van Home 11^{ava} Edición

- Finanzas Corporativas por Steven A. Ross – Randolph w. westerfield – Jefferey F. – Jaffes 5ta Edición

SITIOS WEB

- ❖ Entrepreneur.com
- ❖ Empresas de servicios de Guayaquil

http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=empresas+de+servicio+en+guayaquil%281%29&btnG=Buscar+con+Google&meta=

- ❖ Pautas para elaborar un proyecto de tesis

file:///C:/Documents%20and%20Settings/Propietario/Escritorio/proyecto/TESIS-INVEST IGACIÓN.htm

- ❖ Análisis de Mercado

http://www.emprender-online.com.ar/investigacion-de-mercado

http://www.trabajo.com.mx/analisis_e_investigacion_de_mercado.htm

http://www.google.com.ec/search?hl=es&q=productos+quimicos+de+limpieza+e+insumos+TODO+EN+UN+MISMO+LUGAR+-+Guayaquil&btnG=Buscar&meta=

laboratoriosluque.com

ANEXOS

ANEXO # 1

CONTRATO MODELO DE LA EMPRESA INDEKA S.A

Conste por medio del presente instrumento privado el contrato de **PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA LA EMPRESA** _________________________, acto que celebran la EMPRESA__________________ y la compañía **INDEKA S.A.** sobre la base de las siguientes cláusulas y estipulaciones:

CLAUSULA PRIMERA: COMPARECIENTES.-

Comparecen a la celebración del presente Contrato, por una parte, la EMPRESA__________, representada legalmente por REPRESENTANTE LEGAL____________, en su calidad JEFE cuya personería se acredita con la copia certificada del Acta de la Tercera Asamblea General, que se adjunta en calidad de documento habilitante, parte a quien en lo posterior y para efectos de este contrato se la denominará la “EMPRESA”; y, por otra parte, la compañía INDEKA S.A., debidamente representada por su Gerente General, _______________, cuya personería se acredita con el nombramiento que se adjunta al presente instrumento en calidad de documento habilitante, a quien en lo posterior se la denominará “LA CONTRATISTA”.

CLAUSULA SEGUNDA: ANTECEDENTES.-

2.1. FECHA_____, ANTECEDENTE DEL CONTRATO,

CLÁUSULA TERCERA.- OBJETO DEL CONTRATO:

3.1 El objeto de este contrato es la PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA PARA LA EMPRESA______________ correspondiente al procedimiento de Selección de Cotizaciones No. _______, debiendo la Contratista cumplir con la totalidad de las especificaciones generales y técnicas de conformidad con la oferta y con la ejecución de cualquier servicio estipulado en los documentos precontractuales que se anexan como parte integrante de este contrato.

En especial, el objeto de la contratación está determinado por los siguientes parámetros:

ÁREAS ÚTILES: Esta unidad operativa incluye la totalidad de las oficinas dentro del edificio de la Corporación, las zonas sanitarias (para hombres y para mujeres), la zona de comedor y salón de recepciones.

SERVICIOS A PRESTARSE Y FRECUENCIAS: El servicio a suministrar comprenderá principalmente lo referido dentro del perímetro del edificio de la institución, área administrativa (oficinas), todas las cubiertas que se encuentren en el interior de 3 la entidad, tachos de basura, cerramiento perimetral, cuarto de bombas, cuarto de transformadores, casetas de control de ingreso y sus componentes, mobiliarios y demás áreas de la misma. Las áreas comunes, oficinas y mobiliario, deberán permanecer libres de polvo, líquidos, basura, manchas de aceites y grasas (animales, vegetales y sintéticas), óxido, lodos, sarro, moho, tela de arañas, malos olores, manchas de comida y similares.

Durante las horas de funcionamiento de la entidad, deberá realizarse permanentemente actividades de limpieza superficial, esto es, recolección y barrido de basura, por todas las áreas indicadas anteriormente, efectuando rondas en las zonas sanitarias, a fin de realizar la limpieza correspondiente, evitar sustracciones y verificar el buen uso de las instalaciones.

Diariamente, y fuera de las horas de atención al público, se realizará una limpieza profunda de todas las oficinas y el baldeo de las áreas de uso común anotadas en los párrafos anteriores.

HORARIO DE FUNCIONAMIENTO DE LA EMPRESA: El horario de funcionamiento de la EMPRESA, será a partir de las _____ hasta las ___ horas, horario que posteriormente podrá ser modificado por la institución, en beneficio de la comunidad usuaria del mismo.

DESCRIPCIÓN DE TÉRMINOS:

Limpieza Superficial.- Todo tipo de limpieza que según el lugar a asear, se la deberá realizar permanentemente, con el personal objeto de esta contratación, dentro de la jornada de funcionamiento de esta entidad y que debe ejecutarse básicamente a través de actividades de recolección de desechos en general, recolección de desechos sólidos de los tachos de basura de áreas comunes, oficinas, barrido constante de las áreas, mantenimiento sanitario de los baños, secada de líquidos en general, eliminación de malos olores, y similares.

Limpieza Profunda.- Denominamos así a todo tipo de limpieza que según el lugar a asear se la deberá realizar diariamente con el personal objeto de esta contratación, fuera de la jornada de funcionamiento de esta Empresa y que debe ejecutarse de las siguientes tareas:

- Limpieza de Alfombras y tapices
- Limpieza de muebles y equipos de oficinas
- Limpieza de vitrales internos y cortinas
- Limpieza de fachada incluidos los vitrales externos
- Limpieza y sanitizado de baños
- Limpieza y mantenimiento (encerado y pulido) de pisos
- Limpieza y aspirado de colchones

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO:

Área Administrativa

En el área destinada para las oficinas administrativas se deberá realizar una limpieza profunda a la semana y barrido y trapeado diario. La limpieza profunda de esta área se la realizará de la siguiente forma: las ventanas con líquidos limpia vidrios, retiro de telarañas interiores y exteriores, desmanchar paredes interiores y exteriores, pulir pisos, baldear y encerar el mismo; las baldosas, azulejos de los baños, lavamanos y servicios higiénicos deberán ser desmanchados y baldeados.

Personal de Limpieza:

El personal de mantenimiento y limpieza de empresa_______________ de Babahoyo, estará constituido por ____ auxiliares de limpieza a tiempo completo. Este personal deberá estar debidamente capacitado, instruido, entrenado y contar con la suficiente experiencia en los trabajos a desarrollar.

Los servicios de mantenimiento y limpieza a prestarse deberán estar permanentemente bajo supervisión y evaluación del control de calidad necesario para su eficiencia, el mismo que estará a cargo de INDEKA S.A.

El uniforme a utilizar por parte del personal de limpieza será de tipo mameluco color azul o celeste, y credencial (estampado de la empresa) que obligatoriamente deberá portar.

Los materiales de limpieza serán discrecionalmente determinados y empleados por la contratista de tal forma que el servicio prestado se mantenga siempre en un óptimo nivel.

OTRAS ESPECIFICACIONES:

La empresa Contratista deberá adicionalmente cumplir lo detallado a continuación:

a) Provisión y reposición oportuna del personal de limpieza.
b) Personal equipado con uniforme reglamentario, materiales, suministros y equipos de limpieza, entre otros.
c) Supervisión y evaluación permanente del desempeño del personal de mantenimiento y limpieza.
d) Personal capacitado, instruido, entrenado y con la respectiva inducción.
e) La Empresa se reserva el derecho de aceptar, cambiar o remover al personal de auxiliares de limpieza si así lo considera conveniente a sus intereses. Al inicio de las labores la Contratista entregará una lista con los nombres de los auxiliares de limpieza requeridos; posteriormente, cuando existan cambios en el personal de auxiliares de limpieza por haber sido separados por la compañía, este listado se actualizará obligatoriamente.

CLÁUSULA CUARTA.- PRECIO DEL CONTRATO:

4.1 El precio del contrato que la Empresa pagará a la Contratista es de USD $ _______ Dólares de los Estados Unidos de América), más lo correspondiente al Impuesto al Valor Agregado), y que se desglosa en el cuadro presentado en su oferta, cuyo detalle es el siguiente:

Suma Total $	
IVA 12% $	
Total $	

CLÁUSULA QUINTA.- FORMA DE PAGO:

Los pagos por los servicios prestados se realizarán con fondos propios provenientes del presupuesto de la Entidad.

Se realizarán contra presentación de factura mensual, o quincenal dependiendo del tipo de cobro, y dentro de los días siguientes al correspondiente servicio del mes inmediato anterior.

La Corporación pagará las planillas mensuales por el servicio realizado, debidamente fiscalizadas a través del informe pertinente que emita la Jefatura
Administrativa de la entidad.

CLÁUSULA SEXTA.- GARANTÍAS

6.1 Garantía de Fiel Cumplimiento la Empresa deberá constituir y entregar a la Empresa de Babahoyo y a satisfacción de ésta, todos los fin de mes que tendrá vigencia durante el plazo del Contrato.

RUBRO DESCRIPCIÓN CANTIDAD MESES PRECIO

DESCRIPCION	CANTIDAD EMPLEADO	MESES	PRECIO UNITARIOS	PRECIO TOTAL
PERSONAL				
AUXILIAR DE LIMPIEZA	1	1	$200,00	200,00
EQUIPO MINIMO				
ASPIRADORAS	1	1	12	12,00
ENCERADORA	1	1	15	15,00
PULIDORA	1	1	12	12,00
ACCESORIOS				
MATERIALES	1	1	17,63	17,63
INSUMOS	1	1	9,87	9,87
UNIFORMES	1	12	1,25	7,50
TOTAL DE COSTOS POR SERVICIOS				**274,00**
PROYECCION DE GANANCIA INDEKA				**46,00**
VALOR A COBRAR				**320,00**

Los rubros detallados en el contrato son por trabajador, si la Empresa necesitare más de una persona para el servicio, el costo será cobrado de la misma manera por colaborador.

CLÁUSULA SÉPTIMA.- PLAZO.- La Empresa requiere que los servicios de Mantenimiento y Limpieza objeto de esta contratación, estén a su disposición por un período de 12 meses, contados a partir del 22 de septiembre de 2007.

CLÁUSULA OCTAVA.- OBLIGACIONES DE LA CONTRATISTA.-

8.1. LA CONTRATISTA asumirá la total responsabilidad por el cumplimiento de las obligaciones del Contrato. Además, estará obligada a cumplir con cualquier otra que se derive natural y jurídicamente del objeto del contrato. No se permite subrogación de obligaciones.

8.2 LA CONTRATISTA proporcionará a su personal los equipos y demás elementos indispensables para la realización del servicio de limpieza.

8.3 Serán de cuenta exclusiva de LA CONTRATISTA el pago de sueldos, beneficios y demás remuneraciones del personal que ocupe para la prestación del servicio, incluyendo aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y cualquier otra obligación de carácter laboral señalado en el Código de Trabajo, Ley de Seguridad Social u otras leyes conexas, sin excepción alguna, pues la Empresa no asume ni tendrá por ningún concepto relación de carácter laboral ni de otra índole con las personas ocupadas o relacionadas con la Contratista por los efectos de este contrato.

8.4 Durante el servicio y hasta la finalización del plazo de prestación del mismo,

LA CONTRATISTA adoptará las medidas adecuadas para el buen servicio y el mantenimiento estricto de las instalaciones de la Empresa. En caso de producirse daños en las mismas, por inobservancia de sus responsabilidades, la Contratista deberá reparar tales daños a su costo.

8.5 En caso de ser imprescindible el incremento del número de auxiliares de limpieza, LA CONTRATISTA se compromete a suministrarlos en los mismos términos establecidos en el contrato. Este incremento deberá ser justificado por la Dirección Administrativa - Financiera y de Recursos Humanos.

CLÁUSULA NOVENA: TERMINACIÓN DEL CONTRATO.-

9.1. El contrato terminará:

- ❖ Por cumplimiento de las obligaciones contractuales;
- ❖ Por mutuo acuerdo de las partes;
- ❖ Por sentencia ejecutoriada que declare la resolución o la nulidad del Contrato;
- ❖ Por disolución de la persona jurídica contratista que no se origine en decisión interna voluntaria de los órganos competentes de tal persona jurídica; y,
- ❖ Por declaración unilateral de la Corporación.

CLÁUSULA DÉCIMA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y PROCEDIMIENTO.-

10.1. Para todos los efectos de este contrato, las partes convienen en señalar su domicilio en la ciudad de Babahoyo.

10.2. Para efectos de comunicación o notificaciones, las partes señalan como su dirección las siguientes:

De la Empresa

Dirección___________________________________

Teléfono____________________________________

Fax____

De INDEKA S.A

Dirección___________________________________

Teléfono____________________________________

Fax____

ANEXO # 2

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
Servicios de excelencia para apoyar al desarrollo empresarial y de mercado de valores
República del Ecuador

LEY DE COMPAÑIAS

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, 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. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusive e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

ANEXO # 3

ENCUESTA EMPRESA DE LIMPIEZA DE OFICINA PARA BABAHOYO

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

NOMBRE DE LA EMPRESA	ACTIVIDAD	SECTOR	NIVEL ECONOMICO	UBICACIÓN	INGRESOS

1.- ¿CUENTA USTED CON UN SERVICIO DE LIMPIEZA EN SU EMPRESA?

SI ☐ NO ☐

2.- ¿QUIÉN REALIZA EL SISTEMA DE LIMPIEZA EN SU EMPRESA?

CONSERJE ☐ OFICINISTAS ☐ OTROS ☐

3.- ¿CUÁNTO CANCELA USTED POR SERVICIOS DE LIMPIEZA INTERNO EN SU EMPRESA?

$ 50 - $ 150 ☐ $ 150 - $ 250 ☐ $ 250 - $ 350 ☐ $350 o Más ☐

4.- ¿COMO ES EL SERVICIO QUE LES OFRECE?

BUENO ☐ MALO ☐ REGULAR ☐

5.- ¿QUÉ FACTOR DETERMINARIA LA ADQUISICION DE LIMPIEZA ESPECIALIZADO?

PRECIO ☐ CALIDAD ☐ AMISTAD ☐ SERVICIO ☐ POLITICA ☐

6.- ¿CONOCE USTED ALGUNA EMPRESA ESPECIFICA QUE PRESTE SERVICIO DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO?

SI ☐ NO ☐

7.- ¿LES GUSTARIA QUE EXISTA UNA EMPRESA QUE OFREZCA EL SERVICIO DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE BABAHOYO?

SI ☐ NO ☐

8.-¿CONTRATARIA EL SERVICIO DE LIMPIEZA QUE SEA DE LA CIUDADA DE BABAHOYO? SI LA RESPUESTA ES NO FINALIZAR LA ENCUESTA DE LO CONTRARIO SEGUIR CON LA MISMA

SI ☐ NO ☐

9.-¿ QUE LE GUSTARIA QUE ESTA EMPRESA LE OFRECIERA PARA CONTRATAR EL SERVICIO?

____

10.- ¿POR QUÉ CONTRATARIA NUESTRO SERVICIO?

PRECIO ☐ CALIDAD ☐ SERVICIO ☐

11.- ¿CUÁL DE ESTAS OPCIONES DE LIMPIEZA CONTRATARIA USTED?

MANTENIMIENTO DE MUEBLES ☐	MANTENIMIENTO DE PISOS ☐
MANTENIMIENTO DE ALFOMBRAS ☐	MANTENIMIENTO DE VITRALES ☐
MANTENIMIENTO DE FACHADAS ☐	MANTENIMIENTO DE MOQUETAS ☐
MANTENIMIENTO DE BAÑOS ☐	TODAS LAS ANTERIORES ☐

12.- ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR POR UN SERVICIO DE LIMPIEZA EN SU EMPRESA?

$160 - $ 200 ☐ $ 200 - $ 240 ☐ $ 240 - $ 280 ☐ $280 o Más ☐

ANEXO # 4

MAQUINARIAS, UTENSILIOS Y QUIMICOS

ASPIRADORA

PULIDORAS / ENCERADORA

ABRILLANTADORA

CARRITOS DE LIMPIEZA

ESCOBAS

RECOGEDOR

ESCURRIDOR DE PISOS

GUANTES

TRAPEADOR DE LANA

UNIFORMES

BARREDOR ACRILICO

DETERGENTE

CLORO

DESINFECTANTE

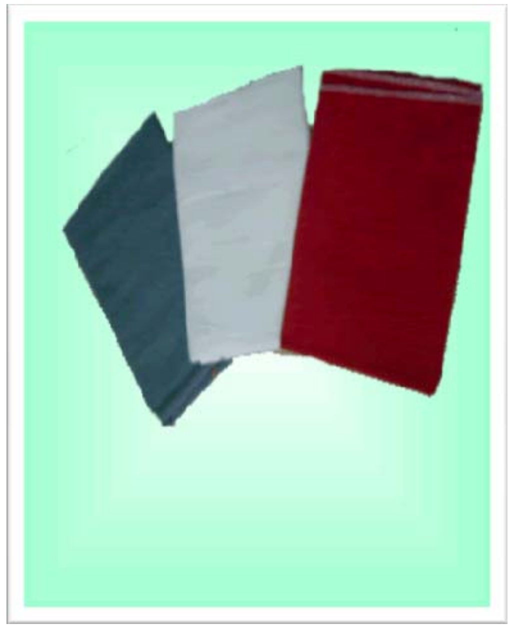
AMBIENTALES

ACIDOS

CERA LIQUIDA

DESENGRASANTE

TOALLAS PARA LIMPIAR



MASCARILLAS

ANALISIS DE SENIBILIDAD

COSTO VARIAN 1O% Y LAS VENTAS 3%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 108.019,20	$ 111.259,78	$ 114.597,57	$ 118.035,50	$ 121.576,56
Costo de venta		$ 3.779,01	$ 4.156,91	$ 4.572,60	$ 5.029,86	$ 5.532,84
Utilidad Bruta		**$ 104.240,19**	**$ 107.102,87**	**$ 110.024,97**	**$ 113.005,64**	**$ 116.043,72**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 37.967,61**	**$ 40.830,29**	**$ 43.752,39**	**$ 46.733,06**	**$ 49.771,14**
Participación de trabajadores 15%		$ 5.695,14	$ 6.124,54	$ 6.562,86	$ 7.009,96	$ 7.465,67
Utilidad operacional		**$ 32.272,47**	**$ 34.705,75**	**$ 37.189,53**	**$ 39.723,10**	**$ 42.305,47**
Impuesto a la renta 25%		$ 8.068,12	$ 8.676,44	$ 9.297,38	$ 9.930,78	$ 10.576,37
Utilidad neta		**$ 24.204,35**	**$ 26.029,31**	**$ 27.892,15**	**$ 29.792,33**	**$ 31.729,10**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 27.476,93**	**$ 29.301,89**	**$ 31.164,73**	**$ 33.064,91**	**$ 35.001,68**
TIR	70,76%					
VAN	$ 10.152,35					
Tasa de descuento	47,64%					

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

COSTO VARIAN UN 8% Y LAS VENTAS 3%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 108.019,20	$ 111.259,78	$ 114.597,57	$ 118.035,50	$ 121.576,56
Costo de venta		$ 3.710,30	$ 4.007,12	$ 4.327,69	$ 4.673,91	$ 5.047,82
Utilidad Bruta		**$ 104.308,90**	**$ 107.252,66**	**$ 110.269,88**	**$ 113.361,59**	**$ 116.528,74**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 38.036,32**	**$ 40.980,08**	**$ 43.997,30**	**$ 47.089,01**	**$ 50.256,16**
Participación de trabajadores 15%		$ 5.705,45	$ 6.147,01	$ 6.599,59	$ 7.063,35	$ 7.538,42
Utilidad operacional		**$ 32.330,87**	**$ 34.833,06**	**$ 37.397,70**	**$ 40.025,66**	**$ 42.717,74**
Impuesto a la renta 25%		$ 8.082,72	$ 8.708,27	$ 9.349,43	$ 10.006,41	$ 10.679,43
Utilidad neta		**$ 24.248,16**	**$ 26.124,80**	**$ 28.048,28**	**$ 30.019,24**	**$ 32.038,30**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 27.520,74**	**$ 29.397,38**	**$ 31.320,86**	**$ 33.291,82**	**$ 35.310,88**
TIR	71,05%					
VAN	$ 10.297,17					
Tasa de descuento	47,64%					

ANALISIS DE SENSIBILIDAD
COSTOS VARIAN UN 6% Y LAS VENTAS UN 3%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 108.019,20	$ 111.259,78	$ 114.597,57	$ 118.035,50	$ 121.576,56
Costo de venta		$ 3.229,33	$ 3.423,09	$ 3.628,48	$ 3.846,19	$ 4.076,96
Utilidad Bruta		**$ 104.789,87**	**$ 107.836,68**	**$ 110.969,09**	**$ 114.189,31**	**$ 117.499,60**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 38.517,29**	**$ 41.564,10**	**$ 44.696,51**	**$ 47.916,73**	**$ 51.227,02**
Participación de trabajadores 15%		$ 5.777,59	$ 6.234,62	$ 6.704,48	$ 7.187,51	$ 7.684,05
Utilidad operacional		**$ 32.739,69**	**$ 35.329,49**	**$ 37.992,03**	**$ 40.729,22**	**$ 43.542,97**
Impuesto a la renta 25%		$ 8.184,92	$ 8.832,37	$ 9.498,01	$ 10.182,31	$ 10.885,74
Utilidad neta		**$ 24.554,77**	**$ 26.497,12**	**$ 28.494,03**	**$ 30.546,92**	**$ 32.657,23**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 27.827,35**	**$ 29.769,70**	**$ 31.766,61**	**$ 33.819,50**	**$ 35.929,81**

TIR	72,08%
VAN	$ 10.782,33
Tasa de descuento	47,64%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

VARIACION DE COSTO DE 8% Y VENTAS DE 5%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 116.928,00	$ 122.774,40	$ 128.913,12	$ 135.358,78	$ 142.126,71
Costo de venta		$ 3.710,30	$ 3.895,81	$ 4.207,48	$ 4.544,07	$ 4.907,60
Utilidad Bruta		**$ 113.217,70**	**$ 118.878,59**	**$ 124.705,64**	**$ 130.814,70**	**$ 137.219,11**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 46.945,12**	**$ 52.606,01**	**$ 58.433,06**	**$ 64.542,12**	**$ 70.946,53**
Participación de trabajadores 15%		$ 7.041,77	$ 7.890,90	$ 8.764,96	$ 9.681,32	$ 10.641,98
Utilidad operacional		**$ 39.903,35**	**$ 44.715,11**	**$ 49.668,10**	**$ 54.860,80**	**$ 60.304,55**
Impuesto a la renta 25%		$ 9.975,84	$ 11.178,78	$ 12.417,03	$ 13.715,20	$ 15.076,14
Utilidad neta		**$ 29.927,52**	**$ 33.536,33**	**$ 37.251,08**	**$ 41.145,60**	**$ 45.228,42**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 33.200,10**	**$ 36.808,91**	**$ 40.523,66**	**$ 44.418,18**	**$ 48.501,00**

TIR	90,60%
VAN	$ 20.002,25
Tasa de descuento	47,64%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

COSTO VARIAN UN 10% Y LAS VENTAS 5%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 116.928,00	$ 122.774,40	$ 128.913,12	$ 135.358,78	$ 142.126,71
Costo de venta		$ 3.779,01	$ 4.156,91	$ 4.572,60	$ 5.029,86	$ 5.532,84
Utilidad Bruta		**$ 113.148,99**	**$ 118.617,49**	**$ 124.340,52**	**$ 130.328,92**	**$ 136.593,87**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 46.876,41**	**$ 52.344,91**	**$ 58.067,94**	**$ 64.056,34**	**$ 70.321,29**
Participación de trabajadores 15%		$ 7.031,46	$ 7.851,74	$ 8.710,19	$ 9.608,45	$ 10.548,19
Utilidad operacional		**$ 39.844,95**	**$ 44.493,18**	**$ 49.357,75**	**$ 54.447,89**	**$ 59.773,10**
Impuesto a la renta 25%		$ 9.961,24	$ 11.123,29	$ 12.339,44	$ 13.611,97	$ 14.943,27
Utilidad neta		**$ 29.883,71**	**$ 33.369,88**	**$ 37.018,31**	**$ 40.835,92**	**$ 44.829,82**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 33.156,29**	**$ 36.642,46**	**$ 40.290,89**	**$ 44.108,50**	**$ 48.102,40**

TIR	90,25%
VAN	$ 19.798,82
Tasa de descuento	47,64%

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

VARIACION DE COSTOS DE 6% Y LAS VENTAS DE UN 5%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 116.928,00	$ 122.774,40	$ 128.913,12	$ 135.358,78	$ 142.126,71
Costo de venta		$ 3.641,59	$ 3.860,08	$ 4.091,69	$ 4.337,19	$ 4.597,42
Utilidad Bruta		**$ 113.286,41**	**$ 118.914,32**	**$ 124.821,43**	**$ 131.021,59**	**$ 137.529,29**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 47.013,83**	**$ 52.641,74**	**$ 58.548,85**	**$ 64.749,01**	**$ 71.256,71**
Participación de trabajadores 15%		$ 7.052,07	$ 7.896,26	$ 8.782,33	$ 9.712,35	$ 10.688,51
Utilidad operacional		**$ 39.961,76**	**$ 44.745,48**	**$ 49.766,52**	**$ 55.036,66**	**$ 60.568,21**
Impuesto a la renta 25%		$ 9.990,44	$ 11.186,37	$ 12.441,63	$ 13.759,16	$ 15.142,05
Utilidad neta		**$ 29.971,32**	**$ 33.559,11**	**$ 37.324,89**	**$ 41.277,49**	**$ 45.426,16**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 33.243,90**	**$ 36.831,69**	**$ 40.597,47**	**$ 44.550,07**	**$ 48.698,74**
TIR	90,74%					
VAN	$ 20.082,86					
Tasa de descuento	47,64%					

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

VARIACION DE COSTO DE UN 10% Y LAS VENTAS DE UN 9%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 121.382,40	$ 132.306,82	$ 144.214,43	$ 157.193,73	$ 171.341,16
Costo de venta		$ 3.779,01	$ 4.156,91	$ 4.572,60	$ 5.029,86	$ 5.532,84
Utilidad Bruta		**$ 117.603,39**	**$ 128.149,91**	**$ 139.641,83**	**$ 152.163,87**	**$ 165.808,32**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 51.330,81**	**$ 61.877,33**	**$ 73.369,25**	**$ 85.891,29**	**$ 99.535,74**
Participación de trabajadores 15%		$ 7.699,62	$ 9.281,60	$ 11.005,39	$ 12.883,69	$ 14.930,36
Utilidad operacional		**$ 43.631,19**	**$ 52.595,73**	**$ 62.363,86**	**$ 73.007,60**	**$ 84.605,38**
Impuesto a la renta 25%		$ 10.907,80	$ 13.148,93	$ 15.590,97	$ 18.251,90	$ 21.151,34
Utilidad neta		**$ 32.723,39**	**$ 39.446,80**	**$ 46.772,90**	**$ 54.755,70**	**$ 63.454,03**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 35.995,97**	**$ 42.719,38**	**$ 50.045,48**	**$ 58.028,28**	**$ 66.726,61**

TIR	104,91%
VAN	$ 28.825,47
Tasa de descuento	47,64%

VARIACION DE COSTO DE 8% Y LAS VENTAS DE 9%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 121.382,40	$ 132.306,82	$ 144.214,43	$ 157.193,73	$ 171.341,16
Costo de venta		$ 3.710,30	$ 4.007,12	$ 4.327,69	$ 4.673,91	$ 5.047,82
Utilidad Bruta		**$ 117.672,10**	**$ 128.299,70**	**$ 139.886,74**	**$ 152.519,82**	**$ 166.293,35**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 51.399,52**	**$ 62.027,12**	**$ 73.614,16**	**$ 86.247,24**	**$ 100.020,77**
Participación de trabajadores 15%		$ 7.709,93	$ 9.304,07	$ 11.042,12	$ 12.937,09	$ 15.003,11
Utilidad operacional		**$ 43.689,59**	**$ 52.723,05**	**$ 62.572,04**	**$ 73.310,16**	**$ 85.017,65**
Impuesto a la renta 25%		$ 10.922,40	$ 13.180,76	$ 15.643,01	$ 18.327,54	$ 21.254,41
Utilidad neta		**$ 32.767,20**	**$ 39.542,29**	**$ 46.929,03**	**$ 54.982,62**	**$ 63.763,24**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 36.039,78**	**$ 42.814,87**	**$ 50.201,61**	**$ 58.255,20**	**$ 67.035,82**
TIR	105,13%					
VAN	$ 28.970,30					
Tasa de descuento	47,64%					

VARIACION DE COSTO DE 6% Y LAS VENTAS DE 9%

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 121.382,40	$ 132.306,82	$ 144.214,43	$ 157.193,73	$ 171.341,16
Costo de venta		$ 3.641,59	$ 3.860,08	$ 4.091,69	$ 4.337,19	$ 4.597,42
Utilidad Bruta		**$ 117.740,81**	**$ 128.446,73**	**$ 140.122,74**	**$ 152.856,54**	**$ 166.743,74**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 51.468,23**	**$ 62.174,15**	**$ 73.850,16**	**$ 86.583,96**	**$ 100.471,16**
Participación de trabajadores 15%		$ 7.720,23	$ 9.326,12	$ 11.077,52	$ 12.987,59	$ 15.070,67
Utilidad operacional		**$ 43.748,00**	**$ 52.848,03**	**$ 62.772,64**	**$ 73.596,37**	**$ 85.400,49**
Impuesto a la renta 25%		$ 10.937,00	$ 13.212,01	$ 15.693,16	$ 18.399,09	$ 21.350,12
Utilidad neta		**$ 32.811,00**	**$ 39.636,02**	**$ 47.079,48**	**$ 55.197,27**	**$ 64.050,37**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 36.083,58**	**$ 42.908,60**	**$ 50.352,06**	**$ 58.469,85**	**$ 67.322,95**
TIR	105,34%					
VAN	$ 29.109,51					
Tasa de descuento	47,64%					

ANEXO DE FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA

EMPRESA INDEKA S.A.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSION INICIAL	$ 22.179,05					
Capital de trabajo	$ 16.518,15					
INGRESOS						
Ventas		$ 111.360,00	$ 116.928,00	$ 122.774,40	$ 128.913,12	$ 135.358,78
Costo de venta		$ 3.435,46	$ 3.607,23	$ 3.787,59	$ 3.976,97	$ 4.175,82
Utilidad Bruta		**$ 107.924,54**	**$ 113.320,77**	**$ 118.986,81**	**$ 124.936,15**	**$ 131.182,95**
Costos fijos		$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00	$ 63.000,00
Depreciación		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
Utilidad operacional		**$ 41.651,96**	**$ 47.048,19**	**$ 52.714,23**	**$ 58.663,57**	**$ 64.910,37**
Participación de trabajadores 15%		$ 6.247,79	$ 7.057,23	$ 7.907,13	$ 8.799,53	$ 9.736,56
Utilidad operacional		**$ 35.404,17**	**$ 39.990,96**	**$ 44.807,09**	**$ 49.864,03**	**$ 55.173,82**
Impuesto a la renta 25%		$ 8.851,04	$ 9.997,74	$ 11.201,77	$ 12.466,01	$ 13.793,45
Utilidad neta		**$ 26.553,12**	**$ 29.993,22**	**$ 33.605,32**	**$ 37.398,02**	**$ 41.380,36**
Valor de salvamento		$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58	$ 3.272,58
J, Flujo de caja (I + depreciación)	**$ -38.697,20**	**$ 29.825,70**	**$ 33.265,80**	**$ 36.877,90**	**$ 40.670,60**	**$ 44.652,94**

TIR	81,54%
VAN	$ 15.680,14
Tasa de descuento	47,64%