

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL



Escuela de Postgrado en Administración de Empresas

Maestría Regular en Administración de Empresas

MAEXXII

PLAN DE NEGOCIOS

" BIO - CLEAN S.L. "

INTEGRANTES:

Ing. José González

Ec. Camilo Piedra

Ing. Bolívar Valle

DIRECTOR:

Ing. Ana Jaramillo

TUTOR:

Ing. Raúl Carpio

Guayaquil, Septiembre del 2007



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Escuela de Postgrado en Administración de Empresas

ESPAE



Maestría Regular en Administración de Empresas

MAEXXII

PLAN DE NEGOCIOS

"BIO-CLEAN S.L."

INTEGRANTES:

*Ing. José González
Ec. Camilo Piedra
Ing. Bolívar Valle*

DIRECTOR:

Ing. Ana Jaramillo

TUTOR:

Ing. Raúl Carpio

Guayaquil, Septiembre del 2.007

TABLA DE CONTENIDO

Página

I.....	- 4 -
RESUMEN EJECUTIVO.....	- 4 -
1.	- 6 -
ANÁLISIS DEL MERCADO	- 6 -
1.1.	- 6 -
Análisis del Sector y de la Compañía	- 6 -
1.1.1. La empresa y el servicio.....	- 6 -
1.1.2. El segmento de mercado escogido.....	- 7 -
1.1.3. Expectativas del mercado escogido.....	- 8 -
1.1.4. Tendencias del servicio y del sector	- 9 -
1.1.5. Análisis del servicio	- 11 -
1.2.	- 13 -
Análisis del Mercado Propiamente dicho.....	- 13 -
1.2.1 Investigación de mercado.....	- 13 -
1.2.2 Descripción detallada del servicio.....	- 20 -
1.2.3 Aplicación del servicio.....	- 26 -
1.2.4 La competencia en el mercado.....	- 27 -
1.2.5 Análisis FODA del proyecto.....	- 28 -
1.2.6 Nuestros clientes.....	- 30 -
1.2.7 El segmento de mercado escogido.....	- 31 -
Número de Hogares a Nivel Nacional / 2006	- 31 -
1.2.8 Tamaño del mercado.....	- 33 -
2.	- 34 -
PLAN DE MARKETING.....	- 34 -
2.1.	- 34 -
Estrategia de precios	- 34 -
2.1.1. Política de precios de la competencia.....	- 34 -
2.1.2. Precio previsto.....	- 34 -
2.2.	- 40 -
Estrategia de venta.....	- 40 -
2.3.	- 40 -
Estrategia promocional.....	- 40 -
Los costos de los mensajes y la duración de los mismos serán de la siguiente manera:	- 42 -
2.4.	- 43 -
Estrategia de distribución.....	- 43 -
2.5.	- 43 -
Políticas de servicios.....	- 43 -
2.6.	- 43 -
Tácticas de ventas.....	- 43 -
2.5.1. Fuerza de ventas y funciones.....	- 43 -
3.	- 47 -
ANÁLISIS TÉCNICO.....	- 47 -
3.1.	- 47 -
Análisis del Producto	- 47 -
3.1.1. Especificaciones del servicio.....	- 47 -
3.1.2. Procesos para el Servicio.....	- 47 -
3.1.3. Diagrama básico de Flujo.....	- 49 -
3.1.4. Consumos unitarios de materias primas, insumos, servicios.....	- 50 -
3.1.5. Regalías por el uso de la tecnología.....	- 50 -
3.1.6. Desperdicios.....	- 51 -

3.2.	- 51 -
Facilidades Técnicas	- 51 -
3.2.1. Ubicación geográfica exacta de las instalaciones.	- 51 -
3.2.2. Facilidades de Servicios.	- 52 -
3.2.3. Posición relativa a proveedores y clientes.	- 52 -
3.2.4. Facilidades de Transporte.	- 52 -
3.2.5. Legislación local.	- 53 -
3.2.6. Situación laboral de la localidad.	- 53 -
3.3.	- 55 -
Equipos y maquinarias	- 55 -
3.3.1. Tipos de Equipos y Maquinarias.	- 55 -
3.3.2. Tamaño de Equipos y Maquinarias.	- 56 -
3.3.3. Necesidades de Infraestructura.	- 56 -
3.3.4. Personal necesario.	- 56 -
3.3.5. Formas de Operación.	- 57 -
3.4.	- 58 -
Distribución de Oficinas	- 58 -
3.4.1. Departamentos y Áreas de BioClean SL.	- 58 -
3.4.2. Equipos por Departamento.	- 59 -
4.	- 60 -
ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.	- 60 -
4.1.	- 60 -
Grupo empresarial	- 60 -
4.1.1. Organigrama Funcional.	- 60 -
4.1.2. Líneas de Autoridad.	- 60 -
NIVEL EJECUTIVO	- 60 -
NIVEL DE APOYO	- 61 -
NIVEL OPERACIONAL	- 61 -
4.1.3. Mecanismos de Dirección y Control.	- 61 -
4.1.4. Políticas de Administración del Personal.	- 62 -
4.1.5. Mecanismos de Selección y Contratación.	- 63 -
4.2.	- 65 -
Personal Ejecutivo	- 65 -
4.2.1. Perfil de Cargos.	- 65 -
4.3.	- 67 -
Colaboradores	- 67 -
4.3.1. Perfil de Cargos.	- 67 -
5.	- 70 -
ANÁLISIS ECONÓMICO.	- 70 -
5.1.	- 70 -
Inversión en Activos Fijos	- 70 -
5.1.1. Equipos de Ofician y Comunicación.	- 70 -
5.1.2. Maquinarias y Equipos.	- 71 -
5.1.3. Gastos de Arranque.	- 71 -
5.1.3. Materiales Consumibles.	- 73 -
5.2.	- 75 -
Políticas de Operación	- 75 -
5.3.	- 76 -
Presupuesto de Ingreso	- 76 -
5.3.1. Proyecciones de Ventas.	78
5.3.2. Proyecciones de Ingreso.	78
5.4.	79
Presupuesto de Consumibles.	79
5.5.	80

Presupuesto de Personal.....	80
5.6.	83
Presupuesto de Otros Gastos.	83
5.7.	85
Depreciación.....	85
5.7.	88
Análisis de Costos.....	88
5.8.	90
Estados Financieros.....	90
5.8.1. Flujo de Caja.	90
5.8.2. Estado de Pérdida y Ganancia.	89
5.8.3. Balance General.	90
6.	91
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	91
6.1.	91
Cálculo de la tasa mínima atractiva de rendimiento (costo del capital)	91
6.2.	91
Cálculo del valor actual neto del proyecto (VAN) y la tasa interna de retorno del proyecto (TIR).	91
6.3.	93
Análisis de sensibilidad.....	93
7.	96
ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.	96
7.1.	96
Aspectos Legales	96
7.2.	98
Aspectos de Legislación Urbana.....	98
7.3.	101
Análisis Ambiental.....	101
7.4.	105
Análisis Social.....	105
8.	106
ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES.	106
ANEXO I.	107
LA ENCUESTA.	107
ANEXO II.....	109
CONTRATO.....	109
ANEXO III.....	113
ADENDUM.	113
ANEXO IV.....	114
HOJA DE INSPECCIÓN.....	114
BIBLIOGRAFÍA.....	115

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

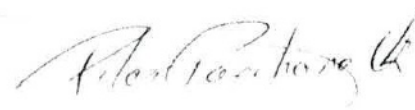
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los veinte días del mes de octubre de 2007, en el Aula A2 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **BIOCLEAN S.L.** el Sr. **JOSÉ LUIS GONZÁLEZ RUGEL** obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Jacqueline Mejía, Pilar Panchana y Raúl Carpio quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


PILAR PANCHANA CH.


ANA JARAMILLO Z.
COORDINADORA DE PLANES DE NEGOCIOS

Daniela A.

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

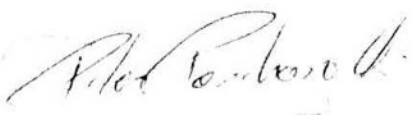
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los veinte días del mes de octubre de 2007, en el Aula A2 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **BIOCLEAN S.L.** el Sr. **CAMILO ROSENDO PIEDRA SAN MARTÍN** obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Jacqueline Mejía, Pilar Panchana y Raúl Carpio quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


PILAR PANCHANA CH.


ANA JARAMILLO Z.
COORDINADORA DE PLANES DE NEGOCIOS

Daniela A.

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

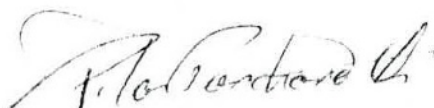
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

En la ciudad de Guayaquil, a los veinte días del mes de octubre de 2007, en el Aula A2 de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **BIOCLEAN S.L.** el Sr. **BOLÍVAR VALLE HERNÁNDEZ** obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Jacqueline Mejía, Pilar Panchana y Raúl Carpio quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


PILAR PANCHANA CH.


ANA JARAMILLO Z.
COORDINADORA DE PLANES DE NEGOCIOS

Daniela A.

I. RESUMEN EJECUTIVO.

Considerando la necesidad de limpieza y mantenimiento en el segmento hogares, después de analizar que la tasa de empleo en ese sector ha decrecido y que cada día hay menos disponibilidad de empleadas domesticas, se tomó la decisión de crear una empresa que no solo ofreciera un servicio, sino que sea aliada en el mantenimiento de un hogar limpio, bien cuidado y libre de gérmenes.

Después de haber analizado el porque de la creación de una empresa, surgió la idea de "BIO-Clean S.L." que está formada por tres accionistas que poseen mil acciones cada uno, conformando legalmente una sociedad anónima; que se enfocará en limpieza general, mantenimiento (plomaría, cerrajería, albañilería, pintura y diseño de interiores) y mantenimiento de jardines; siempre dirigido al sector hogares; de lo cual hemos decidido enfocarnos en un segmento que tenga las siguientes características:

- Viviendas que se encuentren ubicadas en la ciudad de Guayaquil y la vía Samborondón.*
- Que se encuentren habitadas por familias cuyo nivel socioeconómico sea medio, medio alto y alto.*
- Y que se encuentren en Sectores Residenciales de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.*

Conociendo que la tendencia nacional e internacional es la de tercerizar estas actividades y la de ofrecer servicios integrales en el sector de hogares; además de asociar la limpieza con la salud debido a la concientización sobre el daño que causan los gérmenes a los niños y en general a las familias; ha hecho que las compañías estén más atentas al crecimiento de este mercado.

Como fortalezas tenemos el ser la primera empresa en ofrecer una gama tan variada de servicios integrados con cuatro planes disponibles; los mismos que son el Plan Ideal, Plan Perfecto, Plan Completo y el Plan Súper Limpio; cada uno de los cuales

está compuesto por varios servicios: mantenimiento preventivo, mantenimiento correctivo, limpieza de instalaciones, jardinería y servicios con costo adicional.

Las amenazas siempre existen en cualquier empresa que se desee crear, entre las que podemos decir que BioClean, estará amenazado por el incremento de la competencia y la falta de líneas de crédito por la situación de inestabilidad que está pasando en la actualidad el país.

La inversión inicial que se necesitará para la creación de la compañía es de \$67,000.00; la cual contará con un aporte de los socios (tres) en partes iguales y con un préstamo de \$ 32,000.00 solicitados a la Banca Nacional pagaderos a tres años. El punto de equilibrio en ventas para que el negocio marche sin apuros es que en los tres primeros meses sea de 66 clientes, del cuarto al noveno mes de 112 clientes y del décimo al doceavo mes de 119 clientes promedio; con lo cual se podrá pagar el préstamo y obtener rentabilidad. Los gastos se concentrarán en el pago de la mano de obra con un promedio de 67%, seguido con un 21% de los materiales.

BioClean busca cubrir un mercado del 1.3% durante el primer año, esto representa un promedio de 119 clientes de un total de 9141 del mercado escogido de nivel socioeconómico medio alto y alto. A partir del segundo año se buscará incrementar el segmento en un 4.0% anual de un mercado global que se estima que tenga un crecimiento del 2.5%.

La tasa interna de retorno de la inversión (TIR) del proyecto estará en el 34%, con un VAN de \$ 24.312,30 descontados en un periodo de 5 años.

Al evaluar el proyecto, podemos concluir que debido a que somos los únicos en ofrecer servicios integrales para la limpieza y mantenimiento de hogares con planes bien definidos; y para lo cual nos enfocaremos mayoritariamente en la captación de clientes corporativos como son las ciudadelas, conjuntos residenciales, conjunto de apartamentos; podemos augurar éxitos en este proyecto que nos hemos decidido a promover y ejecutar.

1. ANÁLISIS DEL MERCADO

1.1. Análisis del Sector y de la Compañía

1.1.1. La empresa y el servicio.



"BIO-Clean S.L.", es el nombre asignado a nuestra idea de negocio que nace con los nuevos conceptos de servicios integrales de limpieza y mantenimiento enfocados a un nuevo sector del mercado que no ha sido bien explotado como es el de hogares. Así surge la idea entre sus emprendedores de arrancar sus actividades con un importante segmento que representa para nuestra empresa su principal nicho de mercado como es el Sector de Hogares.

El concepto servicio de limpieza integral encierra mucho más que la simple limpieza de un establecimiento. La renovación de tumbados y limpieza de grafitis, etc., existen multitud de tareas a las que una empresa dedicada a este sector tiene que hacer frente. Para prestar una mejor asistencia, la mayoría de ellas han optado por especializarse en una de estas funciones resultando cuatro grandes grupos de actuación: limpieza general, mantenimiento de: plomería, cerrajería, albañilería,

pintura y diseño de interiores; mantenimiento de jardines, control de plagas y fabricación de productos de limpieza. Nuestra empresa **"BIO-Clean S.L."** se ha enfocado a los tres primeros grupos pero aplicados en el mercado al sector de hogares.

Todo esto mediante la aplicación de nuevas técnicas de limpieza, el uso de equipos de última tecnología y el uso de productos biodegradables que no contaminan el medio ambiente.

1.1.2. El segmento de mercado escogido.

"BIO-Clean S.L.", está dirigida y enfocada especialmente a ofrecer sus servicios de limpieza y mantenimiento al segmento de Hogares considerando los siguientes factores:

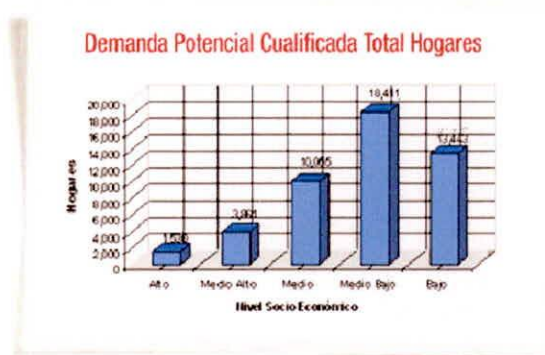
- Viviendas que se encuentren ubicadas en la ciudad de Guayaquil y la vía Samborondón.
- Que se encuentren habitadas por familias cuyo nivel socioeconómico sea medio, medio alto y alto.
- Y que se encuentren en Sectores Residenciales de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

Los mismos que se encuentran detallados a continuación:

Sector Municipal	Parroquia O Cantón
Lago de Capeira	Tarqui
Samanes	Tarqui
Guayacanes	Tarqui
Los Sauces	Tarqui
Acuarela	Tarqui
Alborada Este	Tarqui
Garzota	Tarqui
Alborada Oeste y Urdenor	Tarqui
Los Álamos	Tarqui
Simón Bolívar	Tarqui
Los Ceibos	Tarqui
Kennedy	Tarqui
La FAE	Tarqui
Urdesa	Tarqui
Atarazana	Tarqui
Puerto Azul Norte	Tarqui
Puerto Azul Sur	Tarqui
Barrio Centenario	Ximena
Samborondón	Samborondón

1.1.3. Expectativas del mercado escogido.

El sector de la construcción es considerado uno de los principales dinamizadores de la economía ecuatoriana; en especial por la incursión en estos últimos años de la inversión extranjera registrando altos índices de crecimiento con un promedio de 4.2% que van desde el 2000 al 2005 en obras de construcciones de tipo civil como conjuntos residenciales, edificios, casas, entre otros, la mayoría de ellas en algunas zonas del norte de Guayaquil y en la vía Samborondón; lo que beneficiaría a que nuestro mercado objetivo se vaya incrementando según se incremente este índice.



Actualmente existen mega tendencias que cada vez más se van acentuando en el mercado mundial como en el mercado global, como es el hecho de que cada día hay menos disponibilidad de empleadas domesticas en el mercado, que según la nueva ley de trabajo las empleadas domesticas deberán estar afiliadas al IESS y recibir todos los pagos de ley; la tendencia mundial que la limpieza está íntimamente ligada con la salud, el bienestar de las personas y el cuidado ambiental; y la tendencia a tercerizar la limpieza, pero con compañías que ofrezcan servicios integrados para así lidiar con un solo proveedor.

1.1.4. Tendencias del servicio y del sector

ENTORNO INTERNACIONAL

Sector Económico.

Con la globalización la mayoría de países extranjeros han recurrido a la tercerización de los servicios complementarios de los hogares con la finalidad de disminuir costos. La demanda de servicios de limpieza será constante y creciente, siendo considerado un elemento esencial para cualquier hogar. Este hecho otorga una estabilidad extraordinaria al sector de limpieza, llamado a un constante crecimiento que irá en paralelo al aumento del número de hogares en general.

Sector de Hogares.

En el sector de hogares, existe una tendencia creciente en asociar la limpieza con la salud debido a la concientización sobre el daño que causan los gérmenes a los niños

y en general a las familias; lo que ha hecho que las compañías que ofrecen estos servicios este en constante crecimiento.

ENTORNO NACIONAL

Sector Económico.

De acuerdo a datos estadísticos, Guayaquil es la ciudad de mayor importancia para el Ecuador, debido a que posee una PEA (Población Económicamente Activa) superior a las del resto del país, aproximadamente 941.788 habitantes (según información estadística del INEC del 2005).

Es por esto que en Guayaquil se está desarrollando el proyecto Mucho Lote encabezado por el Municipio de Guayaquil. Cuyo propósito es dotar de viviendas a familias de escasos recursos proporcionando un buen financiamiento para su adquisición; y en el sector privado hay un constante crecimiento de urbanizaciones, edificios y conjuntos residenciales dirigidos a personas de niveles medio, medio alto y alto como el Proyecto Puerto Santa Ana.

La Cámara de Construcción de Guayaquil (CCG) ofrece su ayuda para facilitar la creación de las sociedades constructoras y ejecutar los diversos proyectos en espera. El país necesita no menos de 70'000.000 m2 de viviendas (déficit) y no menos 4'000.000 m2 anuales para evitar que crezca el déficit.

Actualmente el número de mujeres trabajadoras está en crecimiento que al 2006 llegaba al 40.9% sobre la tasa de ocupación bruta; lo que conlleva a que estas tengan menos tiempo a destinar a los quehaceres domésticos, y por consiguiente la demanda en el sector limpieza a hogares este en aumento.

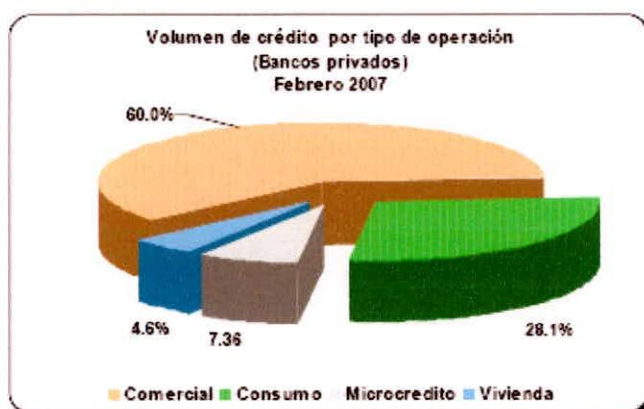
Sector Social.

En los hogares el/la jefe(a) de hogar tiene muchas dificultades al contratar personal doméstico para la limpieza, ya que las personas que antes ocupaban estas plazas de trabajo están más escasas porque el salario que perciben no es bueno, la migración de estas personas va en aumento en la búsqueda de mejores salarios y porque el bono de desarrollo humano se ha duplicado; es por esto que en las agencias de empleo la

solicitud de personal domestico se ha incrementado y por ende la confianza en estas, ya que el demandante de este servicio se siente respaldado por una empresa.

Sector Bancario.

Con respecto al sector bancario el beneficio de contar con una banca más estable y que dirige ahora sus líneas de crédito para nuevos proyectos de inversión entre los cuales tenemos el sector habitacional; y las oportunidades en este sector representan para el proyecto tendencias positivas para el ofrecimiento de nuestros servicios de limpieza y mantenimiento, ya que el 13.10 % (según informe No. 22 de febrero del Banco Central del Ecuador) se dirige para la construcción o remodelación de vivienda. Además el crédito comercial ofrecido por los bancos privados del ecuador está en el 60% y el micro crédito está en el 7.36% según informe del banco central del crédito y tasas de interés a febrero del 2007.



1.1.5. Análisis del servicio

Barreras Especiales de ingreso y salida de negocios en el sector.

En este mercado del servicio de limpieza y mantenimiento prácticamente existen barreras de entrada medias tales como inversión, recursos humanos, maquinarias e instalaciones adecuadas. Una barrera que nosotros podríamos incorporar, sería el ofrecimiento del servicio de limpieza y mantenimiento integral y el ofrecimiento de

diferentes planes de limpieza y mantenimiento; así como el fortalecimiento de la marca desde la creación de la empresa, a fin de que BioClean sea asociado con un servicio de mantenimiento de limpieza integral, calidad y buen servicio.

Poder de Negociación de los Clientes.

Aún cuando el número de potenciales clientes es alto, estos no se encuentran organizados como para poder exigir reducción de precios, de mayor calidad y servicios; por lo cual podemos indicar que el nivel de negociación de los clientes es medio.

Amenaza del ingreso de nuevos productos o de sustitutos

En cuanto a los productos sustitutos estos tienen un poder de negociación medio en el mercado, considerando esta cualidad podemos mencionar:

Los servicios multifuncionales que realiza una empleada doméstica que implican la realización de labores de limpieza en el hogar.

En algunos hogares son las personas que habitan en la vivienda las que realizan por su propia cuenta las labores de limpieza y mantenimiento de equipos.

Poder de Negociación de los Proveedores

El incremento de las compañías de limpieza competidoras existentes en el mercado y de nuevos productos de limpieza está en auge, debido a que el Municipio de Guayaquil y las industrias están consientes de lo importante que es mantener un lugar limpio. El nivel de los proveedores está en aumento con una variedad de productos nacionales e importados y en la actualidad contamos con muchos de ellos, por lo tanto su poder de negociación es bajo.

Rivalidades entre los Competidores.

Actualmente existe alrededor de 24 empresas en esta línea en el mercado, con una rivalidad media y con una clara clasificación por niveles de recurso entre ellas; entre las más fuertes encontramos a Intelca, Rubasa y Kalina; pero ninguno de ellos se especializa en el sector hogares.

1.2. Análisis del Mercado Propiamente dicho

1.2.1 Investigación de mercado.

Los clientes potenciales de este servicio son hogares que se encuentran en la ciudad de Guayaquil como en la vía Samborondón.

Para determinar las características del mercado, se utilizó una investigación de mercado mediante un sondeo de opinión dirigida a nuestro posible mercado objetivo realizada en el año 2003 por Ecuallimpia; la misma que se podrá observar en el ANEXO 1.

Investigación de Mercado

Proceso:

Etapal. Definición del Problema

Etapa 2. Elaboración de un método para resolver el problema

Etapa 3. Elaboración del diseño de la investigación

Etapa 4. Trabajo de campo o acopio de datos

Etapa 5. Preparación y análisis de datos.

Etapas 6. Preparación y presentación del informe.

Proyecto: Ofrecer un nuevo servicio a sus clientes.

Debido a la actual competencia y el deseo de lograr una mayor captación del mercado, se tiene como proyecto ofrecer un nuevo servicio a hogares, como es la línea de limpieza y mantenimiento integrado, con el fin de diferenciarse de sus competidores y tener una ventaja competitiva.

Investigación de mercado

Se realizó un sondeo de opinión o encuesta piloto, dirigida a una muestra de 100 personas en niveles socioeconómicos medio, medio alto y alto, para conocer sus necesidades y preferencias, cuantificar la intención de adquirir este nuevo servicio de limpieza y mantenimiento.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Problema de decisión Gerencial

¿Cómo implementar el servicio que se ofrecerá a nuestros clientes mediante un estudio de mercado?

Problema de Investigación de Mercados

Conocer que opinan del servicio que se ofrece, además de las necesidades que tienen actualmente, las preferencias de los clientes y las intenciones de adquirir este servicio.

MÉTODO PARA RESOLVER EL PROBLEMA

Objetivo General

Medir la disponibilidad del servicio de limpieza en los hogares, la disponibilidad de empleada doméstica, frecuencia de limpieza, agradabilidad ante la propuesta del servicio de limpieza, frecuencia de uso del servicio, preferencia de horarios, preferencia de género, atributos que debe poseer el servicio y disponibilidad de pago.

Objetivos Específicos

¿Ha contratado a empresas que le proporcionen servicios de limpieza, mantenimiento, etc.

¿Con qué frecuencia usted realiza limpieza en su casa?

¿Le agradaría la idea de recibir un servicio de limpieza a domicilio, proporcionado por una empresa seria y confiable?

¿Con qué frecuencia le gustaría recibir el servicio de limpieza?

¿En qué horario le gustaría recibir el servicio?

¿Qué genero le gustaría que le realice el servicio de limpieza y mantenimiento?

¿Qué atributos una empresa de servicio de limpieza debe poseer?

Hipótesis

El 70% de los hogares estarían dispuestos a contratar una empresa de servicio de limpieza y mantenimiento.

Investigación secundaria

Investigar a las empresas que ofrecen servicios de limpieza y mantenimiento en Guayaquil (competencia).

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Tipo de Investigación

Investigación Exploratoria

Método a utilizar

Se aplicará una encuesta personal.

Población a investigar

Muestra de 100 personas a general aleatoria sin clasificación de nivel socio económico.

Competencia

El servicio de limpieza y mantenimiento en la actualidad se ha incrementado debido a las necesidades de la ciudad, el número de compañías que ofrecen este servicio y que son competencia directa o indirecta ha aumentado; dando como resultado un mercado medianamente competitivo.

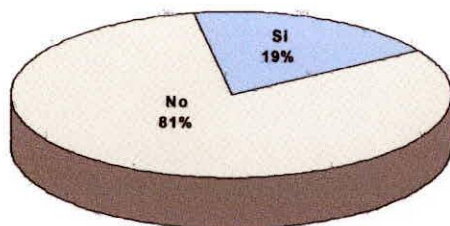
CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Debido a que este tipo de actividad no se encuentra muy desarrollada en nuestro medio, hemos realizado un estudio de mercado empleando la técnica de entrevistas realizado a 100 hogares ubicados en los sectores norte, centro y sur de la ciudad de Guayaquil y la vía Samborondón.

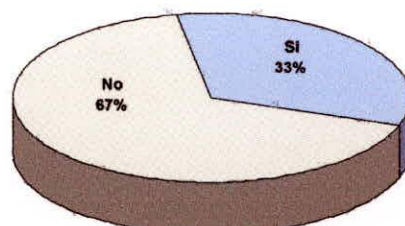
a) Disponibilidad de Servicio de Limpieza en el Hogar:

En las encuestas observamos que un 81% de la población encuestada no dispone de un servicio de limpieza proporcionado por una empresa, así también un 67% no tiene un servicio doméstico en sus hogares, constituyendo un elemento esencial para la actividad que anhelamos ofrecer.

Disponibilidad de Servicio de Limpieza

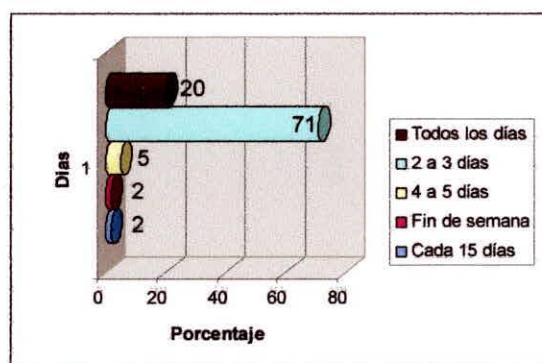


Disponibilidad de Empleada Doméstica



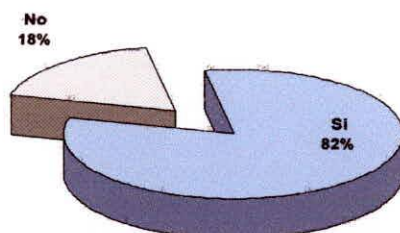
b) Frecuencia de Limpieza:

Los hogares guayaquileños realizan diariamente su limpieza en un 20%, mientras que un 71% lo realiza cada 2 a 3 días.



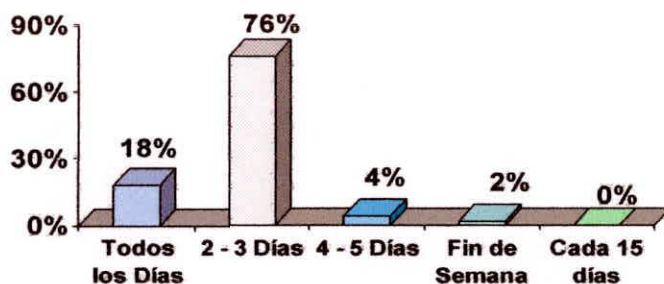
c) Agradabilidad ante propuesta de servicio de limpieza:

El porcentaje de aceptación segura de nuestro servicio es de un 82% y la desconfianza es un 18%, esto último principalmente por la inseguridad o desconfianza hacia el personal que ejecute esta labor.



d) Frecuencia en el servicio de limpieza:

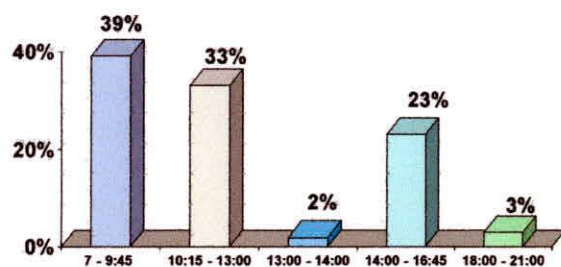
La frecuencia con la que les gustaría recibir nuestro servicio es de 2 a 3 días a la semana, representando un 76%, mientras que un 18% prefiere todos los días.



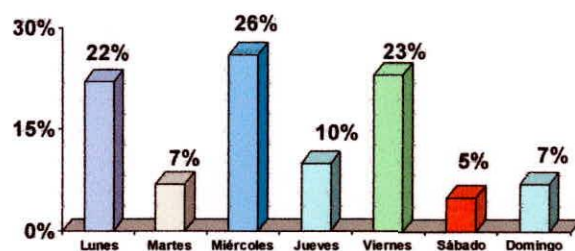
e) Horario del servicio de limpieza:

Las mañanas y el horario de 7:00 a 9:45 es el de mayor aceptación de mercado con un 39% y como segunda opción está el horario de 10:15 a 13:00 con un 33%. Los días de la semana que prefieren la limpieza son los miércoles con un 26%, los viernes con un 23% y los lunes con un 22%.

Horario

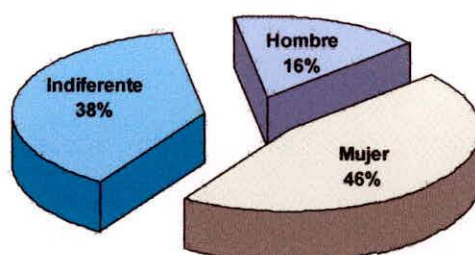


Día



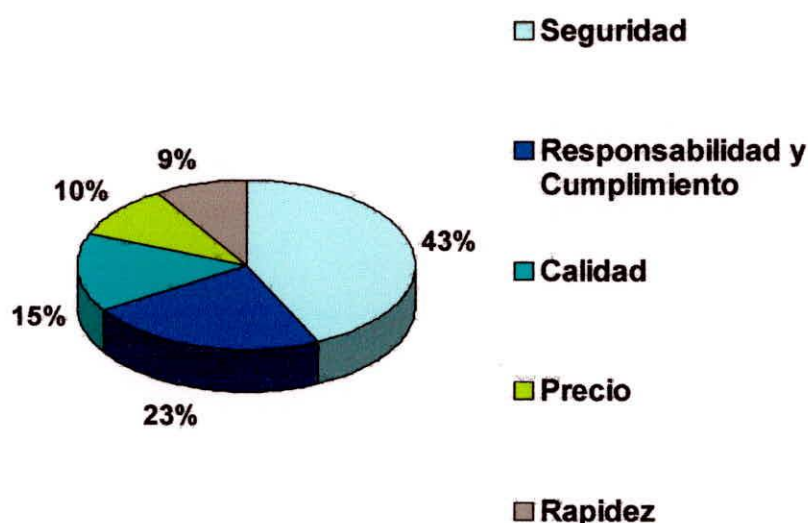
f) Preferencia de sexo en la realización del servicio:

El sexo de la persona que realice el servicio de limpieza es de preferencia femenina en un 46%, indiferente en un 38% y 16% optaron por los hombres.



g) Atributos que debe tener la empresa de servicio:

Seguridad, rapidez, precio, calidad y responsabilidad son los atributos más apreciados por los clientes potenciales del servicio.



i) Nivel Socio-Económico:

En las encuestas realizadas directamente en los hogares, podemos establecer el nivel socio-económico de nuestros clientes potenciales, llegando a la siguiente conclusión:

- El 83% de la población encuestada posee un tipo de vivienda normal, reflejando un nivel socio-económico medio típico.
- En este mercado se observa que la mayoría de viviendas disponen de un área destinada a la jardinería, es así que en el sector centro hay terrazas con

espacios para jardines, y en los sectores norte y sur las viviendas-villas también poseen jardines.

- Un 11% tiene su vivienda modesta, siendo su nivel socio-económico medio-bajo.

j) Análisis Situacional:

Micro-Ambiente

Clientes potenciales: Amas de casa y profesionales de la clase media típica que por realizar sus actividades profesionales, necesitan el servicio de limpieza para sus hogares de 2 a 3 días a la semana y en el horario de 7:00 a 9:45 de la mañana.

Competencia: Al existir actualmente una baja competencia del servicio en el mercado, no existe una competencia real en el modelo que deseamos implantar, sin embargo se podría considerar como productos sustitutos las agencias de empleo y las empleadas domesticas.

Intermediarios: En nuestro caso no tenemos intermediarios por cuanto constituimos una empresa pionera en nuestra categoría de servicio.

Proveedores del Mercado: Los proveedores serían las empresas que suministran detergente, limpiones, implementos de limpieza como escobas, recogedores, escobillones, etc.; y entre los cuales tenemos a Carosem (limpiones, mopas carros escurridoreros, señaléticas), Carljarsa (pato tanques, desodorantes ambientales, papel higiénico), Spartan (productos químicos terminados), Proquinsa (productos químicos para la elaboración de desinfectantes, cloro, aromatizantes), Almacenes Boyaca (maquinaria de limpieza), La Nacional (escobas de fibra), Meganegocios (escobas plásticas) y Comercial Omayra (franela).

Macro-Ambiente

Factores Demográficos: La población urbana tiene un crecimiento 3.4% como promedio anual desde 1990 hasta el año 2000 (<http://www.guayaquil.gov.ec/238/3514.gye>), esto implica un crecimiento del mercado potencial. Otro factor interesante constituye la mayor ocupación laboral femenina (40.9% al 2006) lo que reduce el tiempo disponible de realizar las labores de casa.

Factores Tecnológicos: Resulta positivo las mejoras en las comunicaciones y sistemas de información, lo que facilitará la ejecución del servicio, ya que mediante celulares o radios de comunicación podremos responder ágilmente a las necesidades de nuestros clientes. El contar con equipos de última tecnología para la limpieza de habitaciones (purificadores de aire y aspiradoras de alta revolución) será una ventaja adicional a las ya existentes.

Factores Culturales: El clima de desconfianza generalizado y la escalada delincriminal de los últimos tiempos, constituyen los principales obstáculos para el desarrollo de nuestra actividad; pero al mismo tiempo el incremento del trabajo femenino en el país, ha incrementado la demanda de trabajadoras domesticas y mucho más si estas provienen de tercerizadoras.

1.2.2 Descripción detallada del servicio.

Los servicios que ofreceremos están divididos en cuatro planes que a su vez están divididos en seis grupos, cada uno de los cuales están formados por varios servicios con una proyección de actividades en periodo anual, a continuación detallamos cada uno de los planes y sus servicios que "BIO-Clean S.L." ofrecerá al sector de hogares:

PLAN IDEAL

Mantenimiento Preventivo (inspección)

- *Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griterías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calefones, etc.*
- *Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de iluminación, Tomacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores, etc.*
- *Servicio de limpieza y arreglo en el hogar.*

Mantenimiento Correctivo

- *Reparación de sistemas eléctricos menores.*
- *Reparación de plomería y fontanería.*
- *Instalación de repuestos.*

Mantenimiento y Limpieza de Instalaciones y Otros

- *Limpieza de cisternas.*
- *Limpieza de filtros de extractores de olor.*
- *Limpieza de muebles.*
- *Limpieza de colchones.*
- *Lavado de alfombras de pared a pared.*
- *Lavado de edredones y sobrecamas.*
- *Limpieza profunda de baños, cocina, dormitorios y sala.*
- *Limpieza de cerámicas de paredes.*
- *Lavado de vidrios interiores y exteriores.*

Servicios con Costo Adicional

- *Construcción y Remodelación.*
- *Pintura de Interiores y Exteriores.*
- *Diseño de Interiores, Exteriores y Jardinería.*
- *Mensajería / fletes.*
- *Arriendo de menaje de hogares.*

PLAN PERFECTO

Mantenimiento Preventivo (inspección)

- *Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griterías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calefones, etc.*
- *Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de iluminación, Tomacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores, etc.*
- *Servicio de limpieza y arreglo en el hogar.*

Mantenimiento Correctivo

- *Reparación de sistemas eléctricos menores.*
- *Reparación de plomería y fontanería.*
- *Instalación de repuestos.*

Mantenimiento y Limpieza de Instalaciones y Otros

- *Limpieza de cisternas.*
- *Limpieza de filtros de extractores de olor.*
- *Limpieza de muebles.*
- *Limpieza de colchones.*
- *Lavado de alfombras de pared a pared.*
- *Lavado de edredones y sobrecamas.*
- *Limpieza profunda de baños, cocina, dormitorios y sala.*
- *Limpieza de cerámicas de paredes.*
- *Lavado de vidrios interiores y exteriores.*

Jardinería

- *Cortes de Césped.*
- *Abono y fertilización.*

Servicios con Costo Adicional

- *Construcción y Remodelación.*

- *Pintura de Interiores y Exteriores.*
- *Diseño de Interiores, Exteriores y Jardinería.*
- *Mensajería / fletes.*
- *Arriendo de menaje de hogares.*

PLAN COMPLETO

Mantenimiento Preventivo (inspección)

- *Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griterías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calefones, etc.*
- *Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de iluminación, Tomacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores, etc.*
- *Mantenimiento de un aire acondicionado.*
- *Servicio de limpieza y arreglo en el hogar.*
- *Mantenimiento de computadoras: Hardware y Software.*

Mantenimiento Correctivo

- *Reparación de sistemas eléctricos menores.*
- *Reparación de plomería y fontanería.*
- *Instalación de repuestos.*
- *Limpieza y arreglo puntual de área de fiesta.*

Mantenimiento y Limpieza de Instalaciones y Otros

- *Limpieza de cisternas.*
- *Limpieza de filtros de extractores de olor.*
- *Limpieza de muebles.*
- *Limpieza de colchones.*
- *Lavado de alfombras de pared a pared.*
- *Limpieza y esterilización de dormitorios de recién nacidos.*
- *Lavado de edredones y sobrecamas.*
- *Limpieza profunda de baños, cocina, dormitorios y sala.*

- Limpieza de cerámicas de paredes.
- Lavado de vidrios interiores y exteriores.
- Limpieza de piscinas.

Jardinería

- Cortes de Césped
- Mantenimiento periódico.
- Abono y fertilización.

Servicios con Costo Adicional

- Construcción y Remodelación.
- Pintura de Interiores y Exteriores.
- Diseño de Interiores, Exteriores y Jardinería.
- Mensajería / fletes.
- Arriendo de menaje de hogares.

PLAN SÚPER LIMPIO

Mantenimiento Preventivo (inspección)

- Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griterías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calefones, etc.
- Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de iluminación, Tomacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores, etc.
- Revisión de jardines (Plagas), Pintura interior y exterior, paredes, techos, pisos, etc.
- Mantenimiento de un aire acondicionado.
- Servicio de limpieza y arreglo en el hogar.
- Mantenimiento de computadoras: Hardware y Software.

Mantenimiento Correctivo

- Reparación de sistemas eléctricos menores.

- *Reparación de electrodomésticos de línea blanca.*
- *Reparación de plomería y fontanería.*
- *Instalación de repuestos.*
- *Arreglo de computadoras.*
- *Arreglo y limpieza puntual de área de fiesta.*
- *Reparación de electrodomésticos menores.*

Mantenimiento y Limpieza de Instalaciones y Otros

- *Limpieza de cisternas.*
- *Limpieza de filtros de extractores de olor.*
- *Limpieza de muebles.*
- *Limpieza de colchones.*
- *Lavado de alfombras de pared a pared.*
- *Limpieza y esterilización de dormitorios de recién nacidos.*
- *Lavado de edredones y sobrecamas.*
- *Limpieza profunda de baños, cocina, dormitorios y sala.*
- *Limpieza de cerámicas de paredes.*
- *Lavado de vidrios interiores y exteriores.*
- *Limpieza de piscinas.*

Servicios con Costo Adicional

- *Construcción y Remodelación.*
- *Pintura de Interiores y Exteriores.*
- *Diseño de Interiores, Exteriores y Jardinería.*
- *Mensajería / fletes.*
- *Arriendo de menaje de hogares.*

Además se ofrece cualquiera de las actividades antes señaladas en emergencia o trabajos puntuales, para casos de eventos y/o actividades caseras.

1.2.3 Aplicación del servicio.

Para que el servicio de Limpieza y Mantenimiento que ofrecerá "BIO-Clean S.L." tenga éxito, se deberá capacitar a los colaboradores en los diferentes servicios que se ofrecerán a fin de que estos sean realizados por personal altamente capacitados y por ende se ofrezca un servicio de calidad; este personal podrá formar parte del rol de colaboradores aunque para comenzar el personal ejecutor será contratado por horas y tomando en consideración los contratos obtenidos por la empresa o se podrá contratar personal ocasional pero con los mismos exigencias de calidad y preparación que los otros.

Una vez que tengamos el personal calificado para realizar la gama de servicios que ofreceremos, y una vez que el cliente haya escogido el plan de servicios; se hará una inspección al domicilio del cliente para inventariar las pertenencias y posesiones del cliente a fin de que no haya inconvenientes con las pérdidas de los objetos del domicilio y se evite malentendidos y conflictos futuros; en caso que el cliente adquiera algún equipo nuevo durante el periodo de contrato, este tiene la obligación de reportarlo para que se adicione a los ya inventariados.

Después se quedará con el contratante definido un cronograma de visitas para realizar las labores de limpieza y mantenimiento previamente establecidas en el contrato.

Se utilizaran diferentes técnicas, productos y maquinarias de limpieza que estén bajo las normas de preservación del medio ambiente a fin de trabajar bajo la filosofía que la empresa fomenta que es la de BIO (técnicas, productos y maquinarias biodegradables).

Se manejarán informes periódicos detallados de los trabajos realizados (personal, fecha, hora, actividad y observaciones) con la finalidad de que el cliente pueda llevar el control del plan que ha contratado.

1.2.4 La competencia en el mercado.

Las oportunidades de negocio con más probabilidades de éxito en el mercado ecuatoriano son aquellas que están enfocadas a cubrir necesidades básicas. Tal es el caso de las empresas que operan en el sector de los servicios de limpieza, una actividad demandada por empresas que operan en el mercado ecuatoriano y por hogares que cada vez mas solicitan estos servicios y cuya tercerización está en constante crecimiento.

Según datos de la Superintendencia de Compañías en el país se encuentran registradas en la rama de "Otras actividades comunitarias sociales y personales de tipo de servicios" y cuya actividad es "Eliminación de desperdicios, recolección de basura, desperdicios, trastos y desechos", 24 compañías de las cuales todas se encuentran en Guayaquil y como las más importantes podemos destacar a Intelca, Rubasa y Kalina; cuyas fortalezas se encuentran en los contratos obtenidos a través de licitaciones para la limpieza de mercados, parques, sectores regenerados y contratos de industrias; pero al mismo tiempo ninguna de estas empresas poseen los grandes contratos de la ciudad de Guayaquil como son la limpieza del Aeropuerto, Puerto Marítimo y Terminal Terrestre. Además debemos tomar como competencia el servicio de asistencia al hogar ofrecido por Pacificard en el cual las personas que adquieren este servicio, deben de cancelar \$ 2.76 mensuales con lo que podrán acceder al servicio de envío y pago de plomero (hasta \$ 50.00), envío y pago de cerrajero (hasta 50.00), envío y pago de electricista (hasta \$ 50.00), envío y pago de vidriero (hasta \$ 50.00) y conexión con profesionales (sin límite). Los tarjeta habientes que pueden acceder a este servicio son los que posean Visa Internacional Pacificard y Mastercard Internacional Pacificard, es decir 4,971,795 clientes (según fuente al 31 de julio del 2007 dada por el BCE); por lo que tendría que tomarse muy en consideración este tipo de competencia, aún cuando hay que recalcar que este es un servicio puntual y solo es para emergencias.

1.2.5 Análisis FODA del proyecto.

Fortalezas.

Entre las fortalezas que posee el proyecto tenemos:

- a. Para el proyecto se cuenta con profesionales y personal capacitado, calificado y comprometidos con la actividad realizada.*
- b. El proyecto posee una amplia base de datos de redes de contactos personales y de empresas.*
- c. Nuestras políticas de proceso está orientada a los cuidados ambientales y salud personal.*
- d. Política de cuidado ambiental. Nos preocupamos por no dañar ni contaminar el medio ambiente.*
- e. Ser la primera empresa en ofrecer una gama tan variada de servicios integrados, con cuatro planes disponibles y con la capacidad de poder cumplir con éxito los requerimientos de los clientes con proyecciones anuales.*

Oportunidades

Las oportunidades que encontramos en el proyecto tenemos:

- a. Nos encontramos en un mercado en expansión, ya que los/las jefes de hogares toman conciencia de lo importante que es la limpieza y lo íntimamente relacionado de este tema con la salud de la familia.*
- b. Las empresas y los hogares para disminuir costos se encuentran tercerizando esta actividad con contratos permanentes o temporales con empresas que ofrezcan este servicio.*
- c. Existe un aumento en el índice laboral de la mujer, es decir cada día la mujer se hace más independiente y busca nuevas oportunidades de trabajo.*

Debilidades

Las debilidades que más pesan en la actualidad al proyecto y que hacen que no se puedan reducir costos y competir con el gran mercado de proveedores de servicios de limpieza que cada día va en aumento, tenemos:

- a. Se requiere de una gran inversión de capital para la compra de equipos especializados a estas actividades.*
- b. Se requiere realizar importaciones de equipos con tecnología de punta.*

Amenazas

Las amenazas que afectan al desarrollo del proyecto:

- a. Aumento de la Competencia.*
- b. Falta de líneas de créditos por parte del Estado y de las instituciones financieras.*
- c. Limitaciones legales "Ley de Empresas Tercerizadoras".*

Como solución a nuestras debilidades, tenemos que de la inversión inicial de \$ 52,086.26 para la compra de equipos y maquinarias con tecnología de punta deberá salir de los proponentes del proyecto dividido en porcentajes a convenir o de la búsqueda de un socio inversionista.

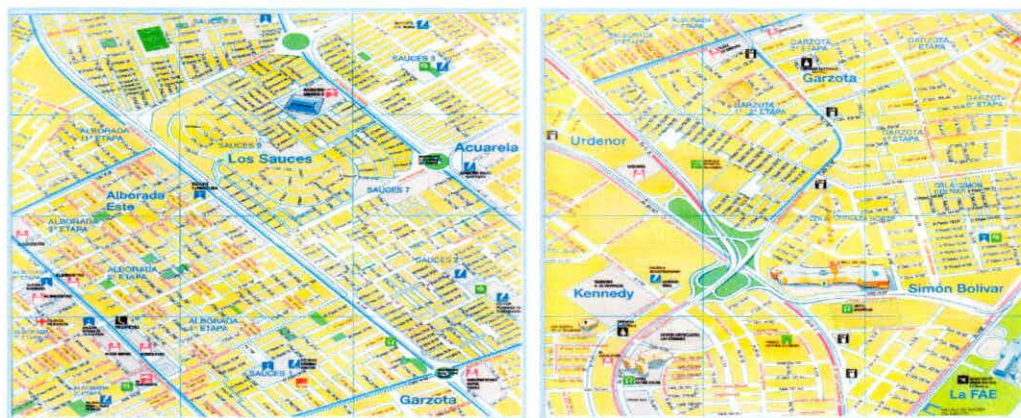
Lo importante a destacar en nuestros servicios, será la profesionalidad, capacidad de respuesta y calidad de nuestros servicios; además del respaldo de una compañía líder en el mercado de la limpieza.

1.2.6 Nuestros clientes.

La tendencia al crecimiento del mercado va en aumento y síntoma de esto es el incremento de la competencia, la estabilidad económica que se vive, la concientización de las personas de lo íntimamente que se encuentra ligada la limpieza con la salud de las personas y el hecho de que cada día que pasa las personas quieren lidiar menos con muchos proveedores y mas con empresas que les puedan ofrecer una variedad de servicios; hace que nuestros clientes sean personas que están en la búsqueda de satisfacer la necesidad de ver y respirar en un ambiente limpio y a su vez seguro de contar con profesionales de la limpieza y seguros de la integridad del personal por medio del respaldo de una compañía.

Nuestros clientes pueden tener las siguientes características: hogares en los que se tenga una empleada doméstica pero no se abastezca con la limpieza, hogares donde no exista una empleada doméstica permanente, solteros que no tienen tiempo para realizar la limpieza de sus departamentos y que son generalmente ejecutivos, que se encuentren en los sectores de estratos sociales medio, medio alto y alto y que oscilen entre una edad de 28 años en adelante con ingresos superiores a los \$ 800 por familia.

Que se encuentren ubicados en las ciudadelas y urbanizaciones de mayor crecimiento y plusvalía de Guayaquil como son las Lago de Capeira, Samanes, Guayacanes, Los Sauces, Acuarela, Alborada Este, La Garzota, Alborada Oeste, Urdenor, Los Álamos, Simón Bolívar, Los Ceibos, Kennedy, La FAE, Urdesa, Atarazana, Puerto Azul Norte, Puerto Azul Sur, Barrio Centenario y todas las urbanizaciones de la vía Samborondón.

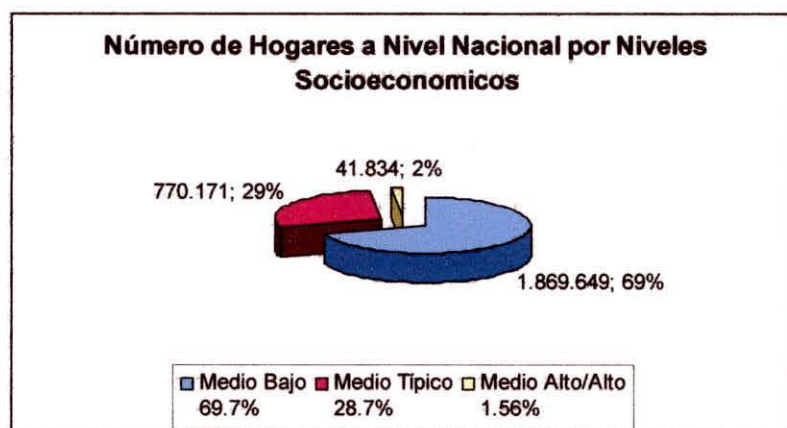


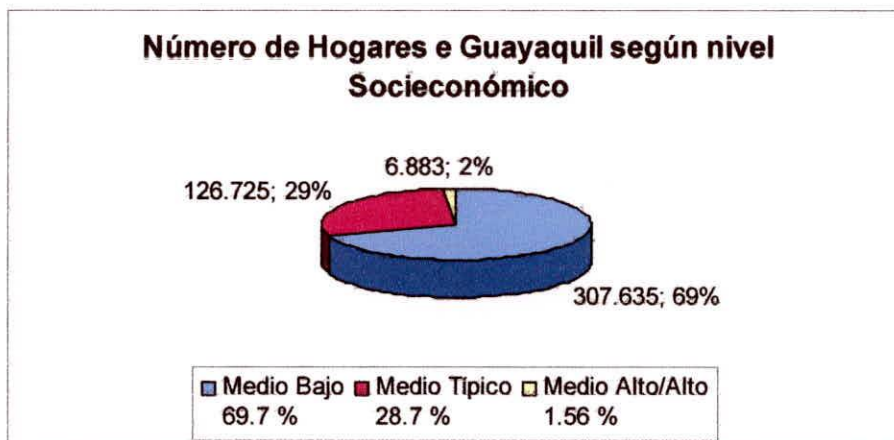
1.2.7 El segmento de mercado escogido.

En el país según datos del INEC 2006 a nivel nacional existen 13'408,270 habitantes, tomando en consideración que en promedio las familias ecuatorianas están compuestas por 5 miembros cada hogar, llegamos a la conclusión que a nivel nacional existen 2'681,654 hogares, de los cuales 716,316 están en la Provincia del Guayas y como nuestro mercado objetivo se encuentra en la ciudad de Guayaquil podemos decir que nuestro mercado base es de 441,243 hogares; de los cuales 133,608 pertenecen a la clase media típica, media alta y alta

Número de Hogares a Nivel Nacional / 2006

Total de Población del Ecuador	13'408,270
Número de Miembros por cada Hogar en Ecuador	5
Número de Hogares a Nivel Nacional	2'681,654
Total de Población Guayas	3,581,579
Número de Miembros por cada Hogar en Guayas	5
Número de Hogares Guayas	716,316
Total de Población del Guayaquil	2'206,213
Número de Miembros por cada Hogar en Guayaquil	5
Número de Hogares a Guayaquil	441,243





Una vez determinado el número de hogares tanto a nivel nacional, como en la Provincia del Guayas y Guayaquil y la vía Samborondón es preciso calcular el nicho de mercado específico, a fin de saber cómo va a estar estructurado nuestro mercado meta; tomando en cuenta que este va a ser dirigido a la ciudad de Guayaquil y a la vía Samborondón en un principio al nivel medio (típico), medio alto y alto, tomando como referencia los porcentajes obtenidos en el sondeo que se hizo a una muestra de 100 personas de manera aleatoria y de las cuales concluimos que, el 81% de la muestra no dispone del servicio de limpieza y mantenimiento, que el 82% le agradaría tener este servicio y que al 67% no poseen empleadas domesticas.

La existencia real de clientes al cual se va a ofrecer el servicio de limpieza y mantenimiento en el cantón Guayaquil y la vía Samborondón, está estructurado de la siguiente manera: 20,553 hogares para los sectores medio típico, medio alto y alto; aplicando las variables de los porcentajes que tomamos según el sondeo realizado, obtenemos que 9,142 hogares serían nuestros potenciales clientes.

Estimación de nuestro mercado meta				
	Número de Hogares	81.00%	82.00%	67.00%
No dispone del servicio		16,647		
Le agradaría obtener el servicio	20,553		13,651	
No poseen empleadas domésticas				9,142

1.2.8 Tamaño del mercado.

Sector Municipal	Parroquia/Canton	Hogares
Lago de Capeira	Tarqui	1124
Samanes	Tarqui	1018
Guayacanes	Tarqui	1320
Los Sauces	Tarqui	1514
Acuarela	Tarqui	1192
Alborada Este	Tarqui	1063
Garzota	Tarqui	797
Alborada Oeste y Urdenor	Tarqui	1147
Los Alamos	Tarqui	1337
Simón Bolívar	Tarqui	1222
Los Ceibos	Tarqui	1091
Kennedy	Tarqui	1041
La FAE	Tarqui	816
Urdesa	Tarqui	765
Atarazana	Tarqui	1442
Puerto Azul Norte	Tarqui	1054
Puerto Azul Sur	Tarqui	1242
Barrio Centenario	Ximena	768
Samborondón	Samborondón	600
		20.553

Fuente I.M. Guayaquil año 2006

2. PLAN DE MARKETING

2.1. Estrategia de precios

2.1.1. Política de precios de la competencia.

En la actualidad no hay datos y estudios realizados a las compañías de limpieza y tomando en cuenta que es un mercado en crecimiento es muy difícil saber los precios y las políticas de precios de la competencia; pero según un sondeo realizado a diferentes compañías para la limpieza de un departamento de 3 dormitorios 1 baño, 1 cocina, sala, comedor, jardín, patio y alfombras; estos oscilan entre \$60 a \$180 como limpieza puntual previo a inspección.

2.1.2. Precio previsto.

Según el análisis realizado por BioClean S.L. y debido a los distintos planes de servicios que ofrecemos, hemos acordado que nuestra política de precios se base:

El costo del servicio de mantenimiento y limpieza tendrá tres componentes:

- 1. El costo del know-how, es decir la experiencia como compañía que ofrecemos.*
- 2. El costo de los equipos a utilizarse, es decir la maquinaria como: lavadoras a presión o de alfombras, pulidoras, aspiradoras, barredoras, etcétera.*
- 3. El costo del material a utilizar, es decir los insumos como: mopas, escobas, cepillos, desinfectantes, franela, ceras, ambientales, etcétera.*

Esto origina que los costos estén relacionados unos con otros.

Debido a que existen planes muy variados y se han establecido como precio base cuatro categorías de servicio:

Precios del Servicio		
Tipos de servicios	Precio \$	
Plan IDEAL	60,00	*
Plan PERFECTO	100,00	*
Plan COMPLETO	250,00	*
Plan SUPER LIMPIO	450,00	*
* Estos valores no incluyen IVA		

El esquema de pago por los servicios será:

- *El 100% del valor del contrato, cuando el servicio es contratado por una sola ocasión y una vez receptado el trabajo.*
- *El 100% del valor del contrato, cuando el servicio es contratado por periodos de 3, 6, 9 o 12 meses, pero con la opción de pagarlo con tarjeta de crédito (débito automático) o con depósito a una cuenta corriente de un banco de la localidad.*
- *El 100% del valor del contrato al mes siguiente para hogares que ya tengan un plan definido y deseen un trabajo adicional.*

Para los hogares en las que se haga contratos anuales, deberá de tomarse en cuenta la depreciación de los equipos y los aumentos de sueldo según la ley y la inflación.

A continuación detallamos los planes que ofreceremos:

Bio-Clean S.L.

Servicio de Limpieza y Mantenimiento

	Ítem	Descripción	Visitas Anuales	Tiempo (Horas de Trabajo)	Costo por Plan Anual	Plan Ideal
Mantenimiento Preventivo (Inspección)	1	Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griferías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calafones, etc.	6	1	24	X
	2	Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de Iluminación, Tomacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores,	6	1	24	X
	3	Revisión de Jardines (Fleas), Pintura interior y exterior, paredes, techos, pisos, etc.				
	4	Mantenimiento de un Aire Acondicionado				
	5	Servicio de Limpieza y Arreglo en el Hogar	12	6	276	X
	6	Mantenimiento de Computadoras: Hardware y software				
Mantenimiento Correctivo	7	Reparaciones de sistemas eléctricos interiores	1	2	9	X
	8	Reparaciones de electrodomésticos de línea Blanca	0	4	0	
	9	Reparaciones de plomería y fontanería	1	2	14	X
	10	Instalación de repuestos	1	2	9	X
	11	Arreglo de computadoras				
	12	Limpieza y Arreglo puntual de área de fiesta				
Mantenimiento y limpieza de Instalaciones y Otros	13	Reparación de electrodomésticos menores	0			
	14	Limpieza de cisternas	1	2,5	13,5	X
	15	Limpieza de filtros de extractores de olor	6	0,5	24	X
	16	Limpieza de muebles	2	4	52	X
	17	Limpieza de colchones	2	2	36	X
	18	Lavado de alfombras de pared a pared	2	4	52	X
	19	Limpieza y esterilización de dormitorios de recién nacidos	0		0	
	20	Lavado de edredones / cubrecamas	2	2	36	X
	21	Limpieza profunda: Baños cocina, dormitorios, sala	2	4	62	X
	22	Limpieza de cerámicas de paredes	2	3	44	X
	23	Lávados de Vidrios Interiores / Exteriores	2	3	44	X
	24	Limpieza de piscinas				
Jardinería	25	Corte de césped				
	26	Mantenimiento Periódico				
	27	Abono y fertilización				
Servicios con costo adicional	28	Construcción / Remodelación				OFERTA PUNTUAL
	29	Pintura de Interiores / Exteriores				
	30	Diseño de Interiores / Exteriores / Jardinería				
	31	Mensajería / fletes				
	32	Arriendo de Menaje de Hogares				
Valor por Contrato (Pago Anual)					\$ 720	
Valor por Contrato (Pagos Mensuales)					\$ 60	

Bio-Clean S.L.
Servicios de Limpieza y Mantenimiento

	Item	Descripción	Visitas Anuales	Tiempo (Horas de Trabajo)	Costo por Plan Anual	Plan Perfecto
Mantenimiento Preventivo (Inspección)	1	Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griferías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calefones, etc.	12	1	36	X
	2	Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de Iluminación, Tomacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores, etc.	12	1	24	X
	3	Revisión de Jardines (Plagas), Pintura interior y exterior, paredes, techos, pisos, etc.				
	4	Mantenimiento de un Aire Acondicionado				
	5	Servicio de Limpieza y Arreglo en el Hogar	24	6	552	X
	6	Mantenimiento de Computadoras: Hardware y software				
Mantenimiento Correctivo	7	Reparaciones de sistemas eléctricos menores	2	2	22	X
	8	Reparaciones de electrodomésticos de línea Blanca	0		0	
	9	Reparaciones de plomería y fontanería	2	2	28	X
	10	Instalación de repuestos	2	2	18	X
	11	Arreglo de computadoras				
	12	Limpieza y Arreglo puntual de área de fiesta				
Mantenimiento y Limpieza de Instalaciones y Otros	13	Reparación de electrodomésticos menores				
	14	Limpieza de cisternas	2	2,5	20	X
	15	Limpieza de filtros de extractores de olor	12	0,5	36	X
	16	Limpieza de muebles	4	4	72	X
	17	Limpieza de colchones	4	2	56	X
	18	Lavado de alfombras de pared a pared	2	4	36	X
	19	Limpieza y esterilización de dormitorios de recién nacidos	0		0	
	20	Lavado de edredones / cubrecamas	2	2	28	X
	21	Limpieza profunda: Baños cocina, dormitorios, sala	4	4	92	X
	22	Limpieza de cerámicas de paredes	4	3	64	X
	23	Lavados de Vidrios Interiores / Exteriores	4	3	64	X
	24	Limpieza de piscinas				
Jardinería	25	Corte de césped	4	1	28	X
	26	Mantenimiento Periódico				
	27	Abono y Fertilización	2	1	24	X
Servicios con costo adicional	28	Construcción / Remodelación				OFERTA PUNTUAL
	29	Pintura de Interiores / Exteriores				
	30	Diseño de Interiores / Exteriores / Jardinería				
	31	Mensajería / Redes				
	32	Arriendo de Menaje de Hogares				
Valor por Contrato (Pago Anual)					\$ 1.200	
Valor por Contrato (Pagos Mensuales)					\$ 100	

Bio-Clean S.L.
Servicio de Limpieza y Mantenimiento

	Item	Descripción	Visitas Anuales	Tiempo (Horas de Trabajo)	Costo por Plan Anual	Plan Completo
Mantenimiento Preventivo (Inspección)	1	Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griferías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calefones, etc.	12	1	24	X
	2	Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de Iluminación, Tomacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores, etc.	12	1	24	X
	3	Revisión de Jardines (Plagas), Pintura interior y exterior, paredes, techos, pisos, etc.				
	4	Mantenimiento de un Aire Acondicionado	12	2	600	X
	5	Servicio de Limpieza y Arreglo en el Hogar	48	6	816	X
	6	Mantenimiento de Computadoras: Hardware y software	1	1	26	X
Mantenimiento Correctivo	7	Reparaciones de sistemas eléctricos menores	3	2	27	X
	8	Reparaciones de electrodomésticos de línea Blanca				
	9	Reparaciones de plomería y fontanería	3	2	42	X
	10	Instalación de repuestos	1	2	9	X
	11	Arreglo de computadoras	0		0	
	12	Limpieza y Arreglo puntual de área de fiesta	1	6	57	X
Mantenimiento y limpieza de Instalaciones y Otros	13	Reparación de electrodomésticos menores				
	14	Limpieza de cisternas	2	2,5	25	X
	15	Limpieza de filtros de extractores de olor	12	0,5	42	X
	16	Limpieza de muebles	4	4	88	X
	17	Limpieza de colchones	4	2	64	X
	18	Lavado de alfombras de pared a pared	4	4	88	X
	19	Limpieza y esterilización de dormitorios de recién nacidos	12	2	192	X
	20	Lavado de edredones / cubrecamas	6	2	96	X
	21	Limpieza profunda: Baños cocina, dormitorios, sala	6	4	162	X
	22	Limpieza de cerámicas de paredes	6	3	114	X
	23	Lavados de Vidrios Interiores / Exteriores	6	3	96	X
	24	Limpieza de piscinas	12	2	192	X
Jardinería	25	Corte de césped	12	1	84	X
	26	Mantenimiento Periódico	12	1	84	X
	27	Abrón y Fertilización	4	1	48	X
Servicios con costo adicional	28	Construcción / Remodelación				OFERTA PUNTUAL
	29	Pintura de Interiores / Exteriores				
	30	Diseño de Interiores / Exteriores / Jardinería				
	31	Mensajería / Botes				
	32	Arriendo de Menaje de Hogares				
Valor por Contrato (Pago Anual)					\$ 3.000	
Valor por Contrato (Pagos Mensuales)					\$ 250	

Bio-Clean S.L.

Servicios de Limpieza y Mantenimiento

	Ítem	Descripción	Visitas Anuales	Tiempo (Horas de Trabajo)	Costo por Plan Anual	Plan Super Limpio
Mantenimiento Preventivo (Inspección)	1	Revisión de Sistemas Hidráulicos: Conexiones de agua, Tuberías, Bombas, Tanques de agua, Griferías, Sifones y Desagües, Cisternas, Inodoros, Lavamanos, Tinas, Hidromasajes, Calefones, etc.	12	1	36	X
	2	Revisión de sistemas Eléctricos: Sistemas de Iluminación, Tornacorrientes, Interruptores, Cajas Térmicas (Breakers), Cerraduras y motores eléctricos, generadores.	12	1	36	X
	3	Revisión de Jardines (Plagas), Pintura interior y exterior, paredes, techos, pisos, etc.	6	1	18	X
	4	Mantenimiento de un Aire Acondicionado	12	2	600	X
	5	Servicio de Limpieza y Arreglo en el Hogar	96	6	2208	X
	6	Mantenimiento de Computadoras: Hardware y software	4	1	100	X
Mantenimiento Correctivo	7	Reparaciones de sistemas eléctricos menores	4	2	44	X
	8	Reparaciones de electrodomésticos de línea Blanca	1	4	22	X
	9	Reparaciones de plomería y fontanería	4	2	64	X
	10	Instalación de repuestos	2	2	22	X
	11	Arreglo de computadoras	1	1	34	X
	12	Limpieza y Arreglo puntual de área de fiesta	2	6	114	X
Mantenimiento y Limpieza de Instalaciones y Otros	13	Reparación de electrodomésticos menores	1	2	16	X
	14	Limpieza de cisternas	4	2,5	50	X
	15	Limpieza de filtros de extractores de olor	24	0,5	72	X
	16	Limpieza de muebles	4	4	72	X
	17	Limpieza de colchones	4	2	64	X
	18	Lavado de alfombras de pared a pared	4	4	72	X
	19	Limpieza y esterilización de dormitorios de recién nacidos	24	2	384	X
	20	Lavado de edredones / cubrecamas	12	2	192	X
	21	Limpieza profunda: Baños cocina, dormitorios, sala	12	4	324	X
	22	Limpieza de cerámicas de paredes	12	3	228	X
	23	Lavados de Vidrios Interiores / Exteriores	12	3	192	X
	24	Limpieza de piscinas	12	2	192	X
Jardinería	25	Corte de césped	12	1	96	X
	26	Mantenimiento Periódico	12	1	96	X
	27	Abono y fertilización	4	1	52	X
Servicios con costo adicional	28	Construcción / Remodelación				OFERTA PUNTUAL
	29	Pintura de Interiores / Exteriores				
	30	Diseño de Interiores / Exteriores / Jardinería				
	31	Mensajería / Fletes				
	32	Arriendo de Menaje de Hogares				
Valor por Contrato (Pago Anual)					\$ 5.400	
Valor por Contrato (Pagos Mensuales)					\$ 450	

2.2. Estrategia de venta

Se realizarán visitas a clientes potenciales para ofrecer los servicios; en las que se enfatizarán las ventajas competitivas que como empresa ofreceremos y el plus que ellos obtendrán al recibir nuestros servicios.

Se realizará mayor esfuerzo en los hogares que estén interesados en los planes de servicios que se ofrecerán sin descuidar los que necesiten servicios puntuales como limpieza profunda, etc. para cada periodo determinado de tiempo; esta será una forma de penetrar a ese mercado, con trabajos rápidos y bajos precios y un servicio de calidad.

Para identificar los clientes potenciales, se utilizarán bases de datos de amigos, familiares, y los que se puedan obtener de los nombres de los ejecutivos otorgados por las diferentes Cámara de Comercio, Producción, Construcción de Guayaquil, entre otros; además se pondrá énfasis en hacer alianzas con inmobiliarias, conjuntos residenciales y urbanizaciones, a fin de ofertar nuestros servicios a estas empresas y captar clientes corporativos.

La labor de venta se centrará en la ciudad de Guayaquil y Samborombón, ampliándola a otras ciudades si el contrato así lo amerita.

La fuerza de ventas estará conformada al principio por una persona que tenga un mínimo de dos años de experiencia en ventas y posea una cartera de clientes, el que se dedicará a las visitas de los clientes en días y horas previamente establecidas.

2.3. Estrategia promocional

La publicidad deberá tener como objetivo informar sobre todos los servicios disponibles de BioClean y persuadir al mercado el contratar personal experto en limpieza y con calidad de servicio como reemplazo de las empleadas domesticas que realizan las labores de limpieza o como apoyo a las mismas pero con técnicas de limpieza más sofisticadas.

Las estrategias de promoción que se usaran son:

- *Entrega de folletos que describa la empresa y el portafolio de servicios que se brinda. Este estará dirigido a hogares de estratos sociales medio, medio alto y alto.*

- Entrega de trípticos ofreciendo los diferentes servicios que se brindan. Este estará dirigido a hogares de estratos sociales medio, medio alto y alto.
- Publicidad por Internet. Este estará dirigido a clientes previamente seleccionados de una base de datos.
- Estrategias promocionales y de alianza estratégica por medio de las constructoras de ciudadelas cerradas donde se puede vender los planes de servicio.
- Realizar promoción por medio de los estados de cuenta de diferentes tarjetas de créditos (diners, mastercard, visa y american express)
- Las promociones de ventas estarán dirigidas a dar una percepción al cliente final que somos una compañía que le puede ofrecer servicios integrados con alta calidad y podrá ser mediante cupones de limpieza puntuales y descuentos por cliente habitual tales como:

Limpieza de Alfombras

Limpieza de Colchones

Limpieza de Cisternas

- Otra estrategia de promoción será mediante la venta personal que se la realizará por medio de llamadas telefónicas ofreciendo el servicio y demostración del mismo por parte de la asistente administrativa.
- Otros métodos promocionales serán el estudio del estado de las instalaciones y equipos que se encuentre en la casa con lo cual se desarrollará un sistema de mantenimiento preventivo para toda las instalaciones.
- Publicidad por televisión, radio, periódicos y revistas dirigida a las clases sociales media, media alta y alta.

	Clase C	Clase B	Clase A
Televisión		x	
Radio		x	
Periódicos/Revistas			x
Folleto			x

Televisión: Son cuñas de 15 segundos en horarios desde las 8:00 hasta las 18:00 pensando en las amas de casa como oyentes e influidoras de la compra.

Radio: Son cuñas de 30 segundos en el horario desde las 6:00 hasta las 11:00 que es un horario dirigido para amas de casa.

Periódicos y revistas: Publicidades en el universo día domingo dirigido a la familia.

Folletos: Entregados en forma masiva en las diferentes áreas escogidas como mercado potencial

Los costos de los mensajes y la duración de los mismos serán de la siguiente manera:

Costos (dólares):

	Clase C	Clase B	Clase A
Televisión		5000	
Radio		1500	
Periódicos y revistas			1000
Folletos			500

Duración:

	Clase C	Clase B	Clase A
Televisión		2 meses	
Radio		3 meses	
Periódicos y revistas			6 meses
Folletos			cada 2 meses

La publicidad tendrá dos etapas: la de penetración que consiste en una publicidad agresiva usando todos los medios disponibles juntos por un duración de 3 semanas y la segunda etapa que es una publicidad de mantenimiento que son presentaciones en radio y televisión con menor frecuencia y el uso mantenido de periódicos y folletos.

El presupuesto de promoción para el primer año será del 2% de las ventas (sin IVA) y los siguientes años el 1% (sin IVA) de las ventas.

2.4. Estrategia de distribución.

Al ser nuestro producto un servicio no existe una estructura de distribución, lo que existirá es una estructura de movilización de personal y equipos a los puntos de trabajo, para lo cual se realizará la compra de dos furgonetas.

La coordinación de la movilización se realizará por medio del jefe de brigada, responsable de garantizar los horarios y entregas oportunas.

2.5. Políticas de servicios.

En relación a nuestras políticas de servicios, ofreceremos a nuestros clientes las siguientes ventajas:

- *Respuesta rápida a los requerimientos de los clientes.*
- *Garantía de los trabajos realizados.*
- *Asesoramiento para la realización de los trabajos.*
- *Seguro contra robo.*

2.6. Tácticas de ventas.

2.5.1. Fuerza de ventas y funciones.

La dirección de las fuerza de ventas estará presidida por el gerente general de quien depende la planificación, organización, administración y control del sistema y personal de ventas. Comprende dos funciones principales como son el diseño e implantación de la estrategia de ventas y la dirección del equipo de ventas.

El director de ventas (gerente general) debe tomar decisiones en los siguientes aspectos:

- *Especificación de los objetivos de ventas.*
- *Elección del sistema y equipo de ventas.*
- *Organización de la red de ventas, que inicialmente será una persona.*

- *Determinación del tamaño del equipo de ventas.*
- *Asignación de los vendedores a los territorios de venta.*
- *Planificación de visitas (frecuencia, argumentos de venta e informes)*

Respecto al equipo de ventas, al director le corresponden las actividades relativas al mantenimiento de la eficacia y rendimiento de la fuerza de ventas: selección, adiestramiento, motivación, remuneración, evaluación y control.

Formación y adiestramiento de vendedores

Vamos a dar gran importancia a estos dos aspectos pues los vendedores son el nexo de unión entre nuestra empresa, nuestro servicio y los clientes. Es decir, son la unión entre la inversión y la rentabilidad.

*El proceso de **formación** tendrá una duración aproximada de 15 días. Durante este periodo se va a proceder a suministrar a los vendedores toda la información necesaria para:*

- *Conocer e identificarse con la compañía, informándoles sobre los objetivos, características y organización de la empresa en la que trabaja.*
- *Conocer nuestro producto.*
- *Conocer las características de los clientes y de los competidores. Es absolutamente necesario que conozcan los diferentes tipos de clientes y sus necesidades, motivos y hábitos de compra.*
- *Saber cómo hacer presentaciones eficaces.*
- *Conocer los procedimientos y las responsabilidades de campo, ya que los vendedores deben distribuir su tiempo entre los clientes reales y los potenciales, aprender a preparar visitas y fijar su itinerario de visitas.*
- *Conocer la política y mecánica promocional de la empresa.*

La formación de los vendedores va a perseguir la capacitación de éstos en todos los pasos que sigue el proceso de venta desde la búsqueda y calificación de los clientes hasta el cierre de la venta, pasando por la preparación de la visita, la visita en sí, la presentación del producto y el manejo de objeciones.

Los cursos de formación serán dados, en un principio, por el director de ventas (gerente general) y sus colaboradores, para más tarde ser impartidos por los diferentes jefes de equipo.

La formación no termina una vez que se han adquirido estos conocimientos básicos, sino que es necesario que constantemente se actualice y perfeccione de forma continuada. El vendedor debe de estar al corriente tanto de lo que ocurre en el mercado como en el interior de la empresa. Por ello periódicamente seguirán cursos de perfeccionamiento en técnicas de venta y en todas aquellas materias relacionadas con la actividad que desarrollan.

El **adiestramiento** de los nuevos vendedores correrá a cargo de los vendedores más experimentados, durante aproximadamente 20 días, acompañando a los veteranos en sus visitas a los clientes.

Remuneración de los vendedores

Para toda empresa es necesario disponer de un buen equipo de vendedores, conservarlos y mantener su motivación. Como ya hemos comentado, los vendedores son el vínculo de unión entre la empresa y los clientes, vínculo más afectivo y personal que institucional. Un vendedor que deje de trabajar para la empresa por cualquier motivo nos puede hacer perder clientes. Un buen sistema de remuneración debe permitir cumplir los objetivos globales de la empresa y los profesionales y personales de los vendedores.

Por todo esto, las características que va a cumplir nuestro sistema de remuneraciones son:

- Ser estimulante para conseguir mayor motivación.
- Ser flexible, en función de la capacidad del mercado, posición de la empresa en el mismo.
- Ser sencillo, de fácil comprensión y claridad para el equipo de ventas y de fácil aplicación administrativa para la empresa.
- Proporcionar seguridad, asegurándole un cierto nivel de ingresos al vendedor.

- Ser integrador, facilitando el espíritu de colaboración entre todos los vendedores de la empresa y evitando la generación de envidias.
- Ser coherentes con los fines a alcanzar, es decir, facilitar la coherencia de los objetivos de la empresa con el interés de los vendedores.

En base a todo esto se estableció el siguiente sistema de remuneraciones:

- Sueldo fijo = 270,00 mensuales.
- Comisión = 1.00% sobre las ventas.

Control de los vendedores

El rendimiento del vendedor debe ser evaluado para que los responsables del departamento actúen de manera adecuada ante los distintos aspectos que se pueden presentar tanto en el equipo como en el mercado.

La medición de los rendimientos la vamos a hacer en función de las distintas relaciones:

- Ventas realizadas/ventas previstas.
- Número de pedidos/visitas realizadas.
- Coste vendedor/ ingresos vendedor.
- Metas de número de planes vendidos al año (valor en dólares).

Esta evaluación, además de servir para determinar la parte de la remuneración del vendedor que se base en los resultados, es necesaria para controlar el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos.

3. ANÁLISIS TÉCNICO

3.1. Análisis del Producto

3.1.1. Especificaciones del servicio.

El progresivo cambio en las diferentes metodologías y tecnología para el servicio de mantenimiento y limpieza y el constante incremento de este mercado objetivo, ha hecho que BioClean S.L. conocedor de una demanda insatisfecha, opte aumentar y ofrecer un mayor número de servicios:

- Limpieza diaria, semanal, quincenal o mensual de hogares.*
- Limpieza de áreas con equipo de lavar a alta presión.*
- Fumigación.*
- Plomería.*
- Mantenimientos de áreas verdes.*
- Albañilería.*
- Cerrajería.*
- Mantenimiento eléctrico.*
- Pintura en general.*
- Lavado de alfombra*

La empresa ofrecerá esta gama de servicios, además de la destreza de nuestro personal, los mismos que estarán debidamente uniformados y con su respectiva credencial; así mismo los materiales que se utilizan para cada labor son de la mejor calidad.

3.1.2. Procesos para el Servicio.

Para poder determinar las necesidades existentes de un cliente, es necesario seguir un procedimiento que se deberá implementar, el cual se basara en el intercambio de información a nivel interno y externo y así poder ofrecer la mejor alternativa de servicio.

Para la solicitud de servicios puntuales, tenemos:

- a) El cliente solicita alguno de nuestros servicios, y se realiza una visita para considerar la prestación de alguno de ellos.*
- b) De acuerdo a la inspección de la visita, se analiza y se diseña una propuesta que se basará en la mejor alternativa posible en base a costos, calidad y cumplimiento de obra; además se determina los materiales y equipos a utilizarse y el cronograma de ejecución de obra.*
- c) Se presenta la propuesta del servicio al cliente, explicándole detalladamente en qué consiste la misma.*
- d) Si el cliente acepta la propuesta de servicios, BioClean compra los materiales a utilizarse y se prosigue con el cronograma de trabajo previamente presentado.*
- e) Se ejecuta la obra.*
- f) Se monitorea o supervisa la ejecución de la obra.*
- g) Se entrega la obra previa aceptación de satisfacción del cliente.*
- h) Se cobra una vez terminada la obra.*

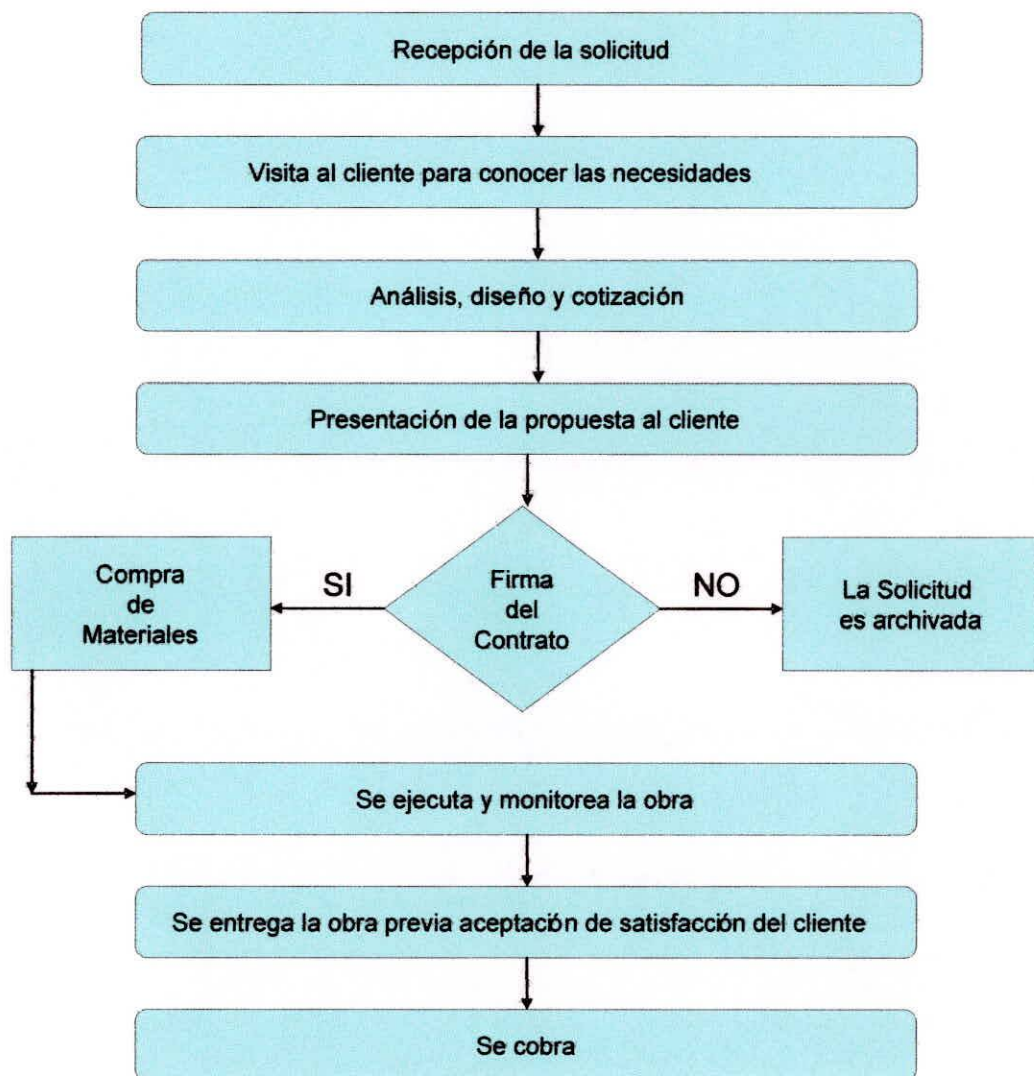
Todo este proceso, deberá ser cumplido a cabalidad para el éxito y debida satisfacción del cliente.

Para la solicitud de servicios por medio de los planes, tenemos:

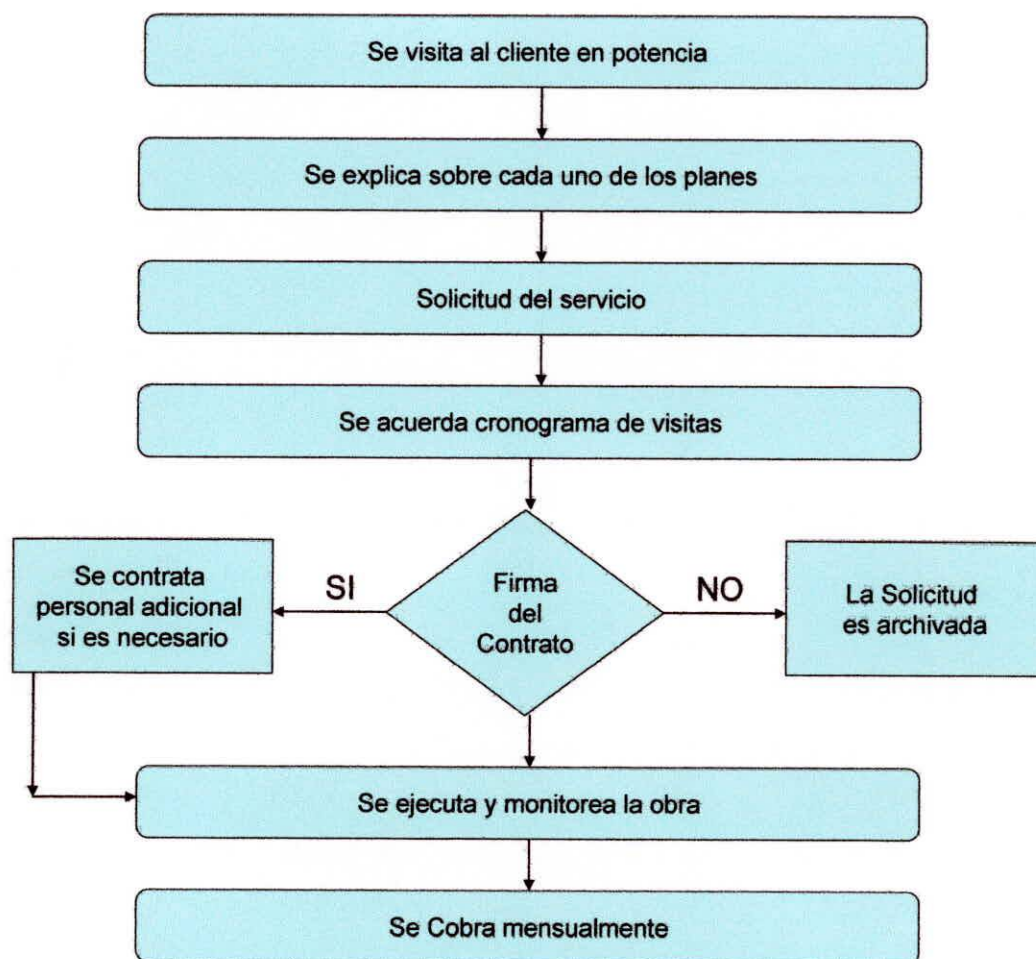
- a) Se visita al cliente en potencia.*
- b) Se explica sobre cada uno de los planes.*
- c) El cliente solicita alguno de nuestros planes previamente diseñados.*
- d) Se acuerda la hora y día de visita para la ejecución de la limpieza y mantenimiento.*
- e) Se ejecuta la obra.*
- f) Se monitorea o supervisa la ejecución de la obra..*
- g) Se cobra mensualmente por medio de debito bancario o pago con tarjeta de crédito.*

3.1.3. Diagrama básico de Flujo.

Servicios Puntuales



Planes



3.1.4. Consumos unitarios de materias primas, insumos, servicios

Los costos unitarios de materias primas e insumos dependerán de la actividad solicitada por el cliente, ya que en ninguno de los diferentes planes se incluye el repuesto, el costo unitario hora hombre es de \$ 1,35 (costo según la ley cubriendo todos los beneficios del caso)

3.1.5. Regalías por el uso de la tecnología

La tecnología usada en nuestro servicio es de uso público, por lo consiguiente no utilizamos el pago de regalías. Con la compra de los equipos adecuados se cubre el uso ilimitado y legítimo del mismo.

3.1.6. Desperdicios.

Los elementos consumibles son de características biodegradables y pueden ser desechados en condiciones normales. Los elementos reciclables tales como: papel, madera, plástico y metal siguiendo con la política de reciclaje de la compañía serán almacenados en áreas determinadas para su posterior donación, los demás desperdicios, serán desechados en el basurero municipal (trabajo que lo realiza VACHAGNON), cumpliendo con los requisitos de almacenaje que imponga los decretos municipales.

3.2. Facilidades Técnicas

3.2.1. Ubicación geográfica exacta de las instalaciones.

De acuerdo a un análisis estratégico, BioClean SL. instalará sus oficinas y bodega en la Cdla. Atarazana, justamente en los alrededores del Hospital de Niños "Roberto Gilbert Elizalde".

BioClean SL. encontró este sitio como estratégico porque existen diferentes vías de acceso y de salida para llegar oportunamente a nuestros clientes.



3.2.2. Facilidades de Servicios.

Como se menciono anteriormente al encontrarnos ubicados en un sitio excelente con vías rápidas de acceso para llegar a nuestros clientes, el servicio que ofreceremos será oportuno y eficiente. Además de contar con todos los servicios básicos tales como: agua, luz y teléfono necesarios para el funcionamiento de las oficinas administrativas.

3.2.3. Posición relativa a proveedores y clientes.

Las empresas que operan en el sector de la limpieza han ampliado su abanico de servicios prestados ante la demanda creciente por parte de los clientes, de otras prestaciones relacionadas con la gestión, conservación o mantenimiento de todo tipo de edificaciones.

La mayor parte de nuestros proveedores se encuentran ubicados en la zona centro o en la zona norte, razón por la cual estaremos relativamente cerca de ellos para la entrega de productos.

Nuestros clientes en su mayoría se encuentran localizados en la zona norte de la ciudad, pero hay algunos que se encuentran en la zona sur; pero dada nuestra posición estratégica, cualesquiera de ellos podrá ser atendido en un tiempo aproximado no mayor a 20 minutos.

3.2.4. Facilidades de Transporte.

BioClean SL. en su presupuesto ha estimado realizar la compra de 2 furgonetas con la finalidad del traslado del personal operativo y de las maquinarias a usar de acuerdo al trabajo contratado por nuestros clientes.

3.2.5. Legislación local.

BioClean SL. será responsable del cumplimiento de todas las obligaciones tributarias, así como la ley lo manda; es decir, con el pago del IVA, retención en la fuente, impuestos municipales y demás.

Todos los servicios que se ofrezcan se ampararán con un contrato que incluirá los siguientes aspectos:

- 1. Las partes contratantes*
- 2. Alcance del contrato*
- 3. Responsabilidades profesionales*
- 4. Monto del contrato*
- 5. Procedimientos de facturación y pago*
- 6. Fecha de terminación o tiempo de entrega de la obra*
- 7. Firmas de las partes*

BioClean SL. cumplirá además con todas las normas de cuidado y conservación utilizando productos no contaminantes y reciclando los desechos sólidos cada uno de los cuales tendrán sus propias fichas técnicas (fichas que demuestran la composición química de cada producto y los efectos de este al medio ambiente). Se garantiza el fiel cumplimiento del contrato, así como la realización de sus servicios de una manera honesta y responsable. También se cumplirá con la ley de tercerización y con los requisitos que el municipio solicita a las compañías para su debido funcionamiento.

3.2.6. Situación laboral de la localidad.

La situación laboral a nivel ecuatoriano consta con el 40% de la población económicamente activa se encuentra empleada, el 14% se encuentra desempleada y el 46% se encuentra sub-empleada.

El personal que como empresa necesitaremos, posee las siguientes características:

Estar entre los 18 a 39 años de edad (ambos sexos)

- *Ser bachiller de la república*
- *Estar desempleado*
- *Para la tercerización se necesitara personal con capacidad técnica en mantenimiento de aire acondicionado, electricistas, plomeros, entre otras capacidades.*

Entre las personas de ambos sexos que se encuentran en el área urbana y que están en el rango de potenciales colaboradores tenemos al 49.23% de la población económicamente activa.

Cuadro 3.3 Distribución porcentual de la PEA Urbana por año de investigación, según grupo de edad

Grupo de edad	EMPLEO 1990	EMPLEO 1995	EMPLEO 2000	EMPLEO 2001	EMPLEO 2002	EMPLEO 2003	EMPLEO 2004	EMPLEO 2005
1.- de 10 y 11 años	0,35%	0,33%	0,52%	0,73%	0,37%	0,40%	0,37%	0,27%
2.- de 12 - 14 años	1,97%	1,79%	1,90%	2,34%	1,60%	1,42%	1,59%	1,42%
3.- de 15 a 19 años	8,95%	9,17%	8,24%	9,31%	7,51%	7,78%	7,41%	7,28%
4.- de 20 a 24 años	14,27%	14,08%	15,01%	14,88%	14,00%	14,61%	12,76%	13,17%
5.- de 25 a 29 años	15,43%	13,49%	13,00%	12,75%	12,64%	12,28%	12,48%	12,61%
6.- de 30 a 34 años	13,79%	13,16%	12,03%	12,70%	12,59%	12,17%	11,88%	11,82%
7.- de 35 a 39 años	12,75%	12,56%	11,57%	12,10%	12,88%	11,87%	11,22%	11,63%
8.- de 40 a 44 años	9,38%	10,52%	11,03%	10,42%	11,31%	10,92%	11,17%	11,55%
9.- de 45 a 49 años	6,89%	8,12%	8,42%	7,51%	8,71%	8,94%	9,11%	9,32%
10.- de 50 a 54 años	5,93%	5,60%	7,41%	7,16%	7,25%	7,35%	7,93%	8,21%
11.- de 55 a 59 años	3,85%	3,96%	3,96%	3,90%	4,47%	4,84%	5,30%	4,91%
12.- de 60 a 64 años	2,89%	3,32%	2,93%	2,58%	2,89%	3,22%	3,86%	3,27%
13.- de 65 años y más	3,55%	3,90%	3,97%	3,62%	3,78%	4,20%	4,92%	4,55%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas de empleo – INEC
Elaboración: JGM - DJV

El porcentaje de potenciales colaboradores de ambos sexos que se encuentran en el rango de bachilleres de la república es del 31.6%; asimismo el índice de desempleo en el área urbana en las edades de 18 a 39 años, es del 19% al 2001 (fuente inec).

Cuadro 3.14.- Tasa de desempleo específica por año de investigación y área de residencia, según grupo de edad				
Grupo de edad	CPV 1990	CPV 2001	CPV 1990	CPV 2001
	ÁREA URBANA	ÁREA URBANA	ÁREA RURAL	ÁREA RURAL
1.- de 10 y 11 años	18%	0%	8%	0%
2.- de 12 - 14 años	6%	0%	4%	0%
3.- de 15 a 19 años	6%	5%	3%	2%
4.- de 20 a 24 años	5%	5%	3%	2%
5.- de 25 a 29 años	4%	3%	2%	2%
6.- de 30 a 34 años	3%	3%	2%	2%
7.- de 35 a 39 años	2%	3%	2%	2%
8.- de 40 a 44 años	2%	3%	2%	2%
9.- de 45 a 49 años	2%	3%	1%	2%
10.- de 50 a 54 años	2%	3%	1%	1%
11.- de 55 a 59 años	2%	2%	1%	1%
12.- de 60 a 64 años	2%	3%	1%	1%
13.- de 65 años y más	2%	3%	1%	2%
Total	3%	3%	2%	2%

Fuente: Base de Datos de las Encuestas de Empleo – INEC
Elaboración: JGM - DJV

3.3. Equipos y maquinarias

3.3.1. Tipos de Equipos y Maquinarias.

BioClean necesita los siguientes equipos y maquinarias:

EQUIPOS:

- Computadora portátil Gateway de 80 GB, Intel Centrino
- Computadora de oficina Compaq Presario de 200 GB, 512 MB de memoria, Intel Pentium 4
- Impresora, copiadora y escáner HP 1315 a tinta
- Impresora Matricial Epson LX 300+
- Telefax/copiadora Panasonic KX-FP6391
- Teléfonos.
- Máquina de escribir BROTHER
- Grabadora Portátil SONY IC
- Cámara Digital Fotográfica OLYMPUS STYLUS DIGITAL
- WebCam OLYMPUS

MAQUINARIAS:

- Aspiradora Ultra Plus 8 glns
- Pulidora/Abrillantadora Clarke 20"
- Abrillantadora 15"
- Abrillantadores de 17" Hawk Abnss.
- Aspiradora Shop 8 glns.
- Filtrador de aire.
- Radios de comunicación Motorola
- Cortadora de Maleza Stihl
- Escalera de Aluminio de 2 mts.
- Carros utilitarios
- Andamios
- Carros trapeadores
- Escalera pequeña de aluminio

- Mangueras de 50 mts.
- Letreros de precaución
- Lavadora a Presión SUPER SILKA SHD651
- Aspiradoras CLARKE tipo mochilas.
- Lavadora de alfombras CLARKE IMAGE 16"

3.3.2. Tamaño de Equipos y Maquinarias.

Los equipos requeridos para oficina no son de consideración por lo que podrán caber en el área destinadas para oficina.

En lo que respecta a maquinarias la mayor cantidad de estas son de una altura máximo de 4,00 mts y un ancho no mayor 1,50 mts, lo que significa que pueden entrar en una pequeña bodega.

3.3.3. Necesidades de Infraestructura.

BioClean SL., como toda empresa necesita contar con una infraestructura adecuada por lo cual realizaremos un contrato de alquiler de 2 oficinas que deben estar ubicadas en la Cdla. Atarazana. Estas edificaciones se distribuirán de la siguiente forma una oficina será para la parte administrativa y otra como bodega para la gestión operativa, la dimensión aproximada necesaria es de 200 mts (cuadrados) en cada una de las áreas.

3.3.4. Personal necesario.

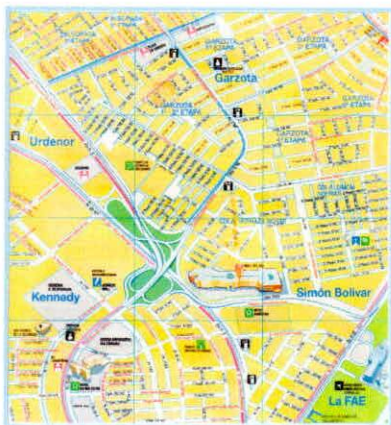
Como es un servicio realizado por personas, es fundamental tener presente que la contratación del servicio está basada principalmente en ellos, quienes realizan el servicio y en buena medida depende de su profesionalidad y del trabajo que cumplan con las tareas establecidas en el contrato del cliente.

Se contratará para empezar a las siguientes personas:

- Un Gerente General
- Un asesor y promotor del servicio
- Una asistente administrativa financiera
- Un supervisor/o jefe brigadista
- Un brigadista

3.3.5. Formas de Operación.

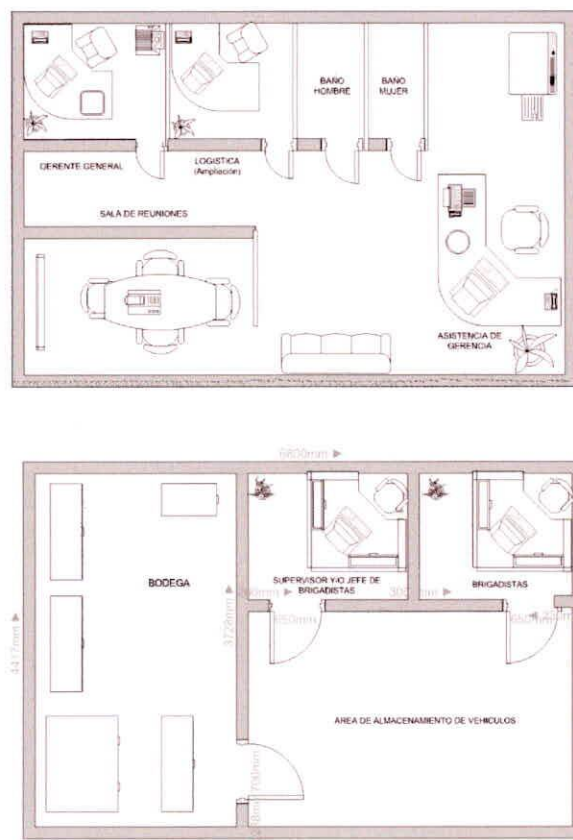
BioClean SL. para iniciar sus operaciones comenzará con su prestación de servicios en las principales ciudadelas de la ciudad de Guayaquil tales como: Cdla. Atarazana, Urdesa, Kennedy, Garzota y Alborada.



Los servicios principales que ofrecerá a estos clientes potenciales tenemos:

- Servicios Generales de mantenimiento y arreglos al Hogar como Plomería,
- Albañilería, Cerrajería, Pintura y Diseño de Interiores.
- Limpieza de piscinas y cisternas.
- Mantenimiento preventivo, correctivo de artefactos electrónicos, equipos computacionales y mobiliarios en general.
- Se debe comenzar ofreciendo los planes ya definidos y limpieza puntuales a bajo costo.

3.4. Distribución de Oficinas



3.4.1. Departamentos y Áreas de BioClean SL.

La distribución de las instalaciones alquiladas para el funcionamiento de BioClean SL. será:

- El primer piso como bodega para la parte operacional, que tendrá lo siguiente: bodega de maquinaria, área de almacenamiento de vehículos, el supervisor y el jefe de brigadistas, la razón de ubicar estas áreas es por la movilización y traslado de estos implementos.
- El segundo piso se destinará a las áreas administrativas: Departamento de Logística que sería aperturado en el futuro, Gerencia General y Recepción.

3.4.2. Equipos por Departamento.

Los equipos administrativos se distribuirán por piso tales como computadores, impresoras, calculadoras y scanner. La maquinaria para la operación se ubicarán solo en el área de bodega tales como: aspiradoras, abrillantadoras, enceradoras, implementos varios (guantes, uniformes, botas, mascarillas, brochas, espátulas, martillos, cepillos, productos de limpieza, etc.)

Departamento administrativo

	Cantidad
EQUIPOS DE OFICINA Y COMUNICACIONESS	
Computadora Oficina	4
Computadora Oficina Compaq	1
Impresora copiadora y escáner HP	1
Impresora matricial	1
Telefax/copiadora	1
Teléfonos	6
Maquina de escribir	1
Grabadora portátil Sony	1
Cámara digital fotográfica Olympus	1
WebCam Olympus	1

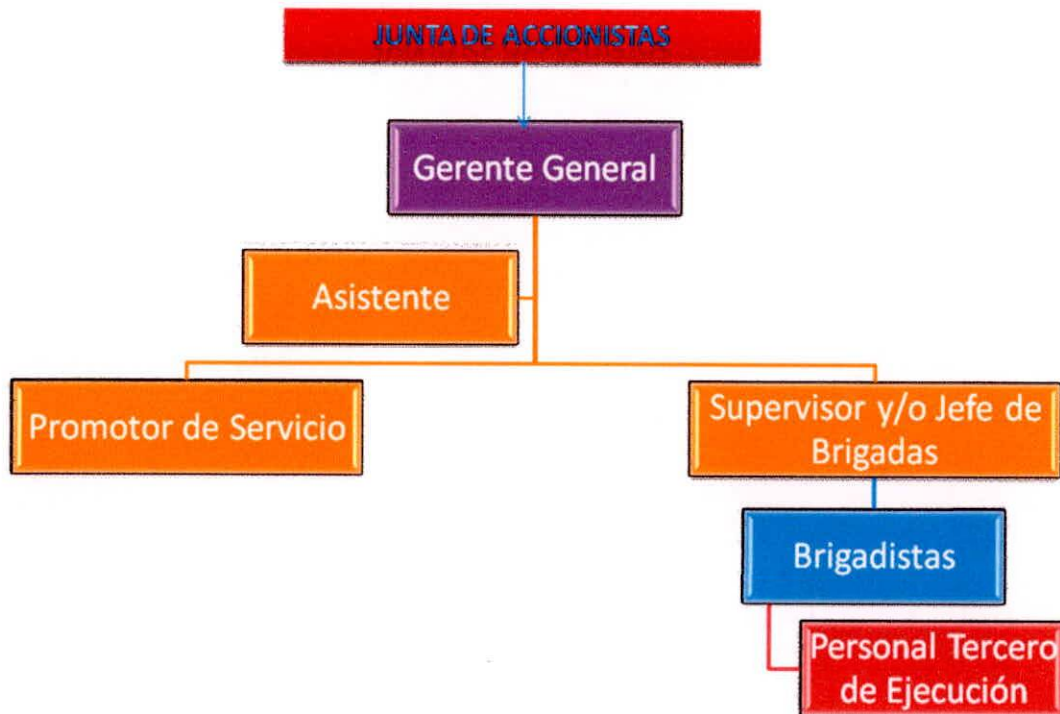
Bodega

MAQUINAS Y EQUIPOS	
Aspiradora Ultra Plus 8 glns	1
Pulidora/Abrillantadora Clarke 20"	1
Abrillantadora 15"	1
Aspiradora Shop 8 glns	2
Filtrador de aire	1
Radios de común. Motorola	3
Cortadora de maleza Stihl	1
Escalera aluminio 2mts	2
Carros utilitarios	1
Andamios	2
Carros trapeadores	2
Escalera pequeña aluminio	1
Manguera 50 mts	1
Letreros de precaución	4
Lavadora Súper SILKA	1
Aspiradora Clarke Filtra-Pac	1
Lavadora de alfombras Clarke Image 16	1

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO.

4.1. Grupo empresarial

4.1.1. Organigrama Funcional.



4.1.2. Líneas de Autoridad.

NIVEL EJECUTIVO

Constituye el nivel de autoridad que orienta y ejecuta la política directriz de los directivos, representa a la Empresa en todas las actuaciones de carácter oficial, en concomitancia con los deberes y atribuciones legalmente otorgados por la Ley de Creación de Compañías y sus reglamentos.

Está integrado por:

GERENTE GENERAL

NIVEL DE APOYO

Es aquel que presta ayuda a los otros niveles de la Empresa para el cumplimiento de sus funciones, sus servicios son generales y de carácter interno.

Está integrado por:



NIVEL OPERACIONAL

Es aquel que cumple directamente con los objetivos, finalidades de la Empresa, ejecuta los planes, programas, proyectos y políticas de trabajo impartidas por el Nivel Ejecutivo.

Está integrado por:



4.1.3. Mecanismos de Dirección y Control.

Bio Clean S.L. cuenta con diversos mecanismos de control, como:

- *Grupo de Control Interno [Jefe de Brigada] encargados de instruir, adelantar las diligencias preliminares y determinar los responsables en cada obra.*

- *Informes de la Asistente, Jefe de Brigada y del Promotor de Servicios; donde se formulan las recomendaciones necesarias y de los cuales se generan los planes de mejoramiento para optimizar los procesos y procedimientos.*

4.1.4. Políticas de Administración del Personal.

Se desarrollará y publicará un Manual de Políticas de Administración de Recursos Humanos para que todos los colaboradores puedan revisarlo, este documento contiene las normas que regulan la relación de BioClean S.L con sus colaboradores. Todos los colaboradores van a tener acceso a esta información contenida en este manual y aquellos que tienen la responsabilidad de supervisión de personal deberán velar por su cabal cumplimiento.

VALORES EMPRESARIALES

- ***La honestidad**, que se manifiesta en comportamientos de integridad y ética que generan sentimientos de confianza en nuestros clientes, empleados y en la comunidad.*
- ***La excelencia en el servicio**, se refiere a la orientación de nuestras acciones hacia la satisfacción del cliente mediante una cultura de servicio, sustentada en la atención amable, oportuna y eficiente.*
- ***El mejoramiento continuo**, referido a la permanente adquisición de nuevos conocimientos y habilidades que permitan generar un valor agregado para los clientes y la organización.*
- ***El trabajo en equipo**, que permita a los colaboradores intervenir activamente en la vida de la organización, contribuyendo al logro de los objetivos institucionales.*
- ***La responsabilidad por los actos propios**, que promueva el ejercicio de acciones y decisiones responsables y nos lleve a asumir como propio el resultado de las mismas.*
- ***Satisfacción del cliente**: con el fin de lograr una buena impresión que nos permita realizar marketing por parte del cliente y que este pueda realizar nuevas compras suyas o de conocidos.*

4.1.5. Mecanismos de Selección y Contratación.

BioClean S.L. tiene establecido procesos para el reclutamiento, selección y contratación del personal garantizando así el contar oportunamente con los recursos mejor calificados del mercado.

El proceso de reclutamiento, selección y contratación busca identificar el talento humano idóneo que se ajusten a los perfiles de cargos establecidos para alcanzar los objetivos estratégicos de la compañía.

El personal que se incorpore a la organización debe satisfacer los más exigentes requerimientos de honestidad, responsabilidad y actitud positiva, así como, los niveles de conocimiento y experiencia determinados específicamente para cada puesto.

Para el personal eventual y por hora, se utilizarán los mismos procesos que para el personal fijo; pero se pondrá más énfasis al momento de seleccionarlos.

CONTRATACIÓN

El requerimiento de contratación de personal sea para cubrir una vacante o para creación de un puesto debe ser remitido al Gerente General, el cual se encargará de confirmar la vacante existente y preparará la solicitud de contratación, considerando la descripción del puesto y cargo a reemplazar previo a iniciar el proceso de búsqueda del candidato.

BioClean S.L. celebra contratos de trabajo a plazo fijo de un año, temporales por proyectos y con período de prueba de 90 días, luego de cumplido el año y de no existir desistimiento de ninguna de las partes, se convierten en contratos indefinidos. Además, se podrá contratar de acuerdo a las formas establecidas en el Código del Trabajo

RECLUTAMIENTO

BioClean S.L. mantendrá una base de datos con la información de las personas que pueden ser seleccionadas para los puestos vacantes. En los procesos de selección la compañía siempre concede la primera opción al personal interno que cumpla con los requisitos exigidos por el perfil del puesto.

Si esto no fuera posible, se buscan los candidatos en fuentes externas de reclutamiento, entre las cuales podemos encontrar a estudiantes egresados de colegios, universidades y escuelas técnicas de la ciudad, personas referidas por los colaboradores de la compañía y aspirantes que se acercan por sus propios medios.

En ocasiones especiales, cuando no se cuente con personal calificado en la base de datos, o cuando se requiera cubrir vacantes en cargos gerenciales o cubrir posiciones de perfiles técnicos especializados, se puede utilizar anuncios de periódico o contratar una empresa de consultoría y reclutamiento de personal para la búsqueda de nuevos candidatos.

SELECCIÓN

El proceso de selección que realiza el Gerente General puede ser mediante selección interna o externa.

***Selección Interna:** Si el candidato preseleccionado labora en otros proyectos, el Gerente General promoverá al colaborador previo a una entrevista.*

***Selección Externa:** Si la vacante no ha sido cubierta por personal interno, se procederá a realizar entrevistas, evaluaciones psicológicas y/o técnicas y confirmación de datos personales de los aspirantes que han remitido sus hojas de vida.*

Se realizará la selección final del personal luego de entrevistar a una terna de los candidatos mejor calificados.

4.2. Personal Ejecutivo

4.2.1. Perfil de Cargos.

INFORMACIÓN GENERAL DEL CARGO

Cargo:

GERENTE GENERAL

Descripción:

Representar legal, judicial y extrajudicialmente a BioClean S.L. ante organismos externos, velar por el cumplimiento de la Ley, los reglamentos y disposiciones establecidos por los directivos.

Controlado por:

Directivos (Dueños)

Departamento:

Gerencia General

TAREAS Y ATRIBUCIONES DEL CARGO

- *Diseñar y formular las políticas, objetivos, metas generales de la empresa.*
- *Estudiar y formular los planes y programas para cada una de las áreas de la Empresa.*
- *Los proyectos de Reglamentos, normas y procedimientos internos o de trabajo, realizando el seguimiento para la implementación y cumplimiento de los mismos.*
- *Manejar las gestiones en organismos públicos y privados, nacionales o internacionales, provinciales y municipales, representando a la Empresa.*
- *Suscribir los contratos, convenios y demás documentos que le correspondan en su calidad de representante legal de la Empresa.*

INFORMACIÓN GENERAL DEL CARGO

Cargo:

ASISTENTE

Descripción:

Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar la buena marcha del área operacional y del área de proyectos.

Controlado por:

Gerente General

Departamento:

Adjunto de Gerencia General

TAREAS Y ATRIBUCIONES DEL CARGO

- *Colaborar con las demás áreas en la elaboración de los proyectos de trabajo de corto, mediano y largo plazo concesionados por la Empresa.*
- *Ejecutar los planes administrativos y presupuestarios que demande el cumplimiento eficaz de las funciones y/o actividades de los servicios a su cargo.*
- *Determinar los criterios y metodología de formulación y evaluación de proyectos a los que deben ceñirse los contratos de servicios de limpieza, definiendo criterios y parámetros técnicos económicos a utilizar.*
- *Mantener actualizados cuadros y gráficos estadísticos que determinen la cobertura de los clientes potenciales.*
- *Formar un archivo encuadernado, sellado y numerado de las Actas del Directorio de la Compañía.*
- *Conferir copias certificadas y/o certificaciones de documentos de la Empresa, previa solicitud de la Gerencia General, de acuerdo a los reglamentos internos.*
- *Recibir, ingresar, distribuir y controlar la correspondencia que llega a la empresa.*
- *Recibir anualmente y archivar los documentos provenientes de los archivos de todas las dependencias de la Empresa.*
- *Cumplir con las demás disposiciones que encomendare la Gerencia General y aquellas disposiciones emitidas por la empresa.*
- *Recepción de ofertas para la licitación de:*
 - *Contrataciones.*
 - *Calificación de Proveedores.*
 - *Remate de maquinaria y repuestos*

○ Seguros

- Cumplir con las disposiciones de la Gerencia General.

INFORMACIÓN GENERAL DEL CARGO

Cargo:

PROMOTOR DE SERVICIOS

Descripción:

Planificar, organizar y coordinar las estrategias de ventas.

Controlado por:

Gerente General

Departamento:

Adjunto Gerencia General

TAREAS Y ATRIBUCIONES DEL CARGO

- *Elaborar y evaluar el Plan Anual de las estrategias a utilizarse para la promoción de ventas.*
- *Comprobar la legalidad y veracidad de los informes de gastos y supervisar la correcta administración de la Empresa.*
- *Desarrollar los programas de promoción según necesidades del mercado a corto y mediano plazo en conjunto con el Gerente General.*
- *Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas en conjunto con el Gerente General.*
- *Elaborar los cuadros estadísticos e informes sobre las proyecciones de ventas.*
- *Estudiar e informar a la Gerencia General las necesidades del mercado proponiendo soluciones y/o formulando recomendaciones.*
- *Presentar informes periódicos de actividades a solicitud del Gerente General.*

4.3. Colaboradores

4.3.1. Perfil de Cargos.

INFORMACIÓN GENERAL DEL CARGO

Cargo:

JEFE DE BRIGADA

Descripción:

Organizar y ejecutar el proceso operativo para el cumplimiento de los contratos adquiridos.

Controlado por:

Promotor de Servicios y Asistente

Departamento:

Operativo

TAREAS Y ATRIBUCIONES DEL CARGO

- Dirigir y controlar con eficiencia y calidad la implementación y desarrollo del servicio entregado a los usuarios.
- Apoyar al Promotor de Servicios en la definición de objetivos y estrategias.
- Informar al Promotor de Servicios las necesidades del mercado proponiendo soluciones y/o formulando recomendaciones.
- Presentar informes periódicos de actividades al Promotor de Servicios.
- Desarrollar y mantener dentro de la dependencia un ambiente de relaciones personales positivas; y concienciar en forma permanente al personal de los objetivos y metas de la empresa, con el fin de lograr un compromiso con las metas propuestas.

INFORMACIÓN GENERAL DEL CARGO

Cargo:

BRIGADISTA

Descripción:

Ejecutar las tareas encomendadas a él a fin de cumplir a cabalidad con el servicio contratado.

Controlado por:

Jefe de Brigadistas

Departamento:

Operativo

TAREAS Y ATRIBUCIONES DEL CARGO

- Dirigir y controlar la eficiencia y calidad del servicio entregado a los usuarios.

- *Apoyar al Jefe de Brigada en la definición de objetivos, estrategias y recursos para la extensión de nuevas coberturas de servicios, así como la optimización de la capacidad del personal.*
- *Apoyar en la supervisión de las actividades del mantenimiento preventivo y correctivo de maquinarias y otras instalaciones eléctricas.*

5. ANÁLISIS ECONÓMICO.

5.1. Inversión en Activos Fijos

El presupuesto de para inversión en equipos fijos, es calculado con el objetivo de mantener una estructura y capacidad con proyección de incrementar clientes. Los costos son considerados bajo licitación en empresas locales, en términos INCONTER DDP, los mismos que pueden cambiar en la fecha de ejecución del proyectos

5.1.1. Equipos de Ofician y Comunicación.

EQUIPOS DE OFICINA Y COMUNICACIONES	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Computadora Oficina Toshiba	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Computadora Oficina Compaq	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora copiadora y escáner HP	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Impresora matricial	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Telefax/copiadora	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Teléfonos	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Máquina de escribir	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Grabadora portátil Sony	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Cámara digital fotográfica Olympus	1	\$ 150,00	\$ 150,00
WebCam Olympus	1	\$ 15,00	\$ 15,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA Y COMUNICACIONES			\$ 3.925,00

MUEBLES Y ENSERES	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Modular	6	\$ 140,00	\$ 840,00
Mesa de reuniones	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Estantería para carpetas	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Cajonera	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Percha metálica	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Tablero	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Extintor	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Varios	1	\$ 80,00	\$ 80,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 1.480,00

La capacidad de equipos de oficina así como de los muebles y enseres, es calculada para el número de personas iniciales, a medida que se incorpore mayor fuerza laboral se debe considerar los gastos de equipos de oficina y comunicación que se requiera.

5.1.2. Maquinarias y Equipos.

VEHÍCULOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Furgoneta marca Chevrolet 1.4 cc sin accesorios en la parte posterior	2	\$ 12.000,00	\$ 24.000,00
TOTAL VEHÍCULOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE			\$ 24.000,00

MAQUINAS Y EQUIPOS	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Aspiradora Ultra Plus 8 glns	1	\$ 74,19	\$ 74,19
Pulidora/Abrillantadora Clarke 20"	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Abrillantadora 15"	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Aspiradora Shop 8 glns	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Filtrador de aire	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Radios de común. Motorola	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Cortadora de maleza Stihl	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Escalera aluminio 2mts	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Carros utilitarios	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Andamios	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Carros trapeadores	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Escalera pequeña aluminio	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Manguera 50 mts	1	\$ 75,00	\$ 75,00
Letreros de precaución	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Lavadora Súper SILKA	1	\$ 220,20	\$ 220,20
Aspiradora Clarke Filtra-Pac	1	\$ 512,91	\$ 512,91
Lavadora de alfombras Clarke Image 16	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
TOTAL MAQUINAS Y EQUIPOS			\$ 7.662,30

Se ha considerado la compra de dos mini furgonetas marca Chevrolet que nos permita realizar el transporte de personal y de equipos de limpieza, estos equipos quedarán a cargo del jefe de logística controlando su utilización.

La maquinaria es adquirida calculando el trabajo en tres lugares al mismo tiempo, con la cual mantenemos una flexibilidad operativa y una mayor eficiencia sobre activos.

La adquisición se la realizará con pago de contado, previa a la apertura oficial de la compañía.

5.1.3. Gastos de Arranque.

Dentro de los gastos de arranque han sido considerado lo siguiente:

- Adecuaciones del Local.
- Gastos de arranque.
- Publicidad.
- Constitución de la sociedad.

ADECUACIONES DEL LOCAL	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Mano de obra para adecuaciones y materiales menores	1	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL ADECUACIONES DEL LOCAL			\$ 800,00

En las adecuaciones de local está considera todos los gastos en que se van a incurrir para la instalación de los muebles y enseres de la oficina, así como las adecuaciones físicas y de comunicaciones que se deben realizar en el local.

ARRANQUE	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Visitas y documentación inicial	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Cuota inicial de alquiler de local	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Materiales de Oficina	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL ARRANQUE			\$ 2.300,00

En los gastos de arranque están considerados los valores de documentación y visitas previas a la inauguración oficial que permita realizar alianzas estratégicas necesarias para el correcto funcionamiento de la empresa. Esta considerado también la cuota inicial del alquiler de la oficina y los materiales de oficina como: hojas, grapas, tijeras, tinta, grapadoras, goma, perforadora, etc.

PUBLICIDAD			
DESCRIPCIÓN	TIEMPO (Meses)	VALOR (\$)	VALOR (\$)
Anuncios Televisión	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Anuncios de Radio	3	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Anuncios en Periódicos	6	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Anuncios en Folletos	24	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
TOTAL PUBLICIDAD			\$ 8.000,00

Los gastos de publicidad considerados son dedicados para anuncios en diferentes medios de publicidad como: televisión, radio, periódico y folletos. Estos anuncios son considerados con un mes de penetración profunda y cinco meses más de mantenimiento; cuyo objetivo principal es posicionar la empresa en la mente del consumidor y adquirir una participación del mercado del 20% del mercado objetivo.

CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Gastos legales y documental de Superintendencia de Compañías	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Permisos Municipales y legales	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Cámara de Comercio	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD			\$ 950,00

5.1.3. Materiales Consumibles.

MATERIALES CONSUMIBLES	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Aceite rojo	50	\$ 1,40	\$ 70,00
Acido (biodegradable)	8	\$ 5,40	\$ 43,20
Ajax limón	10	\$ 0,69	\$ 6,90
Alcohol	35	\$ 5,00	\$ 175,00
Ambiental pastillas	100	\$ 0,63	\$ 63,00
Ambiental spray	100	\$ 1,79	\$ 179,00
Atomizador	42	\$ 1,89	\$ 79,38
Balde mediano	25	\$ 1,65	\$ 41,25
Brochas	25	\$ 2,00	\$ 50,00
Camisetas	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Cepillo	20	\$ 0,72	\$ 14,40
Cera	100	\$ 0,43	\$ 43,20
Cloro (biodegradable)	100	\$ 1,00	\$ 100,00
Desinfectante	12	\$ 1,28	\$ 15,36
Detergente grande	30	\$ 6,90	\$ 207,00
Detergente mediano	15	\$ 2,89	\$ 43,35
Disco blanco	20	\$ 6,00	\$ 120,00
Disco negro	20	\$ 6,00	\$ 120,00
Disco rojo	20	\$ 6,00	\$ 120,00
Embudo	5	\$ 0,78	\$ 3,90
Escoba fibra	20	\$ 1,67	\$ 33,40
Escoba plástica (cabeza)	20	\$ 1,14	\$ 22,80
Escoba plástica (palo)	20	\$ 1,14	\$ 22,80
Escobillon madera	5	\$ 6,00	\$ 30,00
Escobillon plástico	5	\$ 5,35	\$ 26,75
Escurridor agua	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Espátula	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Estropajo fibra	5	\$ 0,56	\$ 2,80
Estropajo lana de acero	10	\$ 0,67	\$ 6,70
Estropajo	50	\$ 0,67	\$ 33,50
Franela	20	\$ 0,88	\$ 17,60
Fundas medianas	500	\$ 0,02	\$ 8,00
Fundas industriales	20	\$ 1,31	\$ 26,20
Gafas claras	8	\$ 1,90	\$ 15,20
Guantes caucho	3	\$ 0,96	\$ 2,88
Guantes lana	20	\$ 0,75	\$ 15,00
Guantes cuero	20	\$ 2,92	\$ 58,40
Guantes pupos	20	\$ 0,70	\$ 14,00
Impermeables	10	\$ 4,00	\$ 40,00
Lija	26	\$ 0,50	\$ 13,00
Lima jardinería	2	\$ 3,54	\$ 7,08
Llave jardinería	1	\$ 0,45	\$ 0,45
Lustra muebles	20	\$ 1,92	\$ 38,40
Machete	2	\$ 2,66	\$ 5,32
Mano de oso	20	\$ 0,75	\$ 15,00
Mapos	20	\$ 5,82	\$ 116,40
Mascarillas	5	\$ 8,00	\$ 40,00
Naftalina	50	\$ 0,83	\$ 41,50

Pantalones	10	\$	10,00	\$	100,00
Paños	50	\$	2,45	\$	122,50
Pato Tanque	50	\$	1,12	\$	56,00
Porta Mapos	7	\$	14,00	\$	98,00
Recogedor	10	\$	1,00	\$	10,00
Sello Rojo	20	\$	0,88	\$	17,60
Señalética	3	\$	6,25	\$	18,75
Tapones Auditivos	30	\$	0,58	\$	17,40
Tijera Jardinería	2	\$	1,54	\$	3,08
Toallas Húmedas	30	\$	1,52	\$	45,60
Trapeador de Jerga	10	\$	1,75	\$	17,50
Trapeador de Algodón	5	\$	2,63	\$	13,15
Zapatos	10	\$	15,00	\$	150,00
Mascarilla con filtro	6	\$	8,96	\$	53,76
Ext. de aspiradora	1	\$	15,00	\$	15,00
TOTAL MATERIALES CONSUMIBLES				\$	2.968,96

Los materiales consumibles fueron calculados con el fin de mantener un stock para los tres primeros meses de operación; después de este tiempo se procederá con compras mensuales y según la demanda existente.

Un resumen de los valores antes mencionados se encuentra en la tabla adjunta.

RESUMEN	Cantidad	Valor Total	Momento de Ejecución	Periodo de Acción Tributaria (Años)
INVERSIONES DEPRECIABLES				
EQUIPOS DE OFICINA Y COMUNICACIONES	1 Glo.	\$ 3.925,00	Inicio	3
MUEBLES Y ENSERES	1 Glo.	\$ 1.480,00	Inicio	5
VEHÍCULOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	1 Glo.	\$ 24.000,00	Inicio	5
MAQUINAS Y EQUIPOS	1 Glo.	\$ 7.662,30	Inicio	5
TOTAL		\$ 37.067,30		
INVERSIÓN AMORTIZABLE				
PUBLICIDAD	1 Glo.	\$ 8.000,00	Inicio	3
CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	1 Glo.	\$ 950,00	Inicio	3
TOTAL		\$ 8.950,00		
INVERSIÓN AGOTABLES				
MATERIALES CONSUMIBLES	1 Glo.	\$ 2.968,96	Inicio	1
TOTAL		\$ 2.968,96		
INVERSIÓN DIFERIBLES				
	1 Glo.	\$ -		
TOTAL		\$ -		
GASTOS PREOPERATIVOS				
ADECUACIONES DEL LOCAL	1 Glo.	\$ 800,00	Inicio	1
ARRANQUE	1 Glo.	\$ 2.300,00	Inicio	1
TOTAL		\$ 3.100,00		
TOTAL DE INVERSIÓN PARA INICIO DEL NEGOCIO	Global	\$ 52.086,26		

El valor de inversión inicial es de \$ 52.086,26, sin considerar el capital de trabajo necesario para el arranque. Este valor será cubierto por:

1. Aporte de \$ 35.000 por parte de los accionistas en montos iguales. (Son tres accionistas esperados)
2. Préstamo bancario por \$ 32.000 a tres años plazo.

5.2. Políticas de Operación

Las políticas de operación serán:

- El promedio de Incremento anual del mercado será del 2,5 % anual según estadística del PIB del sector desde el 2000 hasta el 2005.
- Se debe mantener inventario de material consumible para un tiempo de 30 días (mes corriente).
- El cobro de contratos anuales se realizará en forma mensual tomando el valor total dividido para 12.
- Contratos puntuales de clientes se cobrará contra entrega de obra si el valor de la actividad menor de \$ 500,00.
- Contratos puntuales de clientes mayores de \$ 500,00 se debe solicitar 40 % de anticipo y el 60% del contrato pagado contra entrega de obra.
- La cuenta por cobrar no debe ser mayor al 10% de las ventas.
- Políticas de pago a proveedores debe ser a 15 días
- Política de efectivo será de 30 días, valor que debe cubrir los gastos corrientes como: sueldo, alquiler, servicios básicos, intereses, material consumible.
- Valor de inversión iniciales recuperado en dos años

Inversión de Capital de Trabajo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valor inventario materia prima						
+ Valor inventarios de producto consumible	\$ 1.200,00	\$ 1.500,00	\$ 1.875,00	\$ 2.343,75	\$ 2.929,69	\$ 3.662,11
+ Valor cuenta por cobrar	\$ 3.000,00	\$ 3.750,00	\$ 4.687,50	\$ 5.859,38	\$ 7.324,22	\$ 9.155,27
- Valor de cuentas por pagar	\$ 4.000,00	\$ 5.000,00	\$ 6.250,00	\$ 7.812,50	\$ 9.765,63	\$ 12.207,03
+ Colchón de efectivo	\$ 6.000,00	\$ 7.500,00	\$ 9.375,00	\$ 11.718,75	\$ 14.648,44	\$ 18.310,55
TOTAL REQUERIMIENTO CAPITAL DE TRABAJO	\$ 14.200,00	\$ 17.750,00	\$ 22.187,50	\$ 27.734,38	\$ 34.667,97	\$ 43.334,96
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO						

5.3. Presupuesto de Ingreso

El ingreso de la compañía será realizada por tres mecanismos:

1. Ventas de planes de limpieza y mantenimiento estándares por un año.
2. Venta de servicio de mantenimiento y/o limpieza puntuales.
3. Venta de materiales reciclado obtenidos de las limpiezas.

Nuestro enfoque se basa en una proyección de ventas cien por ciento de planes, con lo cual buscamos un mercado sustentable y fijo en largo tiempo, manteniendo convenios corporativos con constructoras y residenciales. Los ingresos realizados por los ítems 2 y 3 no serán considerados en las proyecciones de ingreso pero si serán parte de los servicios ofrecidos por Bio-Clean, dado que el mercado existe demanda de estos servicios.

Dado nuestra política de ingreso el precio de los planes que saldrán al mercado son:

Precios del Servicio				
Tipos de servicios	Precio \$		Peso	Promedio Ponderado
Plan IDEAL	60,00	*	0,2	12
Plan PERFECTO	100,00	*	0,5	50
Plan COMPLETO	250,00	*	0,2	50
Plan SUPER LIMPIO	450,00	*	0,1	45
* Estos valores no incluyen IVA				157

Teniendo en cuenta los sondeos del mercado se ha realizado una ponderación de venta de cada uno de los planes. El 50% de los planes vendidos es el plan perfecto de un precio de \$ 100,00 mensuales dirigido a mercado de clase media.

La proyección de ventas ha sido considerada la ponderación de venta de los planes y teniendo como objetivo en el primer año cubrir mínimo el 15% del mercado objetivo

(9.142 casas). Los incrementos de las ventas de los siguientes años se la realizaron considerando el crecimiento del sector de limpieza junto con el sector de la construcción con respecto al PIB; que en promedio desde el año 2000 es de 4,0%.

El presupuesto de ingreso cuenta con una cartera por cobrar de no más de 30 días, correspondiente al 10% de las ventas. Se ha considerado el impuesto del caso como parte de la proyección.

5.3.1. Proyecciones de Ventas.

Proyección de Ventas																
	1 mes	2 mes	3 mes	4 mes	5 mes	6 mes	7 mes	8 mes	9 mes	10 mes	11 mes	12 mes	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Volumen estimado de ventas	30	60	100	100	100	100	150	150	150	150	200	200	1.872	1.947	2.083	2.156
Plan IDEAL	6	12	20	20	20	20	30	30	30	30	40	40	374	389	417	431
Precio venta	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 62	\$ 63	\$ 64	\$ 65
VENTAS TOTALES PLAN	\$ 360	\$ 720	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.200	\$ 1.800	\$ 1.800	\$ 1.800	\$ 1.800	\$ 2.400	\$ 2.400	\$ 23.138	\$ 24.464	\$ 26.606	\$ 27.984
Plan PERFECTO	15	30	50	50	50	50	75	75	75	75	100	100	936	973	1.042	1.078
Precio venta	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 101	\$ 102	\$ 103	\$ 104
VENTAS TOTALES PLAN	\$ 1.500	\$ 3.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 94.564	\$ 99.349	\$ 107.377	\$ 112.251
Plan COMPLETO	6	12	20	20	20	20	30	30	30	30	40	40	374	389	417	431
Precio venta	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 258	\$ 259	\$ 260	\$ 261
VENTAS TOTALES PLAN	\$ 1.500	\$ 3.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 7.500	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 96.408	\$ 100.665	\$ 108.141	\$ 112.372
Plan SUPER LIMPIO	3	6	10	10	10	10	15	15	15	15	20	20	187	195	208	216
Precio venta	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 464	\$ 465	\$ 466	\$ 467
VENTAS TOTALES PLAN	\$ 1.350	\$ 2.700	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 6.750	\$ 6.750	\$ 6.750	\$ 6.750	\$ 9.000	\$ 9.000	\$ 86.767	\$ 90.438	\$ 96.984	\$ 100.601
Valor Total de Ventas	\$ 4.710	\$ 9.420	\$ 15.700	\$ 15.700	\$ 15.700	\$ 15.700	\$ 23.550	\$ 23.550	\$ 23.550	\$ 23.550	\$ 31.400	\$ 31.400	\$ 300.877	\$ 314.918	\$ 339.107	\$ 353.208

5.3.2. Proyecciones de Ingreso.

Presupuesto de Ingresos																	
PRODUCTO	1er. trimestre			2do. trimestre			3er. trimestre			4to. trimestre			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1er. mes	2do. mes	3er. mes	4to. mes	5to. mes	6to. mes	7mo. mes	8vo. mes	9no. mes	10mo. mes	11vo. mes	12vo. mes					
Total de Ventas netas contado (sin IVA)	\$ 4.239,00	\$ 8.478,00	\$ 14.130,00	\$ 14.130,00	\$ 14.130,00	\$ 14.130,00	\$ 21.195,00	\$ 21.195,00	\$ 21.195,00	\$ 21.195,00	\$ 28.260,00	\$ 28.260,00	\$ 210.537,00	\$ 270.789,48	\$ 283.425,82	\$ 305.196,71	\$ 317.886,98
Total de Ventas netas a plazo (sin IVA) 10%	\$ 471,00	\$ 942,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 3.140,00	\$ 3.140,00	\$ 23.393,00	\$ 30.087,72	\$ 31.491,76	\$ 33.910,75	\$ 35.320,78
VENTA TOTAL	\$ 4.710,00	\$ 9.420,00	\$ 15.700,00	\$ 15.700,00	\$ 15.700,00	\$ 15.700,00	\$ 23.550,00	\$ 23.550,00	\$ 23.550,00	\$ 23.550,00	\$ 31.400,00	\$ 31.400,00	\$ 233.930,00	\$ 300.877,20	\$ 314.917,57	\$ 339.107,46	\$ 353.207,76
IVA 12%	\$ 565,20	\$ 1.130,40	\$ 1.884,00	\$ 1.884,00	\$ 1.884,00	\$ 1.884,00	\$ 2.826,00	\$ 2.826,00	\$ 2.826,00	\$ 2.826,00	\$ 3.768,00	\$ 3.768,00	\$ 28.071,60	\$ 36.105,26	\$ 37.790,11	\$ 40.692,90	\$ 42.384,93
VENTAS NETAS	\$ 5.275,20	\$ 10.550,40	\$ 17.584,00	\$ 17.584,00	\$ 17.584,00	\$ 17.584,00	\$ 26.376,00	\$ 26.376,00	\$ 26.376,00	\$ 26.376,00	\$ 35.168,00	\$ 35.168,00	\$ 262.001,60	\$ 336.982,46	\$ 352.707,68	\$ 379.800,36	\$ 395.592,69
RECUPERACIÓN DE CARTERA	\$ -	\$ 471,00	\$ 942,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 3.140,00	\$ 20.253,00	\$ 30.087,72	\$ 31.491,76	\$ 33.910,75	\$ 35.320,78
TOTAL INGRESOS EFECTIVOS	\$ 4.239,00	\$ 8.949,00	\$ 15.072,00	\$ 15.700,00	\$ 15.700,00	\$ 15.700,00	\$ 22.765,00	\$ 23.550,00	\$ 23.550,00	\$ 23.550,00	\$ 30.615,00	\$ 31.400,00	\$ 230.790,00	\$ 270.789,48	\$ 283.425,82	\$ 305.196,71	\$ 317.886,98
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ 471,00	\$ 942,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 1.570,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 2.355,00	\$ 3.140,00	\$ 3.140,00	\$ 2.607,31	\$ 2.624,31	\$ 2.825,90	\$ 2.943,40

5.4. Presupuesto de Consumibles.

Presupuesto de Materia Prima, Servicios e Insumos																
PRODUCTO	1er. trimestre			2do. trimestre			3er. trimestre			4to. trimestre			Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1er. mes	2do. mes	3er. mes	4to. mes	5to. mes	6to. mes	7mo. mes	8vo. mes	9no. mes	10mo. mes	11vo. mes	12vo. mes				
Total de compra de insumos (sin IVA)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.297,00	\$ 3.297,00	\$ 3.297,00	\$ 4.945,50	\$ 4.945,50	\$ 4.945,50	\$ 4.945,50	\$ 6.594,00	\$ 6.594,00	\$ 63.164,21	\$ 66.132,69	\$ 71.212,57	\$ 72.442,91
Descuentos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 247,28	\$ 247,28	\$ 247,28	\$ 247,28	\$ 329,70	\$ 329,70	\$ 4.422,89	\$ 4.629,29	\$ 4.984,88	\$ 5.071,00
TOTAL DE COMPRAS (sin IVA)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.297,00	\$ 3.297,00	\$ 3.297,00	\$ 4.698,23	\$ 4.698,23	\$ 4.698,23	\$ 4.698,23	\$ 6.264,30	\$ 6.264,30	\$ 58.761,32	\$ 61.503,40	\$ 66.227,69	\$ 67.371,91
COMPRAS DE CONTADO (75%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.472,75	\$ 2.472,75	\$ 2.472,75	\$ 3.523,67	\$ 3.523,67	\$ 3.523,67	\$ 3.523,67	\$ 4.698,23	\$ 4.698,23	\$ 44.070,99	\$ 46.127,55	\$ 49.670,77	\$ 50.528,93
COMPRAS A CREDITO (25%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 824,25	\$ 824,25	\$ 824,25	\$ 1.174,56	\$ 1.174,56	\$ 1.174,56	\$ 1.174,56	\$ 1.566,08	\$ 1.566,08	\$ 14.690,33	\$ 15.375,85	\$ 16.556,92	\$ 16.842,98
CUENTAS POR PAGAR (15 DIAS)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 824,25	\$ 824,25	\$ 824,25	\$ 1.174,56	\$ 1.174,56	\$ 1.174,56	\$ 1.174,56	\$ 1.566,08	\$ 1.566,08	\$ 14.690,33	\$ 15.375,85	\$ 16.556,92	\$ 16.842,98
VALOR A PAGAR AL MES (sin IVA)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.297,00	\$ 3.297,00	\$ 3.297,00	\$ 4.698,23	\$ 4.698,23	\$ 4.698,23	\$ 4.698,23	\$ 6.264,30	\$ 6.264,30	\$ 58.761,32	\$ 61.503,40	\$ 66.227,69	\$ 67.371,91
IVA (12%)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 395,64	\$ 395,64	\$ 395,64	\$ 563,79	\$ 563,79	\$ 563,79	\$ 563,79	\$ 751,72	\$ 751,72	\$ 7.051,36	\$ 7.380,41	\$ 7.947,32	\$ 8.084,63
VALOR A PAGAR AL MES (sin IVA)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.692,64	\$ 3.692,64	\$ 3.692,64	\$ 5.262,01	\$ 5.262,01	\$ 5.262,01	\$ 5.262,01	\$ 7.016,02	\$ 7.016,02	\$ 65.812,68	\$ 68.883,81	\$ 74.175,01	\$ 75.456,54

Para la proyecciones de consumibles se ha tomado en consideración que los tres primeros meses no se comprará material ya que ese inventario fue adquirido por medio del valor de inversión inicial y calculado para una operación de tres meses. A partir del cuarto mes se realizarán compras mensuales en virtud de la demanda del mercado.

El valor del consumible es calculado tomando en cuenta la venta del mes, dado que dentro de los planes el material corresponde al 30% del valor del plan.

5.5. Presupuesto de Personal.

La política de personal se considera que la mano de obra ejecutora será contratada como servicios prestados y la cantidad de personas requeridas será de acuerdo a los planes anuales existentes. Su costo es considerado dentro de cada plan y cubierto 100% dentro del mismo.

El listado presentado es del personal que serán propios de la compañía, los cuales tiene como principal actividad la administración, control y monitoreo de las actividades de la compañía.

Durante el primer año se considera arrancar con 5 personas:

Ítem	Personal
1	Gerente General
2	Asesor y promotor de servicio
3	Asistente administrativa financiera
4	Jefe de brigadista mantenimiento
5	Brigadistas

A finales del primer año se contará con 7 personas al incrementar dos brigadistas más que serán los encargados de supervisar las actividades en campo. En el transcurso de los tres años de proyección contaremos con 9 personas, con los cuales se proyecta cubrir el incremento de la demanda.

Ítem	Personas
1	Gerente General
2	Gerente de Logística
3	Asesor y promotor de servicio
4	Asistente On-Call
5	Asistente administrativa financiera
6	Jefe de brigadista mantenimiento
7	Brigadistas
8	Brigadistas
9	Brigadistas

Los valores de los salarios y beneficios son considerando valores del mercado y leyes actuales, estos valores pueden modificarse por leyes futuras.

Con lo que respecta a accionistas, los mismos mantendrán un comité donde que será conformado por medio de los accionistas del momento y el Gerente General de la compañía. Juntos en el comité se tomará decisiones estratégicas y tendrá el poder de elegir por medio de votación al Gerente General.

El pago de los accionistas se realizará por medio de la política de pagos de dividendos (Ver Estado de Resultado).

La tabla adjunta incorpora los gastos de personal dentro del periodo de proyección, considerando los beneficios de ley actuales:

Presupuesto gastos de personal																	
Concepto	1er. trimestre			2do. trimestre			3er. trimestre			4to. trimestre			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1er. mes	2do. mes	3er. mes	4to. mes	5to. mes	6to. mes	7mo. mes	8vo. mes	9no. mes	10mo. mes	11vo. mes	12vo. mes					
SALARIO BASICO	2190,00	2190,00	2190,00	2190,00	2190,00	2410,00	2410,00	2410,00	2410,00	2630,00	2630,00	2630,00	34944,00	39595,20	41574,96	43357,05	45524,90
DECIMO TERCERO	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	197,78	4193,28	4751,42	4999,00	5202,85	5462,99
DECIMO CUARTO	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	81,67	1400,00	1400,00	1400,00	1400,00	1400,00
TRANSPORTE													0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VACACIONES	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89	98,89
ISS PATRONAL (11,15)	244,19	244,19	244,19	244,19	244,19	268,72	268,72	268,72	268,72	293,25	293,25	293,25	3175,52	3397,81	3635,65	3890,15	4162,46
TOTAL	\$ 2.812,52	\$ 2.812,52	\$ 2.812,52	\$ 2.812,52	\$ 2.812,52	\$ 3.057,05	\$ 3.057,05	\$ 3.057,05	\$ 3.057,05	\$ 3.301,58	\$ 3.301,58	\$ 3.301,58	\$ 36.195,52	\$ 38.729,21	\$ 41.440,25	\$ 44.341,07	\$ 47.444,94

El incremento anual del salario es considerando los promedios de incrementos en años anterior, con lo cual se cubre el valor de la inflación anual.

Esta proyección puede cambiar por causas de reglamentos futuros.

5.6. *Presupuesto de Otros Gastos.*

Dentro de nuestra proyección de gastos se ha considerado todos los gastos en que podamos incurrir para la operación de la empresa, impuestos a pagar, gastos financieros, gastos de publicidad y seguros. Adjuntamos las listas de los rubros considerados:

- *Asesor Contable*
- *Gastos De Transporte*
- *Gastos De Papelería*
- *Gastos Administrativos*
- *Préstamo De Arranque*
- *Arriendo*
- *Comunicaciones*
- *Servicios Básicos*
- *Impuestos Locales*
- *Impuesto 1 X Mil*
- *Bomberos*
- *Cámara de Comercio de Guayaquil*
- *Depreciación Equipos*
- *Amortización*
- *Gastos De Renovación Y Matriculas*
- *Gastos De Aseo Y Vigilancia*
- *Capacitación De Personal*
- *Gasto De Reparación*
- *Gasto De Ventas*
- *Propaganda Y Promociones*
- *Seguros De Ventas (Pólizas)*

Esto nos permitirá operar sin dificultad cada año y considerar los aspectos de mantenimiento de publicidad y de operación.

Presupuesto de Gastos

Concepto	Presupuesto de Otros Gastos												Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1er. trimestre			2do. trimestre			3er. trimestre			4to. trimestre							
	1er. mes	2do. mes	3er. mes	4to. mes	5to. mes	6to. mes	7mo. mes	8vo. mes	9no. mes	10mo. mes	11vo. mes	12vo. mes					
GASTOS OPERACIONALES																	
ASESOR CONTABLE	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.520,00	\$ 2.646,00	\$ 2.778,30	\$ 2.917,22	\$ 3.063,08
GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 3.240,00	\$ 3.402,00	\$ 3.402,00	\$ 3.572,10	\$ 3.572,10
GASTOS DE PAPELERIA	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 630,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 661,50	\$ 694,58
GASTOS ADMINISTRATIVOS																	
PRESTAMO DE ARRANQUE	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 1.115,41	\$ 13.384,92	\$ 13.384,92	\$ -	\$ -	\$ -
ARRIENDO	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.600,00	\$ 13.230,00
COMUNICACIONES	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00	\$ 1.260,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1.980,00	\$ 2.079,00	\$ 2.182,95	\$ 2.282,10	\$ 2.406,70
IMPUESTOS LOCALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300,00	\$ 330,00	\$ 363,00	\$ 399,30	\$ 439,23
IMPUESTO 1 X MIL	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 0,15	\$ 2,25	\$ 2,81	\$ 3,52	\$ 3,87	\$ 4,25
BOMBEROS	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 75,00	\$ 93,75	\$ 117,19	\$ 128,91	\$ 141,80
CCG	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 120,00	\$ 132,00	\$ 132,00	\$ 145,20	\$ 145,20
DEPRECIACIÓN EQUIPOS	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 661,40	\$ 7.936,79	\$ 7.936,79	\$ 6.628,46	\$ -	\$ -
AMORTIZACIÓN	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 248,61	\$ 2.963,33	\$ 2.963,33	\$ 2.963,33	\$ -	\$ -
GASTOS DE RENOVACION Y MATRICULAS													\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
GASTOS DE ASEO Y VIGILANCIA	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52	\$ 3.828,84
CAPACITACIÓN DE PERSONAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 517,50	\$ 569,25	\$ 569,25	\$ 626,18	\$ 626,18
GASTO DE REPARACION	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 660,00	\$ 660,00	\$ 726,00	\$ 726,00
GASTO DE VENTAS													\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PROPAGANDA Y PROMOCIONES	\$ 94,20	\$ 188,40	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 314,00	\$ 471,00	\$ 471,00	\$ 471,00	\$ 471,00	\$ 471,00	\$ 628,00	\$ 6.054,42	\$ 6.338,71	\$ 6.633,00	\$ 7.337,54	\$ 8.499,50
SEGUROS DE VENTAS (Pólizas)	\$ 23,55	\$ 47,10	\$ 78,50	\$ 78,50	\$ 78,50	\$ 78,50	\$ 117,75	\$ 117,75	\$ 117,75	\$ 117,75	\$ 157,00	\$ 157,00	\$ 1.513,61	\$ 1.584,18	\$ 1.733,25	\$ 1.834,39	\$ 2.122,37
TOTAL	\$ 4.396,32	\$ 4.326,07	\$ 4.483,07	\$ 4.483,07	\$ 4.483,07	\$ 4.483,07	\$ 4.794,32	\$ 4.794,32	\$ 4.794,32	\$ 4.794,32	\$ 4.999,07	\$ 5.299,07	\$ 66.297,82	\$ 68.371,24	\$ 68.516,82	\$ 76.159,80	\$ 82.748,82

Las proyecciones se lo han realizado por medio de un análisis de cada cuenta por individual, revisando su comportamiento de acuerdo con el incremento de venta y realizando incrementos según el análisis.

5.7. Depreciación.

Con lo que respecta a la depreciación se ha realizado cálculo de depreciación anual, dado que se realiza compra de activos fijos, lo cual va de la mano con el incremento de la demanda, a mayor cantidad de hogares atendido necesitamos más equipos para poderlos cubrir, esto nos permitirá realizar varios equipos de trabajo a la vez.

El cálculo de la depreciación en el primer año de operación es:

Activos del Año 1	Valor Total	Periodo de Acción Tributaria (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
INVERSIONES DEPRECIABLES					
EQUIPOS DE OFICINA Y COMUNICACIONES	3.925	-	1.308	-	3.925
		1	1.308	1.308	2.617
		2	1.308	2.617	1.308
		3	-	3.925	-
MUEBLES Y ENSERES	1.480	-	296	-	1.480
		1	296	296	1.184
		2	296	592	888
		3	296	888	592
VEHÍCULOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	24.000	-	4.800	-	24.000
		1	4.800	4.800	19.200
		2	4.800	9.600	14.400
		3	4.800	14.400	9.600
MAQUINAS Y EQUIPOS	7.662	-	1.532	-	7.662
		1	1.532	1.532	6.130
		2	1.532	3.065	4.597
		3	1.532	4.597	3.065

La amortización calculada del mismo año es:

Amortización Año 1	Valor Total	Periodo de Acción Tributaria (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
PUBLICIDAD	8.000	3			
CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD	950	3			
TOTAL	8.950	-	2.983	-	8.950
		1	2.983	2.983	5.967
		2	2.983	5.967	2.983
		3	-	8.950	-

En el transcurso de los siguientes años se realizará compra de activos para la operación adecuada, lo cual lo analizamos a continuación:

AÑO 2	Valor Total	Periodo de Acción Tributaria (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
GASTOS DE NUEVOS EQUIPOS Y MATERIALES	-	1	-	-	-
		2	-	-	-
		3	-	-	-
		4	-	-	-
		5	-	-	-
GASTOS DE NUEVO EQUIPOS DE OFICINA	2.200	1	733	-	2.200
		2	733	733	1.467
		3	733	1.467	733
		4	-	-	2.200
		5	-	-	-

AÑO 3	Valor Total	Periodo de Acción Tributaria (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
GASTOS DE NUEVOS EQUIPOS Y MATERIALES	-	2	-	-	-
		3	-	-	-
		4	-	-	-
		5	-	-	-
		6	-	-	-
GASTOS DE NUEVO EQUIPOS DE OFICINA	-	2	-	-	-
		3	-	-	-
		4	-	-	-
		5	-	-	-
		6	-	-	-

AÑO 4	Valor Total	Periodo de Acción Tributaria (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
GASTOS DE NUEVOS EQUIPOS Y MATERIALES	6.933	3	1.387	-	6.933
		4	1.387	1.387	5.546
		5	1.387	2.773	4.160
		6	1.387	4.160	2.773
		7	1.387	5.546	1.387
		8		6.933	-
GASTOS DE NUEVO EQUIPOS DE OFICINA	-	3	-	-	-
		4	-	-	-
		5	-	-	-
		6	-	-	-
		7	-	-	-
		8	-	-	-

AÑO 5	Valor Total	Período de Acción Tributaria (Años)	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBRO
GASTOS DE NUEVOS EQUIPOS Y MATERIALES	-	4	-	-	-
		5	-	-	-
		6	-	-	-
		7	-	-	-
		8	-	-	-
		9	-	-	-
GASTOS DE NUEVO EQUIPOS DE OFICINA	2.000	4	667	-	-
		5	667	667	1.333
		6	667	1.333	667
		7		2.000	-
		8			
		9			

Realizando las sumatorias por cada año obtenemos la siguiente tabla de deducciones tributarias.

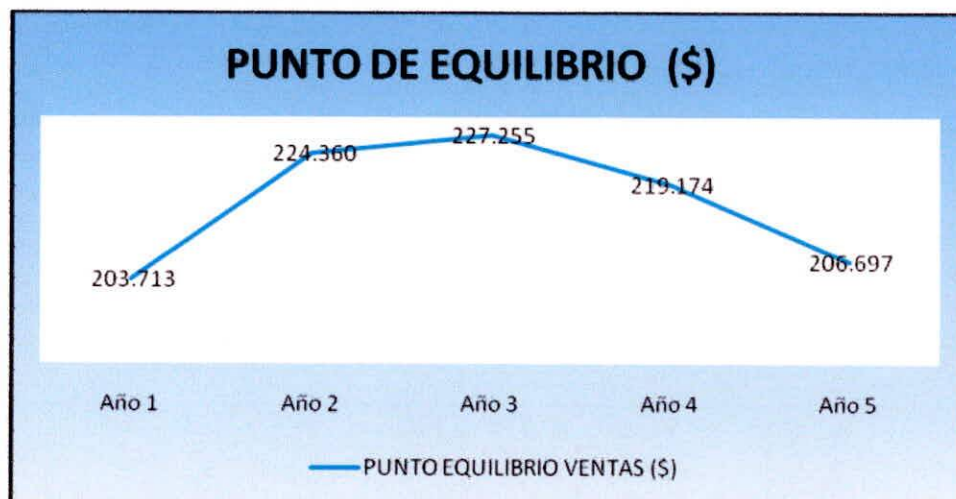
DEDUCCIONES TRIBUTARIAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEPRECIACION					
Valor de activos (equipos y maquinarias)	\$ 31.662,30	\$ 31.662,30	\$ 31.662,30	\$ 38.595,30	\$ 38.595,30
Depreciación de Equipos	\$ 6.332,46	\$ 6.332,46	\$ 6.332,46	\$ 7.719,06	\$ 7.719,06
Valor de equipos de oficinas	\$ 5.405,00	\$ 7.605,00	\$ 7.605,00	\$ 7.605,00	\$ 9.605,00
Depreciación de equipos de oficina	\$ 1.604,33	\$ 2.337,67	\$ 2.337,67	\$ 1.029,33	\$ 962,67
AMORTIZACION	\$ 2.983,33	\$ 2.983,33	\$ 2.983,33	\$ -	\$ -
AGOTAMIENTO	\$ 2.968,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEDUCCIONES DIFERIDAS	-	-	-	-	-
TOTAL DEDUCCIONES TRIBUTARIAS	\$ 13.889,09	\$ 11.653,46	\$ 11.653,46	\$ 8.748,39	\$ 8.681,73

5.7. Análisis de Costos

Análisis de costos																	
	1er. trimestre			2do. trimestre			3er. trimestre			4to. trimestre			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	1er. mes	2do. mes	3er. mes	4to. mes	5to. mes	6to. mes	7mo. mes	8vo. mes	9no. mes	10mo. mes	11vo. mes	12vo. mes					
COSTOS FIJOS																	
ASESOR CONTABLE	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2,400	\$ 2,520	\$ 2,648	\$ 2,776	\$ 2,917
GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 3,240	\$ 3,240	\$ 3,402	\$ 3,402	\$ 3,572
GASTOS DE PAPELERÍA	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 600	\$ 630	\$ 630	\$ 662	\$ 662
GASTOS ADMINISTRATIVOS													\$ -				
PRESTAMO DE ARRANQUE	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 1,115	\$ 13,385	\$ 13,385	\$ 13,385	\$ -	\$ -
ARRIENDO	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 1,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,000	\$ 12,600	\$ 12,600
COMUNICACIONES	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 80	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 120	\$ 1,200	\$ 1,260	\$ 1,260	\$ 1,260	\$ 1,260
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 1,800	\$ 1,980	\$ 2,079	\$ 2,183	\$ 2,292
IMPUESTOS LOCALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300	\$ 300	\$ 330	\$ 369	\$ 399
IMPUESTO 1 X MIL	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2	\$ 2	\$ 3	\$ 4	\$ 4
BOMBEROS	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 60	\$ 75	\$ 84	\$ 117	\$ 126
CCG	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 120	\$ 120	\$ 132	\$ 132	\$ 145
GASTOS DE RENOVACION Y MATRICULAS													\$ -				
GASTOS DE NUEVOS EQUIPOS Y MATERIALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6,933	\$ -
GASTOS DE NUEVO EQUIPOS DE OFICINA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,200	\$ -	\$ -	\$ 2,000
GASTOS DE ASEO Y VIGILANCIA	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 3,000	\$ 3,150	\$ 3,308	\$ 3,473	\$ 3,647
GASTO DE REPARACION	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 600	\$ 600	\$ 660	\$ 660	\$ 726
MANO DE OBRA	\$ 2,813	\$ 2,813	\$ 2,813	\$ 2,813	\$ 2,813	\$ 3,057	\$ 3,057	\$ 3,057	\$ 3,057	\$ 3,302	\$ 3,302	\$ 3,302	\$ 36,196	\$ 36,196	\$ 38,729	\$ 41,440	\$ 44,341
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 5,993	\$ 5,993	\$ 5,993	\$ 5,993	\$ 5,993	\$ 6,238	\$ 6,278	\$ 6,278	\$ 6,278	\$ 6,522	\$ 6,522	\$ 6,522	\$ 74,902	\$ 77,686	\$ 78,660	\$ 78,043	\$ 74,984
COSTOS VARIABLES																	
MATERIALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3,693	\$ 3,693	\$ 3,693	\$ 5,262	\$ 5,262	\$ 5,262	\$ 5,262	\$ 7,016	\$ 7,016	\$ 46,158	\$ 66,216	\$ 69,303	\$ 75,625	\$ 78,377
GASTO DE MANO DE OBRA (TERCEROS)	\$ 1,684	\$ 3,768	\$ 6,280	\$ 6,280	\$ 6,280	\$ 6,280	\$ 9,420	\$ 9,420	\$ 9,420	\$ 9,420	\$ 12,560	\$ 12,560	\$ 93,572	\$ 121,086	\$ 126,734	\$ 138,660	\$ 143,062
GASTO PUBLICIDAD	\$ 94	\$ 188	\$ 314	\$ 314	\$ 314	\$ 314	\$ 471	\$ 471	\$ 471	\$ 471	\$ 628	\$ 628	\$ 4,679	\$ 6,054	\$ 6,337	\$ 6,933	\$ 7,338
COMISIONES	\$ 47	\$ 94	\$ 157	\$ 157	\$ 157	\$ 157	\$ 236	\$ 236	\$ 236	\$ 236	\$ 314	\$ 314	\$ 2,339	\$ 3,027	\$ 3,168	\$ 3,467	\$ 3,666
SEGUROS DE VENTAS (Pólizas)	\$ 24	\$ 47	\$ 79	\$ 79	\$ 79	\$ 79	\$ 118	\$ 118	\$ 118	\$ 118	\$ 157	\$ 157	\$ 1,170	\$ 1,514	\$ 1,584	\$ 1,733	\$ 1,834
TOTAL COSTOS VARIABLES	\$ 1,978	\$ 3,956	\$ 6,594	\$ 10,267	\$ 10,267	\$ 10,267	\$ 15,153	\$ 15,153	\$ 15,153	\$ 15,153	\$ 20,204	\$ 20,204	\$ 147,918	\$ 197,900	\$ 207,127	\$ 228,618	\$ 234,296
NÚMERO DE CLIENTES	\$ 30	\$ 60	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 100	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 150	\$ 200	\$ 200		\$ 1,872	\$ 1,947	\$ 2,083	\$ 2,156
COSTO PROMEDIO CLIENTES	\$ 200	\$ 100	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 62	\$ 42	\$ 42	\$ 42	\$ 43	\$ 33	\$ 34		\$ 41	\$ 40	\$ 37	\$ 35
COSTO VAR. UNIT. CLIENTE \$	\$ 66	\$ 66	\$ 66	\$ 103	\$ 103	\$ 103	\$ 101	\$ 101	\$ 101	\$ 101	\$ 101	\$ 101		\$ 106	\$ 106	\$ 109	\$ 106
PRECIO PROMEDIO UNITARIO (SIN IVA)	\$ 319	\$ 199	\$ 151	\$ 195	\$ 195	\$ 198	\$ 171	\$ 171	\$ 171	\$ 173	\$ 180	\$ 162		\$ 177	\$ 178	\$ 174	\$ 172
MARGEN UNITARIO PROMEDIO	\$ 53	\$ 33	\$ 25	\$ 33	\$ 33	\$ 33	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 27	\$ 27		\$ 29	\$ 29	\$ 29	\$ 29
PUNTO EQUILIBRIO VENTAS	\$ 10,333	\$ 10,333	\$ 10,333	\$ 17,381	\$ 17,381	\$ 18,091	\$ 17,606	\$ 17,606	\$ 17,606	\$ 18,292	\$ 18,292	\$ 19,133	\$ 203,713	\$ 224,360	\$ 227,255	\$ 219,610	\$ 206,697
NUMEROS DE CONTRATOS (Valor promedio)	66	66	66	111	111	115	112	112	112	117	117	122	108	119	121	117	110

Tomando en consideración todos los costos antes mencionados hemos obtenidos nuestro punto de equilibrio el cuál varía a menudo que los gastos fijos son variados, lo cual corresponde a las decisiones estratégicas para captar más mercado.

Nuestro punto de equilibrio del primer trimestre es de \$ 10.333, correspondiente a 66 contratos hasta llegar a fin de año a un punto de equilibrio de casi \$ 20.000 por lo cual se debe tener alrededor de 122 contratos.



El objetivo de la gerencia es llegar lo más pronto posible al punto de equilibrio indicado con el fin de cubrir con los gastos cada mes.

5.8. Estados Financieros.

5.8.1. Flujo de Caja.

Flujo de caja																		
	Año 0	1er. trimestre			2do. trimestre			3er. trimestre			4to. trimestre			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		1er. mes	2do. mes	3er. mes	4to. mes	5to. mes	6to. mes	7mo. mes	8vo. mes	9no. mes	10mo. mes	11vo. mes	12vo. mes					
CAJA INICIAL	\$ 32.000	\$ 14.914	\$ 11.111	\$ 10.440	\$ 13.631	\$ 14.386	\$ 15.141	\$ 15.651	\$ 18.202	\$ 22.324	\$ 26.445	\$ 30.321	\$ 36.094	\$ 20.983	\$ 37.732	\$ 51.695	\$ 84.291	\$ 88.327
VENTA CONTADO		\$ 4.239	\$ 8.949	\$ 15.072	\$ 15.700	\$ 15.700	\$ 15.700	\$ 22.765	\$ 23.550	\$ 23.550	\$ 23.550	\$ 30.615	\$ 31.400	\$ 230.790	\$ 272.449	\$ 285.152	\$ 311.985	\$ 330.189
VENTA CREDITO		\$ -	\$ 471	\$ 942	\$ 1.570	\$ 1.570	\$ 1.570	\$ 1.570	\$ 2.355	\$ 2.355	\$ 2.355	\$ 2.355	\$ 3.140	\$ 20.253	\$ 27.749	\$ 29.043	\$ 31.776	\$ 33.630
TOTAL DISPONIBLE	\$ 32.000	\$ 19.153	\$ 20.531	\$ 26.454	\$ 30.901	\$ 31.656	\$ 32.411	\$ 39.986	\$ 44.107	\$ 48.229	\$ 52.350	\$ 53.291	\$ 70.634	\$ 272.026	\$ 337.930	\$ 366.890	\$ 408.052	\$ 460.147
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	\$ 31.562	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 6.933	\$ -
GASTOS DE MATERIALES	\$ 2.969	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.693	\$ 3.693	\$ 3.693	\$ 5.262	\$ 5.262	\$ 5.262	\$ 5.262	\$ 7.016	\$ 7.016	\$ 49.127	\$ 66.216	\$ 69.303	\$ 75.625	\$ 78.377
MANO DE OBRA	\$ -	\$ 4.697	\$ 6.581	\$ 9.093	\$ 9.093	\$ 9.093	\$ 9.337	\$ 12.477	\$ 12.477	\$ 12.477	\$ 12.722	\$ 15.862	\$ 15.862	\$ 129.768	\$ 157.284	\$ 165.463	\$ 180.100	\$ 187.423
GASTO FINANCIERO	\$ -	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 1.115	\$ 13.385	\$ 13.385	\$ 13.385	\$ -	\$ -
GASTOS DE OPERACION																		
Ariendo	\$ 3.100	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 15.100	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.600	\$ 12.600
Servicios básicos y comunicación	\$ -	\$ 230	\$ 230	\$ 230	\$ 230	\$ 230	\$ 230	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 3.000	\$ 3.240	\$ 3.339	\$ 3.443	\$ 3.552
Gasto de Aseo y Vigilancia	\$ -	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 3.000	\$ 3.150	\$ 3.308	\$ 3.473	\$ 3.647
Gasto de Reparación	\$ -	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 600	\$ 600	\$ 660	\$ 660	\$ 726
GASTOS DE ADMIN Y VENTA																		
Equipos de Oficinas	\$ 5.405	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.405	\$ 2.200	\$ -	\$ -	\$ 2.000
Gastos publicidad	\$ 6.000	\$ 94	\$ 188	\$ 314	\$ 314	\$ 314	\$ 314	\$ 471	\$ 471	\$ 471	\$ 471	\$ 628	\$ 628	\$ 4.679	\$ 6.054	\$ 6.337	\$ 6.933	\$ 7.336
Asesor contable	\$ -	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 2.400	\$ 2.520	\$ 2.646	\$ 2.776	\$ 2.917
Gastos transporte	\$ -	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 270	\$ 3.240	\$ 3.240	\$ 3.402	\$ 3.402	\$ 3.572
Gastos papelería	\$ -	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 600	\$ 630	\$ 630	\$ 662	\$ 662
Comisiones	\$ -	\$ 47	\$ 94	\$ 157	\$ 157	\$ 157	\$ 157	\$ 236	\$ 236	\$ 236	\$ 236	\$ 314	\$ 314	\$ 2.339	\$ 3.027	\$ 3.168	\$ 3.467	\$ 3.669
Seguro de Ventas (Pólizas)	\$ -	\$ 24	\$ 47	\$ 79	\$ 79	\$ 79	\$ 79	\$ 118	\$ 118	\$ 118	\$ 118	\$ 157	\$ 157	\$ 1.170	\$ 1.514	\$ 1.584	\$ 1.733	\$ 1.834
PAGO DE IMPUESTOS														\$ -				
Constitución de la Sociedad	\$ 950	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Impuestos Locales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 300	\$ 300	\$ 330	\$ 363	\$ 399	\$ 399
Impuestos Ixm	\$ -	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 2	\$ 2	\$ 3	\$ 4	\$ 4
Bombero	\$ -	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 60	\$ 75	\$ 94	\$ 117	\$ 129
CCG	\$ -	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 120	\$ 120	\$ 132	\$ 132	\$ 145
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.803	\$ 5.637	\$ 6.809	\$ 8.348
TOTAL EGRESO	\$ 52.088	\$ 8.042	\$ 10.091	\$ 12.823	\$ 16.515	\$ 16.515	\$ 16.780	\$ 21.784	\$ 21.784	\$ 21.784	\$ 22.028	\$ 27.197	\$ 27.497	\$ 234.294	\$ 279.390	\$ 291.453	\$ 309.469	\$ 317.341
NETO DISPONIBLE	\$ -20.088	\$ 11.111	\$ 10.440	\$ 13.631	\$ 14.386	\$ 15.141	\$ 15.651	\$ 18.202	\$ 22.324	\$ 26.445	\$ 30.321	\$ 36.094	\$ 43.137	\$ 37.732	\$ 58.540	\$ 74.437	\$ 98.583	\$ 132.806
Aporte de socios	\$ 35.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Excedentes														\$ 6.845	\$ 10.146	\$ 12.256	\$ 15.027	
CAJA FINAL	\$ 14.914	\$ 11.111	\$ 10.440	\$ 13.631	\$ 14.386	\$ 15.141	\$ 15.651	\$ 18.202	\$ 22.324	\$ 26.445	\$ 30.321	\$ 36.094	\$ 43.137	\$ 37.732	\$ 61.695	\$ 84.291	\$ 88.327	\$ 117.779

5.8.2. Estado de Pérdida y Ganancia.

Estado de Pérdida y Ganancia						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS BRUTAS	-	251.043	300.198	314.195	343.761	363.820
GASTOS DE MATERIALES	2.969	49.127	66.216	69.303	75.825	78.377
MANO DE OBRA	-	129.768	157.284	165.463	180.100	187.423
GASTOS DE OPERACION	3.100	21.700	18.990	19.307	20.176	20.525
GASTOS DE IMPUESTOS Y TASAS	950	482	527	592	652	677
GASTOS DE DEPRECIACION	-	7.937	8.670	8.670	8.748	8.682
GASTO DE AMORTIZACION	AMORTIZACION	2.983	2.983	2.983	-	-
TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS	7.019	209.013	251.687	263.335	285.501	295.683
UTILIDAD OPERATIVA	-7.019	42.030	48.511	50.860	58.260	68.136
MARGEN OPERATIVO		16,7%	16,2%	16,2%	16,9%	18,7%
GASTOS DE ADMIN Y VENTA	13.405	19.833	19.185	17.767	18.975	21.992
UTILIDAD ADMIN Y VENTA	-20.424	22.197	29.326	33.093	39.285	46.145
MARGEN ADMIN Y VENTA		8,8%	9,8%	10,5%	11,4%	12,7%
GASTOS FINANCIEROS (Intereses Pagados)	-	4.302	2.801	1.052	-	-
UTILIDAD FINANCIERA	-20.424	17.896	26.525	32.041	39.285	46.145
MARGEN FINANCIERA		7,1%	8,8%	10,2%	11,4%	12,7%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-20.424	17.896	26.525	32.041	39.285	46.145
Participación de trabajadores (15%)	-	2.684	3.979	4.806	5.893	6.922
Menos: impuestos de renta (25%)	-	3.803	5.637	6.809	8.348	9.806
UTILIDAD NETA	-20.424	11.408	16.910	20.426	25.044	29.417
UTILIDAD NETA (%)		4,5%	5,6%	6,5%	7,3%	8,1%

La política de dividendos que se va a mantener es pagar el 60% de la utilidad neta de cada año a los accionistas y el 40% es recapitalizado con el objetivo de mejorar y ampliar la capacidad instalada y así aumentar la participación en el mercado y las calidad del servicio prestado.

Se debe verificar el funcionamiento de la parte operativa dado que ese es el mayor rubro que afecta a la utilidad de la empresa.

5.8.3. Balance General.

Balance general						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y bancos	20.982,70	37.731,95	51.695,13	64.290,97	86.327,49	117.779,12
Cuentas por cobrar		3.140,00	2.522,68	2.640,29	2.888,75	3.057,31
Otros Activos		2.420,53	3.060,48	4.896,06	1.525,84	-4.940,74
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	20.982,70	43.292,48	57.278,29	71.827,31	90.742,08	115.895,69
ACTIVO FIJO						
Maquinaria y equipo	31.662,30	31.662,30	31.662,30	31.662,30	38.595,30	38.595,30
Menos: depreciación acumulada		6.332,46	12.664,92	18.997,38	26.716,44	34.435,50
Equipos de oficina	5.405,00	5.405,00	7.605,00	7.605,00	7.605,00	9.605,00
Menos: depreciación acumulada		1.604,33	3.942,00	6.279,67	7.309,00	8.271,67
Inversión amortizable	8.950,00	8.950,00	8.950,00	8.950,00	8.950,00	8.950,00
Menos: amortización acumulada		2.983,33	5.966,67	8.950,00	8.950,00	8.950,00
Gastos pagados por anticipado						
TOTAL ACTIVOS FIJOS	46.017,30	35.097,17	25.643,71	13.990,25	12.174,86	5.493,13
TOTAL ACTIVOS	67.000,00	78.389,66	82.922,00	85.817,57	102.916,94	121.388,82
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Impuesto por pagar (Renta)		3.802,81	5.636,54	6.808,68	8.348,15	9.805,76
Reparto a Accionistas por pagar		6.845,07	10.145,78	12.255,62	15.026,68	17.650,36
PASIVO no CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	32.000,00	21.333,33	10.666,67	-	-	-
TOTAL PASIVO	32.000,00	31.981,21	26.448,99	19.064,30	23.374,83	27.456,12
PATRIMONIO						
Capital	35.000,00	35.000,00	39.563,38	46.327,23	54.497,64	64.515,43
Utilidades o pérdida del ejercicio anterior		11.408,44	16.909,63	20.426,04	25.044,46	29.417,27
TOTAL PATRIMONIO	35.000,00	46.408,44	56.473,01	66.753,27	79.542,11	93.932,70
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 67.000,00	\$ 78.389,66	\$ 82.922,00	\$ 85.817,57	\$ 102.916,94	\$ 121.388,82

Se mantendrá niveles de flujo de caja considerable con el fin de evitar que la empresa quiebre por falta de liquidez, un aumento progresivo de activos nos permitirá mantener equipos en buenas condiciones lo cuál va de acuerdo con el aumento progresivo de retención de utilidades que nos permitirá mantener el flujo adecuado de efectivo.

Se mantendrá niveles de endeudamiento relativamente bajos y con tendencia a la baja, trabajando con recirculación de nuestra propia utilidad.

6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

6.1. Cálculo de la tasa mínima atractiva de rendimiento (costo del capital)

La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) es la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas para invertir en un proyecto o negocio. De tal modo que los mentalizadores de este proyecto consideramos que una tasa atractiva de rendimiento estaría conformada por:

- La tasa de inflación en el Ecuador proyectada a cinco años: 2.99%
- Más el costo real del dinero, expresado a través de la tasa de interés de los bonos del tesoro de los Estados Unidos de Norteamérica a 30 días: 4.74%

$$2.99\% + 4.74\% + (0.0299 \times 0.0474) = \underline{7.7314\%}$$

A este valor le agregamos una tasa que nosotros consideramos, nos permitiría cubrirnos del riesgo de inversión en nuestra idea de negocio, tomando como referencia el promedio del retorno sobre el patrimonio que poseen las empresas que se dedican a una similar actividad en el mercado estadounidense

- Promedio del retorno sobre el patrimonio (Industry Home Solutions): 17,95%
- $17,95\% - 7.7314\% = \underline{10,22\%}$ —————> Prima de Riesgo para el Proyecto

Por lo tanto, la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento Global que se requiere de este proyecto es 17,95%, la cual será a su vez, la tasa a la cual se van a descontar los flujos de efectivo de nuestro proyecto para la obtención del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Rendimiento.

6.2. Cálculo del valor actual neto del proyecto (VAN) y la tasa interna de retorno del proyecto (TIR).

El **Valor Actual Neto (VAN)** es la cantidad de dinero adicional que va a generar nuestro negocio a las utilidades correspondientes a la aportación del dinero invertido en un período de 5 años.

Para su cálculo se ha considerado el costo de capital exigido por los inversionistas, que es del 17.95%, tal como lo indica la tabla A que muestra el flujo de caja para el proyecto.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés anual acumulada del flujo de efectivo para los cinco siguientes años, tal como aparece en la tabla A.

TABLA A

Estado de Pérdida y Ganancia						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS BRUTAS		251.043	300.198	314.195	343.761	363.820
GASTOS DE MATERIALES	2.969	49.127	66.216	69.303	75.825	78.377
MANO DE OBRA	-	129.768	157.284	165.463	180.100	187.423
GASTOS DE OPERACION	3.100	21.700	18.990	19.307	20.176	20.525
GASTOS DE IMPUESTOS Y TASAS	950	482	527	592	652	677
GASTOS DE DEPRECIACION	-	7.937	8.670	8.670	8.748	8.682
GASTO DE AMORTIZACION	AMORTIZACION	2.983	2.983	2.983	-	-
TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS	7.019	209.013	251.687	263.335	285.501	295.683
UTILIDAD OPERATIVA	-7.019	42.030	48.511	50.860	58.260	68.136
MARGEN OPERATIVO		16.7%	16.2%	16.2%	16.9%	18.7%
GASTOS DE ADMIN Y VENTA	13.405	19.833	19.185	17.767	18.975	21.992
UTILIDAD ADMIN Y VENTA	-20.424	22.197	29.326	33.093	39.285	46.145
MARGEN ADMIN Y VENTA		8.8%	9.8%	10.5%	11.4%	12.7%
GASTOS FINANCIEROS (Intereses Pagados)	-	4.302	2.801	1.052	-	-
UTILIDAD FINANCIERA	-20.424	17.896	26.525	32.041	39.285	46.145
MARGEN FINANCIERA		7.1%	8.8%	10.2%	11.4%	12.7%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-20.424	17.896	26.525	32.041	39.285	46.145
Participación de trabajadores (15%)	-	2.684	3.979	4.806	5.893	6.922
Menos: impuestos de renta (25%)	-	3.803	5.637	6.809	8.348	9.806
UTILIDAD NETA	-20.424	11.408	16.910	20.426	25.044	29.417
UTILIDAD NETA (%)		4.5%	5.6%	6.5%	7.3%	8.1%
REPARTO A LOS ACCIONISTA (60%)	-	6.845	10.146	12.256	15.027	17.650
RECAPITALIAZCIÓN (40%)	-	4.563	6.764	8.170	10.018	11.767
(+) Depreciación y Amortización		13.889.09	11.653.46	11.653.46	8.748.39	8.681.73
Flujo Neto de Efectivo	\$ -67.000	\$ 25.297.53	\$ 28.563.09	\$ 32.079.50	\$ 33.792.86	\$ 38.099.00
Van 17,95%	\$24.312,30					
TIR	34%					

6.3. Análisis de sensibilidad...

Este análisis tiene por objeto determinar qué tan sensible es el rendimiento del proyecto (TIR) ante cambios en determinadas variables del mismo o bajo la presencia de diferentes escenarios.

Las variables que se han considerado para el presente análisis son:

Nivel de Ventas

Análisis de Sensibilidad					
Variación de Ventas (%)	Volumen de Ventas (USD)	Van (USD)	TIR (%)	TMAR (%)	Limite de Rentabilidad
15%	288.699,45	39.248,99	49	17.95	Aceptable
10%	276.147,30	33.497,21	43	17.95	Aceptable
5%	263.595,15	27.745,43	38	17.95	Aceptable
0%	251.043,00	21.993,65	33	17.95	Aceptable
-5%	238.490,85	16.241,87	29	17.95	Aceptable
-10%	225.938,70	10.490,08	25	17.95	Aceptable
-15%	213.386,55	4.738,30	21	17.95	Aceptable
-19.119%	203.046,09	-0,02	17.95	17.95	LIMITE

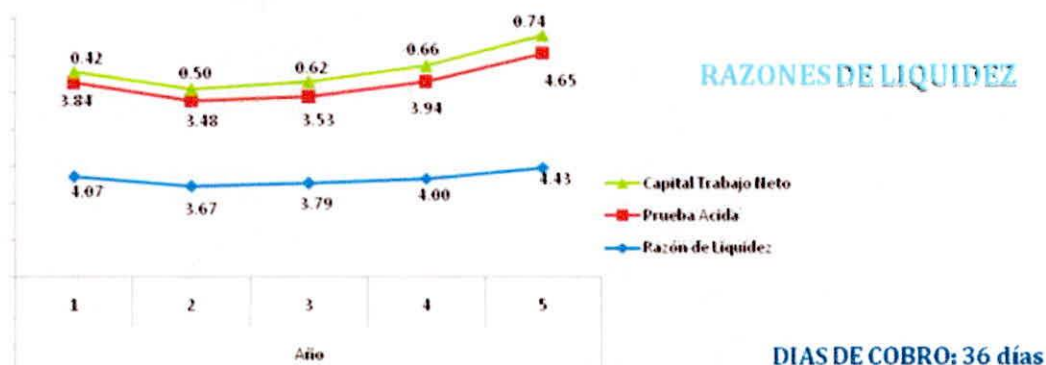
Estos resultados nos indican que las proyecciones de ventas para el primer año podrían sufrir un descenso de hasta un 19.119% y el proyecto seguir siendo rentable, ya que el cálculo del Van demuestra que la TIR alcanza un valor similar al cual fueron descontados los flujos operativos, es decir, un 17.95%

Costos Variables

Análisis de Sensibilidad					
Variación de Costos Variables (%)	Costos Variables (USD)	VAN (USD)	TIR (%)	TMAR (%)	Limite de Rentabilidad
22.964%	257.010,84	-0.41	17.95	17.95	LIMITE
20%	250.815,69	2.838,40	19.65	17.95	Aceptable
5%	219.463,73	17.204,84	29.37	17.95	Aceptable
0%	209.013,07	21.993,65	33,00	17.95	Aceptable
-5%	198.562,42	26.782,46	37.03	17.95	Aceptable
-7%	194.382,16	28.697,98	38.68	17.95	Aceptable
-10%	188.111,77	31.571,27	41.25	17.95	Aceptable

De acuerdo al análisis presentado, podemos apreciar que el proyecto es medianamente sensible ante un incremento en sus costos variables, ya que haría falta un incremento del 22.964% en los mismos para que el negocio empiece a ser no rentable, generando utilidad solamente para cumplir con las exigencias mínimas de los inversionistas.

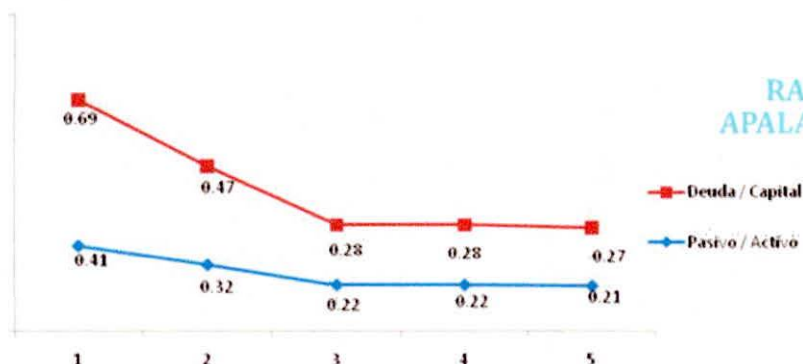
Algunas razones financieras que respaldan los análisis realizados son:



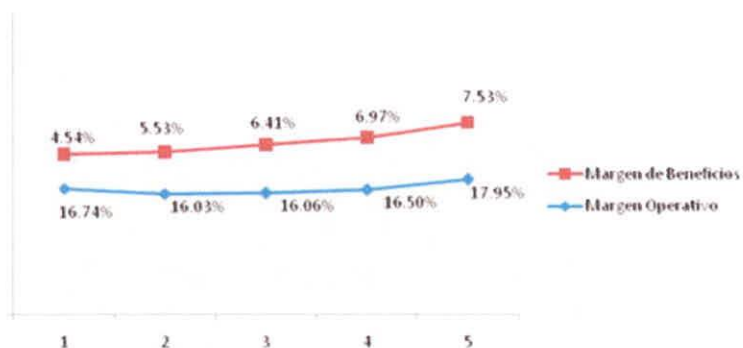
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO



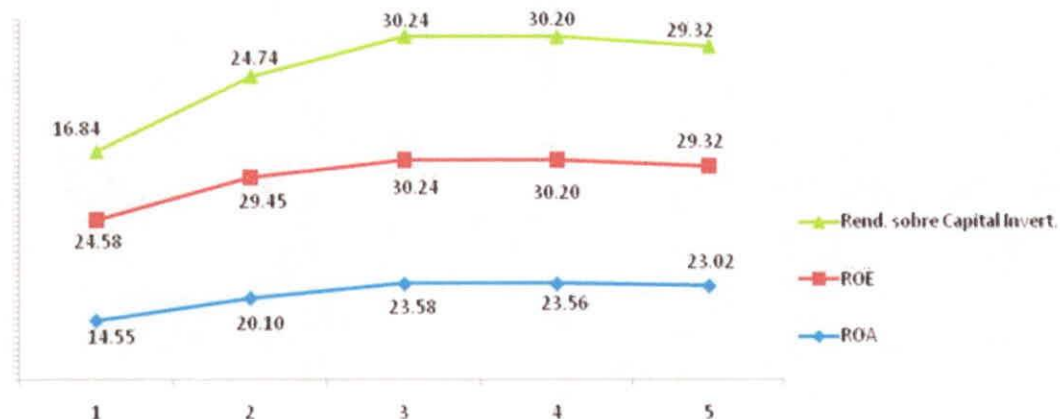
RAZONES DE APALANCAMIENTO



MARGENES



RAZONES DE RENTABILIDAD



7. ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.

7.1. Aspectos Legales

Nuestra idea de negocio se constituirá legalmente como una sociedad anónima, la misma que se financiara con la aportación de sus tres accionistas, siendo estos responsables únicamente por el monto de sus acciones.

La denominación de nuestra empresa será Bio-Clean Sociedad Anónima, la cual de conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, no se confunde con ninguno de los nombres de compañías ya existentes. Bio-Clean S.A. será constituida mediante escritura pública, que se inscribirá en el registro mercantil, previo mandato de la superintendencia de compañías.

Los demás requisitos que exige la Superintendencia de Compañías para la constitución de Bio-Clean S.A. son:

- *Presentación al Superintendente de Compañías de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía.*
- *El capital de \$ 52,086.26 debe suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción.*
- *Para que se tramite la escritura pública de constitución de la empresa, es indispensable realizar el depósito con el monto de la parte pagada del capital en una institución bancaria, debiendo además adjuntarse en los protocolos junto a la escritura de constitución. Cabe resaltar que si la aportación se la realizara en especies (bienes muebles o inmuebles e intangibles), o incluso, en dinero y especies a la vez, será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen.*
- *De acuerdo al artículo 13 de la Ley de Cámaras de Comercio, Bio-Clean S.A. deberá obtener la afiliación a la Cámara de Comercio de Guayaquil.*

El régimen de sociedad anónima establece que el capital autorizado (capital suscrito y pagado), puede incrementarse hasta menos del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías).

La escritura de constitución de la compañía contendrá:

- *Lugar y fecha de celebración del contrato.*
- *Nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales que constituyen la empresa y su voluntad de fundarla.*
- *Objeto social de la empresa debidamente especificado.*
- *Denominación y duración. (Bio-Clean S.A.)*
- *El capital social es de \$ 65,000.00, dividido en 3 (número de participaciones sociales en que se fraccione el capital) participaciones de (aquí el valor de las participaciones, que deberá ser de un dólar o múltiplos de un dólar) \$ 65.00 de valor nominal cada una.*
- *Valor con que cada socio se suscribe, en dinero o especie, y la parte del capital no pagado.*
- *El domicilio de la empresa estará ubicado en Cdla. Atarazana.*
- *Forma de administración y facultades de los administradores.*
- *La organización de la empresa estará estructurada un Gerente General quien administrara y ejecutará el proyecto.*
- *La convocatoria a junta general la efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación.*
- *La junta general se instalará con la concurrencia de más del 50% del capital social y las decisiones se tomarán con la mayoría del capital social concurrente a la reunión.*
- *El presidente será nombrado por la junta general y sus funciones son:*
 - a) *Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;*
 - b) *Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,*

c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

■ El gerente será nombrado por la junta general y sus funciones son:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía.

7.2. Aspectos de Legislación Urbana

Los tramites y permisos para distintos fines relacionados con nuestro negocio ante las autoridades respectivas, son los siguientes:

Municipio de Guayaquil

a) Obtención de tasa de habilitación (por primera vez).

Requisitos

- Tasa única de trámite.
- Solicitud para habilitación locales comerciales, industriales y de servicios.
- Copia de cedula de ciudadanía.
- Copia de RUC.
- Copia del nombramiento del representante legal de la empresa.
- Carta de autorización para la persona que realice el trámite.
- Copia de la patente del año a tramitar.
- Copia de predios urbanos (si no se tuviera copia de los predios se entregara la tasa de trámite de legalización de terrenos o de la hoja original del censo).
- Croquis bien detallado donde está ubicado el negocio.

Requisitos adicionales que se debe presentar:

Nuestra empresa, por su tipo de actividad, se encuentra clasificada en la categoría C dentro de las empresas que ofrecen servicios, por lo que los requisitos adicionales son:

- Certificado de seguridad otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos.
- Autorización si el trámite no se lo realiza personalmente.
- Croquis bien detallado donde está ubicado nuestro local.

b) Permiso de ocupación de la vía pública: letreros y vallas.

Requisitos

- Tasa única de tramite
- Solicitud de ocupación de vía publica
- Copia de cedula o del nombramiento del representante legal de la empresa
- Planos con firma de responsabilidad
- Póliza o garantías en los montos que señala el reglamento

Pasos de Tramite

- Pagar la tasa de tramite en las ventanillas municipales de recaudaciones (Palacio Municipal, planta baja) donde se recibirá la solicitud respectiva
- Llenar la solicitud de forma clara y precisa
- En una carpeta entregar toda la documentación, en las ventanillas 41 y 42 del Palacio Municipal, planta baja
- Regresar en 5 días laborables, para dar continuidad al tramite

c) Auditorías Ambientales.

Requisitos

- Tasa única de tramite
- Copia de la tasa de habilitación municipal de la empresa
- Carta de entrega de la Auditoría Ambiental dirigida al director de medio ambiente y suscrita por el representante de la empresa

Pasos de Trámite

- Pagar la tasa de tramite en las ventanillas municipales de recaudaciones (bloque noroeste 2)
- En una carpeta, adjuntar todos los requisitos y entregarla en la dirección de medio ambiente (10 de Agosto y Malecón, Edificio "Valra", 4to. Piso)
- Regresar en 30 días laborables, para conocer el resultado del trámite.

Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil

Pasos para obtener el certificado de seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos

Este trámite se lo puede realizar en la oficina del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, ubicada en Av. 9 de Octubre #607, en los departamentos de Ingeniería y Proyectos, y prevención de incendios.

Departamento de Ingeniería y Proyectos:

- Tasas de servicio administrativo \$4 (solicitud de registros de edificación)
- Dos juegos de planos arquitectónicos, implantación general y plantas de diferentes niveles con firmas del propietario o representante legal y del responsable técnico.
- Copia de la cedula de identidad del propietario y/o representante legal.
- Copia del RUC de la empresa.
- Dos carpetas plásticas con bincha.
- Cancelación de la tasa de acuerdo a la superficie del proyecto, que en nuestro caso seria de \$14.87 por 75 metros cuadrados de espacio físico del local.
- Solicitud de inspección final de la obra por \$3.

Después de la inspección final y de la aceptación, se obtendrá:

- Permiso de ocupación.
- Certificado de inspección final.

Departamento de Prevención de Incendios:

En este departamento se tramita la tasa de habilitación o certificado de funcionamiento, para lo cual se debe presentar:

- Copia del RUC.

- *Factura original de compra de extintores (por primera vez).*
- *Copia de cedula del representante legal.*
- *Carta de autorización para la persona que realice el trámite.*

Esta documentación debe ser presentada en la ventanilla #1 de la institución adjuntando el pago de \$60 realizado en el Banco de Guayaquil, y luego ese depósito se lo ingresa en la ventanilla #2 para al cabo de 48 horas hábiles, proceder a retirar el certificado de seguridad.

7.3. Análisis Ambiental

La Corporación Financiera Nacional ha diseñado un manual sobre estudio ambiental para determinar el grado de susceptibilidad hacia el medio ambiente por la ejecución o puesta en marcha de proyectos, que podrían provocar algún impacto en el medio ambiente.

Este manual clasifica los impactos ambientales bajo los siguientes parámetros:

- 1.- Beneficioso al medio ambiente*
- 2.- Neutral al medio ambiente*
- 3.- Impactos ambientales potenciales negativos moderados*
- 4.- Impactos ambientales potenciales negativos significativos*

Las dos primeras categorías certifican que el proyecto no afecta al medio ambiente, la tercera exige realizar cambios para no complicar el ecosistema, y la última no reúne las condiciones para ser aprobado sin dañar el medio ambiente.

Evaluación Ambiental del Proyecto Bio-Clean

a) Contaminación del Aire

1.- Fuente principal de energía del proyecto:

a	Electricidad		4
b	Gas		8
c	Bunker		5
d	Gasolina		5
e	Diesel		5
f	Madera		3
g	Ninguna	x	0
Puntaje Final			0

2.- Ruido en el área de trabajo:

a	Muy Alto		8
b	Alto		6
c	Medio		4
d	Bajo	x	2
e	Ninguno		0
Puntaje Final			2

b) Contaminación del Agua

3.- Tipo de sustancias que contienen las aguas de desecho:

a	Detergente	x	5
b	Colorantes		8
c	Ácidos		7

D	Lejía	x	6
e	Preservantes		4
f	Recicladas		3
g	Materia Orgánica		4
h	Plaguicida	x	8
i	Otros compuestos		10
j	No hay aguas de desecho		0
Puntaje Final			19

4.- Destino de las aguas de desecho:

a	Alcantarillado		4
b	Calle		8
c	Riό		8
d	Quebrada		8
e	Tanque Séptico	x	4
f	Recicladas		2
g	No hay aguas de desecho		0
Puntaje Final			4

c) Contaminación del Agua

5.- Tipo de desechos sólidos generados:

a	Papel		5
b	Plástico		8
c	Textiles		7
d	Metales		8
E	Desechos orgánicos	x	5
f	No hay desechos sólidos		0
Puntaje Final			5

6.- Destino de los desechos sólidos:

a	Recolector basura	x	2
b	Alcantarillado		6
c	Calle		8
d	Río		8
e	Quebrada		8
f	Incineración		4
g	Enterrados		3
h	Reciclados		1
i	No hay desechos sólidos		0
Puntaje Final			2

d) **Salud y Seguridad Laboral:**

7.- Medidas de protección laboral:

Escala: Malo (10ptos.), Regular (7ptos.), Bueno (5ptos.), Muy Bueno (2ptos.)

a	Ropa/mandil	x
b	Guantes	x
c	Mascarilla	x
d	Gafas	x
e	Orejeas	x
f	Cascos	
g	Botas	x
h	Extintor de incendios	x
i	Exámenes Médicos	x
Puntaje Final		2

Calificación de Bio-Clean:

La calificación tiene una base de 70 puntos (7 preguntas contestadas). Se suman las calificaciones obtenidas, se divide el resultado para 70 y se multiplica por 100.

CATEGORÍA Y PORCENTAJES GENERALES	
CATEGORÍA	PORCENTAJE
<i>Categoría 1: Beneficioso al ambiente</i>	0% - 25%
<i>Categoría 2: Neutral al ambiente</i>	25% - 50%
<i>Categoría 3: Impactos ambientales negativos moderados</i>	50% - 75%
<i>Categoría 4: Impactos ambientales negativos significativos</i>	75% - 100%

Los resultados obtenidos por Bio-Clean S.A., 48,57% ($34/70 * 100$) revelan que nuestra empresa se encuentra dentro de la categoría 2 "Neutral al Ambiente, es decir que no ocasiona daños graves al medio ambiente y no representa peligro para el ecosistema.

7.4. Análisis Social

- Nuestra idea de negocio tiene como intención principal brindar una alternativa válida de solución a un problema puntual que enfrenta la sociedad en común, cual es el de ahorrarle tiempo en sus actividades de limpieza en su hogar.
- Esto a su vez abrirá nuevas fuentes de empleo, que conjuntamente con nuestros horarios de trabajo, les permitirá a nuestros colaboradores cursar estudios en sus tiempos libres.
- Como ente generador de producción, nuestra empresa colaborará con el incremento de la producción interna nacional y a su vez con las políticas impositivas del gobierno.
- La ética que aplicamos en la ejecución de cada uno de nuestros procesos, nos permitirá prestar un servicio de calidad y en armonía con el mantenimiento del medio ambiente.

- *Permitirá a nuestros colaboradores conocer nuevas técnicas de trabajo, gracias a las continuas capacitaciones que se dictará para superación y mejoras de las habilidades.*

8. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES.

Nuestro proyecto puede verse afectado por la ocurrencia de posibles escenarios, los cuales hemos podido identificar:

- Una reducción en la tasa de crecimiento de los programas habitacionales, lo cual implicaría una reducción directa en el tamaño del mercado.
- La adopción por parte del gobierno, de una política impositiva que pretenda grabar el patrimonio de las empresas o el monto de las transacciones comerciales.
- El desarrollo tecnológico de nuevos y eficientes equipos de limpieza que ahorren tiempo y dinero en la tarea de limpieza de hogares, derivando en una reducción del número de clientes.
- Los conjuntos habitacionales podrían constituir su propio sistema de limpieza y atender particularmente a los hogares que los conforman, disminuyendo nuestro tamaño del mercado.
- El incremento en los aranceles de importación de equipos de limpieza que utilizamos, afectaría en un 20% el total del costo de nuestros equipos de trabajo.
- Cambios en la ley de tercerización que impliquen aumentos de las remuneraciones fijas de los trabajadores contratados bajo este esquema.
- De aprobarse los lineamientos básicos de la Ley de Justicia Financiera, los bancos podrían cubrirse del incumplimiento de pagos, a través de la exigencia de mayores garantías o en la reducción de los períodos de pago.
- Por lo contrario, de no aprobarse esta ley, podríamos continuar siendo sujetos a fijaciones poco ortodoxas del precio del dinero.

ANEXO I. LA ENCUESTA.

ENCUESTA

Introducción

Buenos días/tardes/noches.....Soy un encuestador de.....Por favor quisiera que me conceda 3 minutos de su tiempo para que me conteste unas cuentas preguntas. **Gracias.**

FILTRO

A) ¿Dispone usted de algún tipo de servicio-contrato de limpieza en su hogar en estos momentos? (1)

1. Si → verificar (terminar)
2. No → continuar

B) ¿Tiene empleada doméstica? (2)

1. Si → verificar (terminar)
2. No → continuar

1.- ¿Con qué frecuencia usted realiza limpieza en su casa.....

(3) ¿Todos los días?	
(4) ¿Cada 2-3 días?	
(5) ¿Cada 4-5 días?	
(6) ¿Fines de semana?	
(7) ¿Cada 15 días?	
(8) Más de 15 días	

2.- ¿Le agradaría la idea de recibir un servicio de limpieza a domicilio, proporcionado por una empresa seria y confiable?

- (9) Si → (continúe con la siguiente pregunta)
- (10) No → ¿Por qué? _____

3.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir el servicio de limpieza.....

(11) ¿Todos los días?	
(12) ¿Cada 2-3 días?	
(13) ¿Cada 4-5 días?	
(14) ¿Fines de semana?	
(15) ¿Cada 15 días?	
(16) Más de 15 días	

4.- ¿En qué horario le gustaría recibir el servicio.....

Horario	Días						
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
(17) ¿De 07:00 – 10:00?							
(18) ¿De 10:00 – 13:00?							
(19) ¿De 14:00 – 16:00?							
(20) ¿De 16:00 – 18:00?							
(21) ¿De 18:00 – 20:00?							

5.- ¿Usted preferiría que el servicio de limpieza lo realice.....

(21) ¿Un hombre?	
(23) ¿Una mujer?	
(24) ¿Indiferente?	

6.- ¿Podría ordenar de acuerdo a su preferencia, los siguientes atributos que una empresa de servicio de limpieza debe poseer?

	Orden
(25) Seguridad	
(26) Calidad	
(27) Rapidez	
(28) Responsabilidad	
(29) Precio	

ANEXO II. CONTRATO.

**CONTRATO INDIVIDUAL DE PRESTACIÓN DE SERVICIO DE LIMPIEZA Y
MANTENIMIENTO DOMESTICO**

En la ciudad de Santiago de Guayaquil, a los ____ días, del mes de _____ del
año 200____, se celebra el presente contrato individual de prestación de servicios de
limpieza y mantenimiento de conformidad con las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA.- COMPARECIENTES.-

Comparecen a la celebración del presente Contrato de Prestación de Servicios de Limpieza
y Mantenimiento, por una parte el Señor(a) _____
_____, a quien para efectos del presente contrato se lo denominará
EL CLIENTE, sus datos de identificación y demás constan en el Formulario de Inscripción
que antecede y que forma parte integral del presente documento; y, por otra parte, la
compañía BioClean., debidamente representada por,
en su calidad de Representante Legal de la compañía, a quien en adelante se la denominará
LA EMPRESA.

Si bien los comparecientes suscriben el presente instrumento, se deja expresa constancia
que el presente contrato comenzará a regir y a producir efectos jurídicos para las partes,
única y exclusivamente cuando LA EMPRESA haya aceptado la Solicitud de Servicio de
Mantenimiento y Limpieza presentada por el Cliente, para lo cual LA EMPRESA,
notificará (telefónicamente, por escrito, mediante correo electrónico) que la precitada
solicitud a sido aprobada.

CLÁUSULA SEGUNDA.- ANTECEDENTES.-

BioClean., es una empresa legalmente constituida en la República del Ecuador, con la
finalidad de encontrar alternativas de servicio encaminadas a solucionar las necesidades,
conflictos y requerimiento de mantenimiento y limpieza de bienes muebles e inmuebles de
personas de la industria, comercio, banca y hogares ecuatorianos.

EL CLIENTE conoce de la seriedad, calidad y eficiencia de los servicios que presta la EMPRESA, para lo cual ha requerido de la contratación de los mismos.

CLÁUSULA TERCERA: OBJETO.-

EL CLIENTE contrata a LA EMPRESA para que bajo la modalidad del sistema de servicios denominado (IDEAL/PERFECTO/COMPLETO/SUPERLIMPIO) descritos en el anexo 1 que forma parte integral del presente documento, brinde sus servicios de limpieza y mantenimiento.

CLÁUSULA CUARTA.- PLAZO.-

El plazo de vigencia del presente contrato es de _____ contado a partir de la notificación AL CLIENTE por parte de LA EMPRESA de que la solicitud del servicio de Mantenimiento ha sido aprobada; pudiendo ser renovado indefinidamente de así considerarlo las partes en beneficio de sus intereses.

CLÁUSULA QUINTA.- PRECIO Y FORMA DE PAGO.-

Se fija la cantidad de USD \$ _____ mensual por los servicios que la EMPRESA prestará AL CLIENTE, según el plan de coberturas _____ rubro que este último lo deberá cancelar en 12 cuotas fijas mensuales mediante depósito en la cuenta corriente de la empresa, No. _____, que mantiene LA EMPRESA en el Banco o a través de pagos mensuales o mediante tarjeta de crédito.

El cliente acepta cualquier reajuste de precios o cambio de las condiciones contractuales que deba hacer BioClean. De no estar de acuerdo con dichos cambios, el CLIENTE podrá desistir del Contrato, luego de liquidar las obligaciones pertinentes generadas hasta la fecha de desistimiento.

CLÁUSULA SEXTA.- IMPUESTOS.-

Con arreglo a la legislación ecuatoriana vigente, LA EMPRESA incorporará al precio respectivo los impuestos que se causen por concepto de la prestación de los servicios del

CONTRATO. Por consiguiente, la facturación reflejará el establecimiento de cualquier nuevo gravamen y los ajustes que se decreten en los existentes, en especial, toda modificación del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

CLÁUSULA SÉPTIMA.- OBLIGACIONES DE LA EMPRESA.-

En virtud del presente documento LA EMPRESA, se obliga para con el cliente a cumplir con cada uno de los servicios y beneficios descritos en el ANEXO que forma parte integral del presente documento. Adicionalmente LA EMPRESA garantiza:

1. Contar con un personal idóneo y calificado.
2. Atender con la mayor eficiencia y diligencia que el caso amerita para atender los requerimientos del suscriptor, para lo cual LA EMPRESA contará con un número telefónico fijo y varios números celulares.
3. El personal que a nombre de LA EMPRESA acuda al lugar determinado por el CLIENTE para cumplir con el objeto del presente contrato, estará debidamente uniformado y contará con la identificación que acredite ser personal de la EMPRESA.

CLÁUSULA OCTAVA.- AUTORIZACIÓN DE INSPECCIÓN Y MANTENIMIENTO.-

El CLIENTE autoriza al personal de BioClean debidamente identificado, para que realice el debido Servicio de Mantenimiento y Limpieza necesario. El CLIENTE se compromete a supervisar el trabajo a realizar mientras el personal de BioClean se encuentra en el lugar destinado a ofrecer el servicio. Sin embargo a cuenta y riesgo del CLIENTE podrá delegar a terceras personas para que cumplan con este compromiso.

CLÁUSULA NOVENA.- CAUSAS DE TERMINACIÓN.-

El contrato se podrá terminar por las siguientes razones:

- Por cumplimiento del plazo estipulado en el contrato.
- Por incumplimiento de las obligaciones contractuales o por infracciones del Contratista.

- Por falta o retraso del pago del precio convenido.
- Por acuerdo de las partes sin necesidad de trámites judiciales o extrajudiciales.
- Por las demás causas establecidas por la ley.

CLÁUSULA DÉCIMA.- JURISDICCIÓN Y CONTROVERSIAS.-

Las partes renuncian a domicilio y en caso de suscitarse controversias derivadas de la aplicación, interpretación o ejecución del presente contrato, las partes se someterán a los Tribunales de Mediación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, para lo cual se observarán las siguientes disposiciones:

- a) Los costos y gastos en que se incurra, incluidos los honorarios profesionales pactados razonablemente, serán cubiertos por la parte que fuere vencida.
- b) Las partes se comprometen a aceptar el Laudo Arbitral.
- c) De ser requerido, el respectivo laudo será ejecutado ante los jueces competentes de la ciudad de Guayaquil, o de la ciudad donde el Cliente suscribe este documento o del lugar en que se encontraren los bienes del ejecutado.

Las partes se ratifican en el contenido del presente contrato y para constancia lo firman en dos ejemplares de igual valor y contenido, en Guayaquil, a los ____ días del mes de _____ del año 200__.

Cláusula seguro antirrobo

.....

Representante Legal

BioClean

Nombre: _____

CI: _____

Cliente

ANEXO III. ADENDUM.

ANEXO AL CONTRATO

No.....

Yo _____ mediante la suscripción de este

ADENDUM, afirmo conocer que:

1. Para poder utilizar el servicio de BioClean, debo proporcionar los siguientes requerimientos:
 - Copia cedula de identidad.
 - De ser posible un croquis de la vivienda.
 - Autorización de ingreso a la vivienda y todas sus áreas para su debida Inspección.
2. Aceptación del costo del servicio de limpieza y mantenimiento.
3. Aceptación de que mi contrato se renové automáticamente a menos que yo informe por escrito lo contrario.
4. Será de su entera responsabilidad informar a BioClean el cambio de domicilio, ya sea de la empresa o vivienda.
5. Será de su entera responsabilidad llamar a BioClean por lo menos con 1 hora de anticipación para cualquier requerimiento en caso de ser vivienda.

CLIENTE

C.C.

BioClean

ANEXO IV. HOJA DE INSPECCIÓN.

HOJA DE INSPECCIÓN					
		Cliente: _____		CI _____	
		Dirección: _____		Seguro Contratado _____	
		Teléfono: _____		Código _____	
ITEM	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	OBSERVACIONES IMPORTANTES	BUENO
	COCINA Y LAVANDERÍA ÁREA				
1	Tomacorrientes				
2	Interruptores				
3	Focos				
4	Boquillas				
5	Arranques				
6	Trasformadores				
7	Portero Eléctrico				
8	Toma Telefónicas				
9	Cocina				
10	Instalaciones de Gas				
11	Microondas				
12	Refrigeradora				
13	Calefón				
14	Lavadora				
15	Secadora				
16	Tostadora				
17	Licuadaora				
18	Horno Gas/Eléctrico				
19	Lavaplatos Eléctrico				
20	Griferías				
21	Llaves angulares				
22	Sifones				
23	Desagües				
24	Fregadero				
25	Triturador de Desperdicios				
26	Tanque Termostato				
27	Revisión de Humedades				
28	Cerámica Paredes				

BIBLIOGRAFÍA.

- *Banco Central del Ecuador: volumen de créditos, número de tarjeta habiente.*
- *Pacificard: información de la competencia*
- *INEC: PEA, estadísticas.*
- *Ilustre Municipio de Guayaquil: crecimiento urbano*
- *SRI: estadísticas de la competencia.*
- *Superintendencia de Compañías: estadísticas de la competencia.*
- *Cámara de Comercio de Guayaquil: base de datos de empresas.*

