

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas



Facultad de
**Ciencias Sociales
y Humanísticas**



Plan de Negocios: "Propuesta para la creación de una
Empresa de Servicios de limpieza ecológica antialérgica
para hogares en la ciudad de Guayaquil"

Tesis de Grado

Previa la obtención del Título de:
Ingeniería Comercial y Empresarial

Presentado por:
Ángel Eduardo Tamayo Wong

Guayaquil - Ecuador

2015

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas



**Plan de Negocios: “Propuesta para la creación de una
Empresa de Servicios de limpieza ecológica y antialérgica
para hogares en la ciudad de Guayaquil”**

Tesis de Grado

**Previa la obtención del Título de:
Ingeniería Comercial y Empresarial**

**Presentado por:
Ángel Eduardo Tamayo Wong
Guayaquil-Ecuador**

2015

AGRADECIMIENTOS

Agradezco en primer lugar a Dios, por haberme brindado la salud, y aun seguir con vida para poder culminar una de las etapas más importantes de mi vida, siendo el quien estaba en cada momento que quise dar un paso al costado.

Agradezco a Gianella Andrea Parra Cañarte, que desde su llegada a mi vida ha sido un apoyo incondicional en la culminación de mi carrera, con palabras de aliento en el momento necesario y en este corto tiempo se ha convertido en un ángel en mi vida.

DEDICATORIAS

Quiero dedicar este proyecto a Dios, a mis padres Ángel Tamayo y Nora Wong, que siempre me estuvieron apoyando en este ciclo de mi vida, que siempre han sido mis modelos a seguir y gracias a eso me dieron las fuerzas para que yo pueda alcanzar cada una de mis metas, a mi hermana Bárbara que siempre ha estado ahí cuando la he necesitado, a mis abuelos, José, Nargela, Ruth, Eduardo que siempre han sido para mí ejemplo de lucha, esfuerzo, dedicación, amor y constancia.

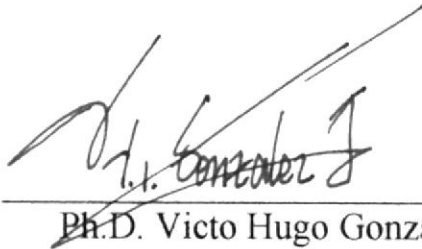
TRIBUNAL DE TITULACIÓN



MSC. Jenny Tola
Presidente del Tribunal



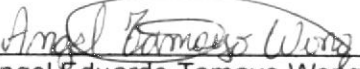
MBA. Bolívar Pastor
Director de Tesis



Ph.D. Vico Hugo González
Vocal del Tribunal

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este Trabajo de Titulación, corresponde exclusivamente al autor, y al patrimonio intelectual de la misma Escuela Superior Politécnica Del Litoral”



Angel Eduardo Tamayo Wong

INDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIAS.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	IV
DECLARACIÓN EXPRESA.....	V
INDICE DE ILUSTRACIONES.....	IX
INDICE DE TABLAS.....	IX
INDICE DE CUADROS.....	IX
INDICE DE GRAFICOS.....	X
INDICE DE FIGURAS.....	X
INDICE DE ANEXOS.....	X
CAPITULO I: INTRODUCCION.....	1
1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.2 OBJETIVO GENERAL	4
1.3 OBJETIVO ESPECIFICOS.....	4
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.5 ANALISIS MACRO Y MICROENTORNO.....	5
1.5.1 Análisis del macroentorno	5
1.5.1.1 Entorno de la empresa	5
1.5.1.1.1 Entorno económico	5
1.5.1.1.2 Entorno socio-cultural	6
1.5.1.1.3 Entorno ecológico.....	6
1.5.1.1.4 Entorno legal.....	6
1.5.2 Análisis del microentorno.....	7
1.5.2.1 Clientes.....	7
1.5.2.2 Competencia.....	7
1.5.2.3 Proveedores.....	7
CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL Y METODOLOGIA.....	9
2.1 MARCO TEORICO.....	9
2.1.1 Antecedentes historicos	9
2.1.2 Antecedentes del mercado	10
2.2 MARCO LEGAL.....	10
2.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	11
2.3.1 Tipo,diseño y modo de la investigación.....	11
2.3.1.1 Tipo de investigación.....	11
2.3.1.2 Diseño de investigación.....	11
2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	11
2.4.1 Población.....	11
2.4.1.1 Restriccion en la población	11
2.4.2 Muestra.....	12
2.4.2.1 Determino de la muestra.....	12
2.4.2.2 Tamaño de la muestra.....	12
2.5 ELABORACIÓN DE LA ENCUESTA.....	13
2.5.1 Elaboración del cuestionario de la encuesta	13
2.5.2 Realización de la encuesta	13
2.5.3 Encuesta	14
2.5.4 Análisis de los resultados de la encuesta.....	15
CAPITULO III: IMPACTO AMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS DE LIMPIEZA.....	25
3.1 IMPACTO AMBIENTAL	25
3.2 PRODUCTOS DE LIMPIEZA TRADICIONALES VS PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS Y ANTIALÉRGICOS	25
3.2.1 Productos de limpieza tradicionales	26
3.2.2 Productos de limpieza ecológicos	27

CAPITULO IV : ESTUDIO DE MERCADO.....	28
4.1 ANALISIS DE MERCADO.....	28
4.1.1 Demanda.....	28
4.1.2 Macro y Micro segmentación de mercado.....	28
4.1.2.1 Macrosegmentación.....	28
4.1.2.1.1 Necesidades.....	28
4.1.2.1.2 Tecnología.....	29
4.1.2.1.3 Grupo de clientes.....	29
4.1.2.2 Microsegmentación.....	29
CAPITULO V : LA EMPRESA.....	30
5.1 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	30
5.2 TIPO DE EMPRESA.....	30
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	30
5.4 MISIÓN.....	30
5.5 VISIÓN.....	30
5.6 LOGOTIPO.....	31
5.7 SLOGAN.....	31
5.8 ORGANIGRAMA.....	31
5.9 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.....	31
5.10 TERRENO, EDIFICIO E INSTALACIONES.....	34
5.11 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO.....	34
5.12 APOORTE DE CAPITAL.....	34
5.13 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA.....	35
5.13.1 Definición de los servicios que prestara la empresa.....	35
CAPITULO VI : PROPUESTAS DEL PLAN DE NEGOCIO.....	36
6.1 PROPUESTA EN EL AREA ADMINISTRATIVA.....	36
6.1.1 Filosofía.....	36
6.1.2 Principio fundadamental.....	36
6.1.3 Cadenas de valor.....	36
6.1.3.1 Empresa.....	36
6.1.3.2 Empleado.....	37
6.1.4 Factores determinantes de éxito del negocio.....	37
6.1.4.1 Análisis de los factores de éxito.....	37
6.1.4.1.1 Nivel de calidad del servicio.....	37
6.1.4.1.2 Variedad de servicios.....	38
6.1.4.1.3 Cuidado del medio ambiente.....	38
6.1.4.1.4 Capacitacion del empleado.....	38
6.2 PROPUESTA EN EL ÁREA DE TALENTO HUMANO.....	38
6.2.1 Descripción de cargos con los que contara la empresa mejorada.....	38
6.2.1.1 Gerente General.....	38
6.2.1.2 Asesor de marketing y ventas.....	39
6.2.1.3 Auxiliar Contable.....	40
6.2.1.4 Auxiliares de limpieza.....	40
6.2.2 Modo de selección de personal.....	41
6.2.3 Proceso de capacitacion de personal.....	41
6.3 PROPUESTA EN EL ÁREA DE MARKETING.....	42
6.3.1 Definición de la misión y visión del plan estratégico de marketing.....	42
6.3.2 Análisis de las directrices de la empresa.....	42
6.3.3 Análisis situacional.....	42
6.3.4 Análisis FODA.....	43
6.3.4.1 Fortalezas.....	43
6.3.4.2 Oportunidades.....	43
6.3.4.3 Debilidades.....	44
6.3.4.4 Amenazas.....	44
6.3.5 Conclusiones del análisis FODA.....	44
6.3.5.1 Fortalezas > Debilidades.....	44
6.3.5.2 Fortalezas > Oportunidades.....	44
6.3.5.3 Amenazas > Oportunidades.....	45
6.3.6 Análisis Fofadoda.....	46
6.3.7 Atractividad del Mercado y Competitividad.....	47
6.3.8 Análisis de las Fuerzas de Porter.....	47
6.3.9 Análisis del Marketing Mix.....	50

6.3.9.1 Producto –Servicio.....	50
6.3.9.1.1 Horario de atención	50
6.3.10.2 Precio.....	51
6.3.10.2.1 Estrategia de precio para la penetración en el mercado	51
6.3.10.2.2 Precios individuales a los servicios.....	51
6.3.10.2.3 Formas de Pagos.....	51
6.3.10.3 Plaza o Distribución.....	51
6.3.10.4 Promoción.....	51
6.3.10.4.1 Estrategias de Ventas.....	52
6.3.10.4.1.1 Promoción en ventas	52
6.3.10.4.1.2 Paquetes Promocionales.....	52
6.3.10.4.2 Estrategias de Publicidad.....	52
6.3.10.4.2.1 Publicidad.....	52
6.3.10.4.2.2 Medios Publicitarios.....	52
6.3.10.4.2.2.1 Volantes.....	52
6.3.10.4.2.2.2 Telemarketing.....	53
6.3.10.5 Personas (Recurso Humano).....	53
6.3.10.6 Proceso (Recurso Tecnológico y estructura).....	53
6.3.10.7 Evidencia Física (Recursos Materiales, financieros (mínimo operable) infraestructura y capacidad instalada).....	53
6.4 PROPUESTAS EN EL ÁREA DE OPERACIONES	54
6.4.1 Análisis del Tamaño de la Empresa.....	54
6.4.2 Proceso de prestación del servicio	54
6.4.2.1 Información y venta del servicio	54
6.4.2.2 Base de datos de clientes	54
6.4.2.3 Prestación del servicio contratado por el cliente	55
6.4.2.4 Tiempo de prestación del servicio	55
6.4.3 Procedimientos y controles de calidad.....	55
6.4.3.1 Satisfacción del cliente	56
6.4.3.2 Control del trabajo realizado	56
6.4.3.3 Elementos utilizados para la limpieza	57
6.4.3.4 Niveles tecnológicos para la prestación del servicio	57
6.5 PROPUESTA EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO	58
6.5.1 Abastecimiento.....	58
6.5.1.1 Productos de limpieza ecologico y antialergico	58
6.5.1.2 Herramientas y utensilios de limpieza	62
6.5.1.3 Máquinas de limpieza.....	64
CAPITULO VII: ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO.....	68
7.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO.....	68
7.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	69
7.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	72
7.4 PRESUPUESTO DE GASTO	73
7.5 PUNTO DE EQUILIBRIO.....	77
7.5.1 Formulas para el punto de equilibrio.....	77
7.6 ESTADOS FINANCIEROS PRESUPUESTADOS	80
7.6.1 Flujo de Caja Proyectado.....	80
7.6.2 Estado de Resultados Proyectado.....	81
7.6.3 Balance General Proyectado.....	83
7.7 EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	86
7.7.1 Valor Presenta Neto.....	87
7.7.2 TIR.....	87
7.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	88
7.8.1 Métodos Vertical, Horizontal e Histórico.....	88
7.8.1.1 Análisis Financiero Vertical.....	88
7.8.1.2 Análisis Financiero Horizontal.....	91
7.9 RATIOS FINANCIEROS.....	94
CAPITULO # VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	99
8.1 CONCLUSIONES	99
8.1.1 Estudio Financiero	99
8.1.2 Estudio de Mercado	99
8.1.3 Estudio Económico	99
8.1.4 Estudio Operacional.....	99

8.2 RECOMENDACIONES.....	100
REFERENCIAS	101

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración # 1: Encuesta.....	14
Ilustración # 3: Elementos peligros y toxicos para el medio ambiente y la salud de las personas	26
Ilustración # 3: Cadena de valor empresa	36
Ilustración # 4: Cadena de valor empresa empleado	37
Ilustración # 5: Matriz FODA	43
Ilustración # 6: Flujograma del proceso de presentación del servicio de limpieza	55

INDICE DE TABLAS

Tabla # 1: Porcentaje de Variación del PIB, la Inflación y Pib per cápita.....	5
Tabla # 2: Persona que realiza la limpieza vs calidad del servicio brindado	15
Tabla # 3: Empresas de limpieza	16
Tabla # 4: Empresas de limpieza vs Contratar servicio.....	17
Tabla # 5: Disponibilidad a pagar vs Contratar el servicio	18
Tabla # 6: Nivel de ingreso vs Contratar el servicio.....	18
Tabla # 7: Edad vs Contratar el servicio	19
Tabla # 8: Factor de contratación vs Edad	20
Tabla # 9: Servicio de limpieza a vender	21
Tabla # 10: Tiempo de contratación del servicio.....	22
Tabla # 11: Horarios a brindar el servicio	23
Tabla # 12: Nivel de Ingresos vs Disponibilidad a pagar	24
Tabla # 13: Comparación de Productos de limpieza tradicional vs Productos de limpieza ecológica	25
Tabla # 14: Elementos peligrosos y tóxicos para la salud de las personas	26
Tabla # 15: Matriz de localización del proyecto	31
Tabla # 16: Aporte de capital.....	35
Tabla # 17: Factores de éxitos de la empresa de servicios de limpieza	37
Tabla # 18: Análisis FOFADODA	46
Tabla # 19: Amenazas de nuevos competidores	47
Tabla # 20: Poder de negociación de clientes	48
Tabla # 21: Poder de negociación de proveedores.....	48
Tabla # 22: Amenazas de productos y servicios sustitutos.....	49
Tabla # 23: Rivalidad entre competidores.....	49

INDICE DE CUADROS

Cuadro #1: Inversión Inicial del Proyecto.....	68
Cuadro #2: Balance General	69
Cuadro #3: Financiamiento del proyecto	70
Cuadro #4: Datos para tabla de amortización	70
Cuadro #5: Tabla de amortización	71
Cuadro #6: Variables de Proyecciones de Ingresos Escenario Pesimista	72
Cuadro #7: Variables de Proyecciones de Ingresos Escenario Real	72
Cuadro #8: Variables de Proyecciones de Ingresos Escenario Optimista	72
Cuadro #9: Datos para los cálculos para Escenarios Pesimista, Real y Optimista	73
Cuadro #10: Presupuesto de Ventas Escenario Pesimista	73
Cuadro #11: Presupuesto de Ventas en Escenarios Real	73
Cuadro #12: Presupuesto de Ventas Escenario Optimista	73
Cuadro #13: Datos de Gastos Escenarios Pesimista, Real y Optimista	74
Cuadro #14: Costo de Uniforme Escenarios Pesimista, Real y Optimista.....	74
Cuadro #15: Materiales e Insumos Escenarios Pesimista, Real y Optimista	74
Cuadro #16: Depreciación de Activos para escenarios pesimista, real y optimista.....	75
Cuadro #17: Depreciación Acumulada de Activos para escenarios pesimista, real y optimista.....	75
Cuadro #18: Sueldos y Salarios para escenarios pesimista, real y optimista.....	75
Cuadro #19: Presupuesto de Gastos para escenarios pesimista, real y optimista	76
Cuadro #20: Punto de equilibrio Escenarios Pesimista	77
Cuadro #21: Punto de equilibrio Escenario Real	78
Cuadro #22: Punto de equilibrio Escenario Optimista	78
Cuadro #23: Flujo de Caja Proyectado Escenario Pesimista.....	80
Cuadro #24: Flujo de Caja Proyectado Escenario Real	80

Cuadro #25: Flujo de Caja Proyectado Escenario Optimista	81
Cuadro #26: Estado de Resultados proyectado Escenario Pesimista	81
Cuadro #27: Estado de Resultados proyectado Escenario Real	82
Cuadro #28: Estado de Resultados proyectado Escenario Optimista	82
Cuadro #29: Balance General Proyectado Escenario Pesimista	83
Cuadro #30: Balance General Proyectado Escenario Real	84
Cuadro #31: Balance General Proyectado Escenario Optimista	85
Cuadro #32: Calculo del Van y Tir Escenario Pesimista	87
Cuadro #33: Calculo del Van y Tir Escenario Real	87
Cuadro #34: Calculo del Van y Tir Escenario Optimista	87
Cuadro #35: Análisis Financiero Vertical Escenarios Pesimistas, Reales, Optimistas	88
Cuadro #36: Análisis Financiero Horizontal Escenarios Pesimistas, Reales, Optimistas	91
Cuadro #37: Evaluadores Financieros (Ratios Financieros) Escenario Pesimista	96
Cuadro #38: Evaluadores Financieros (Ratios Financieros) Escenario Real	97
Cuadro #39: Evaluadores Financieros (Ratios Financieros) Escenario Optimista	98

INDICE DE GRAFICOS

Grafico # 1: Persona que realiza la limpieza vs calidad del servicio brindado	15
Grafico # 2: Empresas de limpieza	16
Grafico # 3: Empresas de limpieza vs Contratar servicio	17
Grafico # 4: Disponibilidad a pagar vs Contratar el servicio	18
Grafico # 5: Nivel de ingreso vs Contratar el servicio	19
Grafico # 6: Edad vs Contratar el servicio	19
Grafico # 7: Factor de contratación vs Edad	20
Grafico # 8: Servicio de limpieza a vender	21
Grafico # 9: Tiempo de contratación del servicio	22
Grafico # 10: Horario de servicio	23
Grafico # 11: Nivel de ingresos vs Disponibilidad a pagar	24
Grafico # 12: Punto de Equilibrio Escenario Pesimista	79
Grafico # 13: Punto de Equilibrio Escenario Real	79
Grafico # 14: Punto de Equilibrio Escenario Optimista	79

INDICE DE FIGURAS

Figura # 1: Logotipo	31
Figura # 2: Organigrama de Eco-Limpiezas S.A.	31
Figura # 3: Instalaciones de Eco-Limpieza S.A.	34
Figura # 4: Desinfectante para pisos (Litros y Galones)	58
Figura # 5: Ambiental (Litros y Galones)	59
Figura # 6: Limpiador de Maderas (Litro)	59
Figura # 7: Limpia Vidrios (Litros y Galones)	60
Figura # 8: Cera Liquida Antideslizante	61
Figura # 9: Franelas de Colores	62
Figura # 10: Guantes	62
Figura # 11: Baldes y recogedor	63
Figura # 12: Fundas de basura	63
Figura # 13: Uniforme de auxiliares de limpieza	63
Figura # 14: Aspiradora profesional	64
Figura # 15: Equipo de limpieza de alta presión profesional	65
Figura # 16: Barredora mecánica	66
Figura # 17: Purificador de aire	67

INDICE DE ANEXOS

Anexo # 1: Formato de contrato para empleados	101
Anexo # 2: Formato de encuesta	104
Anexo # 3: Requisitos para la creación de una Sociedad Anónima	106
Anexo # 4: Reglamento Interno de la empresa	106
Anexo # 5: Contrato civil de prestación de servicios	106
Anexo # 6: Muestra del tiempo de prestación de servicio	107
Anexo # 7: Division geografica de guayaquil por parroquias	113
Anexo # 8: Stock de la empresa	114

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

En la actualidad existe una problemática con respecto a la prestación del servicio de limpieza a hogares en ciudad de Guayaquil, los cuales son brindados por las denominadas "Empleadas domésticas", pero por reformas hechas en el código laboral en donde se establece la aplicación obligatoria de la ley de contratación de empleadores domésticos, que indica que se debe cancelar; un salario básico unificado mas todos los beneficios adicionales que dispone la ley, por lo que hace que sea mucho más costoso contratar a una empleada doméstica, basado en eso y en trabajos realizados en Universidades ubicadas en , Quito y Cuenca donde se indica que gracias a la puesta en marcha de esta ley y otras variables que fueron analizadas en dichos trabajos hace que se genere un efecto sustitución lo que da como resultado la creación de un nicho de mercado para las empresas antes mencionadas, y una demanda por parte de las personas que desean adquirir el servicio de limpieza a sus hogares, lo cual nos lleva a la creación de este proyecto que no solo tratará de cubrir aquella demanda que existe en el ciudad de Guayaquil, sino que se brindará el servicio de limpieza de manera ecológica y antialérgica con lo que no solo se realizará la limpieza del hogar de las personas que contratarán el servicio sino también el cuidado de la salud y del medio ambiente que lo rodean.

Por lo que en el primer capítulo lo que se buscará es identificar el problema con respecto al servicio de limpieza, que se tomará de base para poder definir el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación por la que se realizará el proyecto. Una vez conocida la información antes mencionada, se hará un análisis micro, macro económico y de los distintos entornos con los que se rodea la empresa, como entorno económico, ecológico, legal y socio-cultural. En el segundo capítulo se analizará el marco teórico, en donde se establecerá antecedentes históricos y de mercado, las cuales hablan de proyectos elaborados anteriormente y que se encuentren relacionados con este, de la primera y de la última empresa de limpieza registradas en la Superintendencia de Compañías.

Una vez conocido esto, se da a conocer la metodología de la investigación, la cual se explica el tipo y diseño en la que se realizó la investigación, porque de antemano debemos conocer a quien vamos a brindar el servicio, por lo que es necesario conocer la población y muestra para poder construir correctas propuestas en el área de marketing, de operaciones, administrativos, entre otros., por lo que mediante una herramienta llamada Encuesta, se tratará de despejar todas las dudas que se pueda tener sobre el proyecto, por lo que se muestra como está elaborada la encuesta y el análisis de sus resultados.

En el tercer capítulo se aborda el tema del impacto ambiental que tiene los productos de limpieza tradicionales vs los producto ecológicos y antialérgicos que utilizara la empresa con respecto a estudios realizados previamente en los cuales se demuestra el que uso de productos ecológicos y antialérgicos tienen beneficios favorables para el cuidado de la salud de la personas, que el uso de los productos de limpieza tradicionales. Para el cuarto capítulo tiene que ver con el análisis del mercado, en donde se establece la demanda, una vez conocida la demanda y con los resultados obtenidos en el capítulo anterior, se realiza la Macro y Microsegmentación de mercado que es importante saber que, como, donde y a quien se le venderá el servicio.

En el quinto capítulo se da a conocer a la empresa Eco-Limpiezas S.A., el tipo de empresa, la justificación del por qué se crea esta empresa, su misión, su visión, su logotipo, su slogan, su organigrama correctamente estructurado, la localización del proyecto a través de la matriz de localización, su terreno, edificio e instalaciones, la actividad de la empresa, el aporte de capital con el que se inicia y sus permisos de funcionamiento correspondiente. En el sexto capítulo se muestra las propuestas del plan de negocio, la primera es la propuesta en el área administrativa, en donde se indica sobre la filosofía, principios fundamentales, cadenas de valor tanto del empleado, como de la empresa y cuáles son los factores determinantes de existe del negocio, la segunda es la propuesta del área de talento humano, en donde se indica la relación entre plazas de trabajo y número de plazas de la empresa, en donde se describe los cargos a crear en la empresa y cada una de sus funciones, y el modo en la que seleccionará al personal y su proceso de capacitación, la tercera es la propuesta en el área de marketing, en donde se define la misión y visión del plan estratégico de marketing, además se realizará un análisis de las directrices de la empresa, un análisis situacional, un análisis FODA y las

Conclusiones del análisis FODA. Una vez obtenida la información del FODA se realiza un análisis FOFADODA, que es un análisis de la mezcla de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Seguimos luego con la atraktividad del Mercado y Competitividad que tendrá la empresa con respecto a su mercado. Para luego realizar un análisis de las Fuerzas de Porter y el análisis del Marketing Mix en donde se desglosa cada una de las variables que lo compone (7S). La cuarta es la propuesta en el área de operaciones, en donde se realiza el análisis del tamaño de la empresa, y el proceso en la que se presta el servicio. Y finalmente esta la propuesta en la cadena de abastecimiento, en donde se encuentra la forma en la que se abastecerá Eco-Limpieza S.A, los productos de limpieza ecológicos y antialérgicos que se utilizarán, las maquinas de limpieza y todo lo que tiene que ver con el manejo del stock.

En el séptimo capítulo se da a conocer la parte financiera de la empresa Eco-Limpiezas S.A., en donde se encuentra el Balance General, Estado de Resultados, Presupuesto de Gastos, Presupuesto de Ingresos, Inversión Inicial, Financiamiento del proyecto, punto de equilibrio, tabla de amortización, Tasa Tir, Van, análisis vertical y horizontal y finalmente se determinan los ratios financieros que servirán para tomar decisiones con respecto a la creación de Eco-Limpieza S.A. y de la continuidad de la realización de este proyecto los cuales se muestran en tres escenarios; Pesimista, Real y Optimista. En el octavo y último capítulo se llegan a las conclusiones luego de varios análisis, en donde por los valores presentados primeramente en la encuesta en donde la idea de la creación de Eco-Limpieza es muy favorable, luego en el estudio más profundo de mercado que se realizó, en la propuesta en cada una de las áreas que posee la empresa y finalmente al valor favorable que nos brindó la parte financiera, se llega a la conclusión de que este es un proyecto viable, con lo que terminamos con las recomendaciones respectivas del caso.

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La limpieza para hogares se está convirtiendo en una necesidad básica para las personas, en especial para los hogares que requieren de este servicio según estudios realizados en Quito y Cuenca, donde indican que es debido al coste y a la responsabilidad civil que implica contratar una empleada doméstica y por la aplicación obligatoria de la ley de contratación de trabajadores domésticos.

Conociendo que la oferta de este servicio se encuentra en un crecimiento del 20% según la Superintendencia de Compañía y aunque existan 53 de empresas de limpieza en el mercado, hasta la fecha no existe alguna empresa que ofrezca el servicio de limpieza a hogares de manera ecológica y antialérgica, dado que el uso de productos de limpieza tradicionales causa Eutrofización en el medio ambiente, además de causar alérgicas como dermatitis, asma, entre otros.

1.2 OBJETIVO GENERAL

“Realizar una propuesta de implementación de una empresa que ofrezca un servicio de limpieza integral de manera ecológica y antialérgica, que permita cuidar la salud de las personas y el medio ambiente evitando así que se genere la eutrofización en la Ciudad de Guayaquil”

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificación del problema por la que se realiza este proyecto y de los entornos: económico, socio-cultural, ecológico y legal.
- Determinar el impacto ambiental que producen los productos tradicionales vs los productos de limpieza ecológica.
- Definir la población y muestra, utilizando en método de encuestas, los cuales nos ayudará a conocer la demanda real que tienes este tipo de servicio
- Definir la empresa de limpieza que se creará en este proyecto.
- Plantear propuestas de negocios en las Áreas: operacional, financiera, RRHH, Marketing.
- Elaborar un estudio financiero que determine la factibilidad de la implementación de este proyecto, a través de las variables financieras que permitan cumplir todas las metas propuestas por la organización.
- Brindar conclusiones y recomendación para la puesta en marcha de este proyecto

1.4 JUSTIFICACIÓN

Tener en óptimas condiciones el hogar, la salud, prevenir enfermedades futuras y el cuidado del medio ambiente, generará la necesidad de las personas de sustituir a las empleadas domésticas, por empresas de servicios de limpieza y aun mejor si lo ofrecen de manera ecológica y antialérgica.

Por lo que se propone la implementación de este proyecto, en primer lugar para satisfacer las necesidades que tenga este mercado y segundo incorporar este concepto innovador de empresa de limpieza integral ecológica y antialérgica de hogares, todo dependerá la orientación que se le dé al servicio a ofrecer, a los clientes a quien va dirigido y el éxito que se tendrá dentro de este nuevo mercado. Por lo que se realizará una investigación de mercado, para obtener las variables necesarias que permitan el éxito de este proyecto, entre las cuales estarán; Satisfacción del cliente por la calidad del servicio recibido, disminución en el grado de contaminación que realizan las empresas a brindar servicios de limpieza, precio que se ajuste a su capacidad de pago, el cuidado en la salud de las personas.

1.5 ANALISIS MACRO Y MICROENTORNO

1.5.1 Análisis del Macroentorno

Se realizará un análisis de aquellas variables que afectarán de manera global al proyecto, como es la Inflación, el PIB anual y en PIB per capital anual, como se muestra a continuación en la siguiente tabla:

Tabla #1: Porcentaje de Variación del PIB, Inflación y PIB Per Capital

AÑO	INFLACION	VARIABLE DEL PIB	PIB PER CAPITAL
2009	4,31	0,4	3648
2010	3,33	3,6	4636,7
2011	5,41	7,8	5199,7
2012	4,16	4,82	5655,9
2013	2,7	3,5	6002,9
2014	3,67	3,4	6205

Fuente: Basado en información del (<http://www.bce.fin.ec/>)

Con estos datos se podrá saber la situación real a la que se enfrentará el proyecto, y con esto tomar las decisiones correctas para el proyecto.

1.5.1.1 Entorno de la empresa

1.5.1.1.1 Entorno económico

En un estudio de la Superintendencia de Compañía donde indica que en los últimos 5 años el porcentaje de mujeres dentro del campo laboral ha aumentado a un 46,9% en comparación a años anteriores que fluctuaba en 35,2%, esto produce que el ingreso promedio familiar aumente, así mismo como su poder adquisitivo, pero esto da como resultado que el tiempo de permanencia de la mujer en el hogar sea menor, lo que obliga que las tareas del hogar que anteriormente eran elaboradas por ellas, sean derivadas a terceras personas.

Lo que hace que la demanda de este tipo de empresas de servicios de limpieza de hogares se incremente y esto a su vez ayuda a bajar el porcentaje de la tasa de desempleo en la ciudad.

1.5.1.1.2 Entorno socio-cultural

La prestación del servicio de limpieza se está convirtiendo en una de las ocupaciones con mayor índice de crecimiento según estudios hechos en Quito y Cuenca, debido al aumento de la demanda de este servicio y además que para ejercer este trabajo no es necesario poseer un alto nivel de estudios, ha llegado a ser unos de los trabajos en donde más personal es ocupado, de acuerdo a los datos de la Superintendencia de Compañías para el 31 de Diciembre del 2013 , el número de personas empleadas para realizar dichos trabajos son 850 aproximadamente, en la actividad económica a la cual pertenece el proyecto, esto ha permitido el desarrollo de esta actividad laboral. Pero las personas que desean laborar en este sector cuentan con dos opciones en estas clases de ofertas laborales, la de trabajar para una empresa de servicios profesionales de limpieza que brinda sus servicios a empresas o la de brindar ellos mismo el servicios de limpieza a casas como empleadas domésticas.

1.5.1.1.3 Entorno ecológico

Este será el primer proyecto sé que enfoca en brindar un servicio de limpieza a hogares utilizando productos de limpieza ecológicos y antialérgicos, reduciendo así el impacto ambiental que generan normalmente los productos tradicionales de limpieza y en el cuidado de la salud de las familias que habitan en cada uno de los hogares a los que se le brindará el servicio. Recordando que el cuidado del medio ambiente es algo que debe poner mucha atención. Porque el impacto ambiental que sufre el planeta tierra se produce simplemente por no saber medir las consecuencias que producen la utilización de productos de limpieza tradicionales. Por lo que se utilizará únicamente productos de limpieza ecológicos y antialérgicos en la prestación del servicio.

1.5.1.1.4 Entorno legal

En el año 2010 se realizaron cambios en el código laboral, una de esos cambios fue en la aplicación de la ley de contratación de empleadas(os) domésticos, en la cual se decreta que: "Todo trabajador domestico debe ser obligatoriamente afiliado al IEES, la remuneración a recibir no puede ser menor a salario básico unificado que es de \$340 mensual para el año 2015, más los beneficios adicionales que determina la ley.

Además que los primeros 3 meses serán considerados de prueba para toda persona que ingresa a laboral en una empresa privada, pública o que laboren como empleados(as) domesticas(os), pasado este tiempo el patrono debe decidir si desea continuar o no con los servicios que brinda dicha persona. Se impondrán fuertes sanciones en caso de que no se acate los pagos, los horarios y demás cosas que dictamina esta reforma, caso contrario se deberá cancelar fuertes multas, según el artículo 628 del código del trabajo en donde el Ministerio de Relaciones Laborable (2010) afirma que : “Las violaciones de las normas de este Código, serán sancionadas en la forma prescrita en los artículos pertinentes y cuando no se haya fijado sanción especial, el Director Regional del Trabajo podrá imponer multas. Para la aplicación de las multas, se tomarán en cuenta las circunstancias y la gravedad de la Infracción”.

1.5.2 Análisis del Microentorno

1.5.2.1 Clientes

Se ha considerado a las familias que viven en la Parroquia Tarqui ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil y que pertenezcan a la clase social media típica y media alta, las cuales puedan y tengan el poder adquisitivo para adquirir el servicio, con un nivel de ingreso en promedio de \$1200.

1.5.2.2 Competencia

Por ser el primer proyecto que se enfoca en brindar servicios especializados de limpieza ecológica y antialérgica para hogares y no para oficinas, aún así se contará con una competencia directa, debido a que de las 53 empresas que se encuentran dentro de la actividad económica en donde la empresa se desenvolverá, INTELCA, MASTER CLEANER, MAXCLEAN, PLUS, no solo brindan el servicio de limpieza para empresas, sino que también realizan limpieza a domicilios únicamente por pedidos especiales de sus actuales clientes.

1.5.2.3 Proveedores

Los proveedores para este proyecto fueron seleccionados bajo los siguientes criterios:

- ✓ Comercialización de productos de limpieza biodegradables, con una duración mayor en días a los productos de limpieza tradicionales.
- ✓ Distancia con respecto a la ubicación de la empresa.

- ✓ Calidad en los productos, accesorios y máquinas de limpieza que comercializan.
- ✓ Máquinas de limpieza con más años de garantía y repuestos originales de fábrica.

Los proveedores serán Dimabru Cia. Ltda y Qualityec S.A.: el primero será Dimabru Cía. Ltda. (Soluciones de Limpieza) que es una empresa con más de 32 años en el mercado, especializada en la venta y distribución de accesorios de limpieza, además que sus precios incluyen IVA y el costo de traslado al lugar de destino. La segunda empresa proveedora será Qualityec S.A. que es una empresa con más de 20 años en el mercado, especializada en la venta y distribución de productos biodegradables ecológicos que permiten el cuidado del medio ambiente, los precios incluyen IVA y el costo de traslado al lugar de destino.

CAPITULO II: MARCO REFERENCIAL Y METODOLOGIA

2.1 MARCO TEORICO

2.1.1 Antecedentes históricos

En el trabajo realizado en la Universidad Estatal de Milagro por JOSÉ DAVID LOZANO BERMÚDEZ y OMAR MICHAEL SAMPEDRO SALAZAR con el tema “ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA HOGARES EN LA CIUDAD DE MILAGRO” en el año 2011 en donde su idea era la creación de una empresa de limpieza para los hogares en su ciudad, ellos en su proyecto luego del análisis pertinente, encontraron que existía una demanda alta de parte de las personas por el servicio de una empresa de limpieza de casa, debido a que las familias no cuentan con el tiempo necesario para realizar la limpieza en sus hogares y que las personas que actualmente tienen contratadas no brindan un servicio de calidad, y por ser la primera empresa que ofrezca este tipo de servicios en Milagro, tendrán un alto poder de mercado, para la realización de este proyecto aplicaron el método de investigación exploratoria, correlacional por lo que plantea varias hipótesis que son correlacionadas, verificadas y explicadas, además son cuasi-experimental.

Al final luego de una serie de investigaciones y análisis, llegaron a la conclusión que su proyecto era factible debido a cada una de las variables que analizaron y estudiadas, tuvo un resultado favorable para la puesta en marcha de su proyecto.

En otro trabajado realizado en la Escuela Politécnica del Ejercito de Quito por TANIA LORENA WASCHO CASTRO con el tema “ PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE HOGARES EN LA CIUDAD DE CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY” en el 2010 en donde comienza explicando y hablando del aumento de la población en la ciudad de Cuenca la cual es cada vez mayor por la migración de las personas a dicha ciudad y que la oferta de personas que realizan el servicio de empleadas domésticas es baja, por esto crea este proyecto para abarcar esa oferta no atendida, mediante un plan de negocios muy bien elaborado, en donde abarca todos los temas sobre la parte administrativa, marketing, operacional, financiera, entre otras, para que el proyecto sea viable.

En estos y otros proyectos en lo único que se enfocan es en satisfacer la necesidad que tienen las personas con respecto a la limpieza de hogares en cada una de sus respectivas ciudades, lo que diferencia este proyecto de los demás, es que este proyecto no solo se basa en cubrir en esa necesidad de las personas que desean contar con este servicio, si no en el cuidado del medio ambiente y de la salud de las personas mediante la utilización de productos de limpieza ecológicos y antialérgicos.

2.1.2 Antecedentes del mercado

Se conoce que el mercado de empresas de limpieza en Guayaquil está en crecimiento del 20% anual según la Superintendencia de Compañía en lo que se refiere a empresas de limpieza a hogares, pero empresas que presten el servicio de manera ecológica y antialérgica, no existen datos anteriores alguno, debido a que será la primera empresa que realice este servicio de manera ecológica y antialérgica. Como antecedente de mercado, se puede mencionar es sobre las empresas que serán nuestra competencia dentro de la misma actividad económica en ciudad de Guayaquil, con un número aproximado de 53, legalmente registradas en la Superintendencia de Compañía. La empresa más antigua registrada en la ciudad de Guayaquil es "SERVIMEN S.A" la cual fue legalmente registrada un 26 de Enero de 1988 y la empresa más reciente compañía se llama "COMPAÑÍA DE LIMPIEZA SYSTECLEAN S.A.", que fue legalmente registrada un 31 de Enero del 2014, siendo la última en ser registrada hasta la fecha, todas estas empresas realizan servicios de limpieza a empresas, pero ninguna de estas empresas utilizan en sus servicios productos de limpieza ecológicos y antialérgicos, lo cual nos da cierta ventaja sobre dichas empresas.

2.2 MARCO LEGAL

Es fundamental conocer la parte legal del proyecto. En este caso se basará en las reformas al código del trabajo en el cual se indica el pago de un salario básico más todos los beneficios estipulados en la ley, además de la afiliación obligatoria al IESS a personas que prestan el servicio de empleadas domésticas, y que su no cumplimiento, podría llevar a sanciones que se estipulan en el artículo 628 del código del trabajo que indica: "Las violaciones de las normas de este Código, serán sancionadas en la forma prescrita en los artículos pertinentes y, cuando no se haya fijado sanción especial, el Director Regional del Trabajo podrá imponer multas. Para la aplicación de las multas, se tomarán en cuenta las circunstancias y la gravedad de la infracción.

2.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION

2.3.1 Tipo, diseño y modo de la investigación

2.3.1.1 Tipo de investigación

Esta investigación será de tipo cuasi- experimental, debido a que no se afectará a ninguna variable que no se esté estudiando, solo a las que se utilizará como instrumentos para la realización de este proyecto.

2.3.1.2 Diseño de la investigación

El diseño será de tipo descriptivo, por lo que se realizará una encuesta donde se determinará la edad, el nivel de ingreso de las personas, conocer quien se encarga de la limpieza de los hogares, el nivel en la calidad del servicio a brindar , que empresas de limpieza que se encuentran en el mercado de empresas de limpieza conocen, si estaría dispuesto a contratar este nuevo servicio, que factor debería tener el servicio de limpieza para contratarlo, que servicio de limpieza considera esencial para su hogar, en que horario le gustaría recibir el servicio, cada cuanto tiempo le gustaría recibir el servicio y finalmente cuanto estarían dispuesto a pagar por este servicio.

2.4 POBLACION Y MUESTRA

2.4.1 Población

Para determinar la población de este proyecto se ha escogió la parroquia Tarqui en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, dado que es el sector más populoso que según el último censo del INEC representa el 42,93% y que según un estudio realizado en Guayaquil, donde se indica que el ingreso que generan sus habitantes hace que sea atractivo para el sector empresarial el cual represente el 63,81% , por lo cual se realizará el estudio de mercado para ver si es viable o no la puesta en marcha de este proyecto.

2.4.1.1 Restricción en la población

El segmento poblacional que pertenece al mercado objetivo el cual estará dirigido el proyecto tendrá la siguiente restricción: Estará enfocada en la Parroquia Tarqui, para hogares y no para a oficinas, por ese motivo se tendrá como base de la segmentación únicamente los hogares de las zonas urbanas, no de las zonas periféricas, ni industriales de la ciudad de Guayaquil'', debido que es aquí donde se localiza la mayor cantidad de personas que pertenecen a la clase media típica y media alta.

2.4.2 Muestra

2.4.2.1 Determinación del tamaño muestra

Una vez definida la población objetivo se tomará una muestra, con la cual se elaborará una encuesta que permita analizar las variables antes mencionadas y así determinar qué tan viable es la puesta en marcha de una empresa de limpieza integral ecológica y antialérgica en la ciudad de Guayaquil. Por lo que se utilizará un muestreo no probabilístico, debido a que los elementos serán elegidos a juicio del investigador y no se conoce la probabilidad individual de las personas involucradas en el proceso de selección de la muestra.

2.4.2.2 Tamaño de la muestra

Para la obtención del tamaño de la muestra, se utilizará un muestreo no probabilístico, como se muestra en la tabla # 1, el PIB Per Capital del país año a año aumenta positivamente, además que el número de hogares del sector norte de la ciudad de Guayaquil específicamente en la parroquia Tarqui es de 142,526, por la que se escogerá una muestra de una población infinita que se la calculará de la siguiente forma:

Para un universo considerado infinito:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Z: Valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z_{\alpha 0.05} = 1.96$ y

$$Z_{\alpha 0.01} = 2.58$$

P= Probabilidad de que el evento ocurra (50%)

Q= Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)

E= Error permitido

Los valores a utilizar son:

Z= 1,96 (para un nivel de confianza del 95%)

P= 0,5

Q= 0,5

E= 0,10

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

$$n = 384$$

2.5 ELABORACION DE LA ENCUESTA

2.5.1 Elaboración del cuestionario de la encuesta

El número de preguntas que se utilizará en la encuesta son doce, las cuales serán de tipo cerradas, las que ayudarán a obtener información necesaria y solo del mercado meta al que se apunta y ayudarán también a justificar los objetivos propuestos al inicio del proyecto.

2.5.2 Realización de la encuesta

La encuesta se realizará en centros comerciales en la Parroquia Tarquí al norte de Guayaquil como; Mall del Sol, San Marino, Albán Borja, CityMall, Policentro, entre otros, en donde se realiza la pregunta filtro ¿Vive en el norte de Guayaquil? las personas que indicaron que Sí se le realizó la encuesta. El número de encuestas a realizar son de 384 que es el tamaño de la muestra para este proyecto.

2.5.3 Encuesta

Ilustración # 1: Encuesta

ENCUESTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS

El objetivo principal de la siguiente encuesta es el de conocer si existe una demanda la cual nos permitirá creación y poner en funcionamiento la empresa de servicios de limpieza ecológico y antialérgico para los hogares en la ciudad de Guayaquil. Se solicita a usted contestar con seriedad y marcar la cantidad de respuestas exigidas en cada una de las siguientes preguntas: (Se procedió a realizar la encuesta única y exclusivamente a aquellas personas que indicaron que residían en el norte de ciudad de Guayaquil)

1. Edad
a. 0 a 25 ____ b. 26 a 50 ____ c. 51 a 75 ____ d. 76 o mas ____

2. Nivel de Ingreso
a. 0 a 500 ____ b. 501 a 1000 ____ c. 1001 a 2000 ____ d. 2001 o mas ____

3. Quién es la persona encargada de la limpieza en su hogar? (Si su respuesta es a o c, pasar a la pregunta 4, caso contrario pasar a la pregunta 5 directamente)
a. Empleado domestica ____ b. Usted mismo ____ c. Empresa de limpieza ____

4. Cuál es el nivel de calidad del servicio que posee actualmente?
a. Muy bueno ____ b. Bueno ____ c. Regular ____ d. Malo ____

5. Conoce usted de alguna empresa que brinde servicios de limpieza para hogares en la ciudad de Guayaquil?
a. Si ____ b. No ____

6. ¿Cuál de las siguientes empresas de limpieza usted conoce?
a. INTELCA ____ b. MASTER CLEANER ____
c. MAXCLEAN ____ d. PLUS ____
e. DYMASSEO ____ f. SAMCLEANING ____
g. NINGUNO ____

7. Si usted supiera de la existencia de una empresa que brinde servicios de limpieza ecológicos y antialérgicos para hogares en Guayaquil, ¿Estaría dispuesto a contratarlo?
a. Si ____ b. No ____

8. Que factor considera que es determinante para que usted contrate a una empresa de servicios de limpieza ecológica integral para su hogar? (Elija una sola opción).
a. Calidad del servicio ____ b. Precio del servicio ____ c. Tiempo de servicio ____

9. Según su criterio, ¿Cuál servicio piensa usted que contrataría para la realización de la limpieza en su hogar?
a. Limpieza de pisos ____ b. Limpieza y aspirado de alfombra ____
c. Limpieza de ventanas, patios delanteros y traseros ____ d. Limpieza de muebles ____
e. Limpieza de jardín ____ f. Todos los anteriores ____

10. ¿Cada cuánto tiempo usted contrataría este servicio de limpieza integral ecológico y antialérgico?
a. Una vez a la semana ____ b. Dos veces a la semana ____
c. Quincenalmente ____ d. Mensualmente ____

11. ¿En qué horarios le gustaría que la empresa le brinde este servicio de limpieza?
a. En la mañana ____ b. En la tarde ____ c. En la noche ____

12. Según su criterio cual sería el precio más justo que estaría dispuesto a pagar por la limpieza de su hogar?
a. 40 a 60 ____
b. 60 a 80 ____
c. 80 a 100 ____
d. 100 a 120 ____
e. 120 o mas ____

Fuente: Elaborado por el autor

2.5.4 Análisis de los resultados de la encuesta

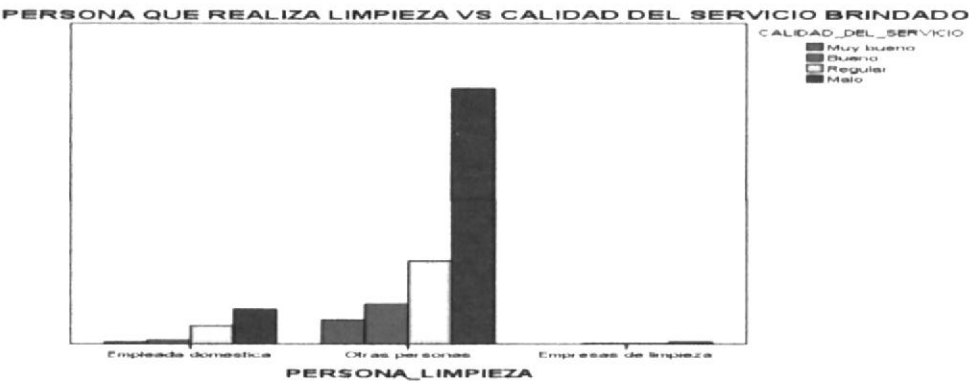
Una vez realizada las 384 encuestas se procederá a obtener información para saber la demanda correcta del servicio y saber cuáles exactamente son las necesidades de los futuros clientes. Comenzamos relacionando la pregunta quién es la persona que realiza la limpieza la limpieza en la casa con si el servicio por el cual paga a esas personas es muy bueno o muy malo en donde se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla #2: Persona que realiza la limpieza vs calidad del servicio brindado

P.L. / C.S.	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	TOTAL
Empleada domestica	2	3	15	29	49
Otras personas	20	33	68	210	331
Empresa de Limpieza	0	1	1	2	4
TOTAL	22	37	84	241	384

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 1: Persona que realiza la limpieza vs calidad del servicio brindado



Fuente: Elaborado por el autor.

Donde las personas que tienen empleadas domésticas son 49, las cuales 29 indicaron que el servicio brindado es Malo, 15 que es Regular, 3 que es Bueno y 2 que el servicio es Muy bueno, las personas que contratan a otras personas (terceras personas) para que les realice la limpieza en su hogar son 331, en donde 210 indicaron que el servicio brindado es Malo, 68 que es Regular, 33 que es Bueno y 20 que es Muy Bueno, las personas que han contratado servicios de limpieza para sus empresas y dicha empresa le ofrece limpieza su hogar son 4, en donde 2 indicaron que el servicio brindado por dicha empresa era Malo y diferente al que les brindan a sus empresas, 1 que el servicio era Regular y 1 indico que el servicio fue bueno, aunque no lleno todas sus expectativas.

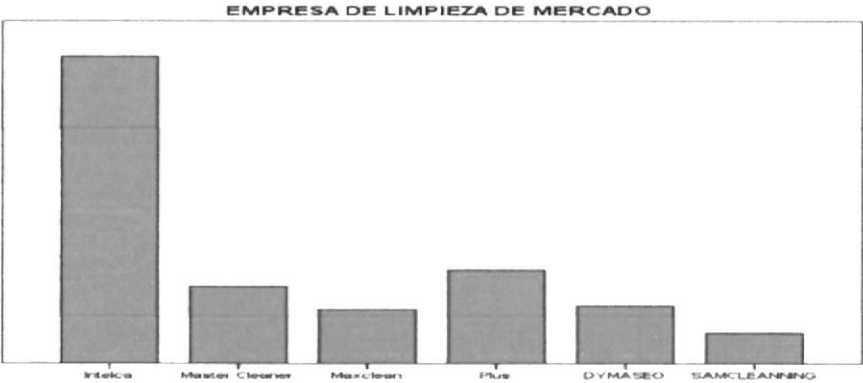
En conclusión se puede indicar que existe una falencia en la prestación del servicio por parte de las personas o empresas que tratan de brindar el servicio de limpieza para hogares, por lo que permite a que la implementación de este proyecto sea muy aceptable por parte de nuestros futuros clientes. Se conoce además que existen ciertas empresas en el mercado que ofrecen servicios de limpieza a empresas, pero indirectamente realizan limpieza a hogares a un alto costo, debido a que su cobro no es a través de una cuota fija, sino mediante otras formas de cobro, con lo que se trataba de conocer que tanto el consumidor tenía a dicha empresa en su mente, donde 189 personas reconocen a Intelca, 58 personas reconocen a Plus, 34 personas reconocen a Maxclean, 19 personas reconoce a Samcleanning,36 personas reconocen a Dymaseo por último 48 personas que pertenece a Master Cleaner, por lo que a continuación se muestran los resultados antes mencionados:

Tabla #3: Empresas de limpieza

Empresa de Limpieza	Numero de Empresas	Porcentaje
Intelca	189	49,20%
Master Cleaner	48	12,50%
Maxclean	34	8,90%
Plus	58	15,10%
Dymaseo	36	9,40%
Samcleannig	19	4,90%
Total	384	100,00%

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 2: Empresas de limpieza



Fuente: Elaborado por el autor

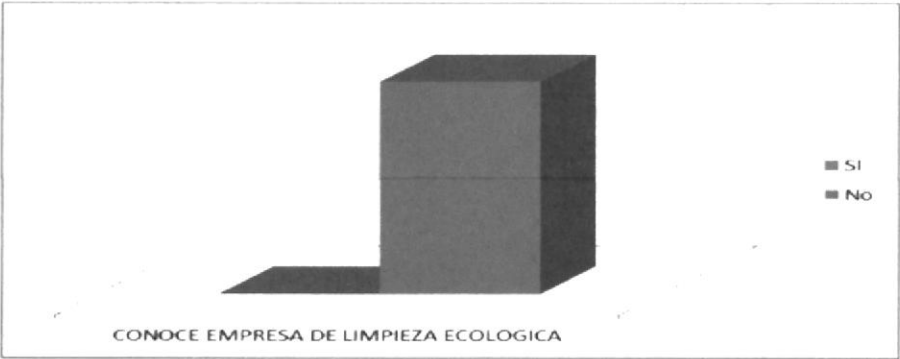
Obtenida esta información, y viendo exactamente el déficit que los hogares guayaquileños tienen en el materia de limpieza de su hogar se preguntó si anteriormente habrían escuchado sobre alguna empresa de limpieza de hogares que realice dicha actividad en Guayaquil, donde 100% jamás en su vida han escuchado sobre alguna empresa que realice limpiezas solamente para casas de manera ecológica , mientras que el 0% restante alguna vez han escuchado sobre dichas empresas de limpieza, por lo que a continuación mostramos los resultados antes mencionados:

Tabla #4: Empresa de limpieza Ecológica existentes en el mercado

Conoce sobre empresa de limpieza ecológica	Numero de Empresas	Porcentaje
SI	0	0,00%
NO	384	100,00%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 3: Empresas de limpieza vs Contratar servicio



Fuente: Elaborado por el autor

Sabiendo que el 100% de los encuestados jamás ha escuchado sobre una empresa dedicada a la limpieza integral de hogares, por lo que se realizó la combinación de que si supieran de la existencia de una empresa que se dedique a la limpieza de hogares y que además lo haga de manera ecológica, estarían dispuestos a contratarla y cuanto estarían dispuestos a pagar por dicho servicio. El primer intervalo es \$40 a \$60, 106 personas lo escogieron de las cuales 76 si contratarían este servicio y 30 no lo contratarían si el precio se encuentra dentro de este intervalo, El segundo intervalo es \$61 a \$80, 216 personas lo escogieron de las cuales 204 si contratarian este servicio y 12 no lo contratarían si el precio se encuentra dentro de este intervalo.

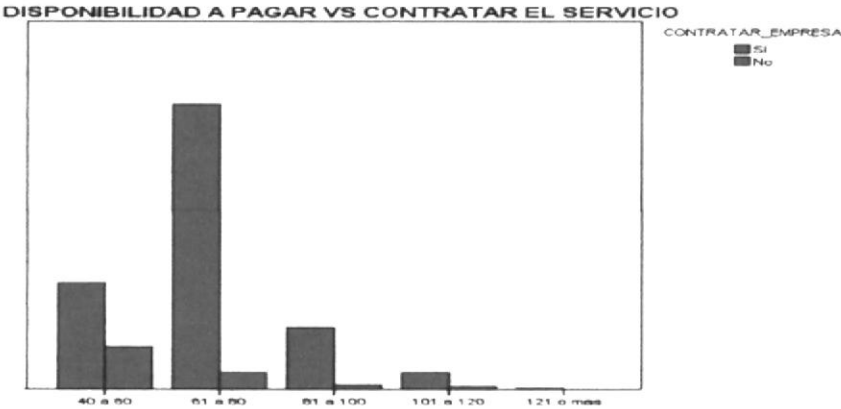
El tercer intervalo de \$81 a \$100, 47 personas lo escogieron de las cuales 44 si contratarían este servicio y 3 no lo contratarian si el precio se encuentra dentro de este intervalo. El cuarto intervalo es \$101 a \$120, 14 personas lo escogieron de las cuales 12 si contratarian este servicio y 2 no lo contratarian si el precio se encuentra dentro de este intervalo. Y el ultimo intervalo es 121 o más, 1 persona lo escogieron de las cuales esa personas dijo que la contrataría, si el precio se encuentra dentro de este intervalo.

Tabla #5: Disponibilidad a pagar vs Contratar el servicio

V.p VS C.s.	SI	NO	TOTAL
40 a 59	76	30	108
60 a 79	204	12	216
80 a 99	44	3	47
99 a 119	12	2	14
120 o mas	1	0	1
TOTAL	337	47	384

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 4: Disponibilidad a pagar vs Contratar el servicio



Fuente: Elaborado por el autor

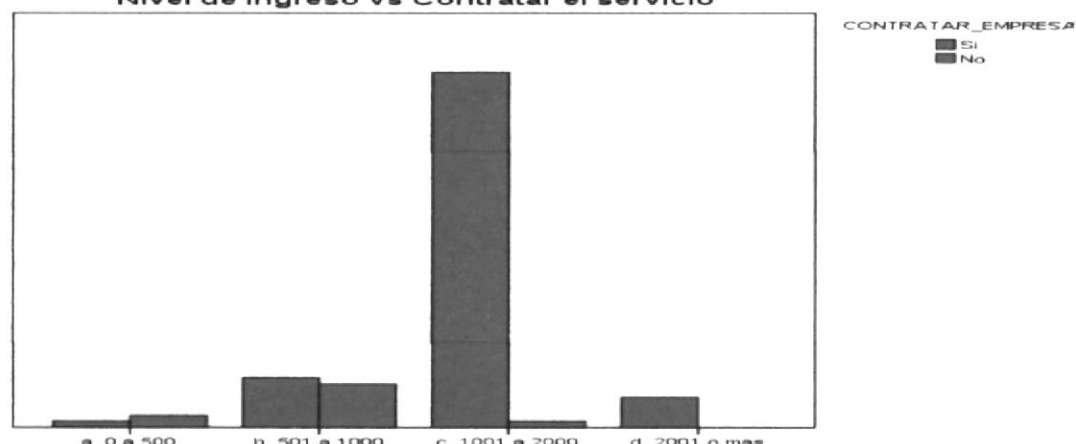
Una vez conocida la cantidad de personas que estarían dispuestas a contratar el servicio, la siguiente relación que se realizo fue entre el nivel de ingreso de las personas vs si contrataría el servicio sí o no, la cual nos dio el resultado que se muestra a continuación.

Tabla #6: Nivel de ingreso vs Contratar el servicio

Ni VS C.s.	SI	NO	TOTAL
0 a 499	5	9	14
500 a 999	38	33	71
1000 a 1999	271	5	276
2000 o mas	23	0	23
TOTAL	337	47	384

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 5: Nivel de ingreso vs Contratar el servicio
Nivel de Ingreso vs Contratar el servicio



Fuente: Elaborado por el autor.

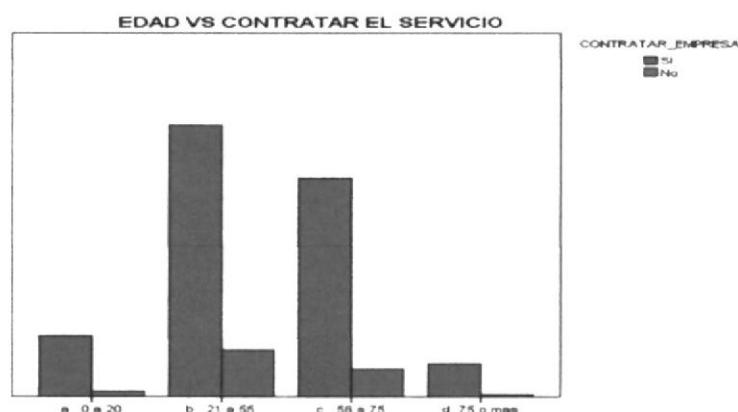
Como conclusión de esta relación podemos indicar que las personas que contratarían este servicio, son aquellas personas que se encuentran dentro del nivel de ingreso que va a partir de \$501 o más y las personas que ganan menos de este valor, no serán contados como posibles clientes debido a su nivel bajo de ingreso, debido a que priorizan otros gastos. Además del nivel de ingreso es muy importante saber la edad en la que se encuentran los futuros clientes, esto permitirá segmentar correctamente nuestro mercado, por lo que se ha relacionado la edad vs si contrataran si o no el servicio, la cual nos dio el resultado que se muestra a continuación;

Tabla #7: Edad vs Contratar el servicio

EDAD VS C.S.	SI	NO	TOTAL
0 a 19	35	3	38
20 a 54	157	27	184
55 a 74	126	16	142
75 o mas	19	1	20
TOTAL	337	47	384

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 6: Edad vs Contratar el servicio



Fuente: Elaborado por el autor

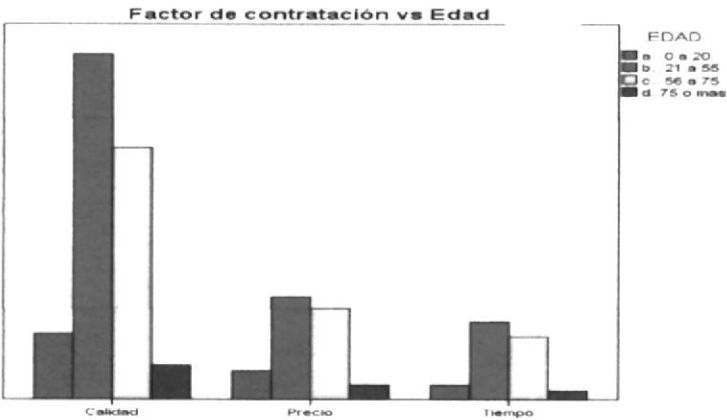
Como conclusión de esta relación podemos indicar que las personas que contratarían este servicio, son aquellas personas que se encuentran dentro del rango de edad de 21 a 75 años con lo que podremos segmentar el mercado al cual apuntamos, con respecto a los otros rangos de edad, no son tomados en cuenta, debido a que no estarían dispuestos a contratar el servicio.

Tabla #8: Factor de contratación vs Edad

ESCUSVS EDAD	0 a 19	20 a 54	55 a 74	75 o mas	TOTAL
Calidad	23	121	88	12	244
Precio	10	36	32	5	83
Tiempo	5	27	22	3	57
TOTAL	38	184	142	20	384

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico #7: Factor de contratación vs Edad



Fuente: Elaborado por el autor

En conclusión de esta relación podemos indicar que las personas que pertenece a cada uno de los intervalos de edades buscan factores diferentes al momento de contratar el servicio, en el primero de 0 a 20 años buscan más que este servicio sea de buena calidad, más que el precio, y en el tiempo a brindarlo, el segundo de 21 a 55 años, ellos también buscan un servicio de primera calidad, más que el precio que pueda tener y el tiempo a brindarlo, el tercero de 56 a 75 años buscan más que este servicio tenga un buen precio, más que en la calidad, y en el tiempo a brindarlo, y finalmente el cuarto de 76 o más buscan también que este servicio tenga una buena calidad, más que el tiempo, y en el tiempo a brindarlo, por lo que se enfocara al proyecto en tener un nivel de excelente calidad, un precio asequible y un tiempo de prestación del servicio óptimo.

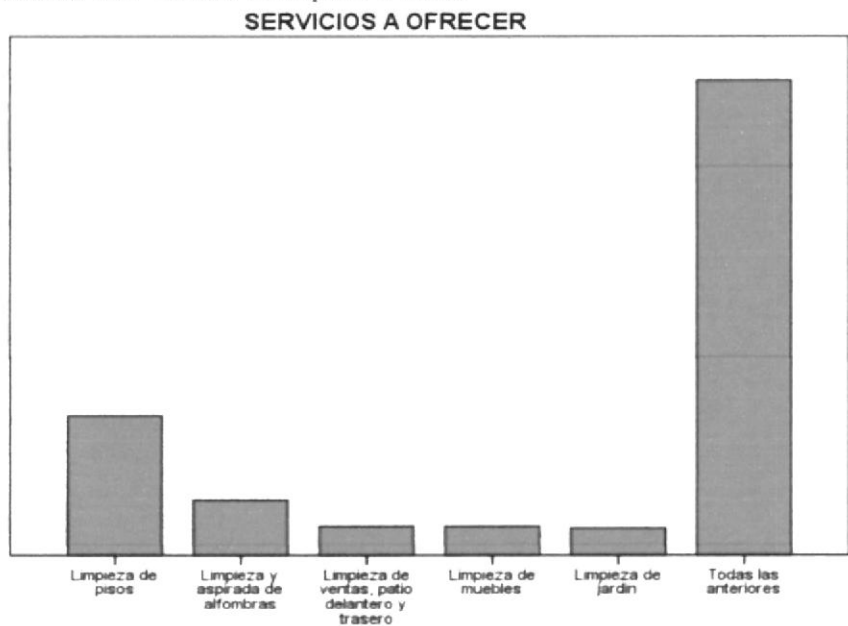
Una vez conocido la edad, nivel económico, factor de contratación y otras variables que harán que las personas contraten o no los servicios. Es importante también conocer qué clase de servicios es la que requieren los futuros clientes, la cual nos dio el resultado que se muestra a continuación;

Tabla #9: Servicio de limpieza a vender

Empresas de limpieza	Numero de Empresas	Porcentaje
Limpieza de pisos	71	18,50%
Limpieza y aspirada de alfombras	28	7,30%
Limpieza de ventanas, patio delantero y trasero	15	3,90%
Limpieza de muebles	15	3,90%
Limpieza de jardin	14	3,60%
Todas las anteriores	241	62,80%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 8: Servicio de limpieza a vender



Fuente: Elaborado por el autor

En conclusión el servicio que más contratarían las personas, en la cual 241 personas eligieron que es la del servicio de limpieza completo, las otra opciones serán tomadas en cuenta como opciones de servicios complementarios para el proyecto. Conociendo cuales son los servicios que se brindará y cuales son lo que más prefieren contratar las personas, debemos saber cada cuanto tiempo estarían dispuestos a contratar los servicios en general, lo cual nos dio el resultado que se muestra a continuación;

Tabla #10: Tiempo de contratación del servicio

Tiempo de Servicio	Numero de Empresas	Porcentaje
Una vez por semana	48	12,50%
Dos veces por semana	21	5,50%
Quincenalmente	52	13,50%
Mensualmente	263	68,50%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 9: Tiempo de contratación del servicio



Fuente: Elaborado por el autor

En conclusión el tiempo en que las personas contratarían los servicios serían una vez al mes, debido a que es el porcentaje más altos que se obtuvo en la encuesta, de esto ayudara al cálculo financiero de los ingresos y gastos que se proyectara para los años venideros.

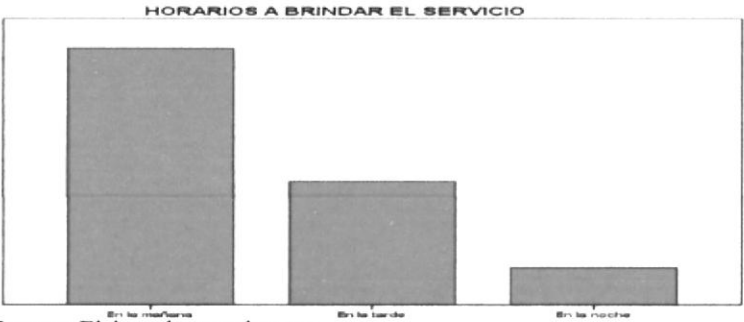
Ahora que conocemos cada cuanto tiempo las personas estarían dispuestas a contratar los servicios, es necesario saber cuál es el horario más conveniente para prestar el servicio donde se obtuvo el siguiente resultado que se muestra a continuación;

Tabla #11: Horarios a brindar el servicio

Tiempo de Servicio	Numero de Empresas	Porcentaje
En la mañana	236	61,46%
En la tarde	114	29,69%
En la noche	34	8,85%
TOTAL	384	100,00%

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 10: Horario de servicio



Fuente: Elaborado por el autor

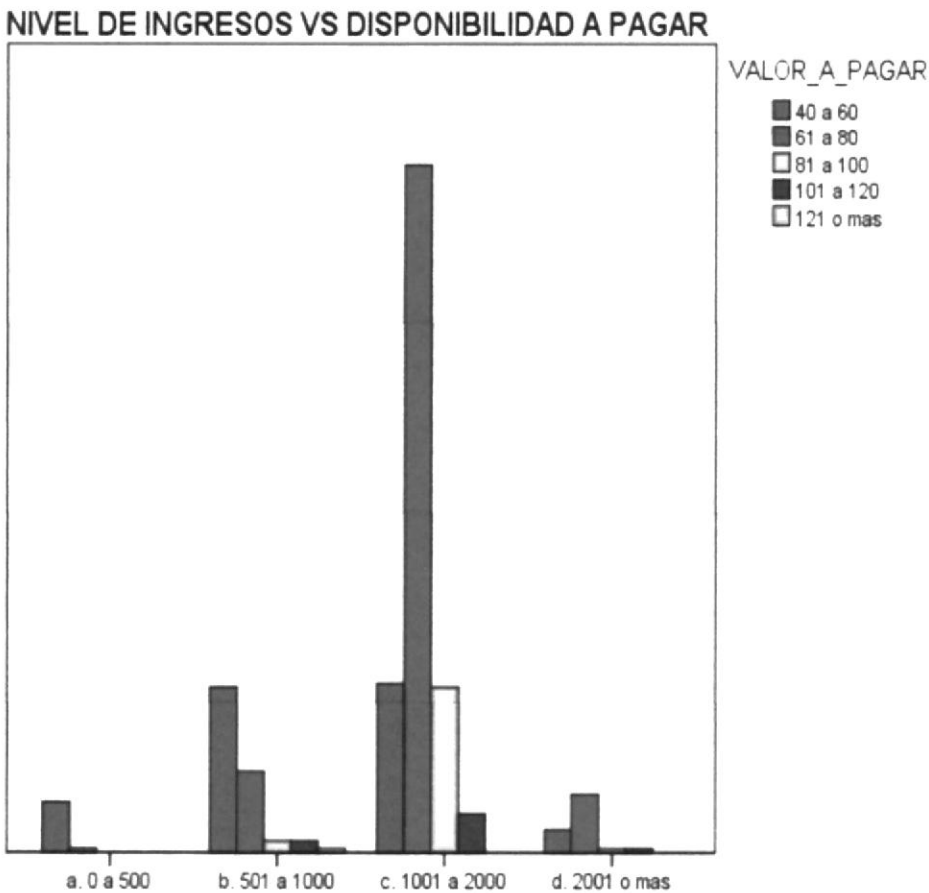
En conclusión el horario en que las personas contratarían los servicios a ofrecer ser en los horarios matutinos y vespertinos, mas no en el horario nocturno, esto significa que será a partir de las 08:00 A.M a 18:00 P.M el horario en la que se podrá brindar los servicio. Finalmente se necesitara saber cuál será el precio que se podrá cobrar y cuanto están dispuestos a pagar las personas por los servicio que brindaremos, por lo que se hizo la relación con el nivel de ingreso de las personas que realizaron la encuesta, donde se obtuvo el siguiente resultado que se muestra a continuación;

Tabla #12- Nivel de Ingresos vs Disponibilidad a pagar

NIVS V.p	40 a 59	60 a 79	80 a 99	100 a 119	120 o mas	TOTAL
0 a 499	13	1	0	0	0	14
500 a 999	43	21	3	3	1	71
1000 a 1999	44	179	43	10	0	276
2000 o mas	6	15	1	1	0	23
TOTAL	106	216	47	14	1	384

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 11: Nivel de ingresos vs Disponibilidad a pagar



Fuente: Elaborado por el autor

En conclusión de esta relación podemos determinar que las personas están dispuestas a pagar un valor de \$0 a \$60, por que representan al 94% de las personas encuestadas y que esas personas cuentan con un ingreso de \$500 a \$2000 al mes, las cuales están dentro de las personas a quien se brindará el servicio, más toda la información recolectada anteriormente, se determinara la demanda y demás variables que permitan el éxito del proyecto.

CAPÍTULO III: IMPACTO AMBIENTAL DE LOS PRODUCTOS DE LIMPIEZA

3.1 IMPACTO AMBIENTAL

Este proyecto se basa en el uso de productos de limpieza ecológicos y antialérgicos, pero como saber los beneficios reales que tiene utilizar estos tipos de productos, en comparación a los productos tradicionales que los encontramos en cualquier supermercado de la ciudad y cuáles son los daños que causan al medio ambiente y a la salud de las personas. A continuación veremos una comparación entre estas dos clases de producto;

3.2 PRODUCTOS DE LIMPIEZA TRADICIONALES VS PRODUCTOS DE LIMPIEZA ECOLÓGICOS Y ANTIALÉRGICOS.

Tabla # 13- Comparación de Productos de limpieza tradicional vs Productos de limpieza ecológica

	COMPONENTES	TEMPERATURA	TIEMPO DE ACCIÓN	EFECTOS	ALERGIA	VALORABLE	CONVIENTES	TEMPERATURA	TIEMPO DE ACCIÓN	EFECTOS	VALORABLE	ALERGIA
LIMPIADORES DE VIDRIOS TRADICIONALES VS LIMPIADORES DE VIDRIOS ECOLÓGICOS	CLORO, ALCOHOL, AMONÍACO, OTROS	MEDIA, ALTA (+)	14 DIAS	OPORTUNIDAD DE ENFERMEDADES, PULMONES, PIEL, ETC.	DEBILIDAD DE CONTACTO Y ALERGIAS	SÍ	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES
LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD VS LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD ECOLÓGICOS	CLORO, ALCOHOL, AMONÍACO, OTROS	MEDIA, ALTA (+)	14 DIAS	OPORTUNIDAD DE ENFERMEDADES, PULMONES, PIEL, ETC.	DEBILIDAD DE CONTACTO Y ALERGIAS	SÍ	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES
LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD VS LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD ECOLÓGICOS	CLORO, ALCOHOL, AMONÍACO, OTROS	MEDIA, ALTA (+)	14 DIAS	OPORTUNIDAD DE ENFERMEDADES, PULMONES, PIEL, ETC.	DEBILIDAD DE CONTACTO Y ALERGIAS	SÍ	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES
LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD VS LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD ECOLÓGICOS	CLORO, ALCOHOL, AMONÍACO, OTROS	MEDIA, ALTA (+)	14 DIAS	OPORTUNIDAD DE ENFERMEDADES, PULMONES, PIEL, ETC.	DEBILIDAD DE CONTACTO Y ALERGIAS	SÍ	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES
LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD VS LIMPI-VIDRIOS DE ALTA CALIDAD ECOLÓGICOS	CLORO, ALCOHOL, AMONÍACO, OTROS	MEDIA, ALTA (+)	14 DIAS	OPORTUNIDAD DE ENFERMEDADES, PULMONES, PIEL, ETC.	DEBILIDAD DE CONTACTO Y ALERGIAS	SÍ	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES	NO	NO AFECCIONES

Fuente: Elaborado por el autor

El cuadro fue elaborado estudiando todo los pro y contra que tiene el utilizar productos tradicionales y productos ecológico, en donde se indica en primer lugar los componentes de ambos productos, luego el impacto que producen al medio ambiente, en donde se utiliza información del cuadro de Leopold en donde muestra la magnitud del impacto que produce cada uno de los productos, como la intensidad, que puede ser de Alta a Baja, la afectación, que puede ser baja a alta, y finalmente una calificación general del impacto que va de (-1 a -10) y de (+1 a -10).

3.2.1 Productos de limpieza tradicionales

Según el boletín realizado por (Hernández Blanco, Marcello;) indica que los productos tradicionales de limpieza poseen componentes peligrosos y tóxicos para el medio ambiente y la salud de las personas, como se muestra a continuación:

Ilustración # 2: Elementos peligrosos y tóxicos para el medio ambiente y la salud de las personas

Productos a base de cloro
Fragancias que se añaden a los productos
Compuestos orgánicos volátiles (COV)
Alquilfenol etoxilados (APE)
Dietanolamina (DEA) y trietanolamina (TEA)
Acido sulfúrico e hidróxido de sodio
Amoniaco
Hidróxido de sodio

Fuente: (Hernández Blanco, Marcello;)

Esto son algunos de los químicos peligrosos y tóxicos que se encuentra en los productos de limpieza tradicionales, los que pueden causar impactos negativos en la salud y en el medio ambiente, en lo que tiene que ver con la salud los efectos negativos son:

Tabla # 14: Elementos peligrosos y tóxicos para la salud de las personas

Efectos potenciales de productos comunes en los hogares		
Limpiadores de vidrios	Alcohol isopropílico y amoniaco	Irrita piel, ojos, nariz y garganta.
Limpiadores de todo propósito	2-butoxietanol	Dolor de cabeza, mareos, aturdimiento y confusión. Además de irritar ojos, nariz, garganta y boca
Limpiadores de baño	Hipoclorito de sodio (cloro)	Graves irritaciones en la piel, daño a los ojos, tos o dificultad para respirar

Fuente: (Hernández Blanco, Marcello;)

Como se muestra en la tabla # 15, los químicos de los productos de limpieza tradicional como el limpiador de vidrios que contiene Alcohol isopropílico y amoniaco pueden provocar irritación a la piel, ojos, nariz y garganta, el limpiador de todo propósito se refiere a cera de piso , desinfectantes, limpiador de maderas entre otros , los cuales contienen Butoxietanol, Amoniaco, Tensoactivos, hipoclorito de sodio, entre otros las cuales pueden causar dolores de cabeza, mareos, aturdimiento y confusiones,

además de las irritaciones anteriormente mencionadas y por ultimo limpiadores de baños que se refiere al cloro, ambientales los cuales contienen hipoclorito de sodio que producen graves irritaciones en la piel, daños en ojos, tos o muchas veces puede causar dificultades para respirar. Estos son apenas tres claros ejemplos de los tantos productos que normalmente utilizamos para la limpieza de nuestros hogares. Por otro lado estos químicos producen alergias ya sea al contacto directo o inhalándolos, algunas investigaciones indican que durante el embarazo y los primeros meses de vida hace que un niño tenga mayor probabilidad de desarrollar asma debido a que su sistema inmune recién está en proceso de desarrollo, a diferencia de una persona adulta.

Ahora en el tema del medio ambiente estos productos también producen graves impactos directos sobre el ambiente por el uso inadecuado de estos productos de limpieza tradicionales, que produce la Eutrofización que es un proceso en la cual tiene fosfatos que al mezclarlo con agua, producen una sobrecarga de nutriente al ecosistema, haciendo que proliferen de modo anormal en el ambiente una gran cantidad de una micro algas en la superficie las cuales no son visibles para el ojo humano, lo que hace que la luz sea escasa en niveles más profundos, por lo que las plantas que se encuentran ahí no pueden realizar el proceso de fotosíntesis y producir oxígeno, lo que ocasiona la muerte de muchas plantas y de los animales que habitan en ese medio.

3.2.2 Productos de limpieza ecológicos

Los productos de limpieza ecológicos y antialérgicos que se utilizará no contienen ninguno de los componentes mencionados en el punto anterior como: Cloro o Npe (Nonilfenol Etoxiliado) los cuales son utilizados para quitar las manchas de la ropa, porque suelen ser derivados del petróleo, no contienen; percarboxilatos o policarboxilatos, entre otros. Algunos fabricantes suelen añadirle colorantes, fragancias derivadas del petróleo, causantes de diversos problemas de salud, como ejemplo podemos poner que los suavizantes de ropa, además de ser innecesarios, es una sustancia nociva que también provenientes del petróleo. Por lo que los productos que se trabajará son productos biodegradables, materiales reciclados y no solo eso sino en sus etiquetas están expresadas de forma clara sobre los componentes con los que fue elaborado, los cuales no contiene ninguno de los químicos nocivos. Por eso en conclusión, se recomienda adquirir productos de limpieza ecológicos y antialérgicos, con la menor cantidad o sin ningún químico añadido.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO DE MERCADO

4.1 ANALISIS DE MERCADO

Con la información obtenida de la encuesta, se podrá realizar un mejor estudio de mercado, y así determinar cada una de las variables que ayudaran a obtener éxito en el proyecto.

4.1.1 Demanda

Según el último censo realizado por el INEC el número de ecuatorianos es 15'225,080 donde el 50,6% son mujeres y el 49,4% son hombres. Como inicialmente se brindará el servicio a la ciudad de Guayaquil, que cuenta con 2'350,915 habitantes y 570,102 familias, donde aproximadamente 5,215 son de la clase alta, 450,576 pertenecen a la clase media, de ahí 36,351 son de la clase social media alta, 102,846 son de la clase media típica, 311,379 son de la clase media baja, y 114,3111 restante a la clase baja, debido a que su capacidad para contratar este servicio es alto y serán la cantidad de personas que aproximadamente requieran de este servicio de limpieza integral ecológico para sus hogares se tomará las 36,351 familias de la clase media típica y 102,846 de la media alta, con un total aproximado de 139,197(24,41%). Dado que en la encuesta solo el 87,76% de los encuestados indicaron que si contratarían el servicio la demanda potencial total será de 122,159 familias.

4.1.2 Macro y Microsegmentación de mercado

4.1.2.1 Macrosegmentación de mercado

La macro segmentación estará basada desde el punto de vista del mercado objetivo al que va dirigido al proyecto. Por lo que se segmentará de acuerdo a tres factores esenciales:

4.1.2.1.1 Necesidades

Debido a su coste y la responsabilidad civil que implica contratar una empleada doméstica en estos momentos, se genera en las personas que habitan en la ciudad de Guayaquil, la necesidad de adquirir el servicio de limpieza que antes eran elaborados por empleadas domésticas, ahora las realice empresas especializadas en limpieza de hogares y mejor cuando lo realiza de manera ecológica y antialérgica, por lo que se tratará de generar la necesidad la cual es crear un sentimiento de tranquilidad y conformidad.

Para que la persona que contrate el servicio viva y sienta que su hogar se mantiene limpio libre de cualquier germen o bacteria, sin afectar el medio ambiente que perjudique al mismo tiempo a su salud, lo que estimulará la mente del cliente, la cual hará que se genere la necesidad de adquirir el servicio.

4.1.2.1.2 Tecnología

Se utilizará máquinas de limpieza de alta calidad tecnológica, las cuales posean un consumo de electricidad bajo y que no generen polvo, ácaros, bacterias en el ambiente que afecten directamente a la salud de la persona que contratará el servicio y al cuidado del medio ambiente, mediante un impacto ambiental bajo.

4.1.2.1.3 Grupo de clientes

El servicio estará dirigido para todo tipo de persona, sean hombres o mujeres, con casa propia o alquilada, que se encuentren dentro de la clase media típica, media-alta, debido a que poseen capacidad monetaria que les permita adquirir el servicio, además que se encuentre en la zona norte de Guayaquil (Parroquia Tarqui).

4.1.2.2 Microsegmentación

El perfil del cliente dentro de nuestro mercado meta será el siguiente:

- ✓ **Ubicación:** Sector Norte de la Ciudad de Guayaquil,
- ✓ **Clase Social:** De clase media típico , media-alta
- ✓ **Sexo:** Masculino y Femenino
- ✓ **Edad:** 21 a 75
- ✓ **Actividad a realizar:** Trabajo de limpieza ecológica y antialérgica integral de casas o departamentos
- ✓ **Interés:** Hombres y mujeres independientes o en pareja, que debido al trabajo o alguna actividad fuera del hogar, no poseen el tiempo necesario para realizar la limpieza de su hogar.

CAPÍTULO V: LA EMPRESA

5.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

“Eco-Limpiezas S.A.”

5.2 TIPO DE EMPRESA

Eco-limpiezas S.A. se encontrará ubicada en la actividad económica según la Superintendencia de Compañía : “Limpieza general (no especializada) de todo tipo de edificios, estudios profesionales, locales comerciales, profesionales y edificios con múltiples unidades residenciales como: oficinas, casas y departamentos, fábricas, establecimientos comerciales e instituciones. Estas actividades consisten en la limpieza de interiores, aunque pueden abarcar la limpieza de zonas exteriores conexas, como ventanas y pasadizos ” esta es una de las tantas actividades económicas en la cuales se puede registrar una empresa de servicios en la superintendencia de compañías, la cual será escogida para la elaboración del proyecto.

5.3 JUSTIFICACIÓN

El propósito de la creación de Eco-Limpiezas S.A. es la de ofrecer una nueva alternativa en la forma de brindar un servicio de limpieza integral, en este caso será de forma ecológica y antialérgica a los hogares, así no solo se ayudará a las familias con el aseo profundo de sus hogares, con el cuidado de la salud y del medio ambiente también que muchas ocasiones no cuentan con el tiempo para realizar la limpieza o con los ingresos para poder contratar a una empleada doméstica debido a las reformas al código laboral y sus costos elevados.

5.4 MISIÓN

“Ser la empresa que revolucione el mercado de limpieza, a través de un nuevo concepto en el servicio integral de limpieza brindándolo de una manera ecológica y antialérgica caracterizados no solo por el cuidado del medio ambiente, sino que también por el cuidado de la salud del cliente”

5.5 VISIÓN

“Poder ser la empresa número uno a nivel nacional en la prestación del servicio de limpieza integral ecológica y antialérgica de hogares en la ciudad de Guayaquil, no solo por brindar un servicio de limpieza integral y antialérgico, sino por la eficacia y eficiencia en que se lo brinda”

5.6 LOGOTIPO

Figura # 1: Logotipo



Fuente: Elaborado por el autor

5.7 SLOGAN

“Innovación en limpieza de hogares ”

5.8 ORGANIGRAMA

Figura # 2: Organigrama de Eco-Limpiezas S.A.



Fuente: Elaborado por el autor

5.9 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Tabla # 15: Matriz de localización del proyecto

Lugar / Variables	Costo de remodelación y adecuación del local	Cercanía con la materia prima(productos de limpieza)	Numero de Parques	Cercanía con el mercado potencial	TOTAL
Plaza Tía (Autopista terminal terrestre)	2	4	10	4	5
Albocentro 3(Junto a la tablita del tartaro)	10	10	8	10	10
Avenida Miguel H. Alcivar(Entre la calle flamenco y Alejandro Andrade)	7	8	6	8	7

Fuente: Elaborado por el autor

Costo de adecuación del local: Costo en el que se incurre para poder arrancar un negocio, como por ejemplo; pintura, pisos, muebles y equipos de oficina y seguridad del local.

Cercanía de la metería prima; La distancia en que se encuentra el distribuidor o los distribuidores de Eco-Limpieza, estará medido en kilómetros cuadrados de distancia y costo de transporte de la materia prima.

Cercanía con el mercado potencial: La distancia en que se encuentra nuestro mercado potencial.

Cantidad de parqueos: El número de parqueos que existen disponible para el cliente, esto se lo va a medir con respecto al número promedio de vehículos que llegan a cada uno de los lugares mencionados. Una vez conocidas las variables a estudiar y cuáles serán las mediciones que se le hará a cada una de ellas, lo que permitirá escoger correctamente el lugar donde se ubicara el proyecto. Comencemos por:

1) PLAZA TIA (AUTOPISTA TERMINAL TERRESTE, JUNTO A CIUDADELA VERANDA) el local posee un diámetro de 95 m², con piso de cemento, paredes blancas, un baño y una pequeña bodega. Con respecto a la primera variable de costo de adecuación, este será un rubro alto, debido a que se incurrirá en el gasto de pintura para las paredes, en adecuar el piso, y por ser un local con un gran diámetro se tendrá que adquirir un gran número de muebles y equipos de oficina, en la segunda variable de cercanía con la materia prima, se medirá la distancia en kilómetros que existe desde plaza tía hasta las empresas que nos proveerá de nuestra materia prima.

✓ **DE PLAZA TIA A DIMABRU CIA. LTDA:** 15,3 KM

✓ **DE PLAZA TIA A QUALITYEC S.A:** 15,1 km

En la última variable de cantidad de parqueos con los que cuenta el lugar donde se ubicara el proyecto, plaza tía posee 100 parqueos en todo el centro comercial. Promedio de llegada de vehículos: 5 vehículos por hora.

2) ALBOCENTRO 4 (JUNTO A LA PARRILLDA TABLITA DEL TARTARO) el local posee un diámetro de 65 m², con piso de baldosa, paredes color crema, un baño y una pequeña bodega. Con respecto a la primera variable de costo de adecuación, este será un rubro bajo, debido a que no se incurrirá en el gasto de pintura para las paredes, no se adecuara el piso, y por ser un local con un pequeño diámetro se

tendrá que adquirir un número menor de muebles y equipos de oficina, en la segunda variable de cercanía con la materia prima, se medirá la distancia en kilómetros que existe desde albocentro hasta las empresas que nos proveerá de nuestra materia prima.

✓ **DE GRAN ALBOCENTRO III A DIMABRU CIA. LTDA:** 6,0 KM

✓ **DE GRAN ALBOCENTRO III A QUALITYEC S.A:** 11,1 km

En la última variable de cantidad de parqueos con los que cuenta el lugar donde se ubicara el proyecto, plaza tía posee 25 parqueos en todo el centro comercial. 3 vehículos por hora.

3) AVENIDA MIGUEL H. ALCIVAR ENTRE FLAMENGO Y ALEJANDRO ANDRADE el local posee un diámetro de 95 m², con piso de cerámica, paredes blancas, un baño y una pequeña bodega. Con respecto a la primera variable de costo de adecuación, este será un rubro medio alto, debido a que se incurrirá en el gasto de pintura para las paredes, no se adecuará el piso, y por ser un local con un diámetro aceptable se tendrá que adquirir un número de muebles y equipos de oficina mayor que los que se adquiriría en el local del albocentro, en la segunda variable de cercanía con la materia prima, se medirá la distancia en kilómetros que existe desde plaza tía hasta las empresas que nos proveerá de nuestra materia prima

✓ **DE AVENIDA MIGUEL H. ALCIVAR ENTRE FLAMENGO Y ALEJANDRO ANDRADE A DIMABRU CIA. LTDA:** 6,9 KM

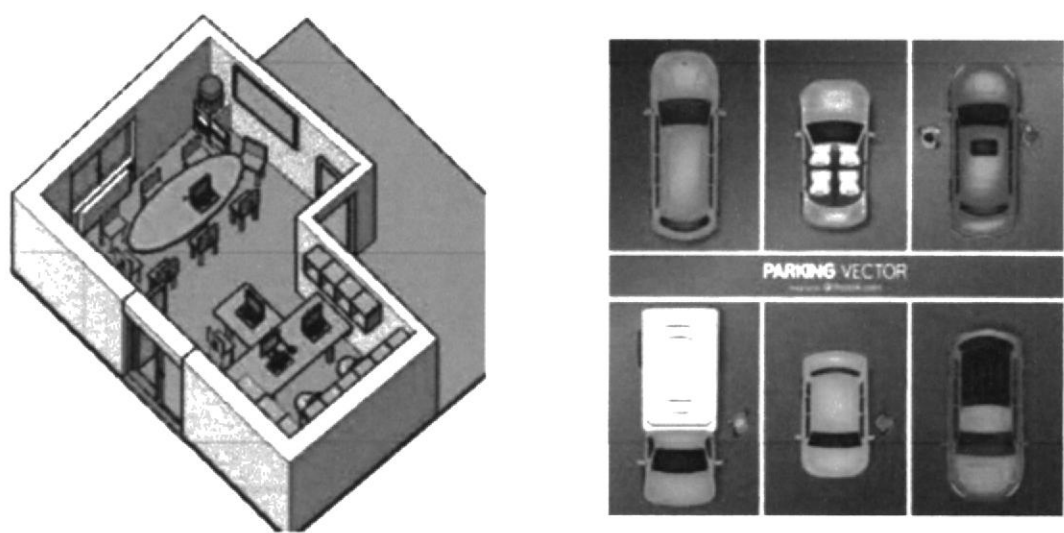
✓ **DE AVENIDA MIGUEL H. ALCIVAR ENTRE FLAMENGO Y ALEJANDRO ANDRADE A QUALITYEC S.A:** 11,9 km

En la última variable de cantidad de parqueos con los que cuenta el lugar donde se ubicara el proyecto, plaza tía posee 10 parqueos en todo el centro comercial. Finalmente se determina cual es la mejor opción de las tres antes mencionadas mediante una matriz de localización que posee un sistema de calificación de 0 a 10 siendo 0 la peor opción y 10 la mejor opción, la decisión está basada en el análisis de las tres direcciones con las tres respectivas variables, con la que se escogió al mejor lugar para ubicar nuestro local, será la de **GRAN ALBOCENTRO III** debido a que el costo de adecuación es bajo, la cercanía con respecto a nuestros proveedores y nuestros potenciales clientes es muy favorable, aunque no posee un número alto de parqueos, lo compensa las otras dos variables anteriormente mencionadas.

5.10 TERRENO, EDIFICIO E INSTALACIONES

Una vez establecido el lugar donde la empresa se establecerá, se procederá a instalar los equipos de oficina, muebles de oficina, equipos de cómputo, entre otros. La dimensión total que tendrá el local será de 65 m2, el cual estar distribuido de la siguiente manera;

Figura # 3: Instalaciones de Eco-Limpieza S.A.



Fuente: Google.com

5.11 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO

Para el registro correspondiente en la superintendencia de compañías, se necesitarán los siguientes documentos:

- ✓ Ruc
- ✓ Permiso de funcionamiento de bomberos
- ✓ Cámara de la pequeña industria de Guayaquil.
- ✓ Ilustre Municipalidad de Guayaquil
- ✓ Ministerio de Salud Pública.
- ✓ Tramites de constitución legal de la empresa.

5.12 APORTACIÓN DE CAPITAL

La empresa se constituirá con 2 socios o accionistas esto utilizando el inciso # 1 del art. 143 de la ley de compañías (Revista Judicial Derecho Ecuador, 2013) en donde cada accionista aportara capital propio para la creación de la empresa y la diferencia será por financiamiento bancario. Por lo que el capital que los accionistas aportaran será de la siguiente forma:

Tabla #16- Aporte de capital

Eco-Limpieza S.A.		
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		\$ 90.000
FINANCIAMIENTO BANCARIO	60%	\$ 54.000
CAPITAL PROPIO	40%	\$ 36.000

Fuente: Elaborado por el autor

5.13 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

5.13.1 Definición de los servicios que prestará la empresa

Se ha clasificado los servicios principales y complementarios. Los servicios a ofrecer son los siguientes:

➤ **Servicio de Limpieza:** Limpieza interior y exterior de todo tipo de domicilio o departamento, incluye:

- ✓ Limpieza completa de los pisos.
- ✓ Limpieza de los cristales de las ventanas.
- ✓ Limpieza de puertas.
- ✓ Abrillantar todo los pisos.
- ✓ Limpieza y aspirada profunda de muebles y colchones.
- ✓ Limpieza exterior; Parte delantera y posterior del domicilio o departamento.

CAPITULO VI: PROPUESTAS DEL PLAN DE NEGOCIO

6.1 PROPUESTA EN EL ÁREA ADMINISTRATIVA

Se realizará la propuesta en el área administrativa de Eco-Limpiezas S.A. la cual estará enfocada en distintos aspectos, los cuales se detallará a continuación:

6.1.1 Filosofía

Se debe definir siempre cuál será el alcance que tendrá la empresa, se pensó y se definió el concepto de la organización y se concluyó que la filosofía de la empresa se formulará a partir de la misión, visión, objetivo general y específicos de la misma.

6.1.2 Principio Fundamental

No solo se buscará el desarrollo y bienestar de las familias a las que se brindará el servicio en la ciudad de Guayaquil, sino brindándoles a través de este servicio ecológico y antialérgico el cuidado del medio ambiente y de la salud de las personas, mediante una limpieza integral profunda de los hogares, con eficacia, eficiencia y con el personal más capacitado, que permita así alcanzar un bienestar tanto del empleador como el de los clientes.

6.1.3 Cadenas de Valor

Para llegar a ser la empresa número uno a nivel nacional en limpiezas integrales de hogares, se deberá no solo preocuparse en el servicio a brindar, sino también en los valores que tendrá cada empleado y la empresa, los cuales permitirá a Eco-Limpiezas S.A. tener una buena aceptación por parte del cliente. Los valores de la empresa y de los trabajadores se muestran a continuación

6.1.3.1 Empresa

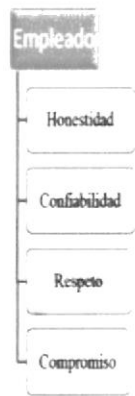
Ilustración # 3: Cadena de valor empresa



Fuente: Elaborado por el autor

6.1.3.2 Empleado

Ilustración # 4: Cadena de valor empresa empleado



Fuente: Elaborado por el autor

6.1.4 Factores determinantes de éxito del negocio

Se determinará detalladamente en la siguiente tabla los factores claves de éxito (FCE) para este proyecto y cuál será la carga que consideramos en el contexto del proyecto dándole un valor cuantitativo de 1 a 5, siendo uno el factor clave de éxito de menor importancia y 5 el factor de éxito de mayor importancia en comparación a la competencia.

Tabla # 17: Factores de éxitos de la empresa de servicios de limpieza

FACTORES DE ÉXITO (FCE) Servicios de limpieza	Posición del FCE	Competencia Indirecta
Calidad del Servicio	3	Empleadas Domésticas
Variedad de Servicios	1	Nuevas empresas de limpieza
Cuidado del Medio Ambiente	4	Grandes empresas de limpieza
Capacitación del Personal	2	Pequeñas empresas de limpieza

Fuente: Elaborado por el auto

6.1.4.1 Análisis de los factores de éxito

6.1.4.1.1 Nivel de calidad del Servicio

En la actualidad, es de suma importancia que la empresa cuente con certificados de calidad internacionales, además si tratamos de comparar la calidad del servicio que brindan las empleadas domésticas, con los que brindan una empresa de limpieza, son muy diferentes Y cada vez se convierte en un factor que más en cuenta debemos tener.

6.1.4.1.2 Variedad de Servicios

Eco-Limpieza S.A. desea tener siempre una mayor aceptación de sus clientes, por lo que se debe ser más competitivo, pero como lograrlo, tal vez mediante la variedad de servicios u ofrecerles soluciones a las distintas necesidades que pueda tener el cliente.

6.1.4.1.3 Cuidado del medio ambiente

Un punto diferenciador en estos últimos tiempos cuando uno ofrece un producto o un servicio que cuida al medio ambiente dicho producto o servicio, mientras más positivo sea para el planeta tierra y ayude a su conservación es mucho más atractivo para las personas adquirirlos.

6.1.4.1.4 Capacitación del personal

Poseer un personal capacitado es siempre muy bueno, por lo que esto ayudará a que la calidad del servicio sea siempre alto, lo que permitirá ofrecer una confianza a través de un personal eficiente y eficaz para realizar cualquier tipo de trabajo.

6.2 PROPUESTA EN EL AREA DE TALENTO HUMANO

6.2.1 Relación entre; Plazas de Trabajo y Números de plazas de la empresa

Las plazas de trabajo serán creadas en base a la experiencia y formación que tenga el aspirante al cargo. Los cargos que se creará son: Presidente, Secretaria, Asesor de Marketing y ventas, Auxiliar contable y Auxiliar de limpieza. A continuación se procederá a explicar la cantidad de personal a contratar, esto puede variar si existe un aumento en la demanda del servicio. En el que deberán cumplirse las horas de trabajo y los pagos que fueron anteriormente establecidos:

6.2.1.1 Gerente General

Requisitos:

- ✓ **Sexo:** Indiferente
- ✓ **Título;** Poseer título de Tercer Nivel en; Ingeniería en Marketing o Ingeniería en administración de Empresas o Ingeniería Comercial.
- ✓ **Experiencia:** Con experiencia mínima de dos años o más en cargos similares.

Funciones:

- ✓ Elaborar informes mensuales sobre nuevas estrategias y nuevos objetivos para la empresa.
- ✓ Será la única persona en autorizar la compra de nuevos activos luego de haber hecho un profundo análisis de las distintas propuestas que llegarán a su oficina.
- ✓ Encargado de las entrevista que permitan contratar a nuevos empleados
- ✓ Será el único en realizar préstamos bancarios y buscar distintas fuentes de financiamiento, que permita la ampliación de la empresa a nuevos mercados.
- ✓ Definir necesidades de personal que vayan relacionados con los objetivos y planes de la empresa.
- ✓ Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.
- ✓ Medir continuamente la ejecución de los servicios y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución de ellos (autocontrol y Control de Gestión).

6.2.1.2 Asesor de Marketing y Ventas**Requisitos:**

- ✓ **Sexo:** Indiferente
- ✓ **Título;** Poseer título de Tercer Nivel en; Ingeniería en Marketing o Ingeniería en administración de Empresas o Ingeniería Comercial.
- ✓ **Experiencia:** Con experiencia mínima de dos años en cargos similares.

Funciones:

- ✓ Elaborar estrategias de desarrollo comercial y objetivos de ventas, preparando gráficos de gestión para gerencia.
- ✓ Elaborar informes al Gerente General sobre la gestión diaria de ventas.
- ✓ Planificar las ventas diarias ya sean en mercados nuevos como en mercados existentes.
- ✓ Buscar nuevos clientes
- ✓ Evaluar proveedores y subcontratistas (estudios de mercado) para obtener el mayor beneficio posible (costes, plazos, calidad, cantidad...).

- ✓ Coordinar estudios técnicos y de precios para la correcta prestación del servicio.

6.2.1.3 Auxiliar Contable

Requisitos:

- ✓ **Sexo:** Masculino o Femenino
- ✓ **Título:** Poseer título de tercer Nivel en; CPA, Ingeniería en administración de Empresas, Ingeniería Comercial o áreas afines
- ✓ **Experiencia:** Con experiencia mínima de dos años en cargos similares.

Funciones:

- ✓ Revisión del cierre contable mensual y anual de la empresa.
- ✓ Supervisar y controlar el inventario de la empresa.
- ✓ Revisar las nóminas del personal de la empresa.
- ✓ Tratar de determinar el Impuesto Sobre la Renta (I.S.L.R) anual.
- ✓ Supervisar y verificar el cálculo y pago de las retenciones de I.S.L.R.(BUMERAN).
- ✓ Recopilar y codificar información financiera suministrada por las diferentes áreas para elaborar cuadros estadísticos, gráficos y proyecciones de tipo financiero semanalmente.
- ✓ Efectuar cálculos para la obtención de índices financieros que permita saber la situación financiera de la empresa.
- ✓ Lleva el registro y control de la disponibilidad presupuestaria

6.2.1.4 Auxiliar de limpieza

Requisitos;

- ✓ **Sexo:** Indiferente
- ✓ **Título:** Poseer mínimo el título de bachillerato.
- ✓ **Experiencia:** No necesita poseer experiencia mínima.
- ✓ **Otros requisitos:** Debe presentar record policial y dos referencias laborales

Funciones:

- ✓ Realizar el servicio de limpieza de la casa que se le asignará día a día, siempre informar al asistente de marketing y ventas en caso de que exista una falta de productos de limpieza en las bodegas de la empresa.

6.2.2 Modo de selección de personal

Se buscará al personal para los cargos a través de medios escritos como clasificados, publicación web, carteles en las calles, los cuales servirá para tener la cantidad necesaria de aspirantes, los cuales tendrán que pasar en un proceso de selección. En el caso de los cargos de Auxiliar Contable y Asistente de Marketing y Ventas , se buscará un perfil adecuado para cada uno de ellos, en el cual deberán tener una experiencia mínima de 1 a 2 años en cargos similares, con estudios universitarios que estén debidamente correlacionados con la función que van a ejercer. Lo que respecta a los auxiliares de limpieza debido a que este cargo no exige un nivel de educación alto, se pedirá que posean como mínimo bachillerato, con conocimientos básicos sobre limpieza de hogares o limpieza en general, además deberán presentar el record policial y otros documentos más para así poder ser evaluados y aceptados.

6.2.3 Proceso de capacitación del personal

No existe ninguna empresa que alcance del éxito sin antes contar con el compromiso de cada uno de sus miembros, en especial en un mundo tan competitivo como en que actualmente vivimos. Por lo que se debe proporcionar ambientes laborales positivos, para que el grupo de trabajo sea eficiente y eficaz, para el cumplimiento de objetivos y metas de la organización, por lo que la capacitación del personal es un proceso aplicado de una manera organizada y sistemática, a través de la cual los trabajadores adquieren o desarrollan nuevos conocimientos y habilidades relacionadas a su función dentro de la empresa, mejorando así el ambiente laboral en cada una de las áreas. Por lo que se crean objetivos principales como resultado de la capacitación y del desarrollo del personal, en los cuales nos enfocamos principalmente en:

- ✓ Preparar a los trabajadores para la realización correcta de las distintas tareas y responsabilidades que poseen.
- ✓ Brindar oportunidades de desarrollo del personal, no solo en sus puestos actuales, sino en aquellas funciones en las que podrían también colaborar.
- ✓ Proporcionar un clima laboral bueno, para así mantenerlos motivados y poder sacar lo mejor de cada uno de ellos en cada uno de sus cargos.

6.3 PROPUESTA EN EL AREA DE MARKETING

6.3.1 Definición de la misión y visión del plan estratégico de marketing

El plan estratégico de marketing que se detallará en el siguiente capítulo, tiene como su principal objetivo el crear y plantear las distintas estrategias de mercado tanto a corto plazo, como a largo plazo, se esperará que se cumplan al inicio y en el progreso continuo de esta nueva empresa de limpieza, así como también elaborar cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, las cuales se tratará de aprovecharlas al máximo. Los análisis que se mostrarán en este capítulo serán expuestos desde distintos puntos de vista, esto nos permitirá agrupar todas las etapas en la apertura de la empresa, logrando de tal forma obtener estrategias amplias y heterogéneas de manera que los servicios o sub-servicios que se brinden, se las logre minimizar y no nos afecten a los resultados finales.

6.3.2 Análisis de las directrices de la empresa

Eco-Limpiezas buscará ser la empresa líder en la limpieza ecológica de hogares en Guayaquil, tratando de siempre evolucionar en la calidad de cada uno de los servicios, siendo vanguardistas y modernos. Los principales lugares de prestación de servicio serán los hogares de las familias de clase media, media, media-alta; además tendremos pequeñas islas en los centros comerciales, entre otros, sobre los cuales habrá seguimiento continuo y riguroso para que los servicios de limpieza a ofrecer sean los indicados y lleguen de manera correcta a nuestros clientes. Eco-Limpiezas S.A. dirigirá su plan de acción de mercadeo hacia cada uno de sus servicios, logrando así que sean altamente desarrollados y competitivos en el mercado. Sin embargo, ésta dirección estará enfocada de manera subjetiva a cada uno de los servicios que lo necesitan, debido a su difícil penetración en el mercado.

6.3.3 Análisis situacional

Eco-Limpiezas S.A., tratará de tener un alto grado de recordación en sus clientes, por el bajo impacto ambiental y el cuidado de la salud de los futuros clientes en la ciudad de Guayaquil, esto permitirá que el nombre de la empresa sea sustituida por el nombre genérico del servicio (Limpieza); y en un largo plazo realizar el servicio a nivel nacional.

Esto irá de la mano con los nuevos lanzamientos en el mercado que se haga, sin embargo para la apertura de esta nuevo concepto de empresa se deberá realizar una buena gestión del servicio y la comunicación, tratando de asemejarse a lo ofrezca la competencia indirecta.

6.3.4 Análisis FODA

Ilustración # 5: Matriz FODA

Fortaleza: • Uso de las más alta tecnología en limpieza • Innovaciones	Oportunidades: • No existe competencia directa • Amplio mercado
Debilidades: • Creación fácil de nuevas empresas • Alto financiamiento • Poco reconocimiento del cliente en el mercado.	Amenazas: • Costos elevados de productos y máquinas de limpieza • Aumento de la oferta del servicio

Fuente: Elaborado por el autor

6.3.4.1 Fortalezas

- ✓ No existe una competencia directa
- ✓ El servicio ofrecido será de forma ecológico
- ✓ Se generara nuevas plazas de empleo
- ✓ Una ubicación estratégica.

6.3.4.2 Oportunidades

- ✓ Se contara con los equipos de limpieza de más alta tecnología y productos químicos ecológicos, lo que garantizara que se ofrecerá un servicio de calidad.
- ✓ Un mercado muy rentable.
- ✓ Alta demanda del servicio de limpieza

6.3.4.3 Debilidades

- ✓ Poco conocimiento de los auxiliares de limpieza sobre la prestación de este servicio.
- ✓ Costo que lo hace no asequible para todos los hogares en la ciudad de Guayaquil
- ✓ No poseer un nombre o reconocimiento en el mercado por ser un proyecto innovador en el país.

6.3.4.4 Amenazas

- ✓ Aumento en la oferta del servicio de limpieza de hogares
- ✓ Preferencias cambiantes del consumidor en la elección de su proveedor de servicios de limpieza
- ✓ Elevados costos de la materia prima; productos y máquinas de limpieza.

6.3.5 Conclusiones del análisis FODA

6.3.5.1 Fortalezas > Debilidades

Se tratará de contar con un alto nivel de recordación de marca en la mente de los consumidores, con lo cual se podrá tener clientes fieles y permanentes, esto mediante una relación altamente afectiva demostrando el buen servicio que se entrega, con lo que se requiere tener necesariamente precios competitivos. Con esto podremos minimizar algunas debilidades y así poder aprovechar las altas fortalezas. Debido a que la inversión en investigación y desarrollo a nivel nacional es bastante extensa y costosa, solo se arrancará en la ciudad de Guayaquil donde se aprovechará, siendo innovadores y los primeros en ofrecer una nueva forma de entregar esta clase de servicios de limpieza integral para hogares de manera ecológica y antialérgico.

6.3.5.2 Fortalezas > Oportunidades

Las fortalezas son mayores y más fuertes que las oportunidades, debido a que nos concentraremos en la comunicación de los atributos y beneficios del servicio a brindar, de tal forma que se capte a un gran porcentaje de mercado, se sabe que no existen barreras de entrada, ni competencia directa y que la empresa solo tiene una competencia indirecta de alta presencia en el mercado; por lo que la comunicación estará bien dirigida al segmento que se aspirará llegar.

6.3.5.3 Amenazas > Oportunidades

Con la información anteriormente mencionada se puede decir que la empresa contará con muchas oportunidades de tener éxito, sin embargo existen ciertas amenazas que se presentan, que pueden ocasionar problemas que afecten a los precios, limitar el mercado en el que se desenvolverá, por lo que se establece ciertos parámetros dentro del servicio a ofrecer a los futuros consumidores, para que en caso de se presentará cualquier fenómeno externo no afecte de manera decisiva a la estabilidad de la empresa.

6.3.6 Análisis FOFADODA

Tabla # 18: Análisis FOFADODA

Fuerzas Internas Fuerzas Externas	FORTALEZAS - No existe una competencia directa - Se generara valor agregado al servicio ofrecido - Se generara nuevas plazas de empleo - El servicio a ofrecer ayudara a cuidar el medio ambiente. - Ubicación Estratégica	DEBILIDADES - Cobertura limitada - Costo que lo hace no asequible para todos los hogares en la ciudad de Guayaquil - No poseer un nombre o reconocimiento en el mercado por ser un proyecto innovador en el país. - No poseer conocimientos a fondo sobre el servicio de limpieza
OPORTUNIDADES - Equipos de limpieza de la más alta tecnología y productos ecológicos de calidad. - Un mercado muy rentable. - Alta demanda del servicio de limpieza	FO; - Brindar un servicio de calidad que satisfagan todas y cada uno de sus requerimientos. - Inventario suficiente en bodega que nos permita brindar un servicio de calidad.	DO: Tratar de captar el mayor número de clientes que nos permita sobrevivir y genere rentabilidad durante un mediano plazo.
AMENAZAS - Nuevas reformas en el código del trabajo - Aumento de la oferta del servicio de limpieza de hogares - Preferencias de cambiantes del consumidor - Costos elevados de la materia prima a utilizar para brindar el servicio	FA: - Brindar un valor diferenciador en el Beneficio/costo esto hare tener una mejor preferencia en el consumidor. - Poseer una área de ventas y atención al cliente capacitada que nos permita brindar al cliente una mejor atención y genere una buena primera impresión	DA - Innovación permanente para que la calidad del servicio mejore con el tiempo. - Ofrecer al cliente un grado de seguridad y confiabilidad altas. - Realizar ciertas ofertas y promociones que nos permita que el cliente nos sea fiel frente a otras propuestas.

Fuente: Elaborado por el autor

6.3.8 Atractividad del Mercado y Competitividad

Eco-limpiezas S.A. es la primera empresa en lanzar esta nueva idea de negocio, la cual estará ubicado en el cuadrante de competitividad media, con una alta expectativa de atractividad en el mercado, debido a que es un servicio nuevo e innovador se deberá enfocar en brindar un buen servicio a los clientes, un real bajo impacto ambiental y cuidado de la salud de las personas, que permitirá contar con futuras inversiones y realizar futuros planes de ampliación a nivel nacional, que permita mejores ingresos a la empresa, todo esto se lo realizará siempre pensando en los clientes.

6.3.9 Análisis de las Fuerzas de Porter

Este modelo será una herramienta con la cual se realizará un profundo análisis externo de la empresa, mediante el análisis que se hace al sector o industrias en la que se encuentra. Los cuales son:

- ✓ Amenazas de nuevos competidores
- ✓ Poder de negociación de clientes
- ✓ Poder de negociación de proveedores
- ✓ Amenazas de productos o servicios sustitutos
- ✓ Rivalidad entre competidores

Tabla # 19: Amenazas de nuevos competidores

FACTORES A OBSERVAR	ALTO	MEDIO	BAJO
Costos eficientes			x
Fuertes Competidores		x	
Crecimiento de la industria	x		
Diferenciacion de Servicio o producto			x
Total	1	1	1
Porcentaje	25%	25%	25%

Fuente: Elaborado por el autor

La amenaza de nuevos competidores en este mercado es alta y la fuerza con la que ingresan será media, lo cual nos ayudara a dar una mayor exigencia, esto claro que nos servirá para no descuidarnos de la calidad del servicio y de otras variables que podrán afectarlas.

Tabla # 20: Poder de negociación de clientes

FACTORES A OBASERVAR	ALTO	MEDIO	BAJO
Precio de Venta		x	
Calidad del Servicio	x		
Variedad del Servicio	x		
Valor agregado del Servicio	x		
Total	3	1	0
Porcentaje	75%	25%	0%

Fuente: Elaborado por el autor

El poder de negociación con los clientes es absolutamente esencial y necesario, así podremos brindar una atención de primera, calidad en el servicio y precios que se ajusten al bolsillo de los consumidores.

Tabla # 21: Poder de negociación de proveedores

FACTORES A OBASERVAR	ALTO	MEDIO	BAJO
Costo de producto ofrecido		x	
Promociones en productos ofrecidos	x		
Variedad de materia prima ofrecida		x	
Calidad de materia prima ofrecida	x		
Variedad de proveedores		x	
Canales de distribucon		x	
Total	2	4	0
Porcentaje	40%	60%	0%

Fuente: Elaborado por el autor

Como se tratará de brindar un servicio de limpieza de altísima calidad, es sumamente importante el poder negociar con los proveedores, lo cual permitirá a la empresa tener costos bajos, esto para que no nos afecte en la calidad del servicio y que permitirá tener competitividad en precio

Tabla # 22: Amenazas de productos y servicios sustitutos

FACTORES A OBASERVAR	ALTO	MEDIO	BAJO
Innovación en el servicio			x
Precios realtivos de servicio o productos sustitutos		x	
Ventajas en servicio o productos sustitutos		x	
Probabilidad en sustituir el servicio o producto		x	
Distribucion			x
Disponibilidad de productos o servicios sustitutos			x
Total	0	3	3
Porcentaje	0%	50%	50%

Fuente: Elaborado por el autor

Se conoce que existe una variedad de servicios y productos sustitutos que las personas pueden encontrar en el mercado, lo que no presenta un problema de tipo medio, para tratar de salir de esto, se crearán varias estrategias y mediante la cual se tendrá un mayor posicionamiento de mercado.

Tabla #23: Rivalidad entre competidores

FACTORES A OBASERVAR	ALTO	MEDIO	BAJO
Precios	x		
Marca	x		
Ubicación	x		
Total	3	0	0
Porcentaje	100%	0%	0%

Fuente: Elaborado por el autor

El precio, la marca y una buena ubicación son factores importantes con los que se debe contar para tener un poder de mercado alto en esta clase de negocios, por lo que se conoce que el nivel de rivalidad es importante, esto exigirá un nivel de trabajo alto, también ayudará a encontrar nuevos nichos de mercados no atendidos, sin desatender a los clientes de la empresa.

6.3.10 Análisis del Marketing Mix

Se utilizará el análisis de las 7P's, en la cual se describirá a las 7ps como las herramientas que se utilizarán en la empresa para implantar las estrategias de Marketing y alcanzar los objetivos establecidos en el proyecto.

Las 7(P) son las siguientes:

1. Producto –Servicio
2. Precio
3. Plaza–Distribución
4. Promoción-Comunicación
5. Personas (Recurso Humano)
6. Proceso (Recursos Tecnológico y estructura).
7. Evidencia Física (Recursos Materiales, financieros (mínimo operable), infraestructura y capacidad instalada)

6.3.10.1 Producto – Servicio

Eco-Limpiezas S.A. es una empresa nueva en el mercado, dedicada única y exclusivamente a prestar el mejor servicio de limpieza de hogares en el mercado. Y no es una empresa enfocada a prestar servicios en forma global, sino que todo lo contrario, buscará satisfacer las necesidades individuales de limpieza en los hogares guayaquileños que requieren una limpieza profunda de manera ecológica y antialérgica, confianza y seguridad en el personal que ingresará a sus domicilios. Con lo que se contara con horarios de atención que se muestra a continuación:

6.3.10.1.1 Horario de atención

Eco-Limpiezas S.A. pondrá a su disposición sus horarios de atención; pensando en el tiempo de los clientes estos serán adaptados a los horarios requeridos ofreciendo en primer plano el esquema de los siguientes horarios (flexibles):

- a) **Mañana:** 08h00-12h30
- b) **Tarde:** 13h30-17h00

6.3.10.2 Precio

El precio mínimo con el que se deberá vender el servicio será de \$51 para que no sea rechazado el proyecto, ahora el precio establecido es \$60, debido a que es el precio que está dentro del rango de precios que las personas están dispuestas a pagar, según el resultado obtenido de la pregunta que se realizó en la encuesta de cuanto estarían dispuesto a pagar por el servicio.

6.3.10.2.1 Estrategia de precio para la penetración en el mercado

Lo que se hará es entrar con un precio bajo, esto nos servirá para enfrentar a nuestra competencia indirecta y así llegar a los clientes con un pensamiento de que es más fácil será contratar los servicios de limpieza al momento en que lo necesitan, y no contratarlos de una forma permanente.

6.3.10.2.2 Formas de Pagos

Eco-Limpieza S.A. ofrecerá por su fidelidad algunas formas de pagos como:

- ✓ Semanal
- ✓ Quincenal
- ✓ Mensual

Que se acomodará de acuerdo a la disponibilidad económica del cliente

6.3.10.3 Plaza o Distribución

Eco-Limpiezas S.A., contará con dos proveedores, entre los proveedores estarán la Dimabru Cia. Ltda y Qualityec S.A, los cuales harán llegar los pedidos a la empresa con la finalidad de poder cumplir todos y cada uno de los requerimientos de los clientes, dichos pedidos llegarán a las oficinas, donde ingresarán al bodega, esto sabiendo cuales son los insumos requeridos, el grado de necesidad para realizar cada uno de los servicio que se lleguen a brindar. Una vez que los productos lleguen a las oficinas, se los distribuirá a cada uno de los auxiliares de limpieza, dependiendo el trabajo que vaya a realizar y las necesidades que se establezcan para dicho trabajo, este se lo realizará diariamente y al término de la misma se procederá a realizar el inventario de insumos. Para así poder elaborar nuevos pedidos que serán enviados a los proveedores.

6.3.10.4 Promoción

Se elaborará estrategias que permita poder penetrar de manera correcta al mercado, entre dichas estrategias estarán las siguientes:

6.3.10.4.1 Estrategias de Ventas

La principal estrategia de ventas, será que brindaremos el servicio sin ayuda de ningún intermediario, sino a través del asesor de marketing y ventas, esto normalmente se denomina venta directa.

6.3.10.4.1.1 Promoción en ventas

- ✓ Se brindará descuentos especiales de 10% y 15% por apertura y fidelidad de cliente.
- ✓ Se brindará a los clientes por el consumo continuo del servicio: una limpieza gratuita de baños, alfombras, muebles, etc.
- ✓ Una vez que Eco-Limpieza se establezca económicamente en el mercado, se procederá a realizar sorteos de premios como televisores, cocinas, ollas, entre otros, que motiven la continuación del servicio y a la adquisición de nuevos servicios.

6.3.10.4.2 Estrategias de Publicidad

6.3.10.4.2.1 Publicidad

La publicidad será de comunicación entre la empresa y el cliente la cual trate y ayude a difundir el mensaje positivo de empresa de limpieza integral de hogares de manera ecológica y antialérgica, para lo que utilizaremos los siguientes medios:

6.3.10.4.2.1.1 Medios Publicitarios

Se brindará información sobre el servicio que ofrecemos, a través de estos medios de comunicación: Periódicos, revistas, redes sociales tales como Facebook, tweeter, Instagram entre otros, para poder mostrar de manera visual el servicio con el que se contará. Comenzaremos con la publicidad a través de redes sociales, creando cuentas en Facebook, Instagram y Tweeter, una vez obtenida una buena cantidad de seguidores, se seguirá con pequeños espacios en la revista informativa dentro de la ciudad, y de acuerdo al margen de utilidad que se genere, se pensará en utilizar a los periódicos más reconocidos en la ciudad para incrementar el número de clientes

6.3.10.4.2.1.2 Volantes

Este será un método para comunicarnos directamente con futuros clientes, porque con una volante informativa o propaganda publicitaria del servicio que ofrecemos y sus beneficios, le dará a la empresa más reconocimiento en el mercado.

6.3.10.4.2.1.3 Telemarketing

Estar siempre en contacto con los actuales y futuros clientes aprovechando al máximo las nuevas tecnologías de la información como el internet, y las llamadas telefónicas, son recursos para poder llegar a ellos e informarles de los beneficios del servicio que ofrecemos. Por lo que el asesor de marketing y ventas será la persona en realizarla con nuevos y viejos clientes.

6.3.10.5 Personas (Recurso Humano)

Aparte de los clientes, el personal que laborará en Eco-Limpiezas S.A. desempeñará un papel fundamental en la realización y prestación correcta del servicio, el precio de este servicio puede ser económico, pero si se cuenta con un personal de calidad, no sirve de nada, es por eso que se contará con un personal de 7 personas, la cuales serán divididos en varias áreas, desde presidente hasta los auxiliares de limpieza, los cuales estarán en capacitaciones continuas, que son de vital importancia para mejorar la forma en la que se brinda un servicio.

6.3.10.6 Proceso (Recursos Tecnológico y estructura)

El proceso que se utilizará en la contratación del servicio será las oficinas principales o en pequeñas islas que se ubicarán en los distintos centros comerciales que anteriormente se menciona, en la cual será una atención directa, o podrán ingresar a la página de internet de la empresa www.ecolimpiezas.com.ec, en la que también se contará con toda la información detallada del servicio que se brinda, los productos y los objetos que se utilizarán para brindar el servicio, en donde abra videos demostrativos y registrados los números de teléfono donde los cliente puedan comunicarse, para recibir todo la información que requieran.

6.3.10.7 Evidencia Física (Recursos Materiales, financieros (mínimo operable), infraestructura y capacidad instalada)

Eco-Limpiezas S.A. contará con una alta gama de stock, no solo en los productos de limpieza ecológicos y antialérgicos que utilizará, sino también contaremos con kits de limpieza completos con el que contará cada auxiliar, donde se incluye los productos de limpieza, los accesorios y las maquinas con las que se brindará el servicio. La furgoneta de la empresa no solo servirá para trasladar a nuestro personal, sino que a cada uno de sus kits de limpieza, para cumplir con el tiempo en el que se brindará el servicio.

Para la realización de todo esto se necesitara según estudio un mínimo de \$90,000 dolores de inversión inicial, las cuales se recaudara atreves de capital propio y del préstamo bancario.

6.4 PROPUESTA EN EL ÁREA DE OPERACION

6.4.1 Análisis del Tamaño de la Empresa

El tamaño del proyecto dependerá de la capacidad en que se llegue al cliente con la aplicación de este nuevo tipo de servicio de limpieza de manera ecológica y antialérgico para hogares. La determinación del tamaño se basa en las proyecciones de la demanda del servicio generado con el proyecto. Para la determinación del tamaño del proyecto contamos con dos puntos de vista que se podrían analizar;

- ❖ El servicio o ventas
- ❖ El monetario

En el primero se define la capacidad o tamaño como el nivel máximo de ventas del servicio que puede obtenerse de una operación o varias operaciones de ventas que realice el Dpto. de Marketing y ventas de la empresa. Por otro lado, el monetario define la capacidad como el nivel en la prestación del servicio que se brindará, utilizando todos los recursos invertidos para que se puedan generar utilidades.

6.4.2 Proceso de prestación del servicio

Debemos definir el proceso de prestación del servicio de limpieza que brindaremos, en unos muy sencillos pasos:

6.4.2.1 Información y venta del servicio

El cliente llega a nuestras oficinas, se le explica detalladamente el servicio que se ofrece. Luego de que el cliente analice la oferta del servicio, será el quien a través de cualquiera de estas vías; personalmente, teléfono o correo electrónico acepte el servicio. Con esta solicitud nos permitirá obtener información como: nombre del peticionario, el tipo de servicio que solicita, y si dicha petición está dentro de los servicios que la empresa ofrece o no. Una vez extraídos esos datos y luego de dicho análisis, se decidirá si la empresa está capacitada o no para realizarlo, en caso de ser posible el brindar el servicio, se procederá a comunicarse de manera inmediata con el cliente.

6.4.2.2 Base de datos de clientes

Se procede añadir a la persona a la base de datos de clientes de la empresa.

6.4.3 Procedimientos y controles de calidad

La empresa Eco-Limpieza S.A. aplicará un sistema de control de calidad, con lo que busca la máxima objetividad en el control del servicio y permita brindar al cliente un sistema de seguimiento para cumplir con la calidad del servicio que contratan. El control de calidad se realiza sobre tres niveles

1. Control de satisfacción del cliente
2. Control del trabajo realizado.
3. Control de los elementos utilizados para la limpieza.

6.4.3.1 Control de Satisfacción del cliente

La empresa Eco-Limpieza S.A. realizará pequeñas encuestas, las cuales estarán firmadas por el cliente, en donde se encuentran los números de teléfono a los cuales puede comunicarse en caso de que encuentre o sienta una deficiencia inmediata del servicio que recibió. Cada auxiliar de limpieza es responsable de su trabajo, el cual también será evaluado cada cierto tiempo por la empresa, además esto nos ayudará a cubrir rápidamente dicha insatisfacción con el cliente.

6.4.3.2 Control del trabajo realizado

El asesor de marketing y ventas será el encargado de realizar el control de calidad del servicio realizado por el auxiliar de limpieza, esto se lo realiza con el fin de obtener la mayor cantidad de información y unos resultados positivos, para la evaluación de control de calidad el cual nos permitirá realizar una mejor valorización del servicio de manera detallada. La valoración del servicio entregado se lo hará siempre después de que se ha prestado el servicio. En esta el cliente encontrará una escala del 0 al 5 los cuales se especifica a continuación;

1 = Muy deficiente

Cuando la realización del servicio ha existido un desorden y la limpieza realizada es deficiente en su totalidad.

2 = Deficiente

Cuando en la limpieza ha existido un orden, pero la limpieza presenta ciertas manchas, polvo u otro tipo de suciedad que sea fácilmente visible.

3 = Normal

Cuando en la limpieza ha existido un orden, pero la limpieza presenta ligeras manchas, polvo, y otro tipo de suciedad y no presenta un estado de limpieza insuficiente y/o errónea.

4 = Bueno

Cuando en la limpieza ha existido un orden. Y la limpieza no presenta machas, polvo u otro tipo de suciedad, que si revisamos nos daremos cuenta que se puede hacer un trabajo mejor.

5 = Muy bueno

Cuando en la limpieza ha existido un orden. Y la limpieza no presenta ninguna mancha, polvo u otro tipo de suciedad. La casa muestra un brillo total en cada uno de sus espacios, además de cristales limpios y objetos en los que se intervino en la limpieza.

Una vez realizado la evaluación por parte del cliente, nuestro auxiliar de limpieza obtiene un puntuación menor a 3, se enviará de nuevo al auxiliar para que realice la limpieza hasta que la satisfacción del cliente sean mayor igual a 3, el costo de la nueva limpieza será descontada a auxiliar que no realizo correctamente el trabajo asignado.

6.4.3.3 Elementos utilizados para la limpieza

El auxiliar de limpieza quien será la persona encargada de brindar el servicio de limpieza deberá darse cuenta de que todos los elementos para la limpieza que utiliza estén completamente limpios y desinfectados, esto para evitar posibles emisiones de polvo o bacterias que pongan en riesgo la salud de las personas que contraten el servicio. Todos los pasos antes mencionado no servirá a futuro para obtener un certificación nacional e internacional en la calidad del servicio de limpieza, que nos acredite como ser una empresa que posee un buen funcionamiento del sistema que utiliza para brindar el servicio.

6.4.3.4 Niveles tecnológicos para la prestación del servicio

Lo que Eco-Limpiezas S.A. más desea es poder reducir cualquier tipo de riesgo laboral, por lo que adquirir toda clase de máquina de limpieza que sirva para efectuar el servicio de manera correcta y eficiente será esencial para llegar a cumplir todas las metas propuestas, por lo que se pedirá al proveedor de las máquinas de limpieza, nos

haga llegar siempre un kit completo de catálogos con las ultimas máquinas de limpieza ecológicas y antialérgicas que han salido al mercado. El Gerente General será el encargado y el responsable de manejar el software de la empresa, lo cual permita llevar un control sobre los trabajadores de la empresa.

6.5 PROPUESTA EN LA CADENA DE ABASTECIMIENTO

6.5.1 Abastecimiento

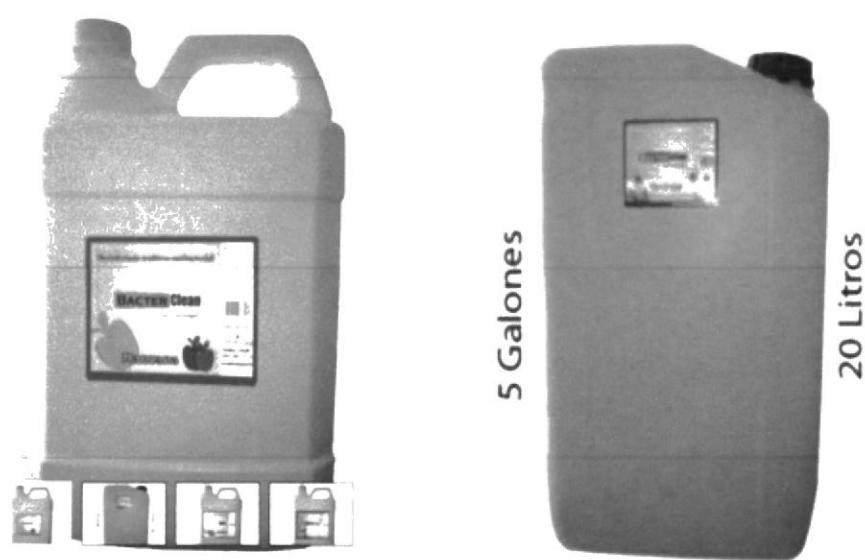
Toda empresa, ya sea de venta de productos o de servicios siempre tiene provisiones por motivos de que suceda cualquier eventualidad que muchas veces suceden en el momento menos esperado. Entré esas provisiones estarán las siguientes:

6.5.1.1 Productos de limpieza ecológicos y antialérgicos;

Provisionarse de la cantidad necesaria para el desarrollo correcto de la actividad (tales como desinfectantes, ambiental, limpiador de maderas, limpiador de vidrios, cera liquida antideslizante, etc.) ninguno de estos productos contiene químicos nocivos para la salud de la persona, ni para dañar al medio ambiente, los cuales se muestran a continuación;

DESINFECTANTES

Figura # 4: Ambiental (Litros y Galones)



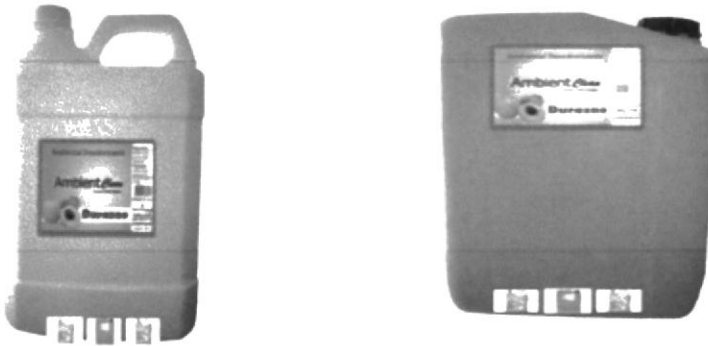
Fuente: Distribuidora García
Especificación Técnica:
Color: Blanquecino
Naturaleza: Protector para pisos

Instrucción: Este material se utiliza para desinfectar los baños, inodoros, urinarios, pisos, mayólicas, etc.; Su frecuencia es de uso diario.

Advertencia: En caso de contacto accidental con los ojos, enjuagarse con abundante agua por 15 minutos y acudir al médico de inmediata.

AMBIENTAL

Figura # 5: Ambiental (Litros y Galones)



Fuente: Distribuidora Garcia

Especificación Técnica:

Color: Amarillo, azul, rosa, etc.

Naturaleza: Liquida

Instrucción; Este material es utilizado conjuntamente con el pulverizador, para aplicarse en cualquier ambiente, dando así un agradable olor a limpieza. Su frecuencia es de uso diario

Modo de Aplicación; Una vez termina la limpieza general del hogar, el auxiliar de limpieza procederá aplicar este ambiental en aerosol, esto para poder terminar correctamente su trabajo.

LIMPIADOR DE MADERAS:

Figura # 6: Limpiador de Maderas (Litro)



Fuente: Distribuidora Garcia

Especificación Técnica:

Color: Café oscuro

Naturaleza: Protector y abrillantador de muebles

Instrucción;

- ✓ Agítese antes de usar.
- ✓ Empape el producto en un trapo suave.
- ✓ El trapo debe mantenerse siempre húmedo
- ✓ Extienda el producto en forma uniforme sobre el área a encerar
- ✓ Cuando la cera este seca, quite la película opaca con un trapo limpio.
- ✓ Mantener fuera del alcance de los niños.

Modo de aplicación: Se pondrá el líquido sobre una franela, la cual el auxiliar de limpieza procederá con la limpieza sobre todo y cada uno de los muebles y objetos de madera de la casa, esto hará que brille y proteja los mueble.

Limpia Vidrios

Figura # 7: Limpia Vidrios (Litros y Galones)



Fuente: Distribuidora García

Especificación Técnica:

Color: Azul oscuro

Naturaleza: Limpiador

Instrucción: Su aplicación es sobre la superficie limpia de vidrios, espejos y mayólicas con la ayuda de un paño limpio y de color claro.

Cera Liquida Antideslizante

Figura # 8: Cera Liquida Antideslizante



Fuente: Distribuidora García

Especificación Técnica:

Color: Blanco

Naturaleza: Protector para pisos

Instrucciones: Este es un líquido que se utiliza para poder conservar los diferentes ambientes los cuales tengan pisos vinílico, terrazo, loseta, mármol, etc.

Modo de aplicación: El modo de aplicación debe ser:

- ✓ **Primero:** Rociamos el desinfectante sobre la superficie limpia del piso, tratando de evitar la formación de grumos y daños en el piso.
- ✓ **Segundo:** Agarramos el trapeador limpio y extendemos la cera de manera horizontal y uniforme.
- ✓ **Tercero:** Dejamos secar el área trabajada por un tiempo aproximado de 10 a 15 minutos.
- ✓ **Cuarto:** Por último se procede al lustrado y abrillantado del piso con la maquina abrillantadora.

6.5.1.2 Herramientas y utensilios de limpieza;

Siempre se debe provisionarse de la cantidad necesaria de accesorios de limpieza para un eficiente desempeño del servicio de limpieza (Como trapeadores, franelas, funda de basuras, etc.) a continuación se describe a cada uno de ellos:

FRANELAS

Figura # 9: Franelas de Colores



Fuente: Dimabru

Se utilizara en la limpieza de cada uno de las cosas para las cuales se necesite limpiar con franela, como la aplicación de cera, limpia vidrios, desinfectantes, etc.

GUANTES

Figura # 10: Guantes



Fuente; Dimabru

Todos los auxiliares de limpieza deberán utilizar estos guantes al momento de estar realizando la limpieza de baños y en los mesones de la cocina, las cuales le permitirá proteger sus manos para evitar el contacto con los químicos que componen los productos de limpieza que se utilizara.

BALDES Y RECOGEDORES

Figura # 11: Baldes y recogedor



Fuente: Cargapositiva.wordpress.com

FUNDAS DE BASURA

Figura # 12: Fundas de basura



Fuente: Unionplastic.com

UNIFORME DE AUXILIAR DE LIMPIEZA

Figura # 13: Uniforme de auxiliares de limpieza



Fuente: Unionplastic.com

6.5.1.3 Máquinas de limpieza

Es muy importante contar con una maquinaria de limpieza de la más alto nivel de tecnología y darles siempre un continuo mantenimiento, además contar con los repuestos más importantes que se le deba cambiar cada cierto tiempo, esto para evitar alguna eventualidad de última hora, que haga que salga más caro su mantenimiento que el adquirir una maquina nueva, a continuación mostramos algunas de las maquinas a utilizar:

ASPIRADORA PROFESIONAL

Figura # 14: Aspiradora profesional



Fuente: <https://www.nilfisk-alto.es>

Especificaciones:

Marca: Nilfisk

Modelo: MAXXI II 35

Descripción: Esta aspiradora posee un diseño innovador, haciendo cada limpieza del día y el mantenimiento fácil, ergonómico y más productivo.

Nivel ruido (dB(A)) iec 704: 81

Longitud de manguera: 1.9 metros

Garantía: 2 años

Medidas: 46 x 42 x 74 cm (ancho/alto/fondo) cm.

Peso: 12.5 kg (sin accesorios)

Potencia: 1250

LIMPIADOR DE ALTA PRESIÓN

Figura # 15: Equipo de limpieza de alta presión profesional



Fuente: <https://www.nilfisk-alto.es>

Especificaciones:

Marca: Nilfisk

Modelo: C120.6-6PCDX-TRA

Descripción: Limpiador profesional muy fácil de usar y manejar, además de ser ideal para limpiezas de hasta grado medio de suciedad. La cual lleva incluido 1 pistola, 1 manguera de alta presión de 4 m., 1 manguera de alta presión y otra manguera con boquilla rotativa.

Presión: 120 bares

Caudal: 520 l/h

Longitud de manguera: 6 metros

Alimentación: Red

Garantía: 2 años

Medidas: 57 x 37,5 x 29,2 cm (ancho/alto/fondo) cm.

Peso: 8,9 kg (sin accesorios)

Potencia: 1650 W

BARREDORA MECÁNICA

Figura # 16: Equipo de limpieza de alta presión profesional



Fuente: <https://www.nilfisk-alto.es>

Marca: Nilfisk

Modelo: FLOORTEC 350 B

Descripción: Barredora mecánica diez veces más rápida y eficiente que cualquier escoba tradicional. Cuenta con 1 recipiente para la basura, 1 cepillo cilíndrico central, 1 cepillo frontal-lateral y 1 asa de empuje ergonómica regulable en altura. Posee un rendimiento de superficie de hasta 2000 m² por hora con casi nada de elevación de polvo al ambiente.

Peso: 52 kg (Sin accesorios) y 68 kg. (Con accesorios)

Garantía: 2 años

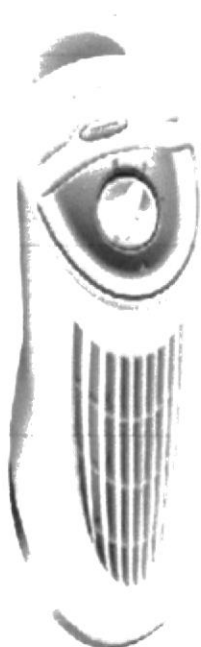
Medidas: 998x797x500 cm (ancho/alto/fondo) cm.

Volumen depósito residuos: 60

Potencia: 12 V

Purificador de Aire

Figura # 17: Purificador de aire



Fuente: <http://www.archiexpo.es/prod/honeywell/>

Especificaciones:

Marca: Honeywell

Modelo: HFD-010

Descripción: Este purificador ofrece la purificación del aire eficaz en un área determinada. Ofreciendo tecnología patentada de la filtración del iFD®, este purificador del aire captura el hasta 99% de agentes contaminadores ultra finos, tales como polvo, polen, humo del tabaco, y ¹ de los ácaros que hay en el ambiente.

CAPITULO VII: ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO

Se realizará el estudio financiero basado en el cálculo de TIR VS TMAR en donde se muestra 3 escenarios; el mejor, el peor y el normal de los casos, donde solamente se cambiará los estados financieros al momento del cambio del precio.

7.1 Inversión del Proyecto

Debido que existe una demanda en la prestación de servicios de limpieza para hogares insatisfechos, según las encuestas realizadas a los distintos sectores económicamente activos en la ciudad de Guayaquil, lo que se buscará con este análisis es demostrar la viabilidad para implementar una empresa de servicios de limpieza para hogares en la ciudad de Guayaquil. En el siguiente cuadro se mostrará la inversión inicial para el proyecto y el balance de situación inicial de la empresa:

Cuadro # 1: Inversión Inicial del Proyecto

<u>Eco-Limpiezas S.A.</u> <u>INVERSION INICIAL</u> <u>Al 31 de Diciembre de cada año</u> <u>VALORES EN USDS</u>			
<u>CANTIDAD</u>	<u>DESCRIPCION</u>	<u>COSTOS UNITARIOS</u>	<u>2015</u>
	Caja o Banco		25.000
1	Caja o Bancos	25000	25.000
	Vehiculo		40.000
1	Vehiculo	40000	40.000
	Muebles de Oficina		7.080
1	Separador de Ambientes	480	480
2	Archivador	350	700
2	Escaleras	300	600
2	Sofas	615	1.230
4	Sillas de Escritorios	300	1.200
4	Escritorios	350	1.400
2	Sillones	735	1.470
	Equipos de Computacion		4.360
4	Computadoras	800	3.200
1	Impresora multifuncional	540	540
1	Impresora central	620	620
	Maquinarias y Equipos		39.060
4	Aspiradora profesional	2500	10.000
4	Limpiador de alta presión	1150	4.600
4	Maquina limpia piso	1450	5.800
4	Abrillantadora profesional de piso	1580	6.320
4	Hidrolimpiadora de muebles y alfombra	1965	7.860
4	Purificador de aire	1120	4.480
	Gastos de Constitucion		
1	Gastos de Constitucion	4500	4.500
TOTAL			120.000

Fuente: Elaborado por el auto

Para realizar el inicio del proyecto, tenemos que el total de la inversión inicial es de un valor total de: \$ 120.000,00, esto debido a que cada una de las cosas adquiridas poseen precios reales de mercado, además de estar basados en información brindado por la empresa Intelca, lo cual hará que las proyecciones de ingresos y gastos, sean los más cercano a la realidad.

7.2 Financiamiento del proyecto

Para la realización de este proyecto se necesitara dos tipos de financiamiento, el cual vendrá del capital propio por parte de los accionistas y por un préstamo bancario, en donde 40% será de capital propio y el 60% será del préstamo bancario. Donde se pagara este préstamo en 5 años a una tasa de interés 11,23% anual, pagando cuotas mensuales de \$ 1,573 73

Cuadro # 2: Balance General

Eco-Limpiezas S.A.		
BALANCE GENERAL		
AL 1 DE ENERO DEL 2015		
VALORES EN USD\$		
ACTIVOS		
Activos Corrientes		
Cajas o Bancos	\$ 25.000	
Maquinaria y Equipos	\$ 39.060	
Total Activos Corrientes		\$ 64.060
Activos No Corrientes		
Edificio	\$ 80.000	
Vehiculo	\$ 40.000	
Muebles de Oficina	\$ 7.080	
Equipo de Computacion	\$ 4.360	
Gastos de Constitucion	\$ 4.500	
Total Activos No Corrientes		\$ 135.940
Total Activos		200000
PASIVOS		
Pasivos Corrientes		
Obligaciones bancarias x Pagar	\$ 72.000	
Hipotecas x Pagar	-	
Total Pasivos		72000
PATRIMONIO		
Capital	128000	
Total Patrimonio		128000
Total Pasivos y Patrimonio		200000

Fuente: Elaborado por el auto

Cuadro # 3: Financiamiento del proyecto

Eco-Limpiezas S.A.		
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		\$ 120.000
FINANCIAMIENTO BANCARIO	60%	\$ 72.000
CAPITAL PROPIO	40%	\$ 48.000

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 4: Datos para tabla de amortización

Nombre:	Eco-limpieza S.A.
Monto:	72.000
Interes:	11,23%
Plazo(Anual):	5
Plazo(Mensual):	60
Periodo	12
Fecha de Inicio:	01-ene-15
Vencimiento:	01-ene-17
Cuota Mensual	\$ 1.573,73
Tasa Nominal mensual	0,94%

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 5: Tabla de amortización

Eco-Limpiezas S.A. Tabla de amortización					
# de Pago	Fecha de Vencimiento	Cuota Mensual	Intereses	Capital	Monto
0					72.000
1	01/01/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 673,80	-\$ 899,93	71.100
2	01/02/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 665,38	-\$ 908,35	70.192
3	01/03/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 656,88	-\$ 916,85	69.275
4	01/04/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 648,30	-\$ 925,43	68.349
5	01/05/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 639,64	-\$ 934,09	67.415
6	01/06/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 630,90	-\$ 942,83	66.473
7	01/07/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 622,07	-\$ 951,65	65.521
8	01/08/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 613,17	-\$ 960,56	64.560
9	01/09/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 604,18	-\$ 969,55	63.591
10	01/10/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 595,10	-\$ 978,62	62.612
11	01/11/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 585,95	-\$ 987,78	61.624
12	01/12/2015	-\$ 1.573,73	-\$ 576,70	-\$ 997,02	60.627,34
13	01/01/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 567,37	-\$ 1.006,35	59.621
14	01/02/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 557,95	-\$ 1.015,77	58.605
15	01/03/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 548,45	-\$ 1.025,28	57.580
16	01/04/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 538,85	-\$ 1.034,87	56.545
17	01/05/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 529,17	-\$ 1.044,56	55.501
18	01/06/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 519,39	-\$ 1.054,33	54.446
19	01/07/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 509,53	-\$ 1.064,20	53.382
20	01/08/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 499,57	-\$ 1.074,16	52.308
21	01/09/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 489,51	-\$ 1.084,21	51.224
22	01/10/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 479,37	-\$ 1.094,36	50.129
23	01/11/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 469,13	-\$ 1.104,60	49.025
24	01/12/2016	-\$ 1.573,73	-\$ 458,79	-\$ 1.114,94	47.909,70
25	01/01/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 448,35	-\$ 1.125,37	46.784
26	01/02/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 437,82	-\$ 1.135,90	45.648
27	01/03/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 427,19	-\$ 1.146,53	44.502
28	01/04/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 416,46	-\$ 1.157,26	43.345
29	01/05/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 405,63	-\$ 1.168,09	42.177
30	01/06/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 394,70	-\$ 1.179,02	40.998
31	01/07/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 383,67	-\$ 1.190,06	39.807
32	01/08/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 372,53	-\$ 1.201,19	38.606
33	01/09/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 361,29	-\$ 1.212,44	37.394
34	01/10/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 349,94	-\$ 1.223,78	36.170
35	01/11/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 338,49	-\$ 1.235,23	34.935
36	01/12/2017	-\$ 1.573,73	-\$ 326,93	-\$ 1.246,79	33.688,02
37	01/01/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 315,26	-\$ 1.258,46	32.430
38	01/02/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 303,49	-\$ 1.270,24	31.159
39	01/03/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 291,60	-\$ 1.282,13	29.877
40	01/04/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 279,60	-\$ 1.294,12	28.583
41	01/05/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 267,49	-\$ 1.306,24	27.277
42	01/06/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 255,27	-\$ 1.318,46	25.958
43	01/07/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 242,93	-\$ 1.330,80	24.628
44	01/08/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 230,47	-\$ 1.343,25	23.284
45	01/09/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 217,90	-\$ 1.355,82	21.929
46	01/10/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 205,21	-\$ 1.368,51	20.560
47	01/11/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 192,41	-\$ 1.381,32	19.179
48	01/12/2018	-\$ 1.573,73	-\$ 179,48	-\$ 1.394,25	17.784,43
49	01/01/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 166,43	-\$ 1.407,29	16.377
50	01/02/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 153,26	-\$ 1.420,46	14.957
51	01/03/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 139,97	-\$ 1.433,76	13.523
52	01/04/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 126,55	-\$ 1.447,17	12.076
53	01/05/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 113,01	-\$ 1.460,72	10.615
54	01/06/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 99,34	-\$ 1.474,39	9.141
55	01/07/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 85,54	-\$ 1.488,18	7.652
56	01/08/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 71,61	-\$ 1.502,11	6.150
57	01/09/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 57,56	-\$ 1.516,17	4.634
58	01/10/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 43,37	-\$ 1.530,36	3.104
59	01/11/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 29,05	-\$ 1.544,68	1.559
60	01/12/2019	-\$ 1.573,73	-\$ 14,59	-\$ 1.559,13	0,00

Fuente: Elaborado por el autor

7.3 Presupuesto de Ingresos

Con base al tamaño y cobertura que se ha estimado que la empresa tendrá en el mercado, se ha podido determinar y realizar la proyección de ingresos para los primeros años de operaciones:

Cuadro # 6: Variables de Proyecciones de Ingresos Escenario Pesimista

Datos para los calculos	
Inflacion	3,98%
Crecimiento del Servicio de limpieza	3%
Precio del Servicio de Limpieza	\$ 45
Precio del Servicio de Adicionales	\$ 15
Cantidad de Servicio de Limpieza anual	1920
Cantidad de Servicio de Limpieza adicional anual	480
Crecimiento de los Servicios adicionales	3%

Fuente; Elaborado por el autor

Cuadro # 7: Variables de Proyecciones de Ingresos Escenario Real

Datos para los calculos	
Inflacion	3,98%
Crecimiento del Servicio de limpieza	3%
Precio del Servicio de Limpieza	\$ 56
Precio del Servicio de Adicionales	\$ 15
Cantidad de Servicio de Limpieza anual	1920
Cantidad de Servicio de Limpieza adicional anual	480
Crecimiento de los Servicios adicionales	3%

Fuente; Elaborado por el autor

Cuadro # 8: Variables de Proyecciones de Ingresos Escenario Optimista

Datos para los calculos	
Inflacion	3,98%
Crecimiento del Servicio de limpieza	3%
Precio del Servicio de Limpieza	\$ 60
Precio del Servicio de Adicionales	\$ 15
Cantidad de Servicio de Limpieza anual	1920
Cantidad de Servicio de Limpieza adicional anual	480
Crecimiento de los Servicios adicionales	3%

Fuente; Elaborado por el autor

Cuadro # 9: Datos para los cálculos para Escenarios Pesimista, Real y Optimista.

Variables de Proyecciones de Ingresos	
# Hogares al año	2400
# Semana al año	52
# Días laborables a la semana	5
# Total de días laborales en el año	312
# Horas laborables diarias	8
# Horas hombres al año	9600
# Auxiliares de Limpieza	4
Tiempo estimado de limpieza por casa	3
# Promedio de casa al día	2

Fuente: Elaborado por auto

Cuadro # 10: Presupuesto de Ventas Escenario Pesimista

Eco-Limpieza S.A.										
PRESUPUESTO DE VENTAS										
AÑOS 2015 - 2019										
VALORES EN USDS										
Servicios de Limpieza										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIO	\$ 45	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 45,00
CANTIDAD(Servicios x año)	1920	2016	2112	2208	2304	2400	2496	2592	2688	2784
TOTAL DE VENTAS	\$ 86.400	\$ 90.720	\$ 95.040	\$ 99.360	\$ 103.680	\$ 108.000	\$ 112.320	\$ 116.640	\$ 120.960	\$ 125.280
Servicios Adicionales (COMBOS ENTRE JARDINERIA, LIMPIEZA DE CISTERNA Y LIMPIEZA DE FACHADA)										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIO	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15
CANTIDAD(Servicios x año)	480	494	509	523	538	552	566	581	595	610
TOTAL DE VENTAS	\$ 7.200	\$ 7.416	\$ 7.632	\$ 7.848	\$ 8.064	\$ 8.280	\$ 8.496	\$ 8.712	\$ 8.928	\$ 9.144
VALOR TOTAL POR AÑO	\$ 93.600	\$ 98.136	\$ 102.672	\$ 107.208	\$ 111.744	\$ 116.280	\$ 120.816	\$ 125.352	\$ 129.888	\$ 134.424

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 11: Presupuesto de Ventas en Escenarios Real

Eco-Limpieza S.A.										
PRESUPUESTO DE VENTAS										
AÑOS 2015 - 2019										
VALORES EN USDS										
Servicios de Limpieza										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIO	\$ 56	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00	\$ 56,00
CANTIDAD(Servicios x año)	1920	2016	2112	2208	2304	2400	2496	2592	2688	2784
TOTAL DE VENTAS	\$ 107.520	\$ 112.896	\$ 118.272	\$ 123.648	\$ 129.024	\$ 134.400	\$ 139.776	\$ 145.152	\$ 150.528	\$ 155.904
Servicios Adicionales (COMBOS ENTRE JARDINERIA, LIMPIEZA DE CISTERNA Y LIMPIEZA DE FACHADA)										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIO	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15
CANTIDAD(Servicios x año)	480	494	509	523	538	552	566	581	595	610
TOTAL DE VENTAS	\$ 7.200	\$ 7.416	\$ 7.632	\$ 7.848	\$ 8.064	\$ 8.280	\$ 8.496	\$ 8.712	\$ 8.928	\$ 9.144
VALOR TOTAL POR AÑO	\$ 114.720	\$ 120.312	\$ 125.904	\$ 131.496	\$ 137.088	\$ 142.680	\$ 148.272	\$ 153.864	\$ 159.456	\$ 165.048

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 12: Presupuesto de Ventas Escenario Optimista

Eco Limpieza S.A.										
PRESUPUESTO DE VENTAS										
AÑOS 2015- 2019										
VALORES EN USDS										
Servicios de Limpieza										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIO	\$ 60	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
CANTIDAD(Servicios x año)	1920	2016	2112	2208	2304	2400	2496	2592	2688	2784
TOTAL DE VENTAS	\$ 115.200	\$ 120.960	\$ 126.720	\$ 132.480	\$ 138.240	\$ 144.000	\$ 149.760	\$ 155.520	\$ 161.280	\$ 167.040
Servicios Adicionales (COMBOS ENTRE JARDINERIA, LIMPIEZA DE CISTERNA Y LIMPIEZA DE FACHADA)										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
PRECIO	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15	\$ 15
CANTIDAD(Servicios x año)	480	494	509	523	538	552	566	581	595	610
TOTAL DE VENTAS	\$ 7.200	\$ 7.416	\$ 7.632	\$ 7.848	\$ 8.064	\$ 8.280	\$ 8.496	\$ 8.712	\$ 8.928	\$ 9.144
VALOR TOTAL POR AÑO	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 134.352	\$ 140.328	\$ 146.304	\$ 152.280	\$ 158.256	\$ 164.232	\$ 170.208	\$ 176.184

Fuente: Elaborado por el autor

7.4 Presupuesto de Gasto

Además para este proyecto se han presupuestado algunos valores propios de la naturaleza o entorno esencial del negocio, con los cuales contamos con; Materiales e Insumos, publicidad anual, mantenimiento de autos, mantenimiento de edificios, entre otros, como se muestra a continuación:

Cuadro # 13: Datos de Gastos Escenarios Pesimista, Real y Optimista.

Datos requeridos	
Crecimiento	3,00%
Publicidad Anual	\$ 2.500
Mantenimiento de vehiculo	\$ 1.680
Combustible de vehiculo	\$ 1.380
Mantenimiento de edificio	\$ 935
Materiales e Insumos	\$ 7.201
Servicios Basicos	\$ 1.350

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 14: Costo de Uniforme Escenarios Pesimista, Real y Optimista.

Producto	Cantidad	Cantidad Total	P. Unitario	Valor Total Anual
Overol manga corta	2	8	\$ 38,00	\$ 304
Gorra	2	8	\$ 9,50	\$ 76
Pares de Zapato	2	8	\$ 20,00	\$ 160
Guantes	20	80	\$ 2,00	\$ 160
TOTAL DE COSTO DE UNIFORME				\$ 700
# de Auxiliares de Limpieza	4			

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 15: Materiales e Insumos Escenarios Pesimista, Real y Optimista.

Costo de Materiales e Insumos					
Eco-limpieza S.A.					
Materiales e Insumos(mensual) en USD\$					
Producto	Cantidad	Unidades	P. Unitario	P. Mensual	P. Anual
Limpia Vidrios	2,5	galones	\$ 33,00	\$ 83	\$ 990
Cera Liquida Antideslizantes	2,5	galones	\$ 42,25	\$ 106	\$ 1.268
Ambiental	2,5	galones	\$ 31,75	\$ 79	\$ 953
Desflectantes de piso	2,5	galones	\$ 35,00	\$ 88	\$ 1.050
Desengrasante	2,5	galones	\$ 19,99	\$ 50	\$ 600
Limpiador de maderas	2,5	galones	\$ 18,85	\$ 47	\$ 566
Franelas	4	Unidades	\$ 2,00	\$ 8	\$ 96
Baldes y recogedores	4	Unidades	\$ 5,00	\$ 20	\$ 240
Fundas de Basura	80	Unidades	\$ 1,50	\$ 120	\$ 1.440
TOTAL DE MATERIALES E INSUMOS				600	\$ 7.201

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 16: Depreciación de Activos para escenarios pesimista, real y optimista

Eco-limpieza S.A.				
Depreciacion de Activos				
Activo	Valor de Activos	Valor Residual	Vida Util	Dep. Anual
Maquinas y Equipos	39060	0	10	\$ 3.906
Equipo de Computacion	4360	0	3	\$ 1.453
Muebles de oficina	7080	0	10	\$ 708
Edificio	80000	0	20	\$ 4.000
Vehiculo	40000	0	5	\$ 8.000
Total Depreciacion de Activos				\$ 18.067

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 17: Depreciación Acumulada de Activos para escenarios pesimista, real y optimista

AÑOS	Depreciacion Anual	Depreciacion Acumulada
2015	\$ 18.067	\$ 18.067
2016	\$ 18.067	\$ 36.135
2017	\$ 18.067	\$ 54.202
2018	\$ 16.614	\$ 70.816
2019	\$ 16.614	\$ 87.430
2020	\$ 16.614	\$ 104.044
2021	\$ 16.614	\$ 120.658
2022	\$ 16.614	\$ 137.272
2023	\$ 16.614	\$ 153.886
2024	\$ 16.614	\$ 170.500

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 18: Sueldos y Salarios para escenarios pesimista, real y optimista.

Eco-Limpiezas S.A.

CALCULO DEL COSTO REAL DE SUELDOS Y SALARIOS

Cargo	Gerente General		
# de personas	1		
SBU	\$ 352		
# de meses	12		
Sueldo Mensual	\$ 1.200		
DETALLES		Mensual	Año
Sueldo Mensual		\$ 1.200	\$ 14.400
Decimo tercero		\$ 100	\$ 1.200
Decimo cuarto		\$ 29	\$ 352
Fondo de Reserva		\$ 100	\$ 1.200
Vacaciones		\$ 50	\$ 599
Aporte Patronal		\$ 134	\$ 1.606
Total Gasto de Sueldo		\$ 1.613	\$ 19.356

Cargo	Auxiliar de Limpieza		
# de personas	5		
SBU	\$ 352		
# de meses	12		
Sueldo Mensual	\$ 400		
DETALLES		Mensual	Año
Sueldo Mensual		\$ 400	\$ 24.000
Decimo tercero		\$ 33	\$ 2.000
Decimo cuarto		\$ 29	\$ 1.760
Fondo de Reserva		\$ 33	\$ 1.999
Vacaciones		\$ 17	\$ 998
Aporte al IESS		\$ 45	\$ 2.676
Total Gasto de Sueldo		\$ 557	\$ 33.434

Cargo	AUXILIAR CONTABLE		
# de personas	1		
SBU	\$ 352		
# de meses	12		
Sueldo Mensual	\$ 550		
DETALLES		Mensual	Año
Sueldo Mensual		\$ 550	\$ 6.600
Decimo tercero		\$ 46	\$ 550
Decimo cuarto		\$ 29	\$ 352
Fondo de Reserva		\$ 46	\$ 550
Vacaciones		\$ 23	\$ 275
Aporte al IESS		\$ 61	\$ 736
Total Gasto de Sueldo		\$ 755	\$ 9.062

Cargo	Asesor de Marketing y Ventas		
# de personas	1		
SBU	\$ 352		
# de meses	12		
Sueldo Mensual	\$ 750		
DETALLES		Mensual	Año
Sueldo Mensual		\$ 750	\$ 9.000
Decimo tercero		\$ 63	\$ 750
Decimo cuarto		\$ 29	\$ 352
Fondo de Reserva		\$ 62	\$ 750
Vacaciones		\$ 31,20	\$ 374
Aporte al IESS		\$ 83,63	\$ 1.004
Total Gasto de Sueldo		\$ 1.019	\$ 12.230

Sueldos y Salarios	Mensual	Anual
Gerente General	\$ 1.613	\$ 19.356
Auxiliar Contable	\$ 755	\$ 9.062
Asesor de Marketing y Ventas	\$ 1.019	\$ 12.230
Auxiliar de limpieza	\$ 557	\$ 33.434
Total Gastos de Sueldos y Salarios	\$ 3.945	\$ 74.082

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 19: Presupuesto de Gastos para escenarios pesimista, real y optimista.

Eco-empresas S.A.										
PRESUPUESTO DE GASTO										
AÑOS 2015-2019										
VALORES EN US\$										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
GASTOS ADMINISTRATIVO										
Nomina y Beneficios de empleados	\$ 74.082	\$ 74.122	\$ 74.163	\$ 74.203	\$ 74.244	\$ 74.284	\$ 74.325	\$ 74.365	\$ 74.406	\$ 74.446
Servicios Básicos	\$ 1.350	\$ 1.391	\$ 1.431	\$ 1.472	\$ 1.512	\$ 1.553	\$ 1.593	\$ 1.634	\$ 1.674	\$ 1.715
Depreciación	\$ 18.067	\$ 18.067	\$ 18.067	\$ 16.614	\$ 16.614	\$ 16.614	\$ 16.614	\$ 16.614	\$ 16.614	\$ 16.614
Total de Gastos Administrativos	\$ 93.499	\$ 93.580	\$ 93.661	\$ 92.289	\$ 92.370	\$ 92.451	\$ 92.532	\$ 92.613	\$ 92.694	\$ 92.775
GASTOS EN VENTAS										
Publicidad Anual	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500
Uniformes	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700	\$ 700
Materiales e Insumos	\$ 7.201	\$ 7.561	\$ 7.921	\$ 8.281	\$ 8.641	\$ 9.002	\$ 9.362	\$ 9.722	\$ 10.082	\$ 10.442
Mantenimiento de vehículo	\$ 1.680	\$ 1.764	\$ 1.848	\$ 1.932	\$ 2.016	\$ 2.100	\$ 2.184	\$ 2.268	\$ 2.352	\$ 2.436
Combustible de vehículo	\$ 1.380	\$ 1.449	\$ 1.518	\$ 1.587	\$ 1.656	\$ 1.725	\$ 1.794	\$ 1.863	\$ 1.932	\$ 2.001
Mantenimiento de edificio	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935
Total de Gastos de Ventas	\$ 14.296	\$ 14.909	\$ 15.422	\$ 15.935	\$ 16.448	\$ 16.961	\$ 17.474	\$ 17.987	\$ 18.500	\$ 19.013
Total de Gastos Operacionales	\$ 107.895	\$ 108.489	\$ 109.083	\$ 108.223	\$ 108.818	\$ 109.412	\$ 110.006	\$ 110.600	\$ 111.194	\$ 111.788

Fuente: Elaborado por el autor

7.5 Punto de Equilibrio

Una vez presupuestado tanto los ingresos como los gastos, necesitaremos saber cuál es el punto mínimo para que no existe ni perdidas ni ganancias, la cual ayuda a saber hasta qué punto podremos ampliar la empresa y si existe una buena y verdadera rentabilidad que permita seguir con la elaboración de este proyecto. Con la información ya obtenida en los literales anteriores se procederá a encontrar el punto de equilibrio cada uno de los escenarios.

7.5.1 Formulas para el punto de equilibrio

Ingresos = Precio de Venta (Unitario) = Pv (q)

Costos Total = Costo Fijos + Costos Variables (q) = CF + CV (Q)

Punto de Equilibrio = (Ingresos = Costos Totales)

= (Pv (q) = Cf + Cv (q))

Con estas fórmulas podré determinar el número de unidades necesarias para llegar a obtener el punto de equilibrio, En el caso de este proyecto lo que se buscara determinar el mínimo número de servicios de limpieza para poder llegar a este punto de equilibrio, esto significa tratar de cumplir con todos los gastos fijos y variables del proyecto. A continuación se presentara el cálculo del punto de equilibrio del proyecto, basado en los valores obtenidos en los 5 años que se proyecta.

Cuadro # 20: Punto de equilibrio Escenarios Pesimista

Eco-Limpieza S.A PUNTO DE EQUILIBRIO										
Costos Fijos	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Sueldos y Salarios de empleados	\$ 74 082	\$ 74 122	\$ 74 163	\$ 74 203	\$ 74 244	\$ 74 284	\$ 74 325	\$ 74 365	\$ 74 406	\$ 74 446
Servicios Básicos	\$ 1 390	\$ 1 391	\$ 1 431	\$ 1 472	\$ 1 512	\$ 1 553	\$ 1 593	\$ 1 634	\$ 1 674	\$ 1 715
Depreciacion	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 16 614	\$ 16 614	\$ 16 614	\$ 16 614	\$ 16 614	\$ 16 614	\$ 16 614
Publicidad Anual	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500
Combustible de vehiculo	\$ 1 380	\$ 1 449	\$ 1 518	\$ 1 587	\$ 1 656	\$ 1 725	\$ 1 794	\$ 1 863	\$ 1 932	\$ 2 001
Mantenimiento de Vehiculo	\$ 1 680	\$ 1 764	\$ 1 848	\$ 1 932	\$ 2 016	\$ 2 100	\$ 2 184	\$ 2 268	\$ 2 352	\$ 2 436
Mantenimiento de Edificio	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935
Materiales e Insumos	\$ 7 201	\$ 7 561	\$ 7 921	\$ 8 281	\$ 8 641	\$ 9 002	\$ 9 362	\$ 9 722	\$ 10 082	\$ 10 442
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 107 195	\$ 107 789	\$ 108 383	\$ 107 523	\$ 108 118	\$ 108 712	\$ 109 306	\$ 109 900	\$ 110 494	\$ 111 088
Costos Variables	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Costos de Ventas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos Financieros	\$ 7 512	\$ 6 167	\$ 4 663	-	-	-	-	-	-	-
Gastos Varios	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316
TOTAL DE COSTOS	\$ 7 828	\$ 6 483	\$ 4 979	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316
Ingresos	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por Ventas	\$ 93 600	\$ 98 136	\$ 102 672	\$ 107 208	\$ 111 744	\$ 116 280	\$ 120 816	\$ 125 352	\$ 129 888	\$ 134 424
Total de Ingresos	\$ 93 600	\$ 98 136	\$ 102 672	\$ 107 208	\$ 111 744	\$ 116 280	\$ 120 816	\$ 125 352	\$ 129 888	\$ 134 424
Punto de Equilibrio en USD \$	\$ 116 978	\$ 115 412	\$ 113 907	\$ 107 841	\$ 108 424	\$ 109 008	\$ 109 592	\$ 110 177	\$ 110 762	\$ 111 350

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 21: Punto de equilibrio Escenario Real

Punto de Equilibrio en USD \$												
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Costos Fijos	\$ 74 082	\$ 74 122	\$ 74 163	\$ 74 203	\$ 74 244	\$ 74 284	\$ 74 325	\$ 74 365	\$ 74 406	\$ 74 446		
Sueldos y Salarios de empleados	\$ 1 350	\$ 1 391	\$ 1 431	\$ 1 472	\$ 1 512	\$ 1 553	\$ 1 593	\$ 1 634	\$ 1 674	\$ 1 715		
Depreciacion	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067		
Publicidad Anual	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500		
Costo de combustible de vehiculo	\$ 1 380	\$ 1 449	\$ 1 518	\$ 1 587	\$ 1 656	\$ 1 725	\$ 1 794	\$ 1 863	\$ 1 932	\$ 2 001		
Mantenimiento de Vehiculo	\$ 1 680	\$ 1 764	\$ 1 848	\$ 1 932	\$ 2 016	\$ 2 100	\$ 2 184	\$ 2 268	\$ 2 352	\$ 2 436		
Mantenimiento de Edificio	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935		
Materiales e Insumos	\$ 7 201	\$ 7 561	\$ 7 921	\$ 8 281	\$ 8 641	\$ 9 002	\$ 9 362	\$ 9 722	\$ 10 082	\$ 10 442		
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 107 195	\$ 107 789	\$ 108 383	\$ 107 523	\$ 108 118	\$ 108 712	\$ 109 306	\$ 109 900	\$ 110 494	\$ 111 088		
Costos Variables												
Costos de Ventas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Costos Financieros	\$ 7 512	\$ 6 167	\$ 4 663	-	-	-	-	-	-	-		
Costos Varios	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316		
TOTAL DE COSTOS	\$ 7 828	\$ 6 483	\$ 4 979	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316		
Ingresos												
Ingresos por Ventas	\$ 114 720	\$ 120 312	\$ 125 904	\$ 131 496	\$ 137 088	\$ 142 680	\$ 148 272	\$ 153 864	\$ 159 456	\$ 165 048		
Total de Ingresos	\$ 114 720	\$ 120 312	\$ 125 904	\$ 131 496	\$ 137 088	\$ 142 680	\$ 148 272	\$ 153 864	\$ 159 456	\$ 165 048		
Punto de Equilibrio en USD \$	\$ 115 045	\$ 113 928	\$ 112 845	\$ 107 782	\$ 108 367	\$ 108 953	\$ 109 539	\$ 110 126	\$ 110 713	\$ 111 301		

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 22: Punto de equilibrio Escenario Optimista

Punto de Equilibrio en USD \$												
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024		
Costos Fijos	\$ 74 082	\$ 74 122	\$ 74 163	\$ 74 203	\$ 74 244	\$ 74 284	\$ 74 325	\$ 74 365	\$ 74 406	\$ 74 446		
Sueldos y Salarios de empleados	\$ 1 350	\$ 1 391	\$ 1 431	\$ 1 472	\$ 1 512	\$ 1 553	\$ 1 593	\$ 1 634	\$ 1 674	\$ 1 715		
Depreciacion	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067	\$ 18 067		
Publicidad Anual	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500	\$ 2 500		
Costo de combustible de vehiculo	\$ 1 380	\$ 1 449	\$ 1 518	\$ 1 587	\$ 1 656	\$ 1 725	\$ 1 794	\$ 1 863	\$ 1 932	\$ 2 001		
Mantenimiento de Vehiculo	\$ 1 680	\$ 1 764	\$ 1 848	\$ 1 932	\$ 2 016	\$ 2 100	\$ 2 184	\$ 2 268	\$ 2 352	\$ 2 436		
Mantenimiento de Edificio	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935	\$ 935		
Materiales e Insumos	\$ 7 201	\$ 7 561	\$ 7 921	\$ 8 281	\$ 8 641	\$ 9 002	\$ 9 362	\$ 9 722	\$ 10 082	\$ 10 442		
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 107 195	\$ 107 789	\$ 108 383	\$ 107 523	\$ 108 118	\$ 108 712	\$ 109 306	\$ 109 900	\$ 110 494	\$ 111 088		
Costos Variables												
Costos de Ventas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Costos Financieros	\$ 7 512	\$ 6 167	\$ 4 663	-	-	-	-	-	-	-		
Costos Varios	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316		
TOTAL DE COSTOS	\$ 7 828	\$ 6 483	\$ 4 979	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316	\$ 316		
Ingresos												
Ingresos por Ventas	\$ 122 400	\$ 128 376	\$ 134 352	\$ 140 328	\$ 146 304	\$ 152 280	\$ 158 256	\$ 164 232	\$ 170 208	\$ 176 184		
Total de Ingresos	\$ 122 400	\$ 128 376	\$ 134 352	\$ 140 328	\$ 146 304	\$ 152 280	\$ 158 256	\$ 164 232	\$ 170 208	\$ 176 184		
Punto de Equilibrio en USD \$	\$ 114 519	\$ 113 522	\$ 112 554	\$ 107 766	\$ 108 352	\$ 108 938	\$ 109 524	\$ 110 112	\$ 110 699	\$ 111 287		

Fuente: Elaborado por el autor

Grafico # 12: Punto de Equilibrio Escenario Pesimista

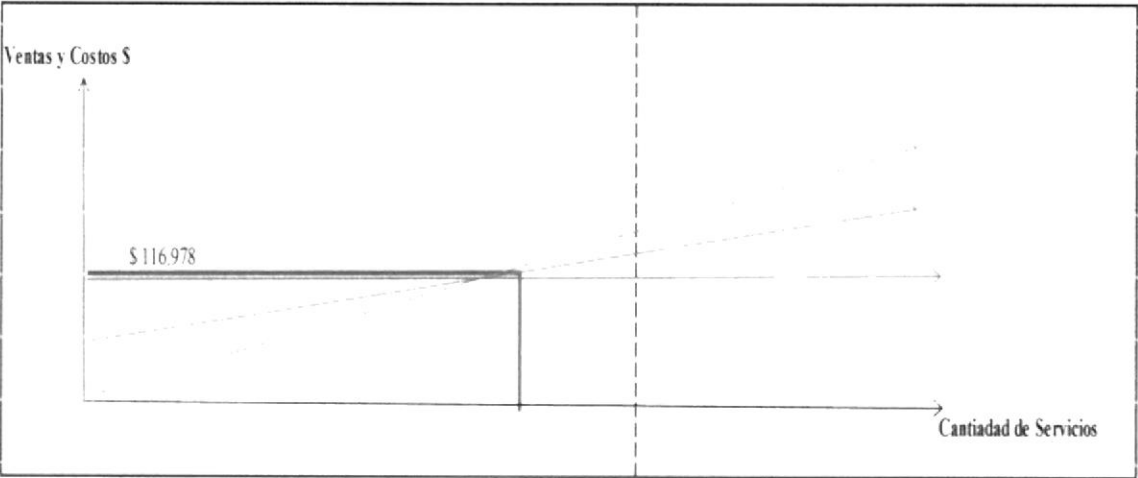


Grafico # 13: Punto de Equilibrio Escenario Real

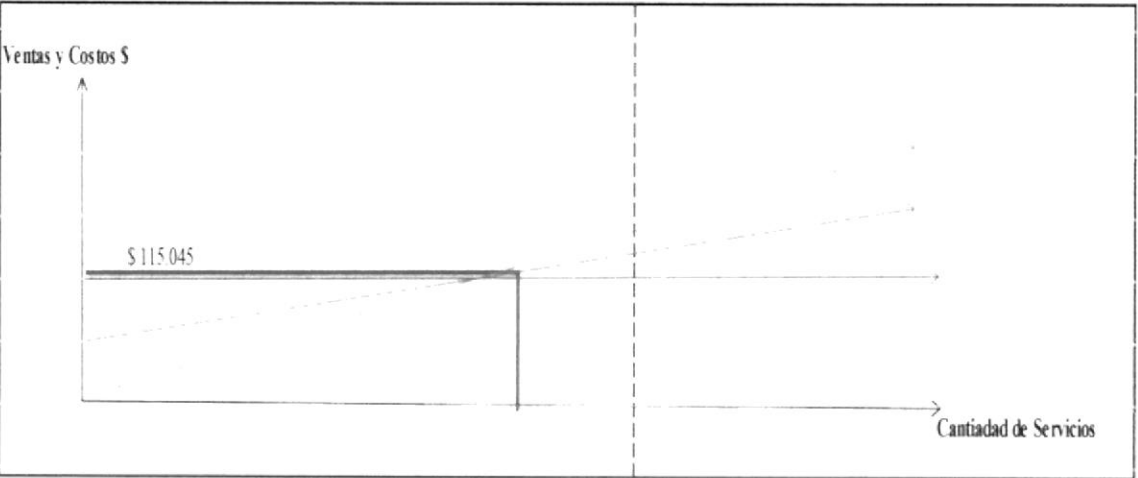
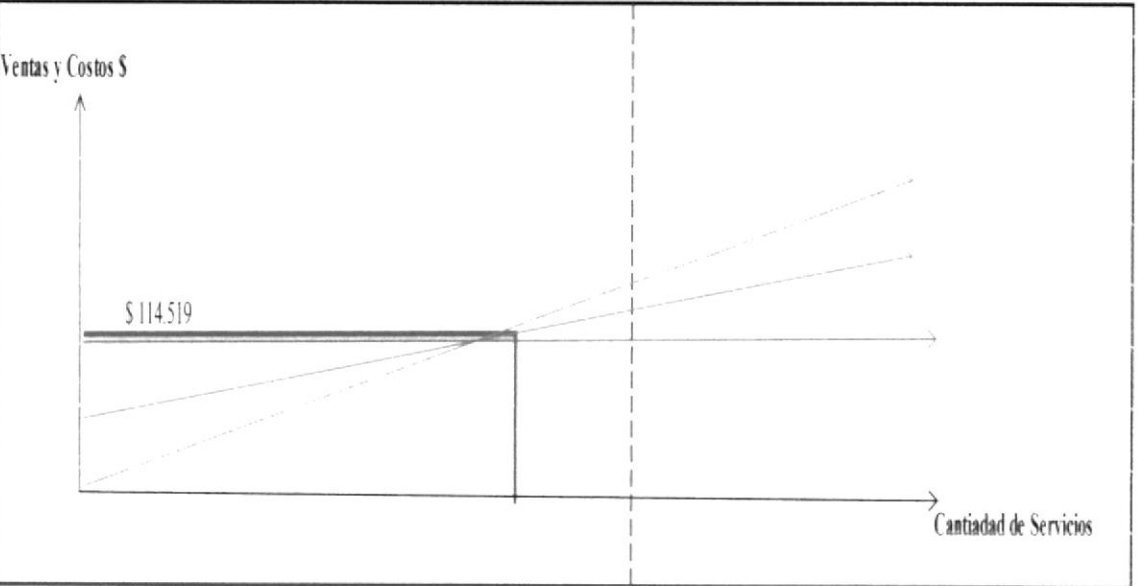


Grafico # 14: Punto de Equilibrio Escenario Optimista



Fuente: Elaborado por el autor

7.6 Estados Financieros presupuestados

7.6.1 Flujo de Caja Proyectado

Cuadro # 23: Flujo de Caja Proyectado Escenario Pesimista

Eco-Limpiezas S.A.										
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL PRESUPUESTADO										
2015 - 2019										
Valores en USD \$										
INGRESOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por Venta	\$ 93.600	\$ 98.136	\$ 102.672	\$ 107.208	\$ 111.744	\$ 116.280	\$ 120.816	\$ 125.352	\$ 129.888	\$ 134.424
Total de Ingresos por	\$ 93.600	\$ 98.136	\$ 102.672	\$ 107.208	\$ 111.744	\$ 116.280	\$ 120.816	\$ 125.352	\$ 129.888	\$ 134.424
GASTOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos Administrativos	\$ 93.499	\$ 93.580	\$ 93.661	\$ 92.289	\$ 92.370	\$ 92.451	\$ 92.532	\$ 92.613	\$ 92.694	\$ 92.775
Depreciacion	-\$ 18.067	-\$ 18.067	-\$ 18.067	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614
Gastos de Ventas	\$ 14.396	\$ 14.909	\$ 15.422	\$ 15.935	\$ 16.448	\$ 16.961	\$ 17.474	\$ 17.987	\$ 18.500	\$ 19.013
Pago prestamo bancario	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Participacion laboral(15%)	\$ 0	-\$ 3.271	-\$ 2.478	-\$ 1.661	-\$ 599	\$ 274	\$ 1.030	\$ 1.622	\$ 2.213	\$ 2.804
Impuesto a la renta(25%)	\$ 0	-\$ 4.634	-\$ 3.510	-\$ 2.353	-\$ 849	\$ 388	\$ 1.460	\$ 2.297	\$ 3.135	\$ 3.973
Total de Gastos	\$ 108.712	\$ 101.401	\$ 103.912	\$ 106.480	\$ 109.639	\$ 93.460	\$ 95.881	\$ 97.904	\$ 99.927	\$ 101.950
Ingresos	\$ 93.600	\$ 98.136	\$ 102.672	\$ 107.208	\$ 111.744	\$ 116.280	\$ 120.816	\$ 125.352	\$ 129.888	\$ 134.424
Gastos	\$ 108.712	\$ 101.401	\$ 103.912	\$ 106.480	\$ 109.639	\$ 93.460	\$ 95.881	\$ 97.904	\$ 99.927	\$ 101.950
Total flujo de Caja	(\$ 15.112)	(\$ 3.265)	(\$ 1.240)	\$ 728	\$ 2.105	\$ 22.820	\$ 24.935	\$ 27.448	\$ 29.961	\$ 32.474
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 25.000	\$ 9.888	\$ 6.623	\$ 5.383	\$ 6.111	\$ 8.216	\$ 31.036	\$ 55.971	\$ 83.418	\$ 113.379
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 9.888	\$ 6.623	\$ 5.383	\$ 6.111	\$ 8.216	\$ 31.036	\$ 55.971	\$ 83.418	\$ 113.379	\$ 145.852

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 24: Flujo de Caja Proyectado Escenario Real

Eco-Limpiezas S.A.										
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL PRESUPUESTADO										
2015 - 2019										
Valores en USD \$										
INGRESOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por Venta	\$ 114.720	\$ 120.312	\$ 125.904	\$ 131.496	\$ 137.088	\$ 142.680	\$ 148.272	\$ 153.864	\$ 159.456	\$ 165.048
Total de Ingresos por	\$ 114.720	\$ 120.312	\$ 125.904	\$ 131.496	\$ 137.088	\$ 142.680	\$ 148.272	\$ 153.864	\$ 159.456	\$ 165.048
GASTOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos Administrativos	\$ 93.499	\$ 93.580	\$ 93.661	\$ 92.289	\$ 92.370	\$ 92.451	\$ 92.532	\$ 92.613	\$ 92.694	\$ 92.775
Depreciacion	-\$ 18.067	-\$ 18.067	-\$ 18.067	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614
Gastos de Ventas	\$ 14.396	\$ 14.909	\$ 15.422	\$ 15.935	\$ 16.448	\$ 16.961	\$ 17.474	\$ 17.987	\$ 18.500	\$ 19.013
Pago prestamo bancario	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Participacion laboral(15%)	\$ 0	-\$ 103	\$ 848	\$ 1.824	\$ 3.044	\$ 4.076	\$ 4.990	\$ 5.740	\$ 6.490	\$ 7.239
Impuesto a la renta(25%)	\$ 0	-\$ 146	\$ 1.202	\$ 2.584	\$ 4.312	\$ 5.774	\$ 7.070	\$ 8.132	\$ 9.194	\$ 10.256
Total de Gastos	\$ 108.712	\$ 109.057	\$ 111.951	\$ 114.902	\$ 118.444	\$ 102.647	\$ 105.451	\$ 107.857	\$ 110.263	\$ 112.669
Ingresos	\$ 114.720	\$ 120.312	\$ 125.904	\$ 131.496	\$ 137.088	\$ 142.680	\$ 148.272	\$ 153.864	\$ 159.456	\$ 165.048
Gastos	\$ 108.712	\$ 109.057	\$ 111.951	\$ 114.902	\$ 118.444	\$ 102.647	\$ 105.451	\$ 107.857	\$ 110.263	\$ 112.669
Total flujo de Caja	\$ 6.008	\$ 11.255	\$ 13.953	\$ 16.594	\$ 18.644	\$ 40.033	\$ 42.821	\$ 46.007	\$ 49.193	\$ 52.379
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 25.000	\$ 31.008	\$ 42.263	\$ 56.216	\$ 72.811	\$ 91.455	\$ 131.488	\$ 174.309	\$ 220.315	\$ 269.508
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 31.008	\$ 42.263	\$ 56.216	\$ 72.811	\$ 91.455	\$ 131.488	\$ 174.309	\$ 220.315	\$ 269.508	\$ 321.887

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 25: Flujo de Caja Proyectado Escenario Optimista

Eco-Limpiezas S.A.										
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL PRESUPUESTADO										
2015-2019										
Valores en USD \$										
INGRESOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos por Venta	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 134.352	\$ 140.328	\$ 146.304	\$ 152.280	\$ 158.256	\$ 164.232	\$ 170.208	\$ 176.184
Total de Ingresos por	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 134.352	\$ 140.328	\$ 146.304	\$ 152.280	\$ 158.256	\$ 164.232	\$ 170.208	\$ 176.184
GASTOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Gastos Administrativos	\$ 93.499	\$ 93.580	\$ 93.661	\$ 92.289	\$ 92.370	\$ 92.451	\$ 92.532	\$ 92.613	\$ 92.694	\$ 92.775
Depreciacion	-\$ 18.067	-\$ 18.067	-\$ 18.067	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614	-\$ 16.614
Gastos de Ventas	\$ 14.396	\$ 14.909	\$ 15.422	\$ 15.935	\$ 16.448	\$ 16.961	\$ 17.474	\$ 17.987	\$ 18.500	\$ 19.013
Pago prestamo bancario	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885	\$ 18.885		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Participacion laboral(15%)	\$ 0	\$ 1.049	\$ 2.058	\$ 3.091	\$ 4.369	\$ 5.458	\$ 6.430	\$ 7.238	\$ 8.045	\$ 8.852
Impuesto a la renta(25%)	\$ 0	\$ 1.486	\$ 2.916	\$ 4.379	\$ 6.189	\$ 7.732	\$ 9.110	\$ 10.253	\$ 11.397	\$ 12.541
Total de Gastos	\$ 108.712	\$ 111.841	\$ 114.874	\$ 117.964	\$ 121.645	\$ 105.988	\$ 108.931	\$ 111.476	\$ 114.021	\$ 116.566
Ingresos	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 134.352	\$ 140.328	\$ 146.304	\$ 152.280	\$ 158.256	\$ 164.232	\$ 170.208	\$ 176.184
Gastos	\$ 108.712	\$ 111.841	\$ 114.874	\$ 117.964	\$ 121.645	\$ 105.988	\$ 108.931	\$ 111.476	\$ 114.021	\$ 116.566
Total flujo de Caja	\$ 13.688	\$ 16.535	\$ 19.478	\$ 22.364	\$ 24.659	\$ 46.292	\$ 49.325	\$ 52.756	\$ 56.187	\$ 59.618
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ 25.000	\$ 38.688	\$ 55.223	\$ 74.701	\$ 97.065	\$ 121.724	\$ 168.016	\$ 217.341	\$ 270.096	\$ 326.283
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 38.688	\$ 55.223	\$ 74.701	\$ 97.065	\$ 121.724	\$ 168.016	\$ 217.341	\$ 270.096	\$ 326.283	\$ 385.900

Fuente: Elaborado por el autor

7.6.2 Estado Resultado Proyectado

Cuadro # 26: Estado de Resultados proyectado Escenario Pesimista

Eco-Limpiezas S.A.										
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS										
2015-2019										
Valores en USD \$										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	\$ 93.600	\$ 98.136	\$ 102.672	\$ 107.208	\$ 111.744	\$ 116.280	\$ 120.816	\$ 125.352	\$ 129.888	\$ 134.424
Costo de Ventas	-	-	-	-	-					
Utilidad bruta en Ventas	\$ 93.600	\$ 98.136	\$ 102.672	\$ 107.208	\$ 111.744	\$ 116.280	\$ 120.816	\$ 125.352	\$ 129.888	\$ 134.424
Gastos Operacionales	\$ 107.895	\$ 108.489	\$ 109.083	\$ 108.223	\$ 108.818	\$ 109.412	\$ 110.006	\$ 110.600	\$ 111.194	\$ 111.788
Utilidad Operacional	(\$ 14.295)	(\$ 10.353)	(\$ 6.411)	(\$ 1.015)	\$ 2.926	\$ 6.868	\$ 10.810	\$ 14.752	\$ 18.694	\$ 22.636
Gastos Financieros	-\$ 7.512	-\$ 6.167	-\$ 4.663,03	-\$ 2.981,11	-\$ 1.160,28	0	0	0	0	0
Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Utilidad antes de Interes e	(\$ 21.807)	(\$ 16.520)	(\$ 11.074)	(\$ 3.997)	\$ 1.826	\$ 6.868	\$ 10.810	\$ 14.752	\$ 18.694	\$ 22.636
15% de Participacion Laboral	(\$ 3.271)	(\$ 2.478)	(\$ 1.661)	(\$ 599)	\$ 274	\$ 1.030	\$ 1.622	\$ 2.213	\$ 2.804	\$ 3.395
Utilidad antes de impuestos	(\$ 18.536)	(\$ 14.042)	(\$ 9.413)	(\$ 3.397)	\$ 1.552	\$ 5.838	\$ 9.189	\$ 12.539	\$ 15.890	\$ 19.241
Impuesto a la Renta(25%)	(\$ 4.634)	(\$ 3.510)	(\$ 2.353)	(\$ 849)	\$ 388	\$ 1.460	\$ 2.297	\$ 3.135	\$ 3.973	\$ 4.810
Utilidad Neta	(\$ 13.902)	(\$ 10.532)	(\$ 7.060)	(\$ 2.548)	\$ 1.164	\$ 4.379	\$ 6.892	\$ 9.405	\$ 11.918	\$ 14.431
Reserva Legal(10%)	(\$ 1.390)	(\$ 1.053)	(\$ 706)	(\$ 255)	\$ 116	\$ 438	\$ 689	\$ 940	\$ 1.192	\$ 1.443
Utilidad disponible para	(\$ 12.512)	(\$ 9.478)	(\$ 6.354)	(\$ 2.293)	\$ 1.048	\$ 3.941	\$ 6.202	\$ 8.464	\$ 10.726	\$ 12.987

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 27: Estado de Resultados proyectado Escenario Real

Eco-Limpieza S.A.										
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS										
2015-2019										
Valores en USD\$										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	\$ 114.720	\$ 120.312	\$ 125.904	\$ 131.496	\$ 137.088	\$ 142.680	\$ 148.272	\$ 153.864	\$ 159.456	\$ 165.048
- Costo de Ventas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Utilidad bruta en Ventas	\$ 114.720	\$ 120.312	\$ 125.904	\$ 131.496	\$ 137.088	\$ 142.680	\$ 148.272	\$ 153.864	\$ 159.456	\$ 165.048
- Gastos Operacionales	\$ 107.895	\$ 108.489	\$ 109.083	\$ 108.223	\$ 108.818	\$ 109.412	\$ 110.006	\$ 110.600	\$ 111.194	\$ 111.788
= Utilidad Operacional	\$ 6.825	\$ 11.823	\$ 16.821	\$ 23.273	\$ 28.270	\$ 33.268	\$ 38.266	\$ 43.264	\$ 48.262	\$ 53.260
- Gastos Financieros	-\$ 7.512	-\$ 6.167	-\$ 4.663,03	-\$ 2.981,11	-\$ 1.100,28	0	0	0	0	0
- Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Utilidad antes de Interes e	(\$ 687)	\$ 5.656	\$ 12.158	\$ 20.291	\$ 27.170	\$ 33.268	\$ 38.266	\$ 43.264	\$ 48.262	\$ 53.260
- 15% de Participacion Laboral	(\$ 103)	\$ 848	\$ 1.824	\$ 3.044	\$ 4.076	\$ 4.990	\$ 5.740	\$ 6.490	\$ 7.239	\$ 7.989
= Utilidad antes de impuestos	(\$ 584)	\$ 4.808	\$ 10.334	\$ 17.248	\$ 23.095	\$ 28.278	\$ 32.526	\$ 36.775	\$ 41.023	\$ 45.271
- Impuesto a la Renta(25%)	(\$ 146)	\$ 1.202	\$ 2.584	\$ 4.312	\$ 5.774	\$ 7.070	\$ 8.132	\$ 9.194	\$ 10.256	\$ 11.318
= Utilidad Neta	(\$ 438)	\$ 3.606	\$ 7.751	\$ 12.936	\$ 17.321	\$ 21.209	\$ 24.395	\$ 27.581	\$ 30.767	\$ 33.953
- Reserva Legal(10%)	(\$ 44)	\$ 361	\$ 775	\$ 1.294	\$ 1.732	\$ 2.121	\$ 2.439	\$ 2.758	\$ 3.077	\$ 3.395
= Utilidad disponible para	(\$ 394)	\$ 3.245	\$ 6.976	\$ 11.642	\$ 15.589	\$ 19.088	\$ 21.955	\$ 24.823	\$ 27.690	\$ 30.558

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 28: Estado de Resultados proyectado Escenario Optimista

Eco-Limpieza S.A.										
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS										
2015-2019										
Valores en USD\$										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 134.352	\$ 140.328	\$ 146.304	\$ 152.280	\$ 158.256	\$ 164.232	\$ 170.208	\$ 176.184
- Costo de Ventas	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Utilidad bruta en Ventas	\$ 122.400	\$ 128.376	\$ 134.352	\$ 140.328	\$ 146.304	\$ 152.280	\$ 158.256	\$ 164.232	\$ 170.208	\$ 176.184
- Gastos Operacionales	\$ 107.895	\$ 108.489	\$ 109.083	\$ 108.223	\$ 108.818	\$ 109.412	\$ 110.006	\$ 110.600	\$ 111.194	\$ 111.788
= Utilidad Operacional	\$ 14.505	\$ 19.887	\$ 25.269	\$ 32.105	\$ 37.486	\$ 42.868	\$ 48.250	\$ 53.632	\$ 59.014	\$ 64.396
- Gastos Financieros	-\$ 7.512	-\$ 6.167	-\$ 4.663,03	-\$ 2.981,11	-\$ 1.100,28	0	0	0	0	0
- Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
= Utilidad antes de Interes e	\$ 6.993	\$ 13.720	\$ 20.606	\$ 29.123	\$ 36.386	\$ 42.868	\$ 48.250	\$ 53.632	\$ 59.014	\$ 64.396
- 15% de Participacion Laboral	\$ 1.049	\$ 2.058	\$ 3.091	\$ 4.369	\$ 5.458	\$ 6.430	\$ 7.238	\$ 8.045	\$ 8.852	\$ 9.659
= Utilidad antes de impuestos	\$ 5.944	\$ 11.662	\$ 17.515	\$ 24.755	\$ 30.928	\$ 36.438	\$ 41.013	\$ 45.587	\$ 50.162	\$ 54.737
- Impuesto a la Renta(25%)	\$ 1.486	\$ 2.916	\$ 4.379	\$ 6.189	\$ 7.732	\$ 9.110	\$ 10.253	\$ 11.397	\$ 12.541	\$ 13.684
= Utilidad Neta	\$ 4.458	\$ 8.747	\$ 13.136	\$ 18.566	\$ 23.196	\$ 27.329	\$ 30.760	\$ 34.191	\$ 37.622	\$ 41.053
- Reserva Legal(10%)	\$ 446	\$ 875	\$ 1.314	\$ 1.857	\$ 2.320	\$ 2.733	\$ 3.076	\$ 3.419	\$ 3.762	\$ 4.105
= Utilidad disponible para	\$ 4.012	\$ 7.872	\$ 11.823	\$ 16.710	\$ 20.877	\$ 24.596	\$ 27.684	\$ 30.772	\$ 33.859	\$ 36.947

Fuente: Elaborado por el autor

7.6.3 Balance General Proyectado

Cuadro # 29: Balance General Proyectado Escenario Pesimista

Eco-Limpiezas S.A.										
BALANCE GENERAL PRESUPUESTADO										
Al 31 de Diciembre de cada año										
Valores en USDS										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVOS										
Activos No Corriente										
Edificio	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Muebles de Oficina	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080
Vehículo	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Maquinaria y Equipos	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060
Equipo de Computacion	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360
Gastos de Constitucion	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
Depreciacion Acumulada	(18.067)	(36.135)	(54.202)	(70.816)	(87.430)	(104.044)	(120.658)	(137.272)	(153.886)	(170.500)
Total Activos No Corriente	156.933	138.865	120.798	104.184	87.570	70.956	54.342	37.728	21.114	4.500
Activos Corrientes										
Caja-Banco	9.888	6.623	5.383	6.111	8.216	31.036	55.971	83.418	113.379	145.852
Total Activos Corriente	9.888	6.623	5.383	6.111	8.216	31.036	55.971	83.418	113.379	145.852
Total Activos	166.821	145.488	126.181	110.295	95.786	101.992	110.313	121.146	134.493	150.352
PASIVO Y PATRIMONIO										
Pasivos										
Obligaciones Banacaras	60.627	47.910	33.688	17.784	-	-	-	-	-	-
Participacion Laboral(15%)	(3.271)	(2.478)	(1.661)	(599)	274	1.030	1.622	2.213	2.804	3.395
Impuesto a la Renta(25%)	(4.634)	(3.510)	(2.353)	(849)	388	1.460	2.297	3.135	3.973	4.810
Total Pasivo	52.722	41.921	29.674	16.336	662	2.490	3.919	5.348	6.777	8.206
Patrimonio										
Capital	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000
Reserva Legal	(1.390)	(2.443)	(3.149)	(3.404)	(3.288)	(2.850)	(2.161)	(1.220)	(28)	1.415
Utilidad del ejercicio	(12.512)	(21.990)	(28.343)	(30.636)	(29.589)	(25.648)	(19.445)	(10.981)	(256)	12.732
Total Patrimonio	114.098	103.567	96.507	93.960	95.124	99.502	106.394	115.798	127.716	142.147
Total Pasivo y Patrimonio	166.821	145.488	126.181	110.295	95.786	101.992	110.313	121.146	134.493	150.352

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 30: Balance General Proyectado Escenario Real

Eco-Limpieras S.A.										
BALANCE GENERAL PRESUPUESTADO										
Al 31 de Diciembre de cada año										
Valores en USD\$										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVOS										
Activos No Corriente										
Edificio	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Muebles de Oficina	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080
Vehiculo	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Maquinaria y Equipos	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060
Equipo de Computacion	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360
Gastos de Constitución	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
Depreciacion Acumulada	(18.067)	(36.135)	(54.202)	(70.816)	(87.430)	(104.044)	(120.658)	(137.272)	(153.886)	(170.500)
Total Activos No Corriente	156.933	138.865	120.798	104.184	87.570	70.956	54.342	37.728	21.114	4.500
Activos Corrientes										
Caja-Banco	31.008	42.263	56.216	72.811	91.455	131.488	174.309	220.315	269.508	321.887
Total Activos Corriente	31.008	42.263	56.216	72.811	91.455	131.488	174.309	220.315	269.508	321.887
Total Activos	187.941	181.128	177.014	176.995	179.025	202.444	228.651	258.043	290.622	326.387
PASIVO Y PATRIMONIO										
Pasivos										
Obligaciones Bancaarias	60.627	47.910	33.688	17.784	-	-	-	-	-	-
Participacion Laboral(15%)	(103)	848	1.824	3.044	4.076	4.990	5.740	6.490	7.239	7.989
Impuesto a la Renta(25%)	(146)	1.202	2.584	4.312	5.774	7.070	8.132	9.194	10.256	11.318
Total Pasivo	60.378	49.960	38.095	25.140	9.849	12.060	13.872	15.683	17.495	19.307
Patrimonio										
Capital	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000
Reserva Legal	(44)	317	1.092	2.385	4.118	6.238	8.678	11.436	14.513	17.908
Utilidad del ejercicio	(394)	2.851	9.827	21.469	37.058	56.146	78.101	102.924	130.615	161.173
Total Patrimonio	127.562	131.168	138.919	151.855	169.176	190.384	214.779	242.360	273.127	307.081
Total Pasivo y Patrimonio	187.941	181.128	177.014	176.995	179.025	202.444	228.651	258.043	290.622	326.387

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 31: Balance General Proyectado Escenario Optimista

Eco-Timpier S.A.										
BALANCE GENERAL PROYECTADO										
Al 31 de Diciembre de cada año										
Valores en USDS										
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ACTIVOS										
Activos No Corriente										
Edificio	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Muebles de Oficina	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080	7.080
Vehículo	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
Maquinaria y Equipos	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060	39.060
Equipo de Computación	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360	4.360
Gastos de Constitución	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500	4.500
Depreciación Acumulada	(18.067)	(36.135)	(54.202)	(70.816)	(87.430)	(104.044)	(120.658)	(137.272)	(153.886)	(170.500)
Total Activos No Corriente	156.933	138.865	120.798	104.184	87.570	70.956	54.342	37.728	21.114	4.500
Activos Corrientes										
Caja-Banco	38.688	55.223	74.701	97.065	121.724	168.016	217.341	270.096	326.283	385.900
Total Activos Corriente	38.688	55.223	74.701	97.065	121.724	168.016	217.341	270.096	326.283	385.900
Total Activos	195.621	194.088	195.499	201.249	209.294	238.972	271.683	307.824	347.397	390.400
PASIVO Y PATRIMONIO										
Pasivos										
Obligaciones Bancarias	60.627	47.910	33.688	17.784	-	-	-	-	-	-
Participación Laboral (15%)	1.049	2.058	3.091	4.369	5.458	6.430	7.238	8.045	8.852	9.659
Impuesto a la Renta (25%)	1.486	2.916	4.379	6.189	7.732	9.110	10.253	11.397	12.541	13.684
Total Pasivo	63.162	52.883	41.158	28.342	13.190	15.540	17.491	19.442	21.393	23.344
Patrimonio										
Capital	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000	128.000
Reserva Legal	446	1.320	2.634	4.491	6.810	9.543	12.619	16.038	19.800	23.906
Utilidad del ejercicio	4.012	11.884	23.707	40.417	61.293	85.889	113.573	144.344	178.204	215.151
Total Patrimonio	132.458	141.205	154.341	172.908	196.104	223.432	254.192	288.382	326.004	367.057
Total Pasivo y Patrimonio	195.621	194.088	195.499	201.249	209.294	238.972	271.683	307.824	347.397	390.400

Fuente: Elaborado por el autor

7.7 Evaluación Económica

Esta evaluación económica es la que nos indicara la acción y efecto de los valores de un grupo de activos y pasivos. Entre algunos de estos evaluadores que utilizaremos será el VAN y Tir, el primero que explicaremos es el VPN y luego la TIR.

7.7.1 Valor Presenta Neto

Es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t Representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n Es el número de periodos considerado.

k , *d o TIR* es el tipo de interés.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto

7.7.2 TIR

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza

Cuadro # 32: Calculo del Van y Tir Escenario Pesimista

CALCULO DEL VAN y TIR		
AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR PRESENTE
0	(\$ 120.000,00)	(\$ 120.000,00)
1	(\$ 15.112,01)	(\$ 13.256,15)
2	(\$ 3.265,15)	(\$ 2.512,42)
3	(\$ 1.239,71)	(\$ 836,77)
4	\$ 728,06	\$ 431,07
5	\$ 2.104,52	\$ 1.093,02
6	\$ 22.820,41	\$ 10.396,67
7	\$ 24.934,55	\$ 9.964,77
8	\$ 27.447,53	\$ 9.621,98
9	\$ 29.960,52	\$ 9.213,10
10	\$ 32.473,51	\$ 8.759,53
	TMAR	14%
	VAN	(\$ 87.125)
	VNA	(\$ 87.125)
	TIR	0%

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 33: Calculo del Van y Tir Escenario Real

CALCULO DEL VAN y TIR		
AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR PRESENTE
0	(\$ 120.000,00)	(\$ 120.000,00)
1	\$ 5.167,61	\$ 4.532,99
2	\$ 10.677,09	\$ 8.215,67
3	\$ 13.348,93	\$ 9.010,15
4	\$ 15.963,12	\$ 9.451,45
5	\$ 17.985,99	\$ 9.341,36
6	\$ 39.348,30	\$ 17.926,56
7	\$ 42.108,84	\$ 16.828,27
8	\$ 45.268,24	\$ 15.869,19
9	\$ 48.427,64	\$ 14.891,89
10	\$ 51.587,04	\$ 13.915,29
	TMAR	14%
	VAN	(\$ 17.1944)
	VNA	(\$ 17.1944)
	TIR	14%

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 34: Calculo del Van y Tir Escenario Optimista

CALCULO DEL VAN y TIR		
AÑO	FLUJO DE CAJA	VALOR PRESENTE
0	(\$ 120.000,00)	(\$ 120.000,00)
1	\$ 13.687,99	\$ 12.007,01
2	\$ 16.534,85	\$ 12.723,03
3	\$ 19.478,29	\$ 13.147,29
4	\$ 22.364,06	\$ 13.241,32
5	\$ 24.658,52	\$ 12.806,86
6	\$ 46.292,41	\$ 21.090,20
7	\$ 49.324,55	\$ 19.711,93
8	\$ 52.755,53	\$ 18.493,93
9	\$ 56.186,52	\$ 17.277,80
10	\$ 59.617,51	\$ 16.081,45
	TMAR	14%
	VAN	\$ 36.580,8205
	VNA	\$ 36.580,8205
	TIR	19,43%

Fuente: Elaborado por el autor

7.8 Evaluación Financiera

7.8.1 Métodos Vertical, Horizontal e Histórico

El método vertical es el que nos indica la utilización de los estados financieros de un periodo para conocer su situación y resultado. Por otro lado el método horizontal permite comparar dos periodos de tiempo, en donde se compara el año donde iniciamos con los valores que se presupuestan Por último el método histórico se estudias las tendencias ya sea de porcentaje, índices o razones financieras la cual se mostrara en los siguientes cuadros;

7.8.1.1 Análisis Financiero Vertical

Cuadro # 35: Análisis Financiero Vertical Escenarios Pesimistas, Reales, Optimistas

Eco-Limpiezas S.A.		
ANALISIS FINANCIERO VERTICAL		
BALANCE GENERAL		
2024		
ACTIVOS		
Activos no Corriente		
Edificio	\$ 80.000	83,52%
Muebles de Oficina	\$ 7.080	7,39%
Vehiculo	\$ 40.000	41,76%
Maquinaria y Equipos	\$ 39.060	40,78%
Equipo de Computacion	\$ 4.360	4,55%
Gastos de constitucion	\$ 4.500	4,70%
Depreciacion Acumulada	-\$ 87.430	-91,28%
Total activos no corriente	\$ 87.570	91,42%
Activos Corrientes		
Caja-Banco	\$ 8.216	8,58%
Total Activos Corrientes	\$ 8.216	8,58%
Total Activos	\$ 95.786	100,00%
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVOS		
Obligaciones Banacarias	\$ 0	0,00%
Participacion Laboral(15%)	\$ 274	0,29%
Impuesto a la Renta(25%)	\$ 388	0,41%
Total Pasivo	\$ 662	0,69%
PATRIMONIO		
Capital	\$ 128.000	133,63%
Reserva Legal	-\$ 3.288	-3,43%
Utilidad del ejercicio	-\$ 29.589	-30,89%
Total Patrimonio	\$ 95.124	99,31%
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 95.786	100,00%

Eco-Limpiezas S.A. ANALISIS FINANCIERO VERTICAL BALANCE GENERAL 2024		
ACTIVOS		
Activos no Corriente		
Edificio	\$ 80.000	44,69%
Muebles de Oficina	\$ 7.080	3,95%
Vehiculo	\$ 40.000	22,34%
Maquinaria y Equipos	\$ 39.060	21,82%
Equipo de Computacion	\$ 4.360	2,44%
Gastos de constitucion	\$ 4.500	2,51%
Depreciacion Acumulada	-\$ 87.430	-48,84%
Total activos no corriente	\$ 87.570	48,91%
Activos Corrientes		
Caja-Banco	\$ 91.455	51,09%
Total Activos Corrientes	\$ 91.455	51,09%
Total Activos	\$ 179.025	100,00%
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVOS		
Obligaciones Banacarias	\$ 0	0,00%
Participacion Laboral(15%)	\$ 4.076	2,28%
Impuesto a la Renta(25%)	\$ 5.774	3,23%
Total Pasivo	\$ 9.849	5,50%
PATRIMONIO		
Capital	\$ 128.000	71,50%
Reserva Legal	\$ 4.118	2,30%
Utilidad del ejercicio	\$ 37.058	20,70%
Total Patrimonio	\$ 169.176	94,50%
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 179.025	100,00%

Eco-Limpiezas S.A. ANALISIS FINANCIERO VERTICAL BALANCE GENERAL 2024		
ACTIVOS		
Activos no Corriente		
Edificio	\$ 80.000	38,22%
Muebles de Oficina	\$ 7.080	3,38%
Vehiculo	\$ 40.000	19,11%
Maquinaria y Equipos	\$ 39.060	18,66%
Equipo de Computacion	\$ 4.360	2,08%
Gastos de constitucion	\$ 4.500	2,15%
Depreciacion Acumulada	-\$ 87.430	-41,77%
Total activos no corriente	\$ 87.570	41,84%
Activos Corrientes		
Caja-Banco	\$ 121.724	58,16%
Total Activos Corrientes	\$ 121.724	58,16%
Total Activos	\$ 209.294	100,00%
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVOS		
Obligaciones Banacarias	\$ 0	0,00%
Participacion Laboral(15%)	\$ 5.458	2,61%
Impuesto a la Renta(25%)	\$ 7.732	3,69%
Total Pasivo	\$ 13.190	6,30%
PATRIMONIO		
Capital	\$ 128.000	61,16%
Reserva Legal	\$ 6.810	3,25%
Utilidad del ejercicio	\$ 61.293	29,29%
Total Patrimonio	\$ 196.104	93,70%
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 209.294	100,00%

Eco-Limpiezas S.A. ANALISIS FINANCIERO VERTICAL ESTADO DE RESULTADO 2024		
Ventas	\$ 146.304	100,00%
Costo de Ventas	-	-
Utilidad bruta en Ventas	\$ 169.429	100,00%
Gastos Operacionales	\$ 108.818	64,23%
Utilidad Operacional	\$ 73.464	50,21%
Gastos Financieros	\$ 0	0,00%
Otros Gastos	-	-
Otros Ingresos	-	-
Utilidad antes de Interes e Impuestos	\$ 73.464	50,21%
15% de Participacion Laboral	\$ 11.020	7,53%
Utilidad antes de impuestos	\$ 62.444	42,68%
Impuesto a la Renta(25%)	\$ 15.611	10,67%
Utilidad Neta	\$ 46.833	32,01%
Reserva Legal(10%)	\$ 4.683	3,20%
Utilidad disponible para accionistas	\$ 42.150	28,81%

Fuente: Elaborado por el autor

7.8.1.2 Análisis Financiero Horizontal

Cuadro # 36: Análisis Financiero Horizontal Escenarios Pesimistas, Reales, Optimistas.

Eco-Limpiezas S.A. ANALISIS FINANCIERO HORIZONTAL BALANCE GENERAL				
	2015	2019	Valor Absoluto	Variacion Relativa
ACTIVOS				
Activos no Corriente				
Edificio	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 0	0%
Muebles de Oficina	\$ 7.080	\$ 7.080	\$ 0	0%
Vehiculo	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 0	0%
Maquinaria y Equipos	\$ 39.060	\$ 39.060	\$ 0	0%
Equipo de Computacion	\$ 4.360	\$ 4.360	\$ 0	0%
Gastos de constitucion	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 0	0%
Depreciacion Acumulada	-\$ 18.067	-\$ 87.430	-\$ 69.363	384%
Total activos no	\$ 156.933	\$ 87.570	-\$ 69.363	-44%
Activos Corrientes				
Caja-Banco	\$ 9.888	\$ 8.216	-\$ 1.672	-17%
Total Activos Corrientes	\$ 9.888	\$ 8.216	-\$ 1.672	-17%
Total Activos	\$ 166.821	\$ 95.786	-\$ 71.035	-43%
Pasivos y Patrimonio				
Pasivo				
Obligaciones Banacarias	\$ 60.627	\$ 0	-\$ 60.627	-100%
Participacion Laboral(15%)	-\$ 3.271	\$ 274	\$ 3.545	-108%
Impuesto a la Renta(25%)	-\$ 4.634	\$ 388	\$ 5.022	-108%
Total Pasivo	\$ 52.722	\$ 662	-\$ 52.060	-99%
Patrimonio				
Capital	\$ 128.000	\$ 128.000	\$ 0	0%
Reserva Legal	-\$ 1.390	-\$ 3.288	-\$ 1.897	136%
Utilidad del ejercicio	-\$ 12.512	-\$ 29.589	-\$ 17.077	136%
Total Patrimonio	\$ 114.098	\$ 95.124	-\$ 18.975	-17%
Total Pasivo y	\$ 166.821	\$ 95.786	-\$ 71.035	-43%

Eco-Limpiezas S.A. ANALISIS FINANCIERO HORIZONTAL BALANCE GENERAL				
	2015	2019	Valor Absoluto	Variacion Relativa
ACTIVOS				
Activos no Corriente				
Edificio	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 0	0%
Muebles de Oficina	\$ 7.080	\$ 7.080	\$ 0	0%
Vehiculo	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 0	0%
Maquinaria y Equipos	\$ 39.060	\$ 39.060	\$ 0	0%
Equipo de Computacion	\$ 4.360	\$ 4.360	\$ 0	0%
Gastos de constitucion	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 0	0%
Depreciacion Acumulada	-\$ 18.067	-\$ 87.430	-\$ 69.363	384%
Total activos no	\$ 156.933	\$ 87.570	-\$ 69.363	-44%
Activos Corrientes				
Caja-Banco	\$ 31.008	\$ 91.455	\$ 60.447	195%
Total Activos Corrientes	\$ 31.008	\$ 91.455	\$ 60.447	195%
Total Activos	\$ 187.941	\$ 179.025	-\$ 8.916	-5%
Pasivos y Patrimonio				
Pasivo				
Obligaciones Banacarias	\$ 60.627	\$ 0	-\$ 60.627	-100%
Participacion Laboral(15%)	-\$ 103	\$ 4.076	\$ 4.179	-4057%
Impuesto a la Renta(25%)	-\$ 146	\$ 5.774	\$ 5.920	-4057%
Total Pasivo	\$ 60.378	\$ 9.849	-\$ 50.529	-84%
Patrimonio				
Capital	\$ 128.000	\$ 128.000	\$ 0	0%
Reserva Legal	-\$ 44	\$ 4.118	\$ 4.161	-9506%
Utilidad del ejercicio	-\$ 394	\$ 37.058	\$ 37.452	-9506%
Total Patrimonio	\$ 127.562	\$ 169.176	\$ 41.613	33%
Total Pasivo y	\$ 187.941	\$ 179.025	-\$ 8.916	-5%

Eco-Limpiezas S.A. ANALISIS FINANCIERO HORIZONTAL BALANCE GENERAL				
	2015	2019	Valor Absoluto	Variacion Relativa
ACTIVOS				
Activos no Corriente				
Edificio	\$ 80.000	\$ 80.000	\$ 0	0%
Muebles de Oficina	\$ 7.080	\$ 7.080	\$ 0	0%
Vehiculo	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 0	0%
Maquinaria y Equipos	\$ 39.060	\$ 39.060	\$ 0	0%
Equipo de Computacion	\$ 4.360	\$ 4.360	\$ 0	0%
Gastos de constitucion	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 0	0%
Depreciacion Acumulada	-\$ 18.067	-\$ 87.430	-\$ 69.363	384%
Total activos no	\$ 156.933	\$ 87.570	-\$ 69.363	-44%
Activos Corrientes				
Caja-Banco	\$ 38.688	\$ 121.724	\$ 83.036	215%
Total Activos Corrientes	\$ 38.688	\$ 121.724	\$ 83.036	215%
Total Activos	\$ 195.621	\$ 209.294	\$ 13.673	7%
Pasivos y Patrimonio				
Pasivo				
Obligaciones Banacarias	\$ 60.627	\$ 0	-\$ 60.627	-100%
Participacion Laboral(15%)	\$ 1.049	\$ 5.458	\$ 4.409	420%
Impuesto a la Renta(25%)	\$ 1.486	\$ 7.732	\$ 6.246	420%
Total Pasivo	\$ 63.162	\$ 13.190	-\$ 49.972	-79%
Patrimonio				
Capital	\$ 128.000	\$ 128.000	\$ 0	0%
Reserva Legal	\$ 446	\$ 6.810	\$ 6.365	1428%
Utilidad del ejercicio	\$ 4.012	\$ 61.293	\$ 57.281	1428%
Total Patrimonio	\$ 132.458	\$ 196.104	\$ 63.645	48%
Total Pasivo y	\$ 195.621	\$ 209.294	\$ 13.673	7%

Eco-Limpiezas S.A. ANALISIS FINANCIERO HORIZONTAL ESTADO DE RESULTADOS 2015 - 2024				
	2015	2024	Valor Absoluto	Valor Relativo
Ventas	\$ 115.200	\$ 167.040	\$ 51.840	45%
Costo de Ventas	-	-	-	-
Utilidad bruta en Ventas	\$ 115.200	\$ 167.040	\$ 51.840	45%
Gastos Operacionales	\$ 95.838	\$ 100.241	\$ 4.403	5%
Utilidad Operacional	\$ 19.362	\$ 66.799	\$ 47.437	245%
Gastos Financieros	-\$ 5.634	\$ 0	\$ 5.634	-100%
Otros Gastos	-	-	-	-
Otros Ingresos	-	-	-	-
Utilidad antes de Interes e Impuestos	\$ 13.728	\$ 66.799	\$ 53.071	387%
15% de Participacion Laboral	\$ 2.059	\$ 10.020	\$ 7.961	387%
Utilidad antes de impuestos	\$ 11.669	\$ 56.779	\$ 45.110	387%
Impuesto a la Renta(25%)	\$ 2.917	\$ 14.195	\$ 11.278	387%
Utilidad Neta	\$ 8.751	\$ 42.584	\$ 33.833	387%
Reserva Legal(10%)	\$ 875	\$ 4.258	\$ 3.383	387%
Utilidad disponible para accionistas	\$ 7.876	\$ 38.326	\$ 30.449	387%

Fuente; Elaborado por el autor

7.9 Ratios Financieros

Mediante esta evaluación financiera y económica, se puede encontrar los ratios financieros las cuales dan como resultado indicadores para poder saber si la empresa sujeta a esta evaluación es productiva, solvente y posee la liquidez necesaria, etc. Alguno de los métodos de evaluación financiera y económica que utilizaremos será:

- ✓ **Capital de Trabajo;** Razón que se obtiene de la división entre los activos circulantes y los pasivos circulantes. Significa el valor de los recursos que la compañía posee para poder cancelar los gastos necesarios para su correcta operación.
- ✓ **Índice de Liquidez;** Se utiliza para determinar la capacidad que tendrá la empresa para enfrentar las obligaciones contraídas a corto plazo, mientras más alto sea este valor, mayor es la posibilidad de que la empresa consiga cancelar dichas deudas a corto plazo.
- ✓ **Razón de deuda total;** Este ratio financiero nos indica la proporción de los activos que van a estar financiado por los pasivos.

- ✓ **Razón de Apalancamiento;** Mediante este ratio podremos conocer la posibilidad de financiar ciertas compras de activos sin la necesidad de utilizar el dinero directo de la actividad operacional.
- ✓ **Rotación del Activo Total;** Es la que nos permite determinar la eficiencia con la que se logra al utilizar los activos de la empresa en la generación de la ventas
- ✓ **Margen de Utilidad;** Es la que nos muestra el porcentaje de la ganancia de toda la operación de la empresa y medir en si el desarrollo completo de las actividades de la empresa
- ✓ **Rentabilidad sobre actividad (ROA);** Este es el ratio que mide la rentabilidad de los activos de la compañía, estableciendo para ello una relación entre la Utilidad neta y los activos totales de la empresa.

Cuadro # 37: Evaluadores Financieros (Ratios Financieros) Escenario Pesimista

Eco-Limpiezas S.A. EVALUADORES FINANCIEROS 2019					
Evaluadores de Liquidez				Evaluadores de Endeudamiento	
Capital de Trabajo	=	Activo Corriente	- Pasivo Corriente	Razon de deuda total	Pasivo Total
Capital de Trabajo	=	\$ 8.215,70	- \$ 662		Activo Total
Capital de Trabajo	=	\$ 7.553,71			
Indice de Liquidez	=	Activo Corriente	Pasivo Corriente	Razon de deuda total	\$ 662
					\$ 95.785,70
Indice de Liquidez	=	\$ 8.215,70		Razon de deuda total	0,01
		\$ 662			
Indice de Liquidez	=	12,41		Razon de Apalancamiento	Patrimonio
					Activo Total
Ind. De Prueba de Acida	=	Activo Corriente	- Inventario	Razon de Apalancamiento	\$ 114.098,24
			Pasivo Corriente		\$ 166.820,66
Ind. De Prueba de Acida	=	\$ 8.215,70	- 0	Razon de Apalancamiento	0,68
		\$ 662			
Ind. De Prueba de Acida	=	12,41		Evaluadores de Rentabilidad	
Evaluadores de Actividad				Margen de Utilidad	Utilidad Neta
Rotacion de Cartera		Ventas Netas			Ventas
		Promedio de Cuentas por Cobrar			
Dias de Cuentas x Cobrar		365		Margen de Utilidad	\$ 1.164
		Rotacion de Cartera			\$ 111.744
Rotacion de Inventario		Costo de Venta		Margen de Utilidad	1,04%
		Promedio de Inventario			
Rotacion de Activo Total		Ventas		Rentabilidad sobre Activo	Utilidad Neta
		Activos Totales			Activo Total
Rotacion de Activo Total		\$ 111.744		Rentabilidad sobre Activo	\$ 1.164
		\$ 95.785,70			\$ 95.786
Rotacion de Activo Total		1,17		Rentabilidad sobre Activo	1,22%

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 38: Evaluadores Financieros (Ratios Financieros) Escenario Real

Eco-Limpiezas S.A. EVALUADORES FINANCIEROS 2019					
Evaluadores de Liquidez				Evaluadores de Endeudamiento	
Capital de Trabajo	=	Activo Corriente	- Pasivo Corriente	Razon de deuda total	Pasivo Total
Capital de Trabajo	=	\$ 91.454,90	- \$ 9.849		Activo Total
Capital de Trabajo	=	\$ 81.605,71			
Indice de Liquidez	=	Activo Corriente		Razon de deuda total	\$ 9.849
		Pasivo Corriente			\$ 179.024,90
Indice de Liquidez	=	\$ 91.454,90		Razon de deuda total	0,06
		\$ 9.849			
Indice de Liquidez	=	9,29			
				Razon de Apalancamiento	Patrimonio
Ind. De Prueba de Acida	=	Activo Corriente	- Inventario		Activo Total
		Pasivo Corriente			
Ind. De Prueba de Acida	=	\$ 91.454,90	- 0	Razon de Apalancamiento	\$ 127.562,24
		\$ 9.849			\$ 187.940,66
Ind. De Prueba de Acida	=	9,29		Razon de Apalancamiento	0,68
Evaluadores de Actividad				Evaluadores de Rentabilidad	
Rotacion de Cartera		Ventas Netas		Margen de Utilidad	Utilidad Neta
		Promedio de Cuentas por Cobrar			Ventas
Dias de Cuentas x Cobrar		365		Margen de Utilidad	\$ 17.321
		Rotacion de Cartera			\$ 137.088
Rotacion de Inventario		Costo de Venta		Margen de Utilidad	12,63%
		Promedio de Inventario			
Rotacion de Activo Total		Ventas		Rentabilidad sobre Activo	Utilidad Neta
		Activos Totales			Activo Total
Rotacion de Activo Total		\$ 137.088		Rentabilidad sobre Activo	\$ 17.321
		\$ 179.024,90			\$ 179.025
Rotacion de Activo Total		0,77		Rentabilidad sobre Activo	9,68%

Fuente: Elaborado por el autor

Cuadro # 39: Evaluadores Financieros (Ratios Financieros) Escenario Optimista

Eco-Limpiezas S.A. EVALUADORES FINANCIEROS 2019					
Evaluadores de Liquidez				Evaluadores de Endeudamiento	
Capital de Trabajo	=	Activo Corriente	- Pasivo Corriente	Razon de deuda total	Pasivo Total
Capital de Trabajo	=	\$ 121.723,70	- \$ 13.190		Activo Total
Capital de Trabajo	=	\$ 108.533,71			
Indice de Liquidez	=	Activo Corriente		Razon de deuda total	\$ 13.190
		Pasivo Corriente			\$ 209.293,70
Indice de Liquidez	=	\$ 121.723,70		Razon de deuda total	0,06
		\$ 13.190			
Indice de Liquidez	=	9,23			
				Razon de Apalancamiento	Patrimonio
Ind. De Prueba de Acida	=	Activo Corriente	- Inventario		Activo Total
		Pasivo Corriente			
Ind. De Prueba de Acida	=	\$ 121.723,70	- 0	Razon de Apalancamiento	\$ 132.458,24
		\$ 13.190			\$ 125.620,66
Ind. De Prueba de Acida	=	9,23		Razon de Apalancamiento	0,68
Evaluadores de Actividad				Evaluadores de Rentabilidad	
Rotacion de Cartera		Ventas Netas		Margen de Utilidad	Utilidad Neta
		Promedio de Cuentas por Cobrar			Ventas
Dias de Cuentas x Cobrar		365		Margen de Utilidad	\$ 23.196
		Rotacion de Cartera			\$ 146.304
Rotacion de Inventario		Costo de Venta		Margen de Utilidad	15,85%
		Promedio de Inventario			
Rotacion de Activo Total		Ventas		Rentabilidad sobre Activo	Utilidad Neta
		Activos Totales			Activo Total
Rotacion de Activo Total		\$ 146.304		Rentabilidad sobre Activo	\$ 23.196
		\$ 209.293,70			\$ 209.294
Rotacion de Activo Total		0,70		Rentabilidad sobre Activo	11,08%

Fuente: Elaborado por el autor

CAPITULO # VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

8.1.1 Estudio Financiero

El estudio financiero o análisis de factibilidad, permitió conocer información luego de la elaboración de los estudios económicos y técnicos que permita conocer la verdadera viabilidad que posee la empresa. Se realizó la proyección a diez años de la empresa con los estados financieros. Recordando que la realización de esta proyección se realizó en los escenarios optimista, real y pesimista, esto se realizó debido a que es imposible conocer el futuro, pero si como Eco-Limpiezas S.A. se va desenvolviendo en el entorno económico en donde la empresa interactuará con otras empresas.

8.1.2 Estudio de Mercado

Con el estudio de mercado se trató de poder llegar a conocer con claridad cuál será el tamaño real de mercado que ocupará el servicio. Por el tamaño de mercado se refiere al porcentaje de participación que tendrá Eco-Limpiezas S.A. También ayudó a saber la aceptación que tiene el servicio con el consumidor, el precio que estaba dispuesto a cancelar y las distintas formas que se utilizará para llegar a los usuarios o consumidor final. Por último era poder identificar claramente las características primordiales que brinda el servicio, que es el brindar un servicio de limpieza de manera ecológica y antialérgica, la cual hará diferente en comparación a las demás empresas de servicios de limpieza ya existentes.

8.1.3 Estudio Económico

Con el estudio económico realizado a cada uno de los factores de factibilidad que determinan los ratios financieros de este proyecto son favorables, por lo que se puede seguir adelante con este proyecto con lo que permitirá llegar a los objetivos durante los primeros años. Pero para lograr esto debemos tratar de brindar un servicio de limpieza ecológica y antialérgica de para poder lograr una fidelidad de nuestro cliente.

8.1.4 Estudio Operacional

Con el estudio operacional, tendremos toda la información necesaria que se requiere para la realización correcta de este proyecto en el tiempo esperado y de manera correcta. Se debe tener en consideración que este estudio abarca cada cosa a realizarse en el proyecto ya sean un beneficio o las que afecten de manera directa al proyecto.

Esto nos permitirá asignar los recursos idóneos a cada una de las actividades, como la parte financiera, talento humano, herramientas de limpieza y máquinas de limpieza estén correctamente realizadas. Luego se debe realizar un adecuado cronograma de trabajo. Este cronograma de trabajo se realiza una vez conocido las actividades, como está conformado cada uno de ellas y cuánto tiempo dura cada actividad, esto se lo realizará mediante el diagrama de Gantt. El software contable que utilizaremos será uno muy moderno y adecuado a las actividades que vamos a realizar, para que al momento de realizar los cálculos anuales de cada uno de los estados financieros sean lo más exactos posibles.

8.2 RECOMENDACIONES

Para terminar el proyecto, daremos ciertas recomendaciones, para que este proyecto se ponga en marcha, las exponemos a continuación;

- ✓ Tratar de realizar una buena penetración de mercado, con una campaña de marketing agresiva, con publicidad que haga que la empresa tenga un reconocimiento inmediato, así poder abarcar la demanda completa en los primeros años.
- ✓ El crecimiento de la empresa estará basado a la variación del mercado, lo que podemos recomendar es que la empresa puede diversificar su portafolio de servicios a brindar, pero siempre cuidando la calidad del servicio que se ofrece.
- ✓ Contar siempre con un personal correctamente capacitado, lo cual hará que el servicio sea eficiente y de alta calidad, para poder tener una buena aceptación de mercado.
- ✓ Para que no exista problemas financieros es recomendable que las personas que desean invertir en Eco-Limpiezas S.A., exijan un correcto financiamiento a través de aportaciones que darán cada cierto periodo,

- para que el apalancamiento de operaciones sea positivo. Esta inversión hará que los beneficios de la empresa aumente con el transcurso de los años.
- ✓ Para poder llegar al punto de equilibrio debemos realizar las ventas necesarias de los servicios a ofrecer, esto hará los auxiliares de limpieza optimicen al máximo las tareas a realizar.
 - ✓ Finalmente como recomendación, sería poder tener precios competitivos de mercado, para que así de esa manera sea competitivo con aquellas empresas nuevas o que están dentro de este mercado de limpieza de hogares en la ciudad de Guayaquil

REFERENCIAS

- ✓ <https://www.nifisk-alto.es>
- ✓ <http://www.archiexpo.es/prod/honeywell/>
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_neto
- ✓ <http://www.actiweb.es/csanjuandeavila13/archivo4.pdf>
- ✓ https://docs.google.com/document/d/1OQ-TA9Eyj_gDLCnTtKBiLMExikjVXA6f0zn242sSNYI/edit?pli=1
- ✓ <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>
- ✓ <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>
- ✓ <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/regimen-laboral/>
- ✓ <http://www.actiweb.es/csanjuandeavila13/archivo4.pdf>
- ✓ (<http://www.bcc.fin.cc/>)
- ✓ (Hernández Blanco, Marcello;)
- ✓ (<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14840/1/Implementacion%20de%20una%20empresas%20de%20servicio%20de%20limpieza%20y%20mantenimiento%20de%20hogares.pdf>)
- ✓ (<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1357/1/T-ESPE-027407.pdf>)
- ✓ (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>)

- ✓ Finalmente como recomendación, sería poder tener precios competitivos de mercado, para que así de esa manera sea competitivo con aquellas empresas nuevas o que están dentro de este mercado de limpieza de hogares en la ciudad de Guayaquil

REFERENCIAS

- ✓ <https://www.nilfisk-alto.es>
- ✓ <http://www.archiexpo.es/prod/honeywell/>
- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_netto
- ✓ <http://www.actiweb.es/csanjuandeavila13/archivo4.pdf>
- ✓ https://docs.google.com/document/d/1OQ-TA9Eyj_gDLCnTtKBiLMExikjVXA6f0zn242sSNYI/edit?pli=1
- ✓ <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>
- ✓ <http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>
- ✓ <http://www.proecuador.gob.ec/invierta-en-ecuador/entorno-de-negocios/regimen-laboral/>
- ✓ <http://www.actiweb.es/csanjuandeavila13/archivo4.pdf>
- ✓ (<http://www.bce.fin.ec/>)
- ✓ (Hernández Blanco, Marcello;)
- ✓ (<https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/14840/1/Implementacion%20de%20una%20empresas%20de%20servicio%20de%20limpieza%20y%20mantenimiento%20de%20hogares.pdf>)
- ✓ (<http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1357/1/T-ESPE-027407.pdf>)
- ✓ (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>)

ANEXOS

Anexo # 1: Formato de contrato para empleados

CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO CON PERÍODO DE PRUEBA

En la ciudad de <CIUDAD_DELEGACION>, a los <E1> días del mes de <E2> del año <E3>, comparecen, por una parte, <RAZON_SOCIAL_EMPLEADOR>, debidamente representada por <E12> en calidad de EMPLEADOR; y por otra parte, el/la señor(a/ita) <APELLIDOS_NOMBRES_TRABAJADOR>, portador de la cédula de ciudadanía N° <CEDULA_CIUDADANIA_PASAPORTE_TRABAJADOR> en calidad de TRABAJADOR. Los comparecientes son ecuatorianos, domiciliados en la ciudad de <E4> y capaces para contratar, quienes libre y voluntariamente convienen en celebrar este CONTRATO DE TRABAJO A PLAZO FIJO con sujeción a las declaraciones y estipulaciones contenidas en las siguientes cláusulas:

Al EMPLEADOR y TRABAJADOR en adelante se los denominará conjuntamente como "Partes" e individualmente como "Parte".

PRIMERA.- ANTECEDENTES:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades y desarrollo de las tareas propias de su actividad necesita contratar los servicios laborales de un <CARGO_TRABAJADOR>.

SEGUNDA.- OBJETO DEL CONTRATO:

El EMPLEADOR para el cumplimiento de sus actividades contrata al TRABAJADOR en calidad de <CARGO_TRABAJADOR>. Revisados los antecedentes de <APELLIDOS_NOMBRES_TRABAJADOR>, éste declara tener los conocimientos necesarios para el desempeño del cargo indicado, por lo que en base a las consideraciones anteriores y por lo expresado en los numerales siguientes, El EMPLEADOR y el TRABAJADOR proceden a celebrar el presente Contrato de Trabajo.

TERCERA.- JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

EL TRABAJADOR cumplirá sus labores en la jornada ordinaria máxima, establecida en el artículo 47 del Código de Trabajo, de lunes a viernes en el horario de <E5>, con descanso de <E6>, de acuerdo al artículo 57 del mismo cuerpo legal, el mismo que declara conocerlo y aceptarlo.

Las Partes podrán convenir que el TRABAJADOR labore tiempo extraordinario y suplementario cuando las circunstancias lo ameriten, para lo cual se aplicará las disposiciones establecidas en el artículo 55 de este mismo Código.

El horario de labores podrá ser modificado por el empleador cuando lo estime conveniente y acorde a las necesidades y a las actividades de la empresa, siempre y cuando dichos cambios sean comunicados con la debida anticipación, conforme el artículo 63 del Código del Trabajo.

Los sábados y domingos serán días de descanso forzoso, según lo establece el artículo 50 del Código de la materia.

CUARTA.- REMUNERACIÓN:

El Empleador, de acuerdo a los artículos 80 y 83 del Código de Trabajo, cancelará por concepto de remuneración a favor del trabajador la suma de <E7>; <VALOR_REMUNERACION>, mediante <E8>.

Además, el Empleador cancelará los demás beneficios sociales establecidos en los artículos 97, 111 y 113 del Código de Trabajo, conforme el Acuerdo Ministerial No. 0081 del Ministerio de Relaciones Laborales. Asimismo, el Empleador reconocerá los recargos correspondientes por concepto de horas suplementarias o extraordinarias, de acuerdo a los artículos 49 y 55 del Código de Trabajo, siempre que hayan sido autorizados previamente y por escrito.

QUINTA.- PLAZO DEL CONTRATO:

El presente Contrato, tendrá un plazo de un año, de acuerdo al artículo 14 del Código de Trabajo. De conformidad con el artículo 15 de la misma Ley, las partes acuerdan un período de prueba de noventa días contados desde la fecha de su suscripción, dentro del cual, cualquiera de las partes podrá darlo por terminado libremente, sin necesidad de ningún aviso previo y sin indemnización. Una vez vencido el período de prueba sin que ninguna de las partes haya manifestado su voluntad de terminar la relación laboral, el contrato se entenderá prorrogado por el tiempo que faltare para completar el plazo del contrato.

Cumplido el plazo, se deberá proceder de acuerdo a lo establecido en los artículos 184 y 624 del Código del Trabajo, de no proceder, el contrato se entenderá de plazo indefinido.
Este contrato será susceptible de terminación por las cláusulas del artículo 169 del Código del Trabajo.

SEXTA.- LUGAR DE TRABAJO:

El TRABAJADOR desempeñará las funciones para las cuales ha sido contratado en las instalaciones ubicadas en <E9>, en la ciudad de <E10>, provincia de <E11> para el cumplimiento cabal de las funciones a él encomendadas.

SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES Y EMPLEADORES:

En lo que respecta a las obligaciones, derechos y prohibiciones del empleador y trabajador, estos se sujetan estrictamente a lo dispuesto en el Código de Trabajo en su Capítulo IV "De las obligaciones del Empleador y del Trabajador", a más de las estipuladas en este contrato.

OCTAVA.- LEGISLACIÓN APLICABLE:

En todo lo no previsto en este Contrato, las partes se sujetan al Código del Trabajo.

NOVENA.- JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA:

En caso de suscitarse discrepancias en la interpretación, cumplimiento y ejecución del presente Contrato y cuando no fuere posible llegar a un acuerdo entre las Partes, estas se someterán a los jueces competentes del lugar en que este contrato ha sido celebrado, así como al procedimiento oral determinados por la Ley.

DÉCIMA.- SUSCRIPCIÓN:

Las partes se ratifican en todas y cada una de las cláusulas precedentes y para constancia y plena validez de lo estipulado, firman este contrato en original y dos ejemplares de igual tenor y valor.

Suscrito en la ciudad de <CIUDAD_DELEGACION>, el día <E1> del mes de <E2> del año <E3>.

EMPLEADOR

TRABAJADOR

INSPECTOR DEL TRABAJO

Anexo # 2: Formato de encuesta



ENCUESTA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANÍSTICAS



El objetivo principal de la siguiente encuesta es el de conocer si existe una demanda la cual nos permitirá creación y poner en funcionamiento la empresa de servicios de limpieza ecológico y antialérgico para los hogares en la ciudad de Guayaquil. Se solicita a usted contestar con seriedad y marcar la cantidad de respuestas exigidas en cada una de las siguientes preguntas

1. Edad

- a. 0 a 25____ b. 26 a 50____ c. 51 a 75____ d. 75 o mas____

2 Nivel de Ingreso

- a. 0 a 500____ b. 501 a 1000____ c. 1001 a 2000____ d. 2001 o mas____

3 Quien es la persona encargada de la limpieza en su hogar?(Si su respuesta es a o c, pasar a la pregunta 4, caso contrario pasar a la pregunta 5 directamente)

- a. Empleada domestica____ b. Usted mismo____ c. Empresa de limpieza ____

4 Cual es el nivel de calidad del servicio que posee actualmente?

- a. Muy bueno____ b. Bueno____ c. Regular____ d. Malo____

5 Conoce usted de alguna empresa que brinde servicios de limpieza para hogares en la ciudad de Guayaquil?

- a. Si____ b. No____

6 ¿Cuál de las siguientes empresas de limpieza usted conoce?

- a. INTELCA____ b. MASTER CLEANER ____

- c. MAXCLEAN____ d. PLUS ____

- e. DYMASEO____ f. SAMCLEANNING ____

- g. NINGUNO ____

7 Si usted supiera de la existencia de una empresa que brinde servicios de limpieza ecológicos y antialérgicos para hogares en Guayaquil. ¿Estaría dispuesto a contratarlo?

- a. Si____ b. No____

8 Que factor considera que es determinante para que usted contrate a una empresa de servicios de limpieza ecológica integral para su hogar? (Elija una sola opción).

a. Calidad del servicio____ b. Precio del servicio____ c. Tiempo de servicio____

9 Según su criterio ¿Cuál servicio piensa usted que contrataría para la realización de la limpieza en su hogar?

a. Limpieza de pisos y empleados ____ b. Limpieza y aspirada de alfombra____
c. Limpieza de ventanas, patios delanteros y traseros ____ d. Limpieza de muebles____
e. Limpieza de jardín ____ f. Todos los anteriores____

10 ¿Cada cuánto tiempo usted contrataría este servicio de limpieza integral ecológico y antialérgico?

a. Una vez a la semana____ b. Dos veces a la semana ____
c. Quincenalmente____ d. Mensualmente ____

11 ¿En qué horarios le gustaría que la empresa le brinde este servicio de limpieza?

a. En la mañana____ b. En la tarde____ c. En la noche____

12 Según su criterio cual sería el precio más justo que estaría dispuesto a pagar por la limpieza de su hogar?

a. 40 a 60 ____
b. 60 a 80 ____
c. 80 a 100 ____
d. 100 a 120 ____
e. 120 o mas ____

Anexo # 3:

Requisitos para la creación de una Sociedad Anónima:

Si desean saber acerca de los requisitos que se necesitan para la creación de una Sociedad Anónima, ingresar a la siguiente página:

<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>

Anexo # 4:

Reglamento Interno de la empresa

Si desean conocer en qué documento se basa el reglamento interno de Eco-Limpiezas S.A., ingresar a la siguiente página:

https://docs.google.com/document/d/1OQTA9Eyj_gDLCnTtKBiLMExikjVXA6f0zn242sSNYI/edit?pli=1

Anexo # 5:

Contrato Civil de prestación de servicios

CONTRATO N° 2015-000001 DE SERVICIOS DE LIMPIEZA ECOLOGICA Y ANTIALERGICA DE HOGARES EN GUAYAQUIL DE LA EMPRESA ECO-LIMPIEZA S.A.

Si desea conocer más que el Contrato de prestación de servicio, ingresar a la siguiente página:

<http://www.actiweb.es/csanjuandeavila13/archivo4.pdf>

ANEXO#6:

Muestra del tiempo de prestación de servicio

MUESTRA 1

	TIEMPOS PROMEDIOS DE OCUPACION POR MINUTO
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	5
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	20
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	4
Limpieza y desinfectación de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	28
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	48
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	75
Control de Calidad	5
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	5
TOTAL	190

MUESTRA 2

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	7
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	30
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	5
Limpieza y desinfectación de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	38
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	56
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	84
Control de Calidad	7
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	3
TOTAL	230

MUESTRA 3

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y maquinas de limpieza al transporte de la empresa.	6
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	22
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	3
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	35
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	28
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	50
Control de Calidad	3
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	3
TOTAL	150

MUESTRA 4

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y maquinas de limpieza al transporte de la empresa.	8
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	18
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	5
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	28
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	36
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	50
Control de Calidad	10
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	5
TOTAL	160

MUESTRA 5

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	3
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	24
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	5
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	28
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	37
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	48
Control de Calidad	3
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	7
TOTAL	155

MUESTRA 6

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	3
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	30
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	5
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	20
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	45
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	88
Control de Calidad	5
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	10
TOTAL	206

MUESTRA 7

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	4
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	26
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	3
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	32
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	42
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	60
Control de Calidad	5
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	8
TOTAL	180

MUESTRA 8

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	5
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	32
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	9
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	38
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	55
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	68
Control de Calidad	5
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	8
TOTAL	220

MUESTRA 9

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	5
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	10
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	5
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	32
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	38
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	40
Control de Calidad	5
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	5
TOTAL	140

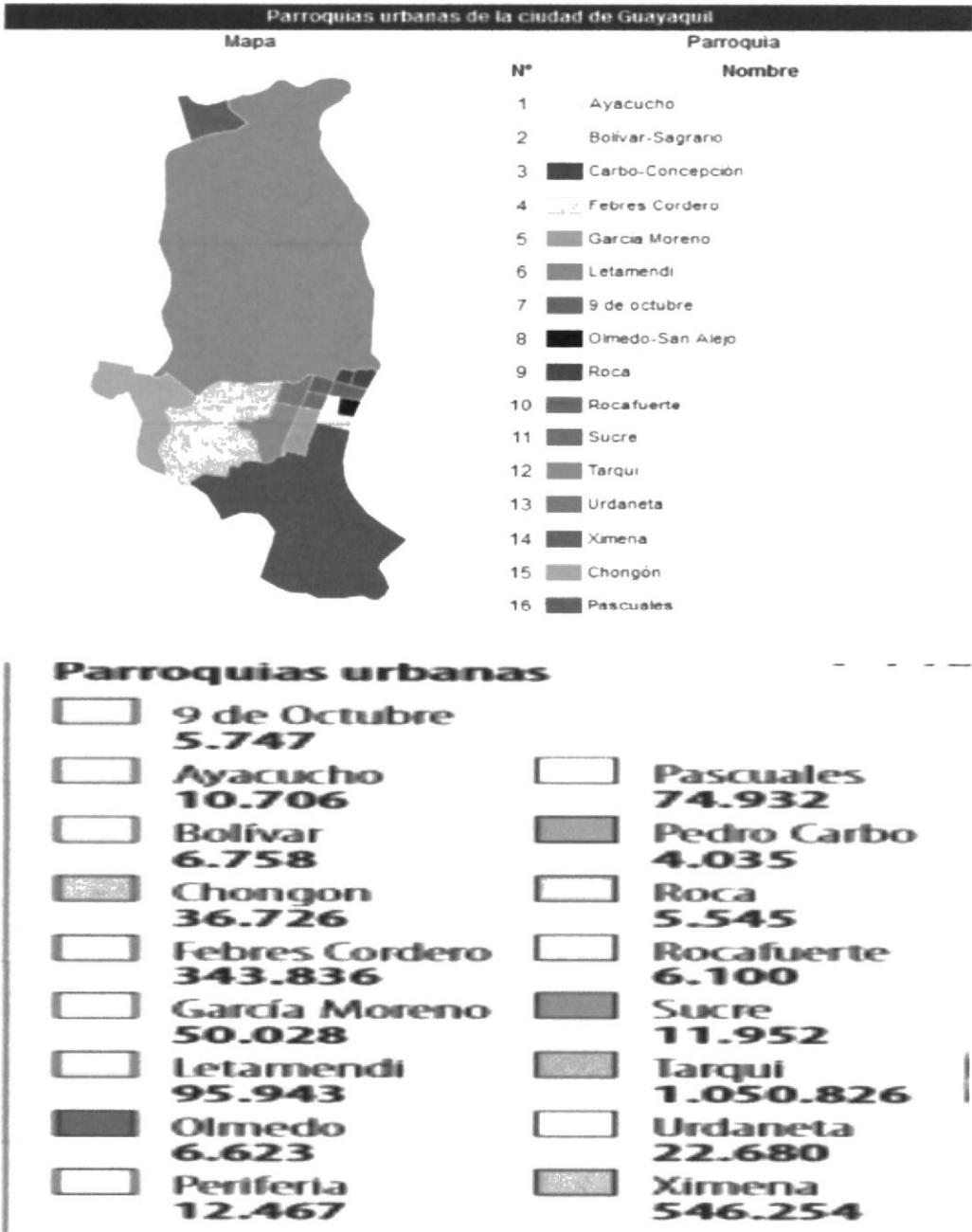
MUESTRA 10

	TIEMPO DE OCUPACION POR
Ingreso de productos y máquinas de limpieza al transporte de la empresa.	5
Traslado de personal al lugar donde se brindará el servicio previamente contratado.	18
Ingreso al domicilio del auxiliar y todos sus implementos de limpieza.	5
Limpieza y desinfección de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	36
Trapeado y aspirados de cocina, baños, cuartos, sala y comedor.	46
Abrillantado de cocina, baños, cuartos, sala y comedor	52
Control de Calidad	5
Retirada de personal de limpieza del domicilio junto a sus implementos de limpieza	5
TOTAL	172

MUESTRA 1	190
MUESTRA 2	230
MUESTRA 3	150
MUESTRA 4	160
MUESTRA 5	155
MUESTRA 6	206
MUESTRA 7	180
MUESTRA 8	220
MUESTRA 9	140
MUESTRA 10	172
PREMEDIO TOTAL DE TIEMPO	180
	3 HORAS

ANEXO#7:

DIVISION GEOGRAFICA DE GUAYAQUIL POR PARROQUIAS



ANEXO#8:

STOCK DE LA EMPRESA

Productos de Limpieza	Productos adicionales para acabados especiales	Productos para superficies (suelos)	Herramientas y utensilios de limpieza	Máquinas de limpieza
✓ Limpia Cristales ✓ Limpiador de uso general ✓ Diluyente normal y extra fuerte (ácido o alcalino). ✓ Limpiador Neutro ✓ Desinfectantes ✓ Limpiador para baños ✓ Quitamanchas ✓ Desengrasante ✓ Limpiador de alfombras ✓ Limpiador de aceros ✓ Quita pintura	✓ Ceras de disolventes ✓ Ceras al agua. ✓ Selladores plásticos	✓ Acido rojo para muebles ✓ Cera liquida antideslizante. ✓ Liquido Limpia Vidrios ✓ Desinfectante para pisos	✓ Disolvente orgánico ✓ Disolvente de medio acuoso ✓ Mixto	✓ Aspiradora en seco/ húmedo ✓ Abrillantadora de piso ✓ Purificador de aire