



Tecnólogo Superior en Administración de Empresas

Título de la propuesta: **Estudio De Factibilidad Para Una Empresa De Limpieza En La Arcadia - Quito**

Trabajo de titulación presentado como requisito para optar por el título de **Tecnólogo en Administración de Empresas**

Autor: **Mendoza Chogollo Wellington Germán**

37AE

Tutor: **Ing. Guerrero Fernando MSc**

DM Quito - septiembre - 2023



**Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de
Pichincha**

Carrera de Administración de Empresas

**Título: Estudio De Factibilidad Para Una Empresa De Limpieza En La
Arcadia - Quito**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de tecnólogo (a) en
Administración de Empresas**

Autor: Mendoza Chogollo Wellington Germán

37AE

Tutor: Ing. Guerrero, Fernando MSc

Quito - 2023

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL/A TUTOR/A

En calidad de Tutor(a) del proyecto:

Estudio de factibilidad para una empresa de limpieza en La Arcadia - Quito, presentado por el señor Mendoza Choglo, Wellington Germán para optar por el Título de Tecnólogo en Administración de Empresas, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito, julio de 2023

Ing. Fernando Guerrero, MSc

No. CC: 1706275052

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Declaro que este trabajo es de mi autoría. Por lo tanto, las ideas, opiniones, conceptos y conclusiones han sido desarrollados en base a una investigación profunda, manteniendo y respetando los derechos intelectuales de terceros, conforme las citas correspondientes que se detallan en el desarrollo de este trabajo, así como las fuentes que se incorporan en la bibliografía.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo final en mención.

Germán Mendoza.

No. CC:

Dedicatoria

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hijo, son los mejores padres.

A mis hermanas (os) por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Wellington Germán Mendoza Chogllo

Agradecimientos

En primer lugar, gracias al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha por abrirme las puertas de su institución. A mis padres quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre. A mis hermanos por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento gracias. A toda mi familia porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

Contenido

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL/A TUTOR/A.....	3
DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD.....	4
DEDICATORIA.....	5
AGRADECIMIENTOS.....	6
RESUMEN.....	17
ABSTRACT.....	18
PARTES PRELIMINARES.....	19
TEMA.....	19
PROBLEMA.....	19
JUSTIFICACIÓN.....	19
OBJETIVOS.....	20
<i>Objetivo General.....</i>	<i>20</i>
<i>Objetivos Específicos.....</i>	<i>20</i>
CAPÍTULO I.....	21
1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
1.1. MARCO TEÓRICO.....	21
1.1.1. <i>Estudio de Factibilidad.....</i>	<i>21</i>
1.1.2. <i>Estudio de Mercado.....</i>	<i>22</i>
1.1.3. <i>Estudio Técnico.....</i>	<i>22</i>
1.1.4. <i>Estudio Administrativo-Legal.....</i>	<i>23</i>
1.1.5. <i>Estudio Financiero.....</i>	<i>23</i>

1.1.6. Servicio de limpieza	25
1.1.7. Teoría administrativa.....	27
1.1.8. Barrio Pueblo Solo Pueblo – Sector Quitumbe	28
1.2. MARCO CONCEPTUAL.....	30
1.3. MARCO LEGAL	31
1.3.1. Fundamentos legales.....	31
1.3.2. Requerimientos generales	31
1.4. MARCO TEMPORAL - ESPACIAL	32
CAPÍTULO II.....	33
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	33
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	33
2.1.1. Metodología	33
2.1.2. Unidad de Análisis	34
2.1.3. Determinación de la Población.....	34
2.1.4. Universo	36
2.1.5. Muestra.....	36
2.1.6. Técnica de Investigación.....	37
2.2. RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN	37
2.2.1. Tabulación e Interpretación de Resultados	39
2.2.2. Conclusión de la Fase de Diagnóstico.....	51
2.2.3. Análisis y Proyección de la Demanda.....	52
2.2.4. Análisis y Proyección de la Oferta.....	53
2.2.5. Demanda Insatisfecha.....	54
CAPÍTULO III.....	56

3. ESTUDIO TÉCNICO, ADMINISTRATIVO, AMBIENTAL.....	56
3.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	56
3.1.1. <i>Macrolocalización</i>	56
3.1.2. <i>Microlocalización</i>	56
3.2. TAMAÑO DEL PROYECTO	58
3.2.1. <i>Infraestructura</i>	58
3.2.2. <i>Recurso humano</i>	58
3.2.3. <i>Maquinaria, equipo muebles y suministros</i>	59
3.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN O SERVICIO.....	71
3.4. CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO.....	72
3.4.1. <i>Obtener el Registro Único de Contribuyentes</i>	72
3.4.2. <i>Obtención de Patente Municipal</i>	73
3.4.3. <i>Obtención de LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas)</i>	73
3.4.4. <i>Obtención de Permiso de Funcionamiento ARCOTEL</i>	74
3.5. FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	74
3.5.1. <i>Nombre de la empresa</i>	74
3.5.2. <i>Logotipo y Slogan</i>	74
3.5.3. <i>Misión</i>	75
3.5.4. <i>Visión</i>	75
3.5.5. <i>Valores</i>	75
3.5.6. <i>Estructura organizacional</i>	76
3.6. ESTRATEGIA	78
3.6.1. <i>Las cinco fuerzas competitivas de Michael E. Porter</i>	78
3.6.2. <i>Marketing mix – las 4P Del marketing</i>	79

3.7. ANÁLISIS DE VIABILIDAD AMBIENTAL	80
CAPÍTULO IV	82
4. ESTUDIO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	82
4.1. INVERSIÓN – CAPITAL DE TRABAJO.....	82
4.1.1. <i>Activos Fijos</i>	82
4.1.2. <i>Activos Diferidos</i>	84
4.1.3. <i>Estructura de Financiamiento</i>	84
4.1.4. <i>Capital de Trabajo</i>	84
4.1.5. <i>Inversión Inicial</i>	84
4.1.6. <i>Tabla de Amortización</i>	85
4.2. PROYECCIÓN DE COSTOS, GASTOS E INVERSIÓN	85
4.2.1. <i>Proyección de Ingresos</i>	85
4.2.2. <i>Proyección de Gastos</i>	86
4.3. ESTUDIOS FINANCIEROS PROYECTADOS	91
4.3.1. <i>Estado de Situación Inicial</i>	91
4.3.2. <i>Estado de Resultados</i>	92
4.3.3. <i>Flujo de Caja</i>	93
4.3.4. <i>Balance General Proyectado</i>	94
4.4. EVALUACIÓN FINANCIERA (TMAR, VAN, TIR, PRI, PUNTO DE EQUILIBRIO).....	95
4.4.1. <i>TMAR</i>	95
4.4.2. <i>VAN</i>	95
4.4.3. <i>TIR</i>	95
4.4.4. <i>Punto de Equilibrio</i>	96
4.4.5. <i>Otros Indicadores Financieros</i>	97

CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES.....	101
BIBLIOGRAFÍA.....	102
ANEXOS	105

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Nivel de Confianza	37
Tabla 2: Sexo	39
Tabla 3: Frecuencia de limpieza	40
Tabla 4: Competencia	41
Tabla 5: Preferencia de productos.....	42
Tabla 6: Frecuencia de limpieza exterior	43
Tabla 7: Frecuencia limpieza municipal	44
Tabla 8: Frecuencia de limpieza interior.....	45
Tabla 9: Importancia de la limpieza.....	46
Tabla 10: Velocidad de limpieza	47
Tabla 11: Marca de productos	48
Tabla 12: Accesibilidad a productos	49
Tabla 13: Acceso a contenedor	50
Tabla 14: Demanda Potencial	52
Tabla 15: Proyección de la Demanda	53
Tabla 16: Proyección de la Oferta.....	54
Tabla 17: Demanda Insatisfecha	54
Tabla 18: Demanda a Satisfacer.....	55
Tabla 19: Activos fijos de la empresa	82
Tabla 20: Depreciación de activos	83
Tabla 21: Activo diferido	84
Tabla 22: Estructura de financiamiento	84
Tabla 23: Inversión inicial.....	84
Tabla 24: Tabla de Amortización.....	85

Tabla 25: Proyección de Ingresos	86
Tabla 26: Datos para cálculos de proyección.....	86
Tabla 27: Presupuesto de Gastos Operacionales.....	87
Tabla 28: Sueldo Gerente.....	87
Tabla 29: Sueldo Secretaria	88
Tabla 30: Sueldo Chofer	88
Tabla 31: Sueldo Operarios.....	88
Tabla 32: Resumen Salarios.....	89
Tabla 33: Materiales e Insumos	89
Tabla 34: Cálculo gasto indumentaria	90
Tabla 35: Otros gastos.....	90
Tabla 36: Estado de Situación Inicial	91
Tabla 37: Estado de Resultados	92
Tabla 38: Flujo de caja.....	93
Tabla 39: Cálculo VAN	95
Tabla 40: Cálculo TIR.....	95
Tabla 41: Punto de Equilibrio	96

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa Pueblo solo Pueblo	29
Ilustración 2: Ventas Totales	35
Ilustración 3: Evolución.....	35
Ilustración 4: Sexo	39
Ilustración 5: Frecuencia de limpieza	40
Ilustración 6: Competencia.....	41
Ilustración 7: Preferencia de productos	42
Ilustración 8: Frecuencia de limpieza exterior	43
Ilustración 9: Frecuencia limpieza municipal.....	44
Ilustración 10: Frecuencia de limpieza interior	45
Ilustración 11: Importancia de la limpieza	46
Ilustración 12: Velocidad de limpieza	47
Ilustración 13: Marca de Productos	48
Ilustración 14: Accesibilidad a productos	49
Ilustración 15: Acceso a contenedor.....	50
Ilustración 16: Pueblo solo Pueblo	57
Ilustración 17: Croquis Oficinas de la Empresa	58
Ilustración 18: Vehículo	59
Ilustración 19: Estación de Trabajo	60
Ilustración 20: Anaquel	60
Ilustración 21: Sillones	60
Ilustración 22: Archivador.....	61
Ilustración 23: Silla.....	61
Ilustración 24: Escritorio	61

Ilustración 25: Telefax	62
Ilustración 26: Trituradora de papel	62
Ilustración 27: Computador de escritorio	63
Ilustración 28: Laptop.....	63
Ilustración 29: Impresora matricial.....	63
Ilustración 30: Impresora multifunción	64
Ilustración 31: Aspiradora profesional	64
Ilustración 32: Rasqueteadora	65
Ilustración 33: Aspiradora de polvo y agua.....	65
Ilustración 34: Lava alfombras	66
Ilustración 35: Guantes	66
Ilustración 36: Escobas	67
Ilustración 37: Pala	67
Ilustración 38: Trapeador.....	67
Ilustración 39: Cubeta industrial.....	68
Ilustración 40: Cepillo de mano.....	68
Ilustración 41: Cloro	69
Ilustración 42: Desinfectante	69
Ilustración 43: Detergente líquido	69
Ilustración 44: Limpia vidrios	70
Ilustración 45: Atomizador	70
Ilustración 46: Señalética.....	71
Ilustración 47: Bolsas plásticas.....	71
Ilustración 48: Logotipo Empresarial	75
Ilustración 49: Organigrama Estructural	76

Ilustración 50: Índice de Precios al Consumidor.....	86
Ilustración 51: Punto de Equilibrio.....	97

INDICE DE ECUACIONES

Ecuación 1: Fórmula VAN.....	24
Ecuación 2: Fórmula TIR.....	24
Ecuación 3: Fórmula Cálculo de Muestra.....	36
Ecuación 4: Fórmula PE.....	96

Resumen

El presente trabajo se basa en un Estudio de Factibilidad para la Administración Zonal Quitumbe, Barrio Pueblo solo Pueblo. La empresa "Daly Clean Plus" está orientada a satisfacer la demanda existente en el área de servicio de limpieza en la zona, para lo que se inició con un estudio de mercado a través de la encuesta, misma que ayudó a identificar la oferta, demanda y las proyecciones de las mismas. La demanda en este mercado, pese a ser tan grande, no puede ser satisfecha completamente por la empresa, por lo que se optó a la realización de treinta servicios diarios durante el primer año, equivalente a menos del uno por ciento de la demanda total. Para los años continuos se aproximó un crecimiento de los servicios en un quince por ciento. Durante el desarrollo del trabajo, y mediante el desarrollo metodológico y técnico, se observó las implicaciones del servicio de limpieza y todos los requerimientos necesarios para dar marcha a la idea de negocio. Se desarrolló el Marketing Mix y las cinco fuerzas de Porter de manera adecuada, permitiendo así identificar los puntos principales de la empresa, así como el promedio de precios de sus servicios, mismos que servirían para el cálculo de las ventas aproximadas. Se realizó un estudio financiero con proyecciones a 5 años, mismo que consto de balances, estado de resultados, de situación inicial, proyecciones de ventas y de gastos; así también, a través de los índices financieros se verificó la viabilidad del negocio, encontrando puntuaciones positivas y márgenes de utilidad mayores al veinte por ciento que indican el brillante futuro de la empresa en el mercado.

Palabras Clave: Estudio de Factibilidad, limpieza, índices financieros, mercado

Abstract

This work is based on a Feasibility Study for the Zonal Administration Quitumbe, Barrio Pueblo solo Pueblo. The company "Daly Clean Plus" is oriented to satisfy the existing demand in the area of cleaning services in the zone, for which it began with a market study through a survey, which helped to identify the supply, demand and projections of the same. The demand in this market, despite being so large, cannot be completely satisfied by the company, so it was decided to perform thirty services per day during the first year, equivalent to less than one percent of the total demand. For the following years, a growth of fifteen percent of the services was approximated. During the development of the work, and through the methodological and technical development, the implications of the cleaning service and all the necessary requirements to implement the business idea were observed. The marketing mix and Porter's five forces were developed in an adequate manner, allowing to identify the main points of the company, as well as the average prices of its services, which would be used to calculate the approximate sales. A financial study was carried out with 5-year projections, consisting of balance sheets, income statement, initial situation, sales and expenses projections; also, through the financial indexes the viability of the business was verified, finding positive scores and profit margins higher than twenty percent that indicate the bright future of the company in the market.

Keywords: Feasibility study, cleaning, financial ratios, market

Partes Preliminares

Tema

“Estudio de Factibilidad para una Empresa de Limpieza en La Arcadia-Quito”

Problema

¿Es factible crear una empresa de limpieza que proporcione mantenimiento a las oficinas y empresas, que cubra el escaso personal, así como la falta de organizaciones que presten este servicio, sea una fuente de empleo segura, brinde satisfacción y confianza a los clientes y sea económicamente rentable?

Justificación

La situación actual de nuestro país y del mundo entero no es nada favorable; la pandemia originada tras la aparición de la enfermedad del Coronavirus o Covid-19 vino a reformar nuestro estilo de vida, limitando el contacto social y reestableciendo las estructuras de negocios. Dado que el contacto es limitado, muchas organizaciones y empresas han optado por realizar teletrabajo y, quienes mantienen sus actividades laborales de forma presencial, cuentan con personal limitado optando por mantener en las oficinas a los puestos trascendentales; en el caso de las personas encargadas de la limpieza, su trabajo queda relegado y muchos de ellos han decidido dejar de lado sus funciones por miedo al contagio.

En La Arcadia, tanto las grandes, medianas y pequeñas empresas, como un alto porcentaje de los hogares tienen una fuerte dificultad al tratar de conseguir personal o empresas para que realicen la limpieza y den mantenimiento de sus hogares y oficinas. En sectores cercanos existen muy pocas empresas que se dediquen a prestar este tipo de servicios, siendo así una oportunidad de negocio viable; es decir, con la creación de esta empresa de limpieza se estaría mejorando el ambiente de trabajo para aquellos oficinistas que contraten este servicio, creando un ambiente limpio y seguro; así también se daría solución a la falta de personal para limpieza.

Objetivos

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa que brinde servicios tanto de limpieza como de mantenimiento a los pequeños, medianos y grandes locales u oficinas, utilizando personal adecuado, con supervisión constante, garantizando un trabajo de calidad, cubriendo la oferta existente en el sector de la Arcadia, al Sur de Quito.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el desarrollo de un estudio de factibilidad de una empresa de limpieza en el sector La Arcadia al Sur de Quito, mediante consulta en fuentes referenciales actualizadas.
- Realizar un diagnóstico situacional de las empresas y oficinas, así como de hogares en lo que a limpieza se refiere para identificar la oferta y demanda existente en la zona.
- Elaborar un estudio legal y administrativo, así como un estudio de mercado a través del uso de los distintos métodos para recolectar información para monitorear la oportunidad existente, así como la viabilidad de la empresa de limpieza en la zona Sur de Quito.
- Desarrollar una evaluación financiera para verificar la rentabilidad y la factibilidad de la introducción de la empresa de limpieza en la Arcadia, a través de un análisis de presupuesto, un estudio proyectado y el cálculo de los diferentes indicadores financieros.

Capítulo I

1. Fundamentación Teórica

1.1. Marco Teórico

1.1.1. Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad es un proceso investigativo que permite analizar la viabilidad de cualquier proyecto, mismo que está relacionado con análisis de diferentes aspectos tales como el mercado, que engloba el análisis de oferta y demanda insatisfecha que será necesario satisfacer con la nueva empresa; la localización geográfica, tanto micro como macro localización; la factibilidad técnica e ingeniería; el estudio organizacional legal y por último el estudio financiero, mismo que permite conocer los diferentes costos de inversión a través de indicadores financieros, como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), esto a su vez permitirá determinar la viabilidad para la puesta en marcha dentro de un mercado que la actualidad es altamente competitivo (Gooderl, 2012).

1.1.1.1. Finalidad de estudio de factibilidad

La finalidad de un estudio de factibilidad, es la de recopilar información relevante sobre el desarrollo del tema en relación al mercado objetivo, es decir sus características necesidades y viabilidad, toda esta información se debe ordenarla y proceder a implementarla, a través de la generación de estrategias efectivas para realizar un estudio de factibilidad de forma eficiente (Ilpes, 2012).

Dicho de otra forma, este estudio tiene como finalidad la reducción de errores al iniciar la actividad económica cuando se pretende crear una empresa, así también, permite conocer los costos necesarios para la puesta en marcha, es decir, inversión, costos y gastos, proyección de pérdidas o utilidades; todo esto para conseguir una permanencia estable en el mercado objetivo.

1.1.2. Estudio de Mercado

Consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Es un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. De esta manera, la persona que tiene la idea de emprender, puede diseñar un buen plan de negocio al que acogerse, ya sea para lanzar dicha nueva idea o para ofertar un nuevo producto, por ejemplo (Nuño, 2017).

De manera más simple, es *un conjunto de acciones que se ejecutan con el fin de conocer la respuesta del mercado (de tu target o público objetivo, de tus proveedores e, incluso, de tu competencia) ante un nuevo producto o servicio. Se analizarán aspectos tan fundamentales como el precio de los productos o el modo de comunicación y distribución de los mismos* (Nuño, 2017).

1.1.3. Estudio Técnico

El estudio técnico comprende todo aquello relacionado con el funcionamiento del área de producción y servicios, definen los procesos necesarios para la puesta en marcha, de igual manera nos permite determinar los equipos para esos procesos operativos, se plantean también la macro y micro localización dónde se situará la nueva organización, la cual debe cumplir parámetros de reducción de costos, bajo esta perspectiva es necesario que se fundamente de manera clara todos los procesos de flujo gramas a seguir, evitando de esta manera que exista tiempos muertos, todo ello permite que la empresa tenga un funcionamiento eficiente, con el fin de lograr el crecimiento de la nueva organización (Luisfer, 2011).

Determina la factibilidad técnica del proyecto, al permitir diseñar el método de ejecución y la identificación de la veracidad del mismo, el cual se adapte a las condiciones del entorno, para así, utilizar mejor los recursos y orientándose a la obtención de un producto deseado, el cual sería un bien o servicio. Unos de los objetivos del estudio técnico es verificar la

disposición de fabricación del producto, determinar el tamaño óptimo, la localización y las instalaciones requeridas para iniciar la producción. Para ello el estudio técnico debe resolver las preguntas donde, cuando, como y con que se van a producir los bienes y servicios (Córdoba, 2015).

1.1.4. Estudio Administrativo-Legal

Este estudio muestra los elementos administrativos que definan el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa. Finalmente se muestra el aspecto legal que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones (López Parra, Aceves López, Pellat, & Puerta, 2008).

Dentro del estudio, se determina el recurso humano con el cual necesita contar la empresa, a través de un organigrama estructural, de la misma forma se define la filosofía empresarial, es decir la misión, visión, valores y políticas, de igual manera se define las funciones de cada uno de los trabajadores, con el fin de poder brindar un servicio eficiente que cubra las necesidades del mercado objetivo, al hablar de lo legal se establece cómo estará constituida la organización bajo qué institución o qué parámetros, en la cual se determina también todos los permisos y requisitos indispensables para el funcionamiento de la nueva organización (Meza, 2013).

1.1.5. Estudio Financiero

Un estudio financiero es el proceso para analizar la viabilidad de cualquier proyecto. Su finalidad es permitir analizar si el proyecto de interés es viable en términos de rentabilidad económica. El estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. No importa si se trata de un emprendedor con una idea de negocio, una empresa que quiere crear una nueva área de negocios o incluso un inversor que está interesado en poner su dinero en una empresa con el fin de obtener rentabilidad (Pérez, 2021).

El estudio financiero permite definir el valor de inversión que es necesario para la puesta en marcha de la nueva empresa, se analiza también los indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), mismos que permiten validar su factibilidad, también a través de los índices financieros se pueden conocer la rentabilidad o liquidez de la organización que mantendrá en el futuro, para de esta manera lograr su sostenibilidad dentro del mercado que es altamente competitivo (Anzil, 2012).

1.1.5.1. Fórmula para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN)

Ecuación 1: *Fórmula VAN*

$$VAN = -I + \sum \frac{FNC}{(1+i)^n}$$

Fuente: (Urbina, 2010)

Donde:

Van = Valor Actual Neto

I = Inversión requerida

FNC = Flujos Netos de caja

i = Tasa de descuento (TMAR)

n = Número de períodos.

1.1.5.2. Fórmula para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Ecuación 2: *Fórmula TIR*

$$TIR = \frac{FNC_1}{(1+k)^1} + \frac{FNC_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+k)^n} - Inversión Inicial = 0$$

Fuente: (Urbina, 2010)

Donde:

TIR = Tasa Interna de Retorno

I = Inversión requerida

FNC = Flujos Netos de caja

i = Porcentaje (TIR)

n = Número de períodos.

1.1.6. Servicio de limpieza

Engloba las labores necesarias para la conservación, protección y mantenimiento de cualquier instalación, puede ser una persona o empresa que provee el orden y elimina la suciedad en el lugar de trabajo, hogar o lugares públicos mediante métodos físicos como son barrer, cepillar o aspirar, y químicos, como es el uso de desinfectantes (Significados.com, 2019).

La presentación de este proyecto de servicio de limpieza para locales y hogares, es un estudio de factibilidad el cuál centra su interés en el mercado individual, su enfoque principal es brindar servicio de limpieza a:

- locales comerciales
- bodegas de almacenamiento
- panaderías
- farmacias
- peluquerías

La limpieza es la acción y el efecto de limpiar, quitar la suciedad, las imperfecciones, malos olores generados por algo o alguien y hacer que un lugar quede despejado. A la limpieza se le asocia con la higiene, a través de la limpieza se busca eliminar los microorganismos de los lugares frecuentados con el contacto del ser humano (Baamonde, 2013).

Es importante pues genera una mayor productividad, reducción de accidentes, mayor confort y una mejor imagen al cliente. Por su parte, mantener el hogar en perfectas condiciones es necesario para una vida sana, tanto física, ya que los beneficios de un lugar

aseado son muy numerosos y afectan a la vida emocional del individuo más de lo que creemos, tanto en las relaciones internas como en la manera de relacionarse con los demás.

1.1.6.1. Características del servicio

Estas son las características del servicio que brindará la empresa:

- Procedimientos establecidos para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Control de productos de limpieza para garantizar el servicio.
- Personal calificado, capacitado y entrenado.
- Calidad de servicio.
- Optimizar tiempo y recursos.

Las actividades que ofrecerá la empresa son:

- Barrido, trapeado, secado de toda clase de pisos.
- Desinfección de muebles y enseres y demás superficies existentes.
- Lavado y secado de alfombras de desinfección.
- Limpieza, desinfección y sanitización de baterías sanitarias.
- Fumigación de interiores y exteriores.
- Recolección de basura diaria.

Servicios adicionales:

- Control de plagas
- Lámparas de insectos
- Clasificación de residuos

Para la implementación de este servicio se utilizará técnicas modernas y productos conocidos en el mercado, tomando en cuenta los riesgos que pueden traer a la salud de los clientes ya que el servicio se aplicara también en áreas cerradas donde pueden causar graves daños a la salud.

1.1.6.2. Área de mercado

Es importante determinar una estrategia competitiva, lo cual debemos analizar fuerzas competitivas existentes en el mercado:

- Ingresos recientes
- Sustitución de servicio
- Poder de negociación con proveedores y compradores
- Rivalidad del mercado
- Problemas socio-político

1.1.7. *Teoría administrativa*

1.1.7.1. Proceso administrativo

El flujo continuo e interrelacionado de las actividades de planeación, organización, dirección, control y coordinación, denominado así por Fayol como uno de los elementos de la administración es una parte integral de un mayor conjunto constituido por varias funciones relacionadas entre sí.

Chiavenato (2009) menciona que “*el proceso administrativo no solo es una secuencia cíclica*” sino un proceso de funciones relacionadas en una interacción dinámica.

Manejando estos procesos lograremos planear y organizar la estructura de áreas y cargos, que van a formar este servicio, así como también lograremos dirigir, y lo más importante controlar las actividades destinadas a los miembros del equipo de trabajo con el propósito de alcanzar las metas establecidas.

1.1.7.1.1. **Planeación**

La planeación es primordial, ya que permite que el proyecto esté orientado y dirigido para un futuro, así como también anticipar recursos necesarios para el eficiente funcionamiento de la empresa.

1.1.7.1.2. Organización

Chiavenato (2009) define a la organización como: *“la coordinación de diferentes actividades de contribuyentes individuales, con la finalidad de efectuar intercambios planteados con el ambiente”*.

1.1.7.1.3. Dirección

Siendo el tercer proceso de la administración siguiendo a la planeación y la organización la dirección es cuestión que las actividades marchen según lo planeado y organizado ya que la planeación se relaciona con la acción de cómo poner en marcha y tiene mucho que ver con el equipo de trabajo que se tiene para ejecutar las acciones planteadas. (Cruz Chimal & Jiménez Pérez, 2013)

Con este proceso se establecerá un adecuado y correcto manejo de dirección, logrando a través de él que las personas que implementaremos para que ofrezcan el servicio tengan la debida motivación y lo más importante un comunicación acertada y clara al momento de supervisar cara a cara a los colaboradores en las actividades diarias al servicio de limpieza.

1.1.7.1.4. Control

Siendo el último proceso lo que lograremos en esta parte es facilitar el logro de planes, aunque la planeación deba proceder del control. (Cruz Chimal & Jiménez Pérez, 2013)

Se garantizará los resultados de lo que se planeó, organizó y distribuyó, que se ajusten a los objetivos preestablecidos, la esencia de este proceso se basa en la verificación de todas las actividades, sí están o no cumpliendo con los objetivos y con los resultados deseados.

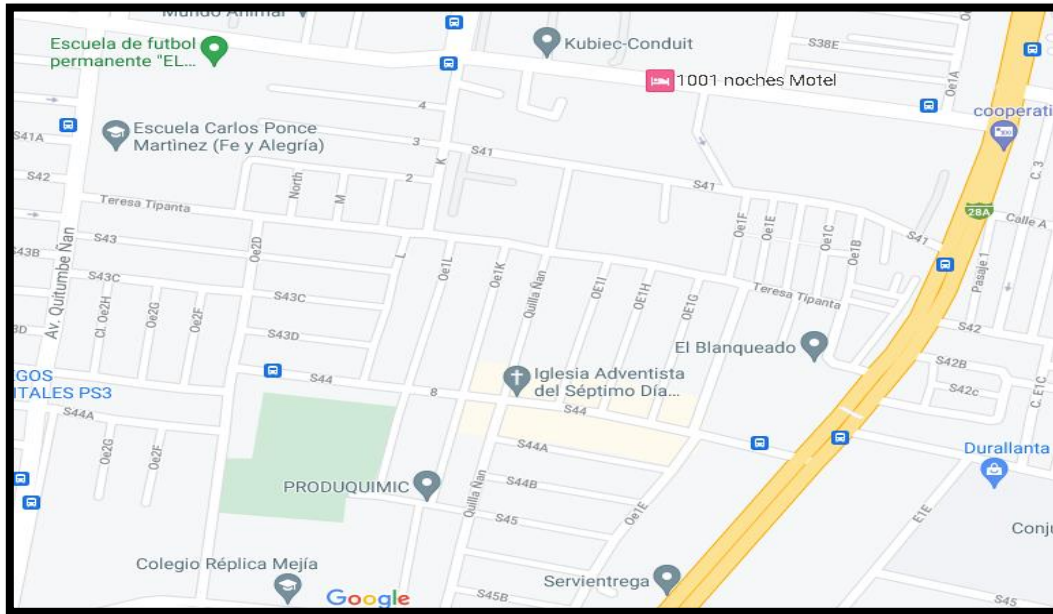
1.1.8. Barrio Pueblo Solo Pueblo – Sector Quitumbe

1.1.8.1. Ubicación

El barrio Pueblo Solo Pueblo es un barrio quiteño ubicado en el sector de la arcadia en la provincia de pichincha, cuyas coordenadas geográficas son 0.3072999, de latitud y -

78.5459953 de longitud y posee una construcción de casa de viviendas alrededor de 34 hectáreas de terreno. (Zambrano, 2014)

Ilustración 1: *Mapa Pueblo solo Pueblo*



Fuente: Google Maps

1.1.8.2. Límites

Al norte: Villas de Toledo y La Valvina.

Al sur: Ejército Nacional Segunda Etapa.

Al este: El Blanqueado.

Al oeste: Ejército Nacional Primera Etapa y Cooperativa 26 de abril.

1.1.8.3. Breve historia

El barrio pueblo solo pueblo ubicado al sur de la ubre fue fundado en 1982, con el objetivo de conseguir viviendas a buenos precios; del allí el nombre “pueblo solo pueblo”.

Se inició con 34 hectáreas de terreno pertenecientes a la Hacienda Agrícola S.A. o Hacienda la Arcadia, los lotes de terrenos son de 200 metros cuadrados y en ese entonces

tenían un precio de 140 mil sucres, en la actualidad el mismo está llegando a costar 35 mil dólares. (Zambrano, 2014)

Al momento el barrio Pueblo solo Pueblo cuenta con más de 100 locales comerciales entre ellos; panaderías, pizzerías, cafeterías, ferreterías, peluquerías, farmacias, locales de comida rápida y restaurantes, por este motivo se ha convertido en uno de los barrios más habitados por las personas de bajos recursos económicos. (Guerrero, 2020)

1.2. Marco Conceptual

- **Estudio de Factibilidad:** Se utiliza para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y con ello tomar la mejor decisión. Su análisis se realiza cuando el desarrollo del sistema no tiene una justificación económica establecida, existe un alto riesgo tecnológico, operativo, jurídico o no se cuenta con una alternativa clara de implementación (Torres, 2006).
- **Proyecto:** “Proyecto es una combinación de recursos humanos y no humanos, reunidos en una organización temporal para obtener un propósito determinado” (Heredia, 1995).
- **Servicio:** "Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo” (Kotler & Armstrong, 2017).
- **Competitividad:** “Se entiende por competitividad a la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico” (Stoner, Freeman, & & Gilbert, 2010).

- **Análisis de rentabilidad:** “La rentabilidad es una razón financiera que permite conocer el porcentaje que generará la organización en un tiempo determinado, en la que se demuestra el crecimiento de la misma y, de esta manera lograr su sostenibilidad en el tiempo” (Robbins & Coulter, 2010).
- **Oferta:** "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo." Complementando esta definición, los autores consideran que las ofertas de marketing no se limitan a productos físicos, sino que incluyen: servicios, actividades o beneficios; es decir, que incluyen otras entidades tales como: personas, lugares, organizaciones, información e ideas” (Kotler & Armstrong, 2017).
- **Demanda:** "La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido" (Thompson, 2006).

1.3. Marco Legal

1.3.1. Fundamentos legales

Para el tipo de actividad económica de la empresa se deben tomar en cuenta las leyes, normas o reglamentos tales como la ley de tributación, las ordenanzas y mandatos que rijan a la relación de la actividad.

Generando los documentos habilitantes como el RUC o RISE en el Servicio de Rentas Internas, la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE) en el Municipio de Quito, la certificación artesanal (carnet artesanal) en la Junta del Artesano, Permiso de los bomberos.

1.3.2. Requerimientos generales

A más de los requisitos legales, también se deben cumplir con requisitos técnico – físicos.

Pues es así que para un establecimiento como el que se prevé establecer son necesarias adecuaciones físicas que permitan delimitar zonas de almacenamiento tanto para los productos que serán utilizados en la enseñanza de las técnicas de la limpieza; así como para los utensilios que serán destinados para el aprendizaje, zonas de limpieza exclusivas para el almacenamiento de producto, así como zonas de desinfección únicamente para su lavado.

1.4. Marco Temporal - Espacial

El estudio de factibilidad para la creación de una Empresa De Limpieza será realizado durante el tercer trimestre del año 2023, en el sector de La Arcadia – Quito ubicado dentro del Distrito Metropolitano de Quito.

Capítulo II

2. Estudio de Mercado

2.1. Diseño de Investigación

2.1.1. Metodología

El presente estudio se basa en un tipo de investigación descriptiva puesto que se orienta en determinar cuál va ser el mercado potencial al cual se dirigirá la empresa de servicio de empresa, evidencia que sí existe una población insatisfecha a la cual podemos atraer hacia la contratación de nuestro nuevo servicio, con estos datos podemos realizar cálculos y tomar decisiones para verificar la viabilidad de la creación de la empresa. Además, se determinará si la prestación del servicio tiene aceptación en el mercado tras los resultados obtenidos mediante la una encuesta ya que, por tratarse de una empresa de limpieza, se desea conocer los aspectos o ámbito de aplicación teniendo en cuenta la concentración poblacional, el conocimiento del servicio, la forma de pago, entre otros, así como la competencia directa que tendrá la empresa, información que permitirá analizar las estrategias para introducir a la empresa.

2.1.1.1. Descripción del Servicio.

La empresa se dedicará a brindar el servicio de limpieza tanto de hogares, empresas, bodegas y pequeños negocios, además, de limpieza en muebles de madera, metal, tela, limpieza y lavado de alfombras, cojines y limpieza de vehículos en carrocería y tapices.

Además, para ofrecer el servicio se utilizarán equipos y materiales de última tecnología, así como la participación de personal competente y altamente calificado para que se realice la sanitización de la mejor manera usando materiales en base de vaporización, reduciendo grasas adheridas y polvo, con el objetivo de generar confianza, satisfaciendo necesidades con altos estándares de calidad.

2.1.1.2. Segmentación del Mercado.

Actualmente el mercado se encuentra segmentado en grandes grupos de ofertantes y consumidores por lo que se requiere identificar a que grupo va dirigido nuestro servicio de limpieza, el objetivo de este estudio es el de identificar al grupo que va dirigido el servicio evidenciado sus necesidades, situación geográfica, demográfica, psicológicas, culturales, hábitos entre otros, , así se identificará los potenciales consumidores y de acuerdo a las características mencionadas se podrá establecer un servicio que alcance a cubrir los deseos y necesidades de sus demandantes.

La información que se presenta a continuación es tomada del censo poblacional realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos que publicó en su página oficial en el año 2019.

Además, se utilizará la información obtenida del directorio de empresas actualizado en el año 2019.

2.1.2. Unidad de Análisis

Población de la Administración Zonal Quitumbe (barrios de Pueblo solo Pueblo, La Arcadia, El Ejercito 2 etapa, El Blanqueado, La Bretaña, La Nueva Aurora).

2.1.3. Determinación de la Población

2.1.3.1. Identificación y Caracterización de la población objetivo (Beneficiarios)

El servicio va dirigido a todos aquellos potenciales clientes: personas naturales, negocios y empresas que necesitan del servicio de limpieza, la finalidad es que aquellos que no cuenten con tiempo o que prefieran entregar la responsabilidad de limpieza, se la entreguen a personal capacitado. En este punto se mencionará que nuestra organización se encargará de la contratación con todos los beneficios que la ley dicta pero sobre todo el compromiso de capacitarlos y formarlos en el uso de materiales y atención al cliente, generando confianza entre los usuarios acoplándonos a las fechas y horarios para realizar la tarea, a más de

comercializar los desechos que se puedan reciclar para que con estos ingresos poder adquirir material resultante del reciclaje para colocar en las zonas sanitizadas como por ejemplo, fundas de basura, basureros, aromatizantes, etc.

2.1.3.2. Población referencial

La población referencial es el área de influencia, es decir, la población a la que se pretende brindar el servicio y que está en las condiciones de cancelar un valor por el mismo, a más para este proyecto se tomará en cuenta referencialmente la cantidad de empresas y negocios enfocándonos especialmente en estos últimos para ofrecer el servicio integral.

Se estableció el valor de ventas de acuerdo al número de empresas según los datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en el año 2019 en la provincia de Pichincha, lo cual refleja los siguientes datos:

Ilustración 2: Ventas Totales

Ventas totales en miles de dólares por Sectores económicos											
Provincia(s): Pichincha											
Sector(es): [S] Otros servicios											
	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total	136.332	156.015	182.753	211.725	258.805	748.156	254.204	238.371	261.251	293.089	275.253
Servicios	136.332	156.015	182.753	211.725	258.805	748.156	254.204	238.371	261.251	293.089	275.253

Fuente: (INEC, 2019)

Ilustración 3: Evolución



Fuente: (INEC, 2019)

2.1.3.3. Población demandante potencial.

La población potencial se refiere a aquella que cuenta con la necesidad y que estaría dispuesta a pagar por el servicio de limpieza, es decir se refiere al área de influencia que no ha recibido el servicio por varios factores como la falta de conocimiento de la existencia de empresas que ofrecen el servicio de limpieza, malos comentarios, falta de recursos entre otros factores (INEC, 2019).

Tomaremos como referencia la población según su nivel socioeconómico. Según los datos obtenidos por el INEN, se identificó hogares en cinco estratos: el estrato A que representa el 1,9%, el estrato B que representa el 11,2%, el estrato C que representa el 22,8%, el estrato D con el 49,3% y el estrato E con el 14,8% que es el nivel bajo (INEC, 2019).

2.1.4. Universo

288.520 habitantes. (INEC, 2019)

2.1.5. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra para aplicar la encuesta de estudio se aplica la siguiente fórmula:

Ecuación 3: *Fórmula Cálculo de Muestra*

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

Fuente: Módulo de Estadística

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

Z = Nivel de confiabilidad

p = Probabilidad a favor

q = Probabilidad en contra

e = Error de estimación. Para investigaciones de comercialización se utiliza un 5%.

Tabla 1:
Nivel de Confianza

Z	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de Confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,50%	99%

Fuente: Módulo de Estadística

Datos de la muestra:

n = Tamaño de la muestra

N = 15.623 habitantes

Z = 95% (1.96)

p = 0.9

q = 0.1

e = 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.9 * 0.1 * 288.520}{0.05^2(288.520 - 1) + (1.96^2(0.9 * 0.1))}$$

$$n = \frac{99754,05888}{721,2975 + 0,345744}$$

$$n = \frac{99754,05888}{721,643244}$$

$$n = 138,2318198 = 138$$

El tamaño de la muestra es de 138 lo que indica que, la encuesta se aplicará a 138 personas.

2.1.6. Técnica de Investigación

La metodología a utilizar para realizar el respectivo levantamiento de información es la encuesta.

2.2. Resultado de la Investigación

Para la investigación se realizó un modelo de encuesta con 10 preguntas que permitirán acceder de primera mano a la percepción que tiene las personas sobre la existencia de una empresa que preste servicios de limpieza en el sector de la Arcadía, en el Anexo 1 se puede apreciar su estructura.

2.2.1. Tabulación e Interpretación de Resultados

Sexo

Tabla 2:

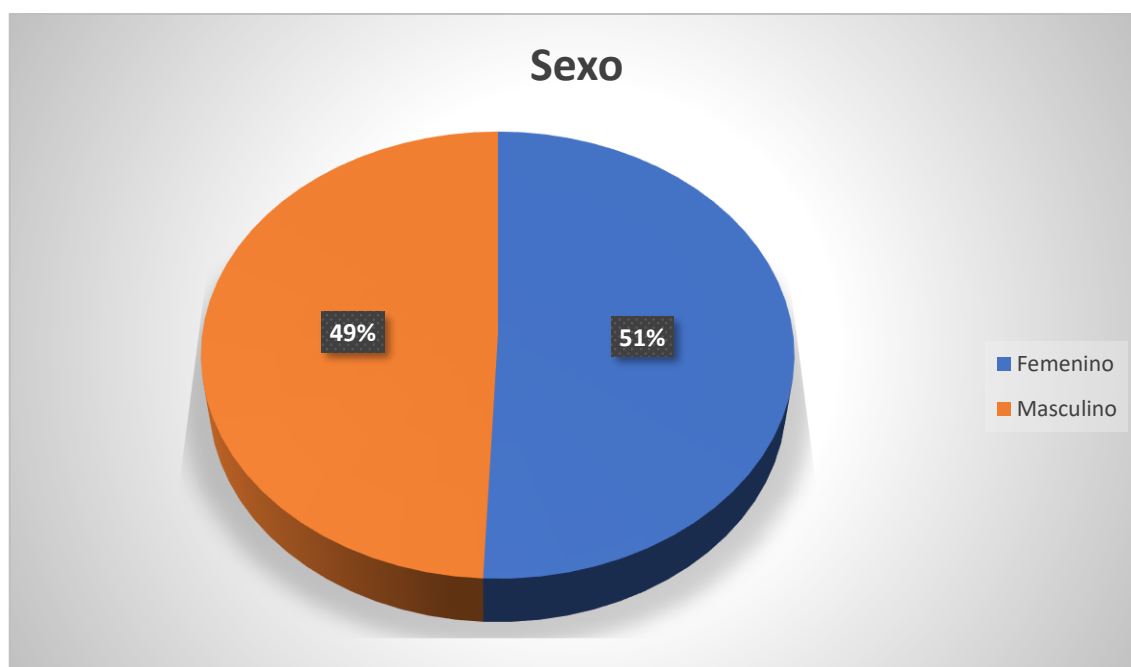
Sexo

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
FEMENINO	70	51%
MASCULINO	68	49%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 4: Sexo



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 personas encuestados, 70 corresponden al sexo femenino que es el predominante en esta encuesta representando el 51% del total de encuestados, 66 corresponden al sexo masculino que representa el 49% del total de encuestados.

1. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se realice la limpieza de su local comercial?

Tabla 3:

Frecuencia de limpieza

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
DIARIAMENTE	86	62%
SEMANALMENTE	15	11%
MENSUALMENTE	37	27%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 5: *Frecuencia de limpieza*



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 personas encuestados, 86 mencionan que les gustaría que la limpieza de su local comercial se realice diariamente esto corresponde a un 62% del total de los encuestados, 15 mencionan que les gustaría que la limpieza de su local comercial se realice semanalmente esto corresponde a un 11% del total de los encuestados. por otra parte, 37mencionan que les gustaría que la limpieza de su local comercial se realice mensualmente esto corresponde a un 27% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 62% a la pregunta ejecutada se puede observar que el sector está interesado por realizar la limpieza de su local comercial diariamente.

2. ¿Conoce alguna empresa que ofrezca el mismo servicio?

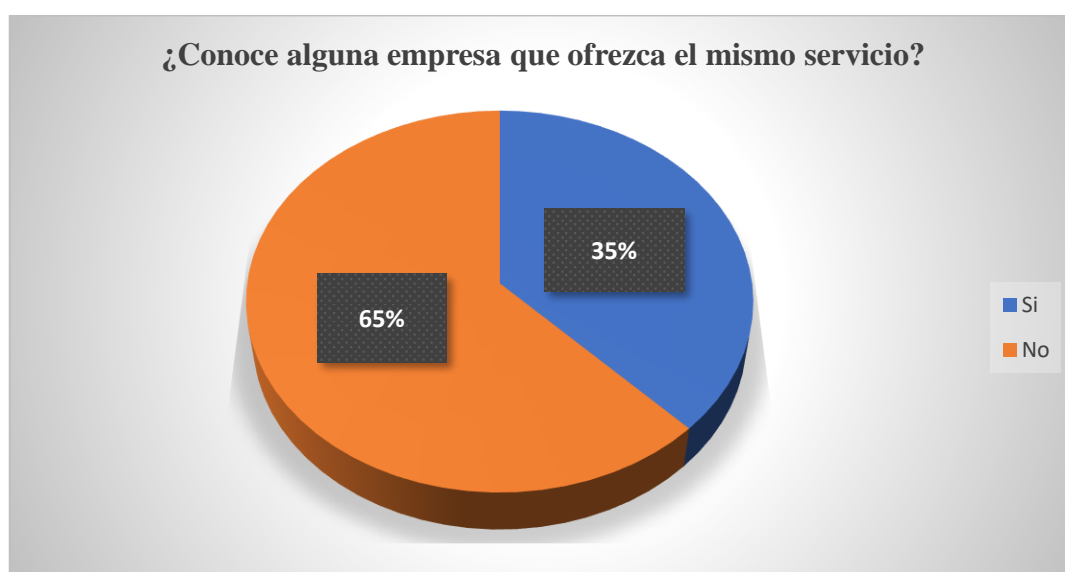
Tabla 4:
Competencia

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
SI	52	35%
NO	86	65%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 6: Competencia



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 personas encuestados, 52 mencionan que, si conocen otra empresa de limpieza, esto corresponde a un 35% del total de los encuestados, 86 mencionan que no conocen otra empresa de limpieza, esto corresponde a un 65% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 65% a la pregunta ejecutada se muestra que el sector no cuenta con una empresa se ofrezca el servicio de limpieza.

3. ¿Qué tipo de marca de productos de limpieza prefiere?

Tabla 5:

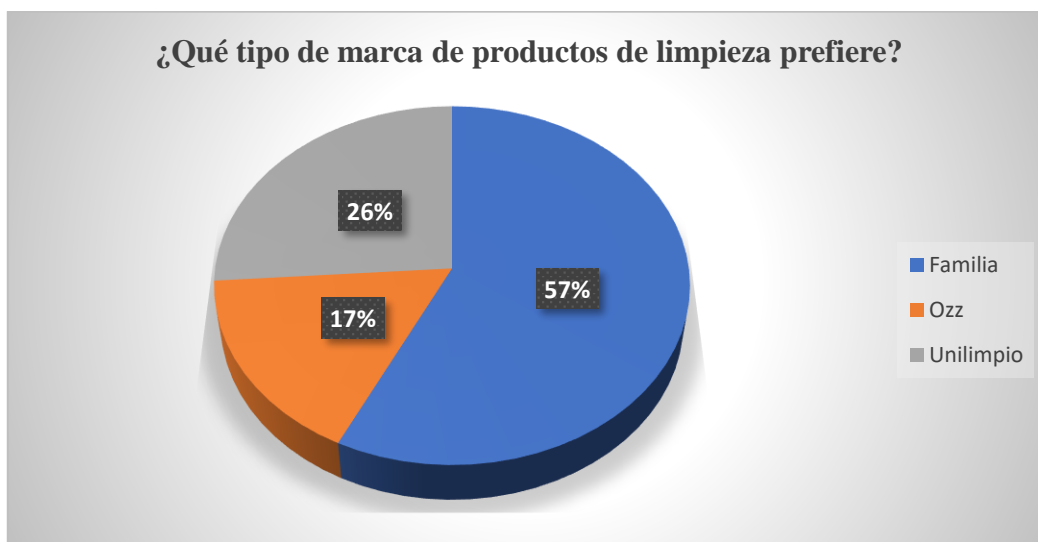
Preferencia de productos

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
FAMILIA	79	57%
OZZ	23	17%
UNILIMPIO	36	26%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 7: *Preferencia de productos*



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

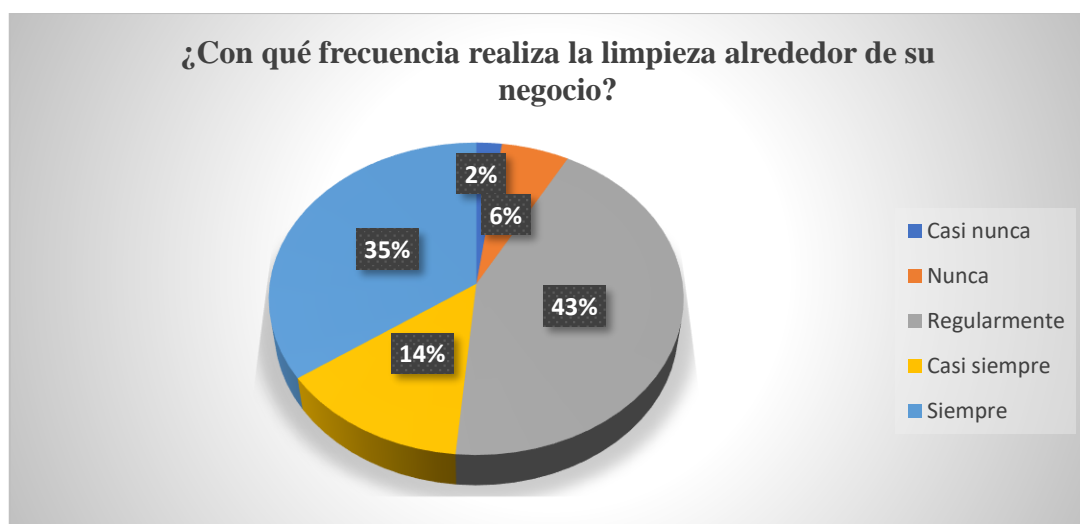
Análisis: La totalidad de 138 personas encuestados, 79 mencionan que conocen productos de limpieza Familia esto corresponde a un 57% del total de los encuestados, 23 mencionan que conocen productos de limpieza Ozz esto corresponde a un 17% del total de los encuestados. por otra parte, 36 mencionan que conocen productos de limpieza Unilimpio esto corresponde a un 26% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 57% a la pregunta ejecutada se observa que el sector conoce más los productos de la marca Familia.

4. ¿Con qué frecuencia realiza la limpieza alrededor de su negocio?

Tabla 6:*Frecuencia de limpieza exterior*

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
CASI NUNCA	3	2%
NUNCA	8	6%
REGULARMENTE	60	43%
CASI SIEMPRE	19	14%
SIEMPRE	48	35%
TOTAL	138	100%

*Fuente: Investigación en campo (2023)**Elaborado por: Germán Mendoza***Ilustración 8:** *Frecuencia de limpieza exterior**Fuente: Investigación en campo (2023)**Elaborado por: Germán Mendoza*

Análisis: La totalidad de 138 personas encuestados, 3 mencionan que casi nunca realizan limpieza en los alrededores esto corresponde a un 2% del total de los encuestados, 8 mencionan que nunca realizan limpieza en los alrededores esto también corresponde a un 6% del total de los encuestados, 60 mencionan que regularmente realizan limpieza en los alrededores esto corresponde a un 43% del total de los encuestados, 19 mencionan que casi siempre realizan limpieza en los alrededores esto corresponde a un 14% del total de los encuestados, 48 mencionan que siempre realizan limpieza en los alrededores esto corresponde a un 35% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 43% regularmente a la pregunta ejecutada se observa que el sector puede tener aceptación.

5. ¿Con que frecuencia realiza la recolección de basura la entidad municipal?

Tabla 7:

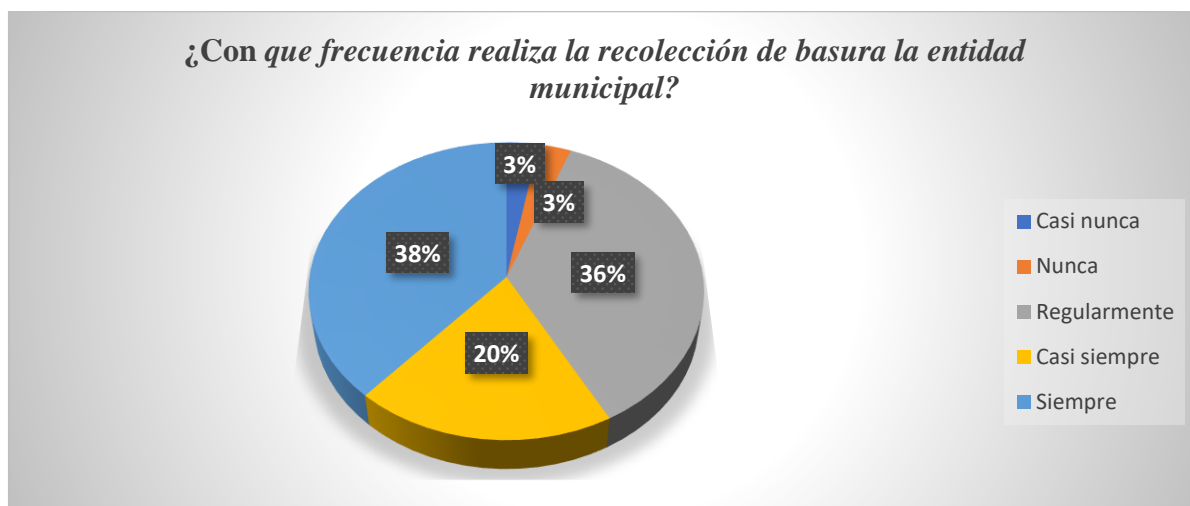
Frecuencia limpieza municipal

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
CASI NUNCA	4	3%
NUNCA	4	3%
REGULARMENTE	50	36%
CASI SIEMPRE	27	20%
SIEMPRE	53	38%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 9: *Frecuencia limpieza municipal*



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 personas encuestados, 4 mencionan que casi nunca y nunca realizan la recolección de basura esto corresponde a un 3% del total de los encuestados, 50 mencionan que regularmente realizan la recolección de basura esto corresponde a un 36%, 27 mencionan que casi siempre realizan la recolección de basura esto corresponde a un 20%, finalmente 53 mencionan que siempre realizan la recolección de basura esto corresponde a un 38% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 38% siempre a la pregunta ejecutada se observa que en el sector la recolección de basura es aceptable.

6. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se realice la limpieza de su local comercial?

Tabla 8:

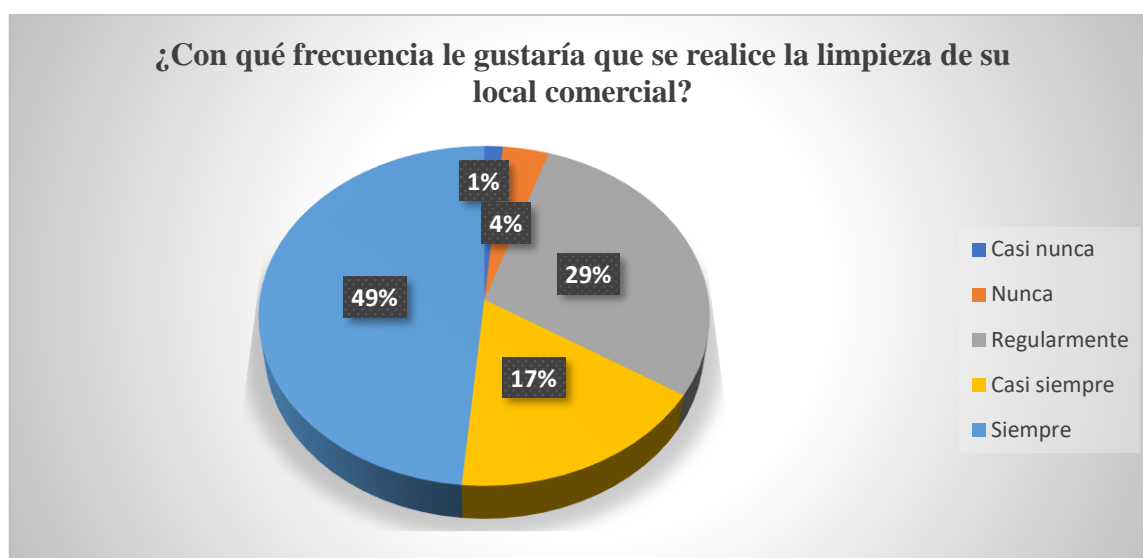
Frecuencia de limpieza interior

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
CASI NUNCA	2	1%
NUNCA	5	4%
REGULARMENTE	40	29%
CASI SIEMPRE	24	17%
SIEMPRE	67	49%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 10: *Frecuencia de limpieza interior*



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 encuestados, 2 mencionan que casi nunca limpiarían su local comercial, esto corresponde a un 1%, 5 mencionan que nunca, esto corresponde a un 4%, 40 mencionan que regularmente limpiarían su local, esto corresponde a un 29%, 23 mencionan que casi siempre limpiarían su local comercial, esto corresponde a un 17% del total de los encuestados, 67 mencionan que siempre limpiarían su local comercial, esto corresponde a un 49% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 49% siempre a la pregunta ejecutada se obtiene que el sector se puede tener aceptación en la creación del servicio de limpieza.

7. *¿Considera importante la limpieza de su local comercial para el ofrecimiento de sus productos?*

Tabla 9:

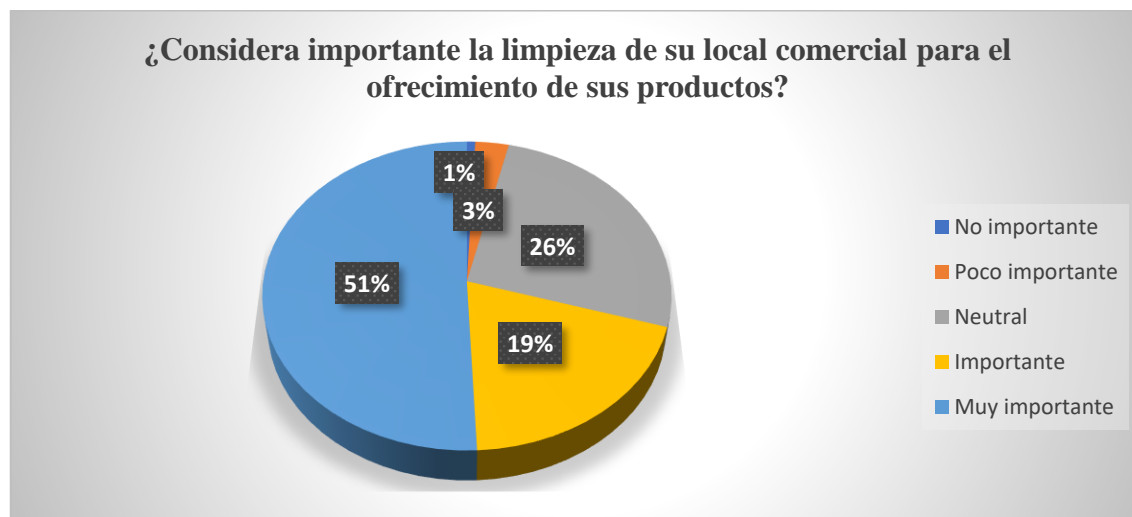
Importancia de la limpieza

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
NO IMPORTANTE	1	1%
POCO IMPORTANTE	4	3%
NEUTRAL	36	26%
IMPORTANTE	27	19%
MUY IMPORTANTE	70	51%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 11: *Importancia de la limpieza*



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 encuestados, 1 menciona que no es importante la limpieza para ofrecer sus productos, esto corresponde a un 1% del total, 4 mencionan que es poco importante, esto corresponde a un 3% del total, 36 mencionan que es neutral la limpieza, esto corresponde a un 26% del total, 27 mencionan que es importante la limpieza para ofrecimiento de sus productos, esto corresponde a un 19% del total, 70 mencionan que es muy importante la limpieza para ofrecimiento de sus productos, esto corresponde a un 51% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 51% muy importante a la pregunta ejecutada se observa que en el sector es importante la limpieza de su localidad para una mejor atención.

8. *¿Qué tan importante es la velocidad que se debe utilizar en la limpieza de su local comercial?*

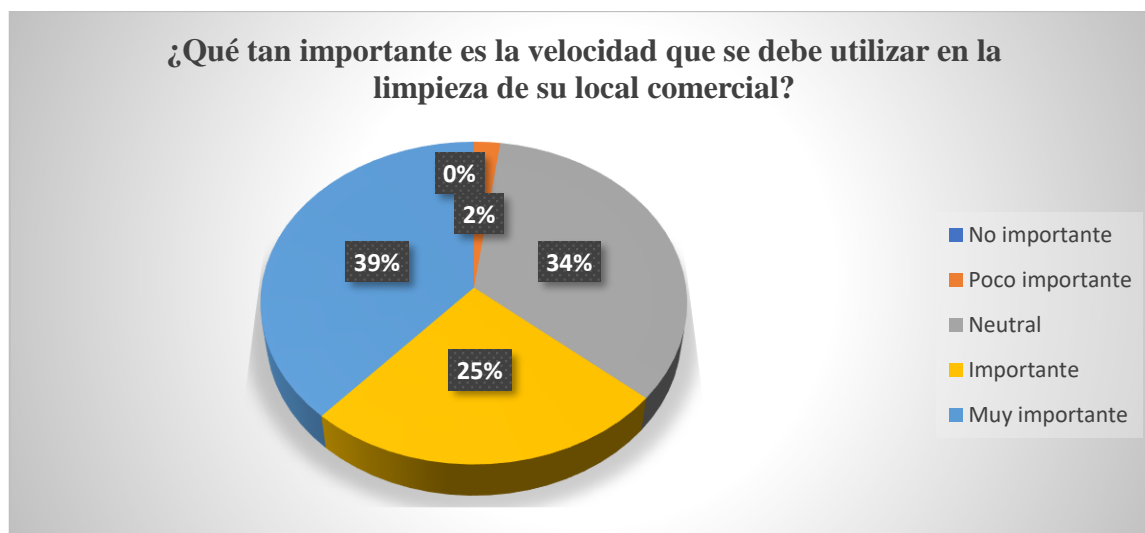
Tabla 10:
Velocidad de limpieza

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
NO IMPORTANTE	0	0%
POCO IMPORTANTE	3	2%
NEUTRAL	47	34%
IMPORTANTE	35	25%
MUY IMPORTANTE	53	39%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 12: *Velocidad de limpieza*



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 encuestados, 3 mencionan que es poco importante el tiempo que lo lleva realizar la limpieza, esto corresponde a un 2% del total, 47 mencionan que es neutral, esto corresponde a un 34% del total de los encuestados, 35 mencionan que es importante, esto corresponde a un 25% del total de los encuestados, 53 mencionan que es muy importante el tiempo que lo lleva realizar la limpieza, esto corresponde a un 39% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 39% muy importante a la pregunta ejecutada se evidencia que los locales comerciales no cuentan con el tiempo suficiente para realizar la actividad de limpieza.

9. ¿Considera importante la marca de los productos al momento de realizar la limpieza?

Tabla 11:

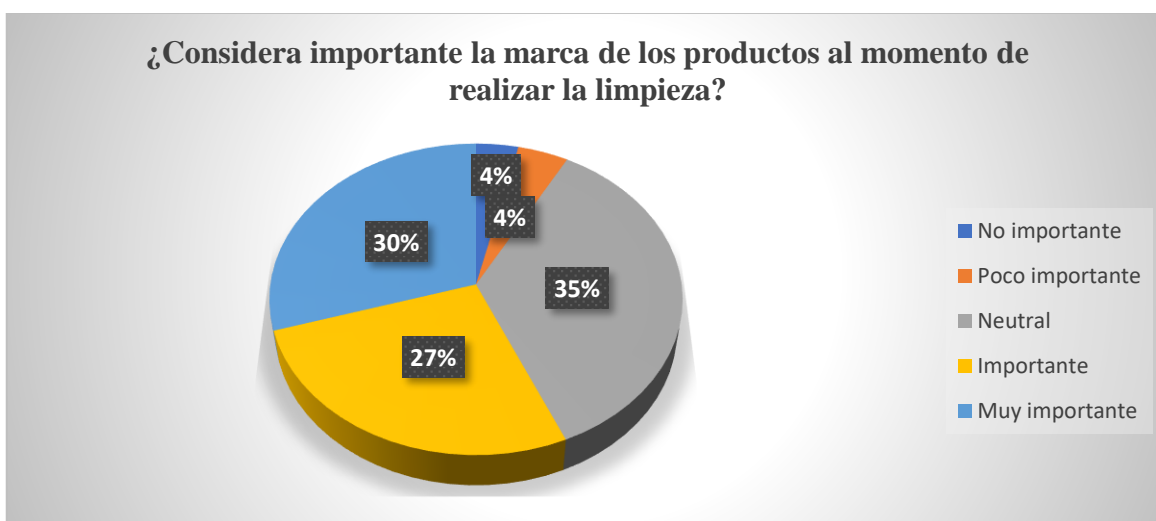
Marca de productos

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
NO IMPORTANTE	5	4%
POCO IMPORTANTE	6	4%
NEUTRAL	49	36%
IMPORTANTE	37	27%
MUY IMPORTANTE	41	30%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 13: Marca de Productos



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Análisis: La totalidad de 138 encuestados, 5 mencionan que es no es importante la marca del producto para realizar la limpieza, esto corresponde a un 4 % del total de los encuestados, 6 mencionan que es poco importante, esto corresponde a un 4 % del total de los encuestados, 49 mencionan que es neutral, esto corresponde a un 36% del total de los encuestados, 37 mencionan que es importante, esto corresponde a un 27% del total de los encuestados, 41 mencionan que es muy importante la marca del producto para realizar la limpieza, esto corresponde a un 30% del total de los encuestados.

Con un porcentaje del 36% neutral a la pregunta ejecutada se obtiene que no es de suma importancia para los encuestados las marcas de productos de limpieza.

10. ¿Qué tan difícil es para usted acceder a los productos de limpieza?

Tabla 12:

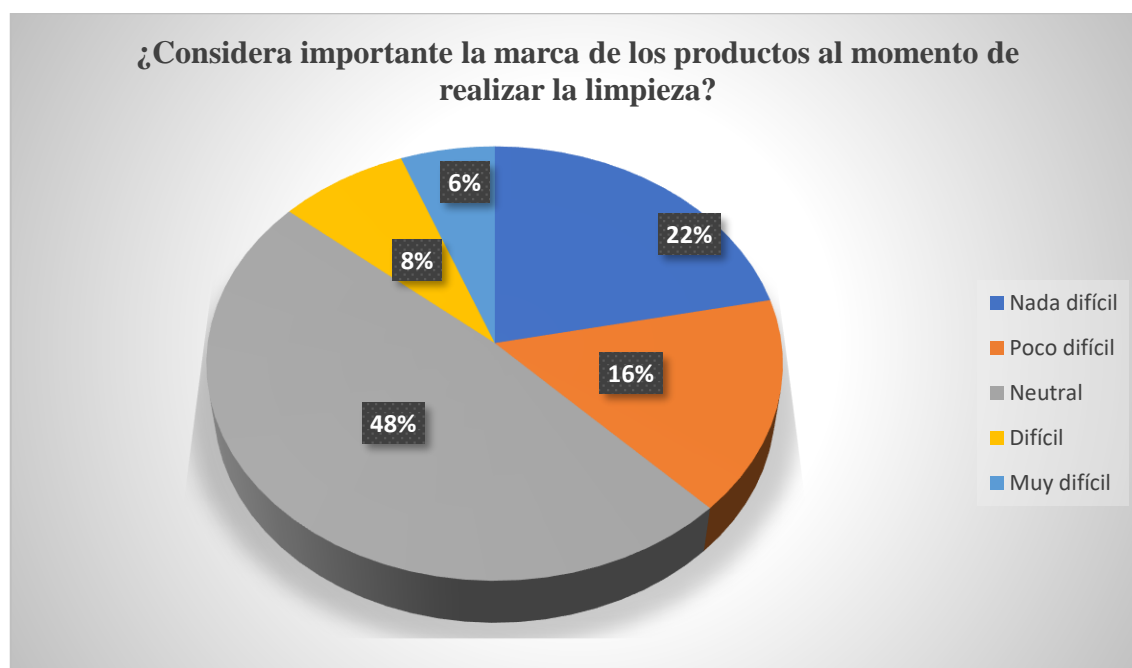
Accesibilidad a productos

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
NADA DIFÍCIL	30	22%
POCO DIFÍCIL	22	16%
NEUTRAL	67	48%
DIFÍCIL	11	8%
MUY DIFÍCIL	8	6%
TOTAL	138	100%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 14: *Accesibilidad a productos*



Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

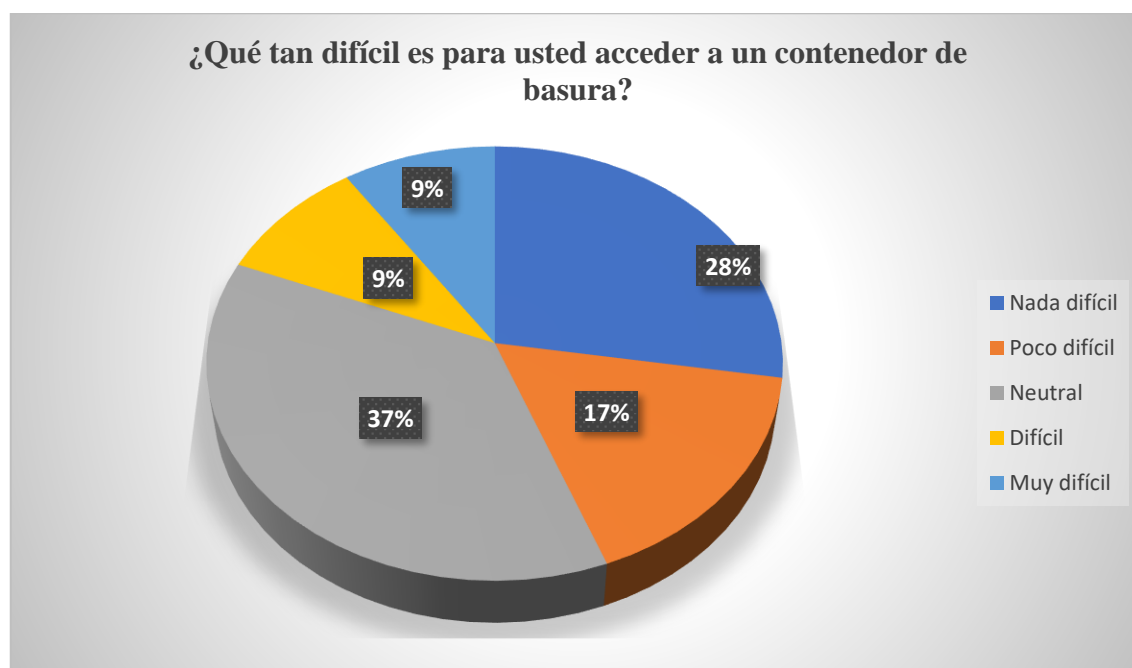
Análisis: La totalidad de 138 personas encuestados, 30 mencionan que es no es nada difícil acceder a productos de limpieza, esto corresponde a un 25 % del total, 22 mencionan que es poco difícil, esto corresponde a un 16% del total, 67 mencionan que es neutral, esto corresponde a un 48%, 11 mencionan que es difícil, esto corresponde a un 9 %, 8 mencionan que es muy difícil, esto corresponde a un 5 %.

Con un porcentaje del 48% neutral a la pregunta ejecutada ver que no existe mayor dificultad para el acceso a productos de limpieza.

11. ¿Qué tan difícil es para usted acceder a un contenedor de basura?

Tabla 13:*Acceso a contenedor*

Alternativas	# Encuestas	% Respuestas
NADA DIFÍCIL	38	28%
POCO DIFÍCIL	23	17%
NEUTRAL	51	37%
DIFÍCIL	13	9%
MUY DIFÍCIL	13	9%
TOTAL	138	100%

*Fuente: Investigación en campo (2023)**Elaborado por: Germán Mendoza***Ilustración 15:** *Acceso a contenedor**Fuente: Investigación en campo (2023)**Elaborado por: Germán Mendoza*

Análisis: La totalidad de 138 encuestados, 38 mencionan que es no es nada difícil acceder a un contenedor de basura, esto corresponde a un 28% del total de los encuestados, 23 mencionan que es poco difícil, esto corresponde a un 17 %, 51 mencionan que es neutral, esto corresponde a un 37 %, 13 mencionan que es difícil, esto corresponde a un 9 %, 13 mencionan que es muy difícil, esto corresponde a un 9 %.

Con un porcentaje del 46% neutral a la pregunta ejecutada se evidencia que no existe mayor dificultad para el acceso a productos de limpieza.

2.2.2. Conclusión de la Fase de Diagnóstico

Con el fin de encontrar un resultado para llevar a cabo la creación de una empresa que ofrezca un servicio de limpieza adecuado se realizó una encuesta entre los moradores cercanos a la localidad del negocio.

En general nos hemos encontrado con un barrio que cuenta con varios locales comerciales y no cuentan con los implementos necesarios para cumplir con una limpieza optima, apareciendo ciertas necesidades y fallos sencillos subsanables.

La encuesta nos arroja que los moradores no están contentos con la limpieza en la localidad ya que son pequeñas observaciones que se repiten bastante en todos los encuestados como:

- Falta de empresas que ofrezcan servicio de limpieza.
- Falta de limpieza de sus alrededores.
- Falta de recolección y acceso a contenedores de basura.
- Falta de tiempo para realizar limpiezas.

Aun así, como demuestra la información obtenida en las encuestas los vecinos dan aceptación a la creación de una empresa que ofrezca el servicio de limpieza para el sector.

2.2.3. Análisis y Proyección de la Demanda

2.2.3.1. Análisis de la Demanda

Para el cálculo de la demanda se toma en cuenta el mercado objetivo, mismo que corresponde a pobladores de la zona Quitumbe, de manera principal, los negocios, oficinas y hogares del Barrio Pueblo solo Pueblo, que corresponde a una población de 288.520, por el porcentaje de aceptación en relación a la interrogante 1. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se realice la limpieza de su local comercial?, en la que el 62% da conocer que sí le gustaría y de manera diaria, obteniendo así el siguiente resultado:

$$\text{Demanda} = 288.520 * 62\%$$

$$\text{Demanda} = 178.882$$

2.2.3.2. Cálculo de la Demanda Potencial

Para el cálculo de la demanda potencial, se toma en cuenta la aceptación de la población por el servicio la cual corresponde a 288.520, por la frecuencia de uso del servicio tomado de la pregunta 1 y 6. ¿Con qué frecuencia le gustaría que se realice la limpieza de su local comercial?, datos que se reflejan en la siguiente tabla:

Tabla 14:
Demanda Potencial

Población	Frecuencia	% Respuestas	Población Obtenida	Cantidad de uso del servicio de forma anual	Demanda en número de servicios
288.520	CASI NUNCA y NUNCA (Mensualmente)	5%	14.426	12	173.112
288.520	REGULARMENTE (Semanalmente)	31%	89.441	48	4'293.168
288.520	CASI SIEMPRE y SIEMPRE (Diariamente)	64%	184.653	365	67'398.345
TOTAL		100%	288.520		71'864.625

Fuente: Investigación en campo (202)

Elaborado por: Germán Mendoza

2.2.3.3. Proyección de la Demanda

Para la proyección de la demanda se toma en cuenta la demanda en números de servicios que corresponde a 71'864.625 servicios, por la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Quito que corresponde a 2,18% anual (INEC, 2019). Cálculo que se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 15:
Proyección de la Demanda

AÑO	PROYECCIÓN NÚMERO DE SERVICIOS
1	71'864.625
2	228'529.508
3	233'511.451
4	238'602.001
5	243'803.525

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

2.2.4. Análisis y Proyección de la Oferta

2.2.4.1. Análisis de la Oferta

Para el cálculo de la oferta se toma en cuenta el número de servicios que corresponde a 71'864.625, por el porcentaje de la pregunta de la encuesta la cual está relacionada con la pregunta 2. ¿Conoce alguna empresa que ofrezca el mismo servicio? De esta manera se determina que el 35% da conocer que si, por lo tanto, se calcularía de la siguiente forma:

$$\text{Oferta} = 71'864.625 * 35\%$$

$$\text{Oferta} = 25'152.619 \text{ servicios}$$

2.2.4.2. Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta el número de servicios que corresponde 25'152.619, por la tasa de crecimiento del sector de servicios que corresponde a 1,9% de forma anual de acuerdo al (Banco Central del Ecuador, 2019), calculo que se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 16:
Proyección de la Oferta

PROYECCIÓN	
AÑO	NÚMERO DE SERVICIOS
1	25'152.619
2	25'630.519
3	26'117.499
4	26'613.731
5	27'119.391

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Observación: El número de servicios de la oferta se determina acorde a la población de estudio que equivale a 71'864.625, este valor se multiplica por el porcentaje del mercado objetivo, que se siente satisfecho con el servicio mismo que corresponde al 35%, obteniendo así una oferta de 25'152.619 servicios.

2.2.5. Demanda Insatisfecha

Tabla 17:
Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA ANUAL EN NÚMERO DE SERVICIOS	OFERTA ANUAL EN NÚMERO DE SERVICIOS	DEMANDA INSATISFECHA
1	71'864.625	25'152.619	46'712.006
2	228'529.508	25'630.519	202'898.989
3	233'511.451	26'117.499	207'393.952
4	238'602.001	26'613.731	211'988.270
5	243'803.525	27'119.391	216'684.134

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

2.2.5.1. Demanda que la empresa pretende cubrir

Vista la excesiva cantidad de demanda insatisfecha y teniendo en consideración que, en el primer año se planea una atención de 30 servicios diarios con un crecimiento del 15% de atención anual, se presenta la tabla a continuación:

Tabla 18:
Demanda a Satisfacer

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	SERVICIOS A PRESTAR ANUALMENTE	PORCENTAJE DE DEMANDA SATISFECHA
1	46'712.006	10.950	0,023%
2	202'898.989	12.593	0,006%
3	207'393.952	14.481	0,007%
4	211'988.270	16.654	0,008%
5	216'684.134	19.152	0,009%

Fuente: Investigación en campo (2023)

Elaborado por: Germán Mendoza

Pese a que el porcentaje de la demanda que vamos a satisfacer es bajo, es un buen indicador acerca de la viabilidad del proyecto y el alto nivel de oportunidad en esta brecha laboral; así también puede indicar la probabilidad de que, una vez establecido el negocio, se incorporen nuevas sucursales para cubrir en mayor porcentaje esta necesidad.

Capítulo III

3. Estudio Técnico, Administrativo, Ambiental

3.1. Localización del Proyecto

3.1.1. *Macrolocalización*

Se tomaron en cuenta muchas variables al decidir el lugar en el cual se iba a instalar el proyecto de una empresa de servicios de limpieza en la Administración Zonal Quitumbe.

3.1.1.1. Tipo de lugar

Dada la investigación en cuanto a oferta y demanda, se concluyó que la localidad del barrio La Arcadia no cuenta con una organización o empresa que ofrezca servicios de limpieza considerando que la zona es comercial.

3.1.1.2. Monto de inversión

La cantidad de la inversión es \$8000. Este monto se utilizará para equipar el inmueble. Se realizará el pago de canon de arriendo mensualmente dado que la propiedad será arrendada.

3.1.1.3. Estado de las vías de comunicación

La avenida principal para acceder a la localidad “La Arcadia” es la avenida Pedro Vicente Maldonado, misma que se encuentra en condiciones transitables para su libre circulación.

También se cuenta con un acceso de ingreso a la localidad por los barrios, ciudadela el ejército y barrios aledaños a la localidad.

Como referencia tenemos al terminal Quitumbe ya que se encuentra a 3 kilómetros de nuestra localidad.

3.1.1.4. Servicios

El sector cuenta con energía eléctrica, agua potable, comunicación telefónica y acceso a Internet.

3.1.2. *Microlocalización*

En primer lugar, se tomó en cuenta contar con el inmueble en la localidad de “La Arcadia”. También, se revisó que no exista algún competidor fuerte que afecte en el servicio que ofrecemos.

3.1.2.1. Ubicación

Pueblo solo pueblo, pasaje S44 y pasaje Oe1H

3.1.2.2. Relación precio-calidad del terreno

Canon de arriendo mensual \$ 250.00

3.1.2.3. Revisión del entorno

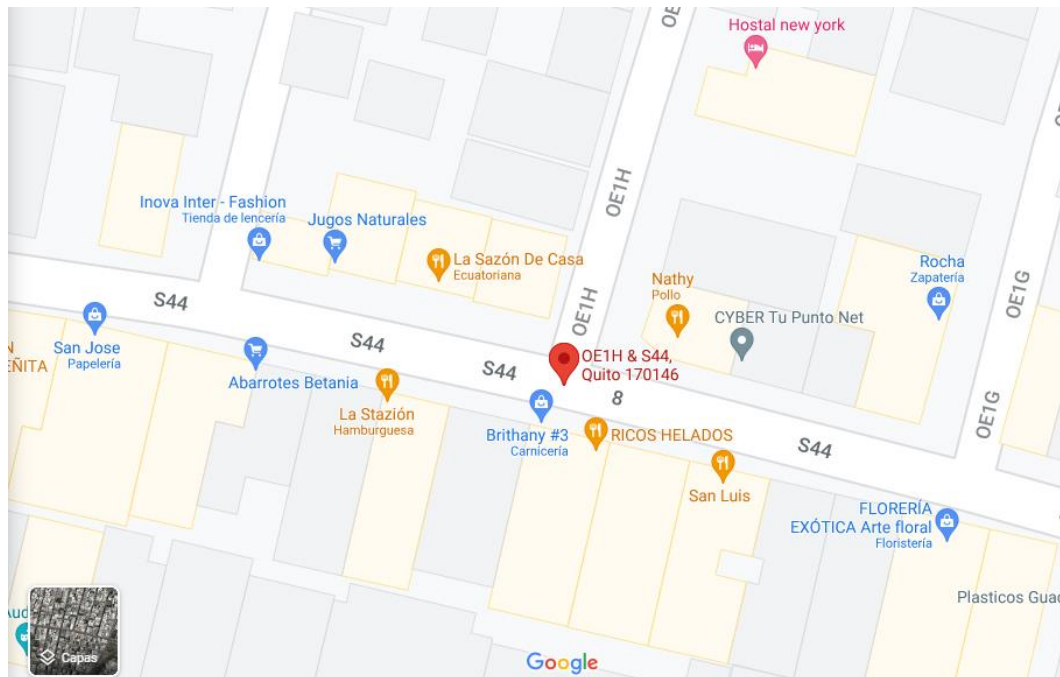
No se evidenció competencia indeseable

3.1.2.4. Análisis de la estructura urbana

El barrio “La Arcadia”, es un espacio comercial dentro de la ciudad ya que cuenta con locales comerciales a sus alrededores.

3.1.2.5. Mapa Geográfico

Ilustración 16: *Pueblo solo Pueblo*



Fuente: Google Maps

3.2. Tamaño del proyecto

3.2.1. Infraestructura

El terreno se localizará en el Sur de Quito, en el Barrio Pueblo solo Pueblo y la superficie aproximada para la construcción de la planta es de 10,000 metros cuadrados, considerando el área de construcción, bodegas de almacenamiento, área de carga y descarga, zona para equipo auxiliar y zona de oficinas. La empresa será ubicada en una esquina, por conveniencia en cuanto a tránsito y vialidad.

El costo del terreno en metros cuadrados es de \$150.00 y posee las siguientes características: mantiene un área de 125 metros de frente por 120 metros de fondo, dando un total de 15,000 metros cuadrados; es un terreno plano totalmente urbanizado, cuenta con red de agua potable, red de drenaje sanitario, línea de energía eléctrica de alta tensión, pavimentación, y acceso rápido a las vías principales.

Ilustración 17: *Croquis Oficinas de la Empresa*



Fuente: Google Fotos

3.2.2. Recurso humano

El personal requerido en la empresa, es el detallado a continuación:

Gerente General, quien dirigirá la empresa; será el encargado de coordinar las actividades de cada departamento, delimitar políticas administrativas, responder en cuanto a

inversiones y otras funciones financieras, representar a la empresa e identificar continuamente los problemas presentes para generar las mejores soluciones.

El Subgerente, apoyará como auxiliar en las actividades gerenciales, tomando su lugar en caso de ausencia; así también forma parte del cuerpo de trabajo en la toma de decisiones.

Jefe Financiero, mantendrá al día al gerente general sobre todas las cuentas de la empresa, los gastos, sus ingresos y sus valores de utilidad.

Jefe Logístico, será el contacto para brindar en servicio a los clientes.

Servidores de limpieza, desempeñarán su labor según las necesidades del cliente y la empresa.

3.2.3. *Maquinaria, equipo muebles y suministros*

Para la realización de sus labores de limpieza, la empresa cuenta con los siguientes activos:

- Vehículos

Ilustración 18: *Vehículo*



Fuente: Google Fotos

Muebles y Enseres

- Estaciones de trabajo

Ilustración 19: *Estación de Trabajo*



Fuente: Google Fotos

- Anaquel

Ilustración 20: *Anaqueles*



Fuente: Google Fotos

- Sillones

Ilustración 21: *Sillones*



Fuente: Google Fotos

- Archivadores

Ilustración 22: *Archivador*



Fuente: Google Fotos

- Sillas

Ilustración 23: *Silla*



Fuente: Google Fotos

- Escritorios

Ilustración 24: *Escritorio*



Fuente: Google Fotos

Equipo de oficina

- Telefax

Ilustración 25: *Telefax*



Fuente: Google Fotos

- Destruccion de papel

Ilustración 26: *Trituradora de papel*



Fuente: Google Fotos

Equipo de computación

- Computadoras de escritorio

Ilustración 27: *Computador de escritorio*



Fuente: Google Fotos

- Computadora portátil

Ilustración 28: *Laptop*



Fuente: Google Fotos

- Impresora matricial

Ilustración 29: *Impresora matricial*



Fuente: Google Fotos

- Impresora multifunción

Ilustración 30: *Impresora multifunción*



Fuente: Google Fotos

Maquinarias y Equipo

- Aspiradora profesional Electrolux 1600

Ilustración 31: *Aspiradora profesional*



Fuente: Google Fotos

- Rasqueteadora y abrillantadora Electrolux

Ilustración 32: *Rasqueteadora*



Fuente: Google Fotos

- Aspiradora de polvo y agua 15 litros.

Ilustración 33: *Aspiradora de polvo y agua*



Fuente: Google Fotos

- Electrolux HIPO Aspiradora de polvo y agua, lava alfombras

Ilustración 34: *Lava alfombras*



Fuente: Google Fotos

Materiales e Insumos

- Guantes (pares)

Ilustración 35: *Guantes*



Fuente: Google Fotos

- Escobas

Ilustración 36: *Escobas*



Fuente: Google Fotos

- Palas

Ilustración 37: *Pala*



Fuente: Google Fotos

- Trapeadores

Ilustración 38: *Trapeador*



Fuente: Google Fotos

- Cubetas industriales (20 lts)

Ilustración 39: *Cubeta industrial*



Fuente: Google Fotos

- Cepillo de mano

Ilustración 40: *Cepillo de mano*



Fuente: Google Fotos

- Cloro (glns)

Ilustración 41: *Cloro*



Fuente: Google Fotos

- Desinfectante (galones)

Ilustración 42: *Desinfectante*



Fuente: Google Fotos

- Detergente líquido (galones)

Ilustración 43: *Detergente líquido*



Fuente: Google Fotos

- Líquido para limpiar vidrios (galones)

Ilustración 44: *Limpia vidrios*



Fuente: Google Fotos

- Atomizadores

Ilustración 45: *Atomizador*



Fuente: Google Fotos

- Señalética

Ilustración 46: *Señalética*



Fuente: Google Fotos

- Bolsas plásticas (docena)

Ilustración 47: *Bolsas plásticas*



Fuente: Google Fotos

3.3. Proceso de producción o servicio

- 1) Barrido de pisos: - Se realizará el pasado de mopa o cepillo para recoger el polvo que esta sobre la superficie que deseamos limpiar tomando en cuenta sus dimensiones, recolección de residuos con recogedor de basura para después poder colocar en cestos de basura correspondientes al tipo de residuo.
- 2) Limpieza de pisos – Se realizará la colocación de la solución limpiadora en toda la superficie que vaya hacer tratada, se pasa la mopa sobre la superficie tratada y se recoge la solución líquida sucia, repitiendo la operación tantas veces como sea necesaria hasta cubrir toda la superficie.

- 3) Se recogerá todo el líquido con la mopa y se procede a retirar toda el agua limpia de la superficie trabajada.
- 4) Se verifica la higiene de la superficie total y todas las imperfecciones.
- 5) Se lavarán todos los elementos utilizados, considerando la correcta higiene de los mismos.
- 6) Desinfección de pisos. - Este proceso se realizará una vez limpia toda la superficie, se pasará la mopa utilizando solución desinfectante hasta cubrir toda la superficie, verificación que la higiene este correcta y haya corregido todas sus imperfecciones.
- 7) Recolección de residuos comunes. - Se coloca elementos de protección personal, se realizará la recolección de basura en fundas grandes solo hasta el 75 % de su capacidad, se realizará el traslado de bolsas de basura a un contenedor de basura municipal siguiendo todos los procedimientos de limpieza para eliminación de imperfecciones y áreas contaminadas.
- 8) Limpieza y lustrado de mobiliarios esto incluye mesas, sillas armarios y demás muebles y enseres.

3.4. Constitución del Negocio

3.4.1. Obtener el Registro Único de Contribuyentes

Es una inscripción de carácter obligatorio para todas las empresas que quieran comenzar sus operaciones. El número 1798285937001 es un ejemplo de número que identifica a una empresa a nivel nacional. Generalmente reflejado en la facturación de ventas, en el registro de personería jurídica de la empresa en cuestión. Todas las nuevas empresas que quieran empezar a operar, deben en primer lugar, registrarse en el RUC, momento en que se le asigna un número de identificación con el cual podrá facturar.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales, jurídicas y sociedades que realicen alguna actividad económica en forma permanente u ocasional, o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

Es el documento que identifica e individualiza a los contribuyentes, personas físicas o jurídicas, para fines tributarios. El RUC es el instrumento que permite que el Servicio de Rentas Internas (SRI) realice el control tributario. (SRI, s.f.)

3.4.2. Obtención de Patente Municipal

“Aplica a todas las personas naturales (ecuatorianas o extranjeras) que no están obligadas a llevar contabilidad y que inician una actividad económica dentro de los límites territoriales” (GADMM, 2020).

Requisitos Obligatorios:

- Formulario de solicitud de registro.
- Copia de cédula y certificado de votación.
- Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes) o del RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano completo).
- Copia del certificado de funcionamiento de bomberos (año actual).
- En caso de tener RUC: declaración de impuesto a la renta del ejercicio económico anterior. Si son artesanos: copia de calificación vigente.
- Copia de certificado de uso de suelo

3.4.3. Obtención de LUAE (Licencia Única de Actividades Económicas)

Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. El régimen administrativo para su obtención consta en la Ordenanza Metropolitana (Peñarreta Gallego, 2015).

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de compatibilidad y uso de suelo

- Permiso sanitario
- Permiso de funcionamiento de bomberos
- Rotulación
- Permiso ambiental
- Permiso Anual de Funcionamiento de la intendencia general de Policía

3.4.4. *Obtención de Permiso de Funcionamiento ARCOTEL*

1. Solicitud.
2. Datos del solicitante (nombres completos, número de cedula o pasaporte).
3. Declaración juramentada.
4. Plan de sostenibilidad financiera (debe incluir proyección de ingresos).
5. Proyecto técnico
6. Declaración de responsable.
7. Autorización por medio de la cual se faculte a la ARCOTEL, solicitar a las entidades y autoridades competentes, la información que se requiera para validar o comprobar los datos del solicitante y determinar si estuviere incurso en prohibiciones o inhabilidades (ARCOTEL, s.f.).

3.5. Filosofía empresarial

3.5.1. *Nombre de la empresa*

Servicio de limpieza y desinfección “Daly Clean Plus”

3.5.2. *Logotipo y Slogan*

3.5.2.1. Logotipo

Ilustración 48: *Logotipo Empresarial*



Elaborado por: Germán Mendoza

3.5.2.2. Slogan

“Más que un asunto de necesidad, nuestro servicio de aseo es bienestar”

3.5.3. *Misión*

Somos una empresa dedicada a brindar servicio de limpieza, desinfección y sanitización con los mejores productos de limpieza, nuestra misión es cumplir con todas las expectativas de nuestros clientes, colaboradores, proveedores, socio estratégicos y demás accionistas ofreciendo un servicio de calidad.

3.5.4. *Visión*

Ser reconocidos por nuestro servicio a través de una experiencia de sublimidad que facilite más la vida de nuestros clientes, motivando a nuestro personal de manera idónea para servir con orgullo a la empresa que pertenecen.

3.5.5. *Valores*

- Respeto. - una empresa logra el éxito cuando existe el respeto mutuo entre sus colaboradores y partes interesadas.

- **Transparencia.** - pese a las situaciones que se presente en el día a día la honestidad debe ser el sello de toda empresa ya que de esa manera lograr mantener el respeto entre todos los involucrados.
- **Confianza.** - tener el personal apto para realizar sus actividades labores es mantener la fe en las habilidades que puede desarrollar cada miembro de tu equipo de trabajo.
- **Credibilidad.** - el cumplimiento de actividades llevará a la empresa a posicionarse ya que con esfuerzo se logrará todo lo mencionado.
- **Innovación.** - la educación y el entrenamiento del personal será una inversión para ambas partes ya que son manera de fomentar la supervivencia a largo plazo de cualquier negocio.

3.5.6. Estructura organizacional

Ilustración 49: Organigrama Estructural



Elaborado por: Germán Mendoza

Funciones de Gerente General

- Representar a la empresa legalmente.
- Persona que tomara las decisiones.
- Negociaciones con proveedores.
- Análisis de mercados.
- Manejo de parámetros para selección de personal.
- Implementación de políticas.

Funciones de Jefe Financiero

- Manejo de presupuesto de la empresa.
- Manejo recurso legal y humano.
- Registro de facturas de servicio.
- Pago a proveedores.

Funciones de Jefe Logístico

- Persona que brindara el servicio en primera estancia.
- Dar a conocer servicios disponibles.
- Distribución de personal.

Funciones de Personal Capacitado

- Cumplir con el servicio que el cliente requiere.
- Brindar apoyo al cliente sobre el servicio prestado.
- Cumplir las actividades designadas en los tiempos establecidos.
- Cumplir con normas de seguridad para brindar excelencia en nuestro trabajo.
- Lavar todos los utensilios que se utilicen al momento de realizar el trabajo.
- Cumplir con las políticas establecidas.
- Manejo de inventario de los productos.

3.6. Estrategia

3.6.1. Las cinco fuerzas competitivas de Michael E. Porter

3.6.1.1. Poder de negociación de los compradores o clientes

Para desarrollar correctamente esta fuerza de la estrategia, será necesario realizar lo siguiente:

- Trabajar con personal responsable y confiable,
- Supervisión constante de las tareas realizadas.
- Encuestas de satisfacción de clientes.
- Establecimiento de horarios de atención al público.
- Políticas de satisfacción al personal.

3.6.1.2. Poder de negociación de los proveedores o vendedores

Es necesario tener en consideración varios puntos, entre los cuales se encuentran:

- No mantener un único proveedor; de esta manera se disminuye su capacidad superior.
- Realizar alianzas estratégicas, donde el proveedor pueda gozar de beneficios gracias a las altas utilidades de la empresa.

3.6.1.3. Amenaza de nuevos competidores entrantes

Para evitar bajas en las utilidades de la empresa, es necesario mantenerse constantemente informado sobre las barreras de entrada dado que, si estas bajan, existe una alta probabilidad de una reducción de ventas por la entrada de nuevas organizaciones con precios más bajos, aumentando los precios en cuanto a publicidad y marketing, afectando directamente en precio y calidad del producto.

3.6.1.4. Amenaza de productos sustitutos

La existencia de sustitutos cercanos es una amenaza importante que provoca que el precio que las empresas pueden asignar a sus productos sea limitado. Cuando existen pocos

sustitutos cercanos, la fuerza competitiva es débil, dando la oportunidad a la industria de aumentar sus precios. Una correcta estrategia de reducir esta amenaza es mejorar la lealtad del cliente de cualquier manera posible.

3.6.1.5. Rivalidad entre los competidores

Las empresas de este tipo de industria, pueden enfrentarse a una guerra de precios, ya que debido a que puede existir una oferta excesiva (por las bajas barreras de entrada), las compañías empiezan a recortar sus precios para ganar mercado. Esta circunstancia se da en general, mientras más semejante sea el producto de la empresa a un artículo básico. Se concluye entonces que la estructura fragmentada de la industria es una amenaza y no una oportunidad. La mejor estrategia en este tipo de industria es mantener los costos en un nivel bajo para lograr créditos.

3.6.2. *Marketing Mix – las 4P Del marketing*

Producto, precio, punto de venta y promoción. Estas cuatro variables, conocidas como "las 4 P del marketing", tienen la capacidad de explicar óptimamente cómo funciona el marketing de una forma integral y completa.

3.6.2.1. Producto

El producto a comercializar es un bien intangible, es decir un servicio: este se basará en la limpieza de oficinas, empresas y hogares que lo requieran. Dentro de este paquete se ofertará la limpieza y desinfección de pisos, recolección de residuos comunes y la limpieza y lustrado de mobiliario.

3.6.2.2. Precio:

Los precios estipulados en la prestación del servicio varían en un rango de 5-10 dólares diariamente, considerando el valor mínimo para una oficina y el máximo para una microempresa o local comercial. El precio puede variar según los metros cuadrados que se cubran con el servicio, siendo un valor aproximado de 1\$ cada 10 m².

3.6.2.3. Punto de venta:

La zona en la que se ubicará la empresa es la Administración Zonal Quitumbe, principalmente en el sector de la Arcadía, Barrio Pueblo Solo Pueblo al Sur de Quito.

3.6.2.4. Promoción:

Las promociones a utilizar que garanticen el éxito de la empresa de limpieza son las siguientes:

- Rebajas en porcentaje o precios, es decir, descuentos por cantidad u ocasiones especiales.
- Facilidades de pago y ofertas especiales por pagos al contado.
- Publicitar a través de redes sociales, medios televisivos y medios radiales.
- Darnos a conocer a través de las experiencias de nuestros clientes, para que su satisfacción sea el motor de recomendación a nuevos clientes.

3.7. Análisis de Viabilidad Ambiental

Son varias las acciones que una empresa de limpieza puede realizar para mantener y reducir el impacto ambiental en el servicio que va a ofrecer a sus clientes para mantener sus áreas más limpias y seguras en todo momento. Se debe tomar en cuenta los factores climáticos, sociales, culturales ya que por este particular se puede tener una serie de afectaciones tales como; sociales, políticas, económicas, debemos asumir que la mayor emisión de gases nocivos se incrementa la contaminación y pueden causar enfermedades respiratorias, circulatorias e infecciosas; así como las enfermedades relacionadas con alergias y afectaciones al sistema inmunológico. El sector de la limpieza profesional puede aportar numerosas soluciones al objeto de mitigar este impacto perjudicial.

En los ambientes interiores a través de la Limpieza que origina un efecto mínimo sobre la salud de las personas y el medio ambiente. Este incluye la combinación de programas de

limpieza eficientes, prácticas y soluciones innovadoras, equipos y productos sostenibles. 74

Implantar el uso de productos químicos en el que su exposición evita causar sensibilidades o problemas de salud a los usuarios, ayudando a reducir costes de personal asociados a la disminución del absentismo.

Capítulo IV

4. Estudio y Evaluación Financiera

4.1. Inversión – Capital de Trabajo

4.1.1. Activos Fijos

Tabla 19:

Activos fijos de la empresa

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
	Vehículos		12.000,00
1	Vehículo	12.000,00	12.000,00
	Muebles y Enseres		1.660,00
2	Estaciones de trabajo	150	300
6	Anaqueles	75	450
2	Sillones	80	160
2	Archivador	100	200
8	Sillas	25	200
1	Sofá	150	150
2	Escritorios	100	200
	Equipo de Oficina		250,00
1	Telefax	180	180
1	Destructora de papel	70	70
	Equipo de Computación		2.570,00
2	Computadoras	600	1.200,00
1	Computadora portátil	850	850
1	Impresora Matricial	320	320
1	Impresora Multifunción	200	200
	Maquinarias y Equipo		3.520,00
2	Aspiradora Profesional Electrolux 1600	160	320
2	Rasqueteadora y Abrillantadora Electrolux	500	1000
2	Aspiradora de Polvo y agua 15 litros	600	1200
1	Electrolux HIPO Aspiradora de polvo y agua, lava alfombras	1.000,00	1000
	TOTAL		20.000,00

Elaborado por: Germán Mendoza

4.1.1.1. Depreciación de Activos Fijos

Tabla 20:
Depreciación de activos

<i>DETALLE</i>	<i>Q</i>	<i>P.U.</i>	<i>P.T.</i>	<i>VIDA ÚTIL</i>	<i>% DEP. ANUAL</i>	<i>VALOR DEPRECIACIÓN</i>	<i>VALOR RESIDUAL</i>
<i>Vehículos</i>			12.000,00			1.920,00	2.400,00
Vehículos	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	5	20%	1.920,00	2.400,00
<i>I.- Maquinaria y Equipos</i>			3.520,00			316,80	352,00
Aspiradora Profesional Electrolux 1600	2	\$ 160,00	\$ 320,00	10	10%	28,80	32,00
Rasqueteadora y Abrillantadora Electrolux	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	10	10%	90,00	100,00
Aspiradora de Polvo y agua 15 litros Electrolux HIPO	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	10	10%	108,00	120,00
Aspiradora de polvo y agua, lava alfombras	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	10	10%	90,00	100,00
<i>Muebles & Enseres</i>			1.660,00			149,40	166,00
Estaciones de trabajo	2	\$ 150,00	\$ 300,00	10	10%	27,00	30,00
Anaqueles	6	\$ 75,00	\$ 450,00	10	10%	40,50	45,00
Sillones	2	\$ 80,00	\$ 160,00	10	10%	14,40	16,00
Archivador	2	\$ 100,00	\$ 200,00	10	10%	18,00	20,00
Sillas	8	\$ 25,00	\$ 200,00	10	10%	18,00	20,00
Sofá	1	\$ 150,00	\$ 150,00	10	10%	13,50	15,00
Escritorios	2	\$ 100,00	\$ 200,00	10	10%	18,00	20,00
<i>Equipos de Computación</i>			2.570,00			573,97	848,10
Computadoras	2	\$ 600,00	\$ 1.200,00	3	33%	268,00	396,00
Computadora portátil	1	\$ 850,00	\$ 850,00	3	33%	189,83	280,50
Impresora Matricial	1	\$ 320,00	\$ 320,00	3	33%	71,47	105,60
Impresora Multifunción	1	\$ 200,00	\$ 200,00	3	33%	44,67	66,00
<i>Equipos de Oficina</i>			250,00			22,50	25,00
Telefax	1	\$ 180,00	\$ 180,00	10	10%	16,20	18,00
Destructora de papel	1	\$ 70,00	\$ 70,00	10	10%	6,30	7,00
<i>TOTAL</i>			20.000,00			2.982,67	3.791,10

Elaborado por: Germán Mendoza

Activos Diferidos

Tabla 21:
Activo diferido

Gastos de Constitución			
1	Gastos de Constitución	1.500,00	1.500,00

Elaborado por: Germán Mendoza

4.1.2. Estructura de Financiamiento

Tabla 22:
Estructura de financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	
Propiedad, Planta y Equipo	20.000,00
Gastos Pre operativos	1500,00
Capital de Trabajo	17.025,97
Total de Inversión Inicial	38.525,97

Elaborado por: Germán Mendoza

4.1.3. Capital de Trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

$$\text{Capital de trabajo} = 57.867,17 - 40.841,20$$

$$\text{Capital de trabajo} = 57.867,17 - 40.841,20$$

$$\text{Capital de trabajo} = 17.025,97$$

4.1.4. Inversión Inicial

En la siguiente tabla se aprecia la forma de financiamiento del valor de la inversión, es decir que el 30% se financiará por la aportación propia y, el restante 70% a través de terceros mediante un crédito otorgado por el Banco BanEcuador, valores que se reflejan en la tabla:

Tabla 23
Inversión inicial

Descripción	Total (USD)	Total (%)
Recursos propios	8.000	30%
Efectivo	8.000	
Recursos de Terceros	15.000	70%
Préstamo Bancario	15.000	
TOTAL	23.000	100%

Elaborado por: Germán Mendoza

4.1.5. Tabla de Amortización

A continuación, se muestra una tabla tentativa sobre el funcionamiento del préstamo a solicitar en la entidad bancaria, mismo que, para efecto de sistema a manera de simulación, se ha calculado en un promedio de 5 años, con los datos incorporados a continuación:

Tabla 24:
Tabla de Amortización



Detalle Simulación de Crédito

Tipo	Microcrédito		
Destino	Activo Fijo	Tasa Nominal(%)	15.30
Sector Económi	Comercio y Servi	Tasa Efectiva(%)	16.42
Facilidad	Emprendimiento	Monto(USD)	7,000.00
Tipo Amortizaci	Cuota Fija	Plazo(Años)	5
Forma de Pago	Mensual	Fecha Simulaci	2023-07-11

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.

No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Fuente: BanEcuador

Nota: La tabla de amortización completa se encuentra en el Anexo 2

4.2. Proyección de Costos, Gastos e Inversión

4.2.1. Proyección de Ingresos

Para la siguiente proyección, se tomará en cuenta los servicios a prestar calculados a partir de la demanda, estableciendo un precio promedio de 10\$ por servicio.

Para la variación anual de precio, se tomará de referencia el porcentaje de inflación del Boletín Técnico de Índice de Precios al Consumidor (IPC), considerando el porcentaje anual de inflación a diciembre de 2020, expuesto en la tabla a continuación:

Ilustración 50: Índice de Precios al Consumidor

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
dic-19	105,21	-0,01%	-0,07%	-0,07%
ene-20	105,45	0,23%	-0,30%	0,23%
feb-20	105,29	-0,15%	-0,23%	0,07%
mar-20	105,50	0,20%	0,18%	0,27%
abr-20	106,56	1,00%	1,01%	1,28%
may-20	106,28	-0,26%	0,75%	1,01%
jun-20	105,62	-0,62%	0,17%	0,39%
jul-20	104,97	-0,61%	-0,54%	-0,23%
ago-20	104,63	-0,32%	-0,76%	-0,55%
sep-20	104,47	-0,16%	-0,90%	-0,71%
oct-20	104,27	-0,19%	-1,60%	-0,90%
nov-20	104,26	-0,01%	-0,91%	-0,90%
dic-20	104,23	-0,03%	-0,93%	-0,93%

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Es así que tenemos una proyección de ingresos con los siguientes valores:

Tabla 25:*Proyección de Ingresos*

<i>Daly Clean Plus</i>					
Proyección de Ingresos					
<i>RUBROS</i>	<i>AÑO 0</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>AÑO 2</i>	<i>AÑO 3</i>	<i>AÑO 4</i>
Ventas de servicios esperadas	10.950	12.593	14.481	16.654	19.152
Precio Venta Unitario	\$ 10,00	\$ 9,91	\$ 9,81	\$ 9,72	\$ 9,63
	\$	\$	\$	\$	\$
INGRESO Ventas Totales	109.500,00	124.753,90	142.132,74	161.932,54	184.490,55

*Elaborado por: Germán Mendoza***4.2.2. Proyección de Gastos**

Para la siguiente proyección, se tendrá en cuenta las siguientes consideraciones:

Tabla 26:*Datos para cálculos de proyección*

DATOS PARA LOS CÁLCULOS	
Inflación Anual Precios (diciembre 2020)	-0,93%
Aumento anual de Sueldos y Salarios (Datos Acuerdo Ministerial 2019)	1,52%
Incremento Arriendo (valor aproximado 2020 según IPC)	1,61%
<hr/>	
Inflación Combustible (porcentaje estimado según el cierre de 2020)	25,93%
Aporte patronal	12,15%
Salario Básico Unificado	\$40.00

Elaborado por: Germán Mendoza

Tabla 27:
Presupuesto de Gastos Operacionales

Daly Clean Plus					
PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES					
AÑOS 2023 – 2027					
VALORADO EN USD \$					
DETALLE	2023	2024	2025	2026	2027
GASTOS					
ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS Y SALARIOS	47.082,40	47.799,46	48.527,45	49.266,52	50.016,85
SERVICIOS BÁSICOS	1.560,00	1.545,49	1.531,12	1.516,88	1.502,77
DEPRECIACIÓN	3.968,00	3.968,00	3.968,00	3.638,00	3.638,00
TOTAL GTOS. ADMINISTRAT.	52.610,40	53.312,96	54.026,57	54.421,40	55.157,63
GASTOS VENTAS					
REPOSICION DE INDUMENTARIA	420,00	416,09	412,22	408,39	404,59
GASTOS IMPREVISTOS	720,00	713,30	706,67	700,10	693,59
PUBLICIDAD	144,00	142,66	141,33	140,02	138,72
ARRIENDOS	3.000,00	3.048,30	3.097,38	3.147,25	3.197,92
COMBUSTIBLE	883,68	1112,82	1401,37	1764,75	2222,35
MANTENIMIENTO VEHÍCULO	780,00	772,75	765,56	758,44	751,39
MANTENIMIENTO INSTALACIONES	840,00	832,19	824,45	816,78	809,19
MATERIALES E INSUMOS	1.202,75	1191,56	1180,48	1169,50	1158,63
TOTAL GASTOS VENTAS	7.990,43	8.229,68	8.529,47	8.905,23	9.376,36
TOTAL GTOS. OPERACIONAL	60.600,83	61.542,63	62.556,04	63.326,63	64.533,99

Elaborado por: Germán Mendoza

4.2.2.1. Detalle de costos y gastos

4.2.2.1.1. Sueldos y Salarios

Tabla 28:
Sueldo Gerente

Cargo:	GERENTE	
# de personas en el cargo:	1	
SBU	400	
Sueldo Base	650	
DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	650,00	7.800,00
DÉCIMO TERCERO	54,17	650,00
DÉCIMO CUARTO	33,33	400,00

FONDOS DE RESERVA	54,17	650,00
VACACIONES	27,08	325,00
GASTO APORTE PATRONAL	78,98	947,70
TOTAL COSTO REAL	897,73	10772,70

Elaborado por: Germán Mendoza

Tabla 29:

Sueldo Secretaria

Cargo:	SECRETARIA/CONTADORA	
# de personas en el cargo:	1	
SBU	400	
Sueldo Base	500	
DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	500,00	6.000,00
DÉCIMO TERCERO	41,67	500,00
DÉCIMO CUARTO	33,33	400,00
FONDOS DE RESERVA	41,67	500,00
VACACIONES	20,83	250,00
GASTO APORTE PATRONAL	60,75	729,00
TOTAL COSTO REAL	698,25	8379,00

Elaborado por: Germán Mendoza

Tabla 30:

Sueldo Chofer

Cargo:	BODEGUERO/CHOFER	
# de personas en el cargo:	1	
SBU	400	
Sueldo Base	450	
DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	450,00	5.400,00
DÉCIMO TERCERO	37,50	450,00
DÉCIMO CUARTO	33,33	400,00
FONDOS DE RESERVA	37,50	450,00
VACACIONES	18,75	225,00
GASTO APORTE PATRONAL	54,68	656,10
TOTAL COSTO REAL	631,76	7581,10

Elaborado por: Germán Mendoza

Tabla 31:

Sueldo Operarios

Cargo:	OPERARIOS
# de personas en el cargo:	3
SBU	400
Sueldo Base	400

DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	1200,00	14.400,00
DÉCIMO TERCERO	100,00	1.200,00
DÉCIMO CUARTO	100,00	1.200,00
FONDOS DE RESERVA	100,00	1.200,00
VACACIONES	50,00	600,00
GASTO APORTE PATRONAL	145,80	1.749,60
TOTAL COSTO REAL	1695,80	20349,60

Elaborado por: Germán Mendoza

Tabla 32:
Resumen Salarios

Resumen Salarios		
Cargo	Total Mensual	Total anual
Gerente	897,73	10772,70
Secretaria	698,25	8379,00
Chofer	631,76	7581,10
Operarios	1695,80	20349,60
TOTAL	3923,53	47082,40

Elaborado por: Germán Mendoza

4.2.2.1.2. Materiales e Insumos

Tabla 33:
Materiales e Insumos

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
Materiales e insumos a ser consumidos en la prestación del servicio			
25	Guantes (pares)	1,25	31,25
20	Escobas	1,50	30,00
20	Palas	1,25	25,00
20	Trapeadores	2,00	40,00
5	Cubetas industriales (20 lts)	40	200,00
15	Cepillo de mano	3	45,00
30	Cloro (glns)	5	150,00
20	Desinfectante (glns)	10	200,00
30	Detergente liquido (glns)	6	180,00
30	Líquido para limpiar vidrios (glns)	3,55	106,50
50	Atomizadores	1	50,00
10	Señalética	8,5	85,00
20	Bolsas plásticas (docena)	3	60,00
		TOTAL	1.202,75

Elaborado por: Germán Mendoza

4.2.2.1.3. Indumentaria y Ropa de Trabajo

Tabla 34:

Cálculo gasto indumentaria

Indumentaria (mensuales) en USD \$					
ÍTEM	COSTO	CANTIDAD ANUAL	CANTIDAD TOTAL	COSTO TOTAL	MENSUAL
N° Operarios			3		
Gorra	5,00	2	6	30,00	2,50
Pantalón jean	15,00	2	6	90,00	7,50
Camiseta	5,00	2	6	30,00	2,50
Mascarilla (caja)	5,00	10	30	150,00	12,50
Pares de zapatos	20,00	2	6	120,00	10,00
Total Indumentaria				420,00	35,00
Valor de Indumentaria por operario (mensual)					11,67

Elaborado por: Germán Mendoza

4.2.2.1.4. Otros gastos

Tabla 35:

Otros gastos

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
Luz	50	600
Agua	100	1200
Teléfono	25	300
Gastos imprevistos	85	1020
Arriendo	250	3000
Publicidad	12	144
Combustible	73,64	883,68
Mantenimiento vehículo	65	780
Mantenimiento instalaciones	70	840
TOTAL	730,64	8767,68

Elaborado por: Germán Mendoza

4.3. Estudios Financieros Proyectados

4.3.1. Estado de Situación Inicial

Tabla 36:
Estado de Situación Inicial

Daly Clean Plus			
<i>Inversión Inicial</i>			
2023			
Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
	Caja – Bancos		20.000
1	Caja	5.000	
1	Bancos	15.000	
	Vehículos		12.000,00
1	Vehículo	12.000,00	12.000,00
	Muebles y Enseres		1.660,00
2	Estaciones de trabajo	150	300
6	Anaqueles	75	450
2	Sillones	80	160
2	Archivador	100	200
8	Sillas	25	200
1	Sofá	150	150
2	Escritorios	100	200
	Equipo de Oficina		250,00
1	Telefax	180	180
1	Destruyectora de papel	70	70
	Equipo de Computación		2.570,00
2	Computadoras	600	1.200,00
1	Computadora portátil	850	850
1	Impresora Matricial	320	320
1	Impresora Multifunción	200	200
	Maquinarias y Equipo		3.520,00
2	Aspiradora Profesional Electrolux 1600	160	320
2	Rasqueteadora y Abrillantadora Electrolux	500	1000
2	Aspiradora de Polvo y agua 15 litros	600	1200
1	Electrolux HIPO Aspiradora de polvo y agua, lava alfombras	1.000	1000
	Gastos de Constitución		1.500,00
1	Gastos de Constitución	1.500	1.500
	TOTAL		41.500,00

Elaborado por: Germán Mendoza

4.3.2. Estado de Resultados

Tabla 37:
Estado de Resultados

Daly Clean Plus					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
AÑOS 2023 – 2027					
VALORADO EN USD \$					
	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	109.500,00	124.753,90	142.132,74	161.932,54	184.490,55
- Costo de Ventas					
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	109.500,00	124.753,90	142.132,74	161.932,54	184.490,55
- Gastos Operacionales	60.600,83	61.542,63	62.556,04	63.326,63	64.533,99
= UTILIDAD OPERACIONAL	48.899,17	63.211,27	79.576,70	98.605,91	119.956,57
- Gastos Financieros	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
+ Otros Ingresos					
- Otros Egresos					
= UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	45.899,17	60.211,27	76.576,70	95.605,91	116.956,57
- 15% Participación Trabajadores	6.884,88	9.031,69	11.486,51	14.340,89	17.543,49
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	39.014,29	51.179,58	65.090,20	81.265,02	99.413,08
- 25% Impuesto a la Renta	9.753,57	12.794,89	16.272,55	20.316,26	24.853,27
= UTILIDAD NETA	29.260,72	38.384,68	48.817,65	60.948,77	74.559,81
- 10% Reserva Legal	2926,07	3838,47	4881,76	6094,88	7455,98
= UTILIDAD A DISPOSICIÓN DE ACC.	26.334,65	34.546,21	43.935,88	54.853,89	67.103,83

Elaborado por: Germán Mendoza

4.3.3. *Flujo de Caja*

Tabla 38:
Flujo de caja

Daly Clean Plus					
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL					
AÑOS 2023 – 2027					
VALORADO EN USD \$					
ENTRADAS	2023	2024	2025	2026	2027
VENTAS AL CONTADO	109.500,00	124.753,90	142.132,74	161.932,54	184.490,55
TOTAL ENTRADAS	109.500,00	124.753,90	142.132,74	161.932,54	184.490,55
SALIDAS	2023	2024	2025	2026	2027
GASTOS ADMINISTRATIVOS	52.610,40	53.312,96	54.026,57	54.421,40	55.157,63
- DEPRECIACIÓN	-3.968,00	-3.968,00	-3.968,00	-3.638,00	-3.638,00
GASTOS DE VENTAS	7.990,43	8.229,68	8.529,47	8.905,23	9.376,36
PAGO POR OBLIGACIÓN BANCARIA	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	0	6.884,88	9.031,69	11.486,51	14.340,89
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	0	9.753,57	12.794,89	16.272,55	20.316,26
TOTAL SALIDAS	59.632,83	77.213,08	83.414,62	90.447,68	98.553,13
ENTRADAS	109.500,00	124.753,90	142.132,74	161.932,54	184.490,55
- SALIDAS	59.632,83	77.213,08	83.414,62	90.447,68	98.553,13
= FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	49.867,17	47.540,82	58.718,12	71.484,86	85.937,43
SALDO INICIAL DE CAJA	8.000,00	57.867,17	105.407,99	164.126,10	235.610,96
SALDO FINAL DE CAJA	57.867,17	105.407,99	164.126,10	235.610,96	321.548,38

Elaborado por: Germán Mendoza

4.3.4. Balance General Proyectado

Daly Clean Plus					
BALANCE GENERAL					
AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO					
VALORADO EN USD\$					
	2023	2024	2025	2026	2027
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja – Bancos	57.867,17	105.407,99	164.126,10	235.610,96	321.548,38
Total Activos Corrientes	57.867,17	105.407,99	164.126,10	235.610,96	321.548,38
Activos No Corrientes					
Vehículos	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Muebles y Enseres	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00	1.660,00
Equipo de Computación	2.570,00	2.570,00	2.570,00	2.570,00	2.570,00
Equipo de Oficina	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Maquinaria y Equipo	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00	3.520,00
Depreciación Acumulada	-3.968,00	-7.936,00	-11.904,00	-15.542,00	-19.180,00
Gastos de Constitución	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Total Activos No Corrientes	17.532,00	13.564,00	9.596,00	5.958,00	2.320,00
TOTAL ACTIVOS	75.399,17	118.971,99	173.722,10	241.568,96	323.868,38
PATRIMONIO Y PASIVO					
Patrimonio					
Capital	5.297,25	5.297,25	5.297,25	5.297,25	5.297,25
Reserva Legal	2926,07	3838,47	4881,76	6094,88	7455,98
Utilidades del Ejercicio	26.334,65	60.211,27	76.576,70	95.605,91	116.956,57
Total Patrimonio	34.557,97	69.346,98	86.755,71	106.998,04	129.709,80
Pasivo					
Préstamo por pagar	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Obligaciones bancarias	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Proveedores	1.202,75	4.798,42	36.207,33	76.913,78	128.761,83
Participación Trabajadores	6.884,88	9.031,69	11.486,51	14.340,89	17.543,49
Impuesto a la Renta	9.753,57	12.794,89	16.272,55	20.316,26	24.853,27
Total Pasivo	40.841,20	49.625,00	86.966,38	134.570,92	194.158,59
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	75.399,17	118.971,99	173.722,10	241.568,96	323.868,38

Elaborado por: Germán Mendoza

4.4. Evaluación financiera (TMAR, VAN, TIR, PRI, PUNTO DE EQUILIBRIO)

4.4.1. TMAR

La fórmula para el TMAR viene dada de la siguiente manera:

$$TMAR = \text{Indice inflacionario} + \text{Riesgo País}$$

$$TMAR = -0.93\% + 24.50\%$$

$$TMAR = 23.57\%$$

4.4.2. VAN

Tabla 39:
Cálculo VAN

CÁLCULO DEL VAN	
AÑO	FLUJO
0	-38.525,97
1	49.867,17
2	47.540,82
3	58.718,12
4	71.484,86
5	85.937,43
VAN 124570,15	
DATOS PARA LOS CÁLCULOS	
Inflación Anual	-0,93%
Riesgo País (BCE)	24,50%
TASA DE DESCUENTO	23,57%

Elaborado por: Germán Mendoza

4.4.3. TIR

Tabla 40:
Cálculo TIR

CÁLCULO DEL TIR	
AÑO	FLUJO
0	-38.525,97
1	49.867,17
2	47.540,82
3	58.718,12
4	71.484,86
5	85.937,43
TIR	1,33

Elaborado por: Germán Mendoza

4.4.4. Punto de Equilibrio

De acorde a su definición:

Ecuación 4: Fórmula PE

$$PE = \frac{CF}{PV - CV(x)}$$

Fuente: Módulo de Estadística

Donde:

PE = Punto de Equilibrio

PV = Precio de Venta

CF = Costos Fijos

CV(x) = Costos Variables por unidades

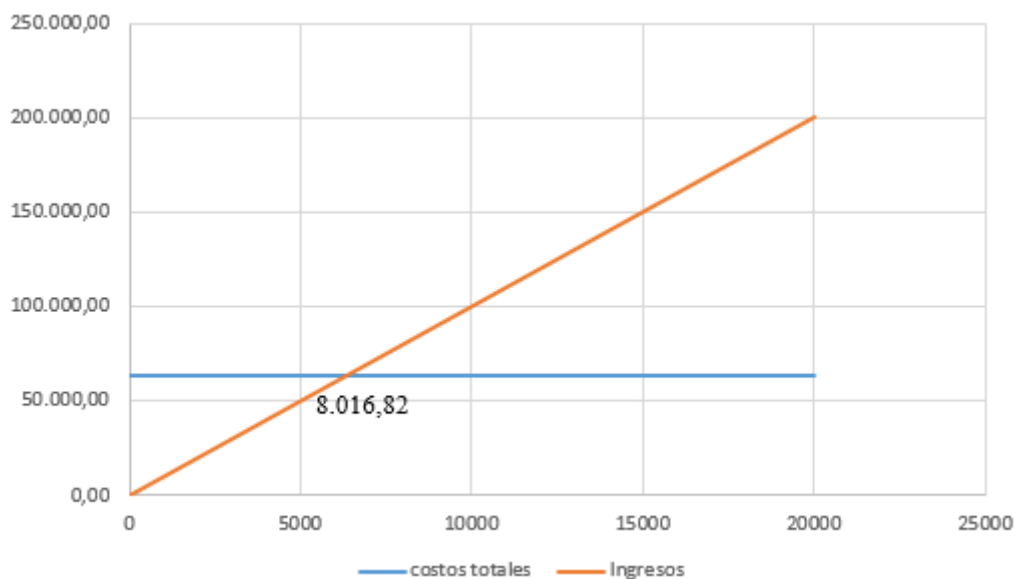
4.4.4.1. Determinación del Punto de Equilibrio

Tabla 41:

Punto de Equilibrio

PE	2023	2024	2025	2026	2027
COSTOS FIJOS	58.964,27	60.727,09	61.746,41	62.523,87	63.739,12
COSTOS VARIABLES	1.140,00	1.129,40	1.118,89	1.108,49	1.098,18
CV por unidad	2,64	3,05	3,52	4,05	4,67
Ventas de servicios esperadas	10.950,00	12.592,50	14.481,38	16.653,58	19.151,62
Precio Venta Unitario	10,00	9,91	9,81	9,72	9,63
PUNTO DE EQUILIBRIO	8.016,82	8.855,54	9.802,54	11.026,88	12.850,74

Elaborado por: Germán Mendoza

Ilustración 51: Punto de Equilibrio

Elaborado por: Germán Mendoza

En el cálculo realizado es un fuerte indicador de la viabilidad del proyecto, mismo que muestra que, el punto de equilibrio entre los ingresos y los costos del servicio es de 8.016,82; cantidad inferior al promedio de servicios que se pretenden brindar durante el primer año, lo que indica que existirá un margen de ganancia significativo.

4.4.5. Otros Indicadores Financieros

4.4.5.1. Indicadores de liquidez

4.4.5.1.1. Índice de liquidez

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Índice de Liquidez} = \frac{57.867,17}{40.841,20}$$

$$\text{Índice de Liquidez} = 1,42$$

4.4.5.1.2. Prueba Ácida

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{57.867,17 - 0.00}{40.841,20}$$

$$\text{Prueba Ácida} = 1,42$$

4.4.5.2. Indicadores de Endeudamiento

4.4.5.2.1. Razón de Deuda Total

$$\text{Razón de Deuda Total} = \frac{40.841,20}{75.399,17}$$

$$\text{Razón de Deuda Total} = 0,54$$

4.4.5.2.2. Razón de Apalancamiento

$$\text{Razón de Apalancamiento} = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento} = \frac{34.557,97}{75.399,17}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento} = 0,46$$

4.4.5.3. Indicadores de Rentabilidad

4.4.5.3.1. Margen de Utilidad

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{29.260,72}{109.500,00}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = 27\%$$

4.4.5.3.2. Rentabilidad sobre Activos

$$\text{Rentab. Activos} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rentab. Activos} = \frac{29.260,72}{75.399,17}$$

$$\text{Rentab. Activos} = 39\%$$

4.4.5.4. Indicadores de Actividad

4.4.5.4.1. Rotación de Activo

$$\begin{aligned} \text{Rotación del Activo Total} &= \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}} \\ \text{Rotación del Activo Total} &= \frac{109.500,00}{75.399,17} \\ \text{Rotación del Activo Total} &= 145\% \end{aligned}$$

Conclusiones

- Los beneficios económicos con los que cuenta la empresa han llevado a que al final de su periodo tenga una utilidad neta significativa para la empresa.
- Existe una proyección de beneficios económicos, los cuales permitirán la reinversión de las ganancias para expandirnos y lograr captar otros sectores dentro del rubro de servicios de limpieza
- Para dar cierre a este trabajo de investigación, es válido mencionar, que mediante una planificación previa y la aplicación criteriosa de los conocimientos adquiridos es posible cumplir con los objetivos prefijados.

Recomendaciones

- Es recomendable llevar a cabo el proyecto de creación de una empresa que preste servicios de limpieza a hogares, grandes, medianas y pequeñas empresas puesto que mediante todos los análisis realizados queda demostrado que el proyecto generará buena rentabilidad
- Diseñar estrategias de promoción y publicidad, con el fin de atraer y satisfacer a los posibles clientes potenciales en dicho segmento de la población
- Efectuar un seguimiento de control de los procesos establecidos a fin de mantener la calidad al momento de ejecutar los servicios, aplicando la mejora continua a los mismos.
- Adquirir los equipos e insumos de limpieza adecuados para el servicio que se pretende brindar con el fin de garantizar la eficacia del servicio

Bibliografía

- Anzil, F. (2012). *Estudio Financiero*. Madrid: ESIC.
- ARCOTEL. (s.f.). *Requisitos*. Obtenido de Agencia de Regulación y Control de las Telecomunicaciones: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/2012-REQUISITOS-OTH_final.pdf
- Baamonde, J. M. (01 de julio de 2013). *Métodos de limpieza, desinfección y esterilización*. Obtenido de Bioterios: <https://www.bioterios.com/post.php?s=2013-07-01-mtodos-de-limpieza-desinfeccion-y-esterilizacin>
- Córdoba, M. (. (2015). *Formulación y evaluación de proyectos* . Macro – Ecoe ediciones.
- Cruz Chimal, J., & Jiménez Pérez, V. (18 de julio de 2013). *Proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/proceso-administrativo-planeacion-organizacion-direccion-y-control/>
- GADMM. (09 de septiembre de 2020). *Solicitud de Patente Municipal por primera vez para Personas Naturales*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Milagro: <https://www.gob.ec/gadmm/tramites/solicitud-patente-municipal-primera-vez-personas-naturales>
- Gooderl, J. (2012). *Administración de pequeñas empresas*. México: Learning.
- Guerrero, A. (13 de febrero de 2020). *La Arcadia, un 'pueblo' luchador*. Obtenido de Últimas Noticias: <https://www.ultimasnoticias.ec/las-ultimas/arcadia-joyas-barrios-quito-historia.html>
- Heredia, R. (1995). *Dirección Integrada de Proyectos* (Segunda ed.). Madrid.
- Ilpes. (2012). *Guía para la presentación de proyectos*. México: S.a. de c.v.
- INEC. (01 de 01 de 2019). *Población y Demografía*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de marketing*. México D.F. México: Pearson Educación de México.
- López Parra, M. E., Aceves López, J. N., Pellat, A., & Puerta, C. (2008). *Estudio administrativo.... un apoyo en la estructura organizacional*. Obtenido de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Luisfer, S. (18 de marzo de 2011). *Temas de administración de Empresas*. Obtenido de Blogspot: <http://admluisfernando.blogspot.com/2008/04/ii-estudio-tecnico.html>
- Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Colombia: ECOE.
- Nuño, P. (07 de julio de 2017). *¿Qué es un estudio de mercado?* Obtenido de Emprende Pyme: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Peñarreta Gallego, A. (13 de noviembre de 2015). *¿Qué es la LUAE?* Obtenido de Pérez, Bustamante & Ponce: <https://www.pbplaw.com/es/que-es-luae/>
- Pérez, A. (23 de abril de 2021). *Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (. (2010). *Administración (Décima edición)*. México: Pearson.
- Significados.com. (10 de diciembre de 2019). *Limpieza*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/limpieza/>
- SRI. (s.f.). *Para que sirve el RUC*. Obtenido de SRI Ecuador: <https://sriecuador.wordpress.com/para-que-sirve-el-ruc/>
- Stoner, J., Freeman, E., & & Gilbert, D. (2010). *Administración*. México: Pearson.
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (s.f.). *LIBRO I.- NORMAS GENERALES PARA LAS INSTITUCIONES DEL*. Obtenido de Superintendencia de Bancos y Seguros: https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2017/06/L1_II_cap_I.pdf

Thompson, I. (2006). *Definición de Demanda*. Obtenido de PromoNegocios:

<https://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>

Torres, F. (2006). *Desarrollo de Sistemas*.

Urbina, B. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw.

Zambrano, E. (23 de febrero de 2014). *Pueblo solo Pueblo le debe su desarrollo a la*

organización. Obtenido de El Telégrafo:

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/1/pueblo-solo-pueblo-le-debe-su-desarrollo-a-la-organizacion>

Anexos

Anexo 1

Modelo de Encuesta



ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA

Objetivo: Obtener información para el desarrollo de un estudio de factibilidad para una empresa de limpieza en la Arcadia Quito, Sur de Quito.

Estimado/a. la siguiente encuesta tiene como fin conseguir datos relevantes que puedan ayudar a mi trabajo de titulación, solicito cordialmente responda las preguntas a continuación.

SEXO: _____

Instrucciones: Marque la casilla de acuerdo a tu opinión.

1 DIARIAMENTE 2 SEMANALMENTE 3 MENSUALMENTE

No.	Ítem	1	2	3
01	¿Con qué frecuencia le gustaría que se realice la limpieza de su local comercial?			

Según su respuesta anterior elija un rango de precio.

1 DIARIAMENTE 2 SEMANALMENTE 3 MENSUALMENTE

\$ 5 a 10	\$40 a 50	\$110 a 120
\$ 10 a 20	\$50 a 60	\$120 a 130

Instrucciones: Marque la casilla de acuerdo a tu opinión.

1 SI 2 NO

No.	Ítem	1	2
03	¿Conoce alguna empresa que le haya ofrecido el mismo servicio?		
04	¿Estaría interesado en contratar un proveedor con este servicio?		

Instrucciones: Marque la casilla de acuerdo a tu opinión.

1 FAMILIA 2 UNILIMPIO 3 OZZ

No.	Ítem	1	2	3
05	¿Qué tipo de marca de productos de limpieza prefiere para la ejecución de la limpieza en su local comercial?			

Instrucciones: Marque la casilla de acuerdo a tu opinión.

1 NUNCA 2 CASI NUNCA 3 REGULARMENTE 4 CASI SIEMPRE 5 SIEMPRE

No.	Ítem	1	2	3	4	5
06	¿Con qué frecuencia realiza la limpieza de los alrededores de su negocio?					
07	¿Con qué frecuencia realiza las recolecciones de basura las entidades municipales?					

- 08 ¿Con qué frecuencia le gustaría que se realice la limpieza de su local comercial?

Instrucciones: Marque la casilla de acuerdo a tu opinión.

1	NO	2	POCO	3	NEUTRAL	4	5 MUY
	IMPORTANTE		IMPORTANTE				IMPORTANTE

- | No. | Ítem | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 09 | ¿Consideras importante la limpieza de su local comercial para el ofrecimiento de sus productos? | | | | | |
| 10 | ¿Qué tan importante es la velocidad con la que debe realizar la limpieza de su local comercial? | | | | | |
| 11 | ¿Considera importante la marca de los productos al momento de realizar la limpieza? | | | | | |

Instrucciones: Marque la casilla de acuerdo a tu opinión.

1	NO	2	POCO	3	NEUTRAL	4	DIFÍCIL	5	MUY
	DIFÍCIL		DIFÍCIL						DIFÍCIL

- | No. | Ítem |
|-----|---------------------------------------------------------------------|
| 12 | ¿Qué tal difícil es para usted acceder a los productos de limpieza? |
| 13 | ¿Qué tan difícil es para usted acceder a un contenedor de basura? |

- 14 ¿Qué tan difícil es para usted realizar una limpieza a profundidad de su local comercial?

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2

Detalle Simulación de Crédito

Tipo	<i>Microcrédito</i>		
Destino	<i>Activo Fijo</i>	Tasa	<i>15.30</i>
Sector		Nominal(%)	
Económico	<i>Comercio y Servicio</i>	Tasa	<i>16.42</i>
Facilidad	<i>Emprendimiento</i>	Efectiva(%)	
Tipo	<i>Cuota Fija</i>	Monto(USD)	<i>7,000.00</i>
Forma de Pago	<i>Mensual</i>	Plazo(Años)	<i>5</i>
		Fecha	<i>2023-07-</i>
		Simulación	<i>11</i>

Recuerda: Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema.

No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo		Interés	Cuota
0	7000.00			
1	6921.62	78.38	89.25	167.63
2	6842.23	79.38	88.25	167.63
3	6761.84	80.40	87.24	167.63
4	6680.42	81.42	86.21	167.63
5	6597.96	82.46	85.18	167.63
6	6514.45	83.51	84.12	167.63
7	6429.87	84.57	83.06	167.63
8	6344.22	85.65	81.98	167.63

9	6257.48	86.75	80.89	167.63
10	6169.62	87.85	79.78	167.63
11	6080.65	88.97	78.66	167.63
12	5990.55	90.11	77.53	167.63
13	5899.29	91.25	76.38	167.63
14	5806.88	92.42	75.22	167.63
15	5713.28	93.60	74.04	167.63
16	5618.49	94.79	72.84	167.63
17	5522.49	96.00	71.64	167.63
18	5425.27	97.22	70.41	167.63
19	5326.81	98.46	69.17	167.63
20	5227.09	99.72	67.92	167.63
21	5126.10	100.99	66.65	167.63
22	5023.83	102.28	65.36	167.63
23	4920.25	103.58	64.05	167.63
24	4815.35	104.90	62.73	167.63
25	4709.11	106.24	61.40	167.63
26	4601.52	107.59	60.04	167.63
27	4492.55	108.96	58.67	167.63
28	4382.20	110.35	57.28	167.63
29	4270.44	111.76	55.87	167.63
30	4157.25	113.19	54.45	167.63
31	4042.62	114.63	53.00	167.63
32	3926.53	116.09	51.54	167.63
33	3808.96	117.57	50.06	167.63
34	3689.89	119.07	48.56	167.63
35	3569.30	120.59	47.05	167.63
36	3447.18	122.13	45.51	167.63
37	3323.50	123.68	43.95	167.63
38	3198.24	125.26	42.37	167.63
39	3071.38	126.86	40.78	167.63
40	2942.91	128.47	39.16	167.63
41	2812.79	130.11	37.52	167.63
42	2681.02	131.77	35.86	167.63
43	2547.57	133.45	34.18	167.63
44	2412.42	135.15	32.48	167.63
45	2275.54	136.88	30.76	167.63
46	2136.92	138.62	29.01	167.63
47	1996.54	140.39	27.25	167.63
48	1854.36	142.18	25.46	167.63

49	1710.37	143.99	23.64	167.63
50	1564.54	145.83	21.81	167.63
51	1416.85	147.69	19.95	167.63
52	1267.29	149.57	18.06	167.63
53	1115.81	151.48	16.16	167.63
54	962.40	153.41	14.23	167.63
55	807.04	155.36	12.27	167.63
56	649.70	157.34	10.29	167.63
57	490.34	159.35	8.28	167.63
58	328.96	161.38	6.25	167.63
59	165.52	163.44	4.19	167.63
60	0.00	165.52	2.11	167.63

Fuente: BanEcuador