PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE EN ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROYECTO DE GRADO: PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

TEMA:

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LIMPIEZA DOMÉSTICA, EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Económica/Financiera (Proyecto Micro-empresariales/sociales)

AUTORA:

SÁNCHEZ CAMPOVERDE GABRIELA DE LOS ÁNGELES

ASESOR:

LCDO. PATRICIO MARTÍNEZ CEVALLOS

ESMERALDAS – ECUADOR

2016

Trabajo de tesis aprobado luego de haber cumplido con las exigencias y requisitos por el reglamento de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador "Sede Esmeraldas", previo a la obtención del título de **INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA.**

_____

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

_____

LECTOR 1

_____

LECTOR 2

_____

DIRECTOR DE ESCUELA

_____

DIRECTOR/A DE TESIS

Esmeraldas, _____

AUTORÍA DE TESIS

Yo, **GABRIELA DE LOS ÁNGELES SÁNCHEZ CAMPOVERDE,** estudiante de la Escuela de Contabilidad y Auditoría, de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador "Sede Esmeraldas", declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, autentica y personal.

En virtud que el contenido de esta investigación, es de exclusiva responsabilidad legal de la autora y académica de la PUCESE.

_____

Gabriela de los Ángeles Sánchez Campoverde
C.I. 0802052688

CERTIFICADO DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing.

ORLIN ÁLAVA CHILA

Director Escuela de Contabilidad y Auditoría

Presente.-

Yo, **Lcdo. Patricio Martínez Cevallos**, asesor de la Tesis,

CERTIFICO:

Que, se ha llegado a culminar el trabajo de investigación de la **Srta. GABRIELA DE LOS ÁNGELES SÁNCHEZ CAMPOVERDE**, cuyo tema es: **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE LIMPIEZA DOMÉSTICA, EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS.** Dicho estudio se ha realizado de acuerdo a la normativa legal que establece la PUCESE, por lo tanto pongo a disposición para que se proceda a los trámites respectivos, para que la señorita antes mencionada pueda hacer la defensa final previa a la obtención de su título.

Atentamente,

Lcdo. Patricio Martínez Cevallos
Asesor

DEDICATORIA

El presente proyecto se los dedico a mi hijo, que se convirtió en un angelito y que desde el cielo me ha dado voluntad para salir adelante con mis metas propuestas y de manera especial a mi madre, quien es la persona que ha estado permanentemente apoyándome para la realización de es te proyecto.

GABRIELA DE LOS ÁNGELES SÁNCHEZ CAMPOVERDE

AGRADECIMIENTO

A todas las personas que hicieron posible la elaboración de este proyecto.

A mis maestros que fueron mis guías en cada nivel de preparación a través de este camino de aprendizaje, en especial a la Ing. Jessica Hanze, Ing. Patricio Martínez y la Econ. Mirna Chichande quienes fueron luces que me guiaron en el camino de preparación de este proyecto

GABRIELA DE LOS ÁNGELES SÁNCHEZ CAMPOVERDE

INDICE

CODIGO	*CONTENIDOS*	*PAGINAS*
	PORTADA	*I*
	TRIBUNAL DE GRADUACION	*II*
	AUTORIA	*III*
	CERTIFICADO DE DIRECTOR DE TESIS	*IV*
	DEDICATORIA	*V*
	AGRADECIMIENTO	*VI*
	INDICE	*VII*
	RESUMEN	*X*
	ABSTRACT	*XI*
	INTRODUCCIÓN	1
	CAPITULO I	2
1.	MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1.	PROBLEMA DELA INVESTIGACIÓN	2
1.1.1	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.1.2	OBJETIVOS	4
1.1.2.1	OBJETIVO GENERAL	4
1.1.2.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
1.1.3	JUSTIFICACIÓN	5
	CAPÍTULO II	6
2	MARCO TEORICO	6
2.1	ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	6
2.2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.3	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	11
2.4	CALIDAD DE SERVICIOS	11
2.5	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	11
	CAPÍTULO III	14
3	METODOLOGIA	14
3.1	TIPO DE ESTUDIO	14
3.2	MÉTODOS	14
3.2.1	MÉTODO INDUCTIVO	14
3.2.2	MÉTODO DEDUCTIVO	14
3.2.3	MÉTODO DESCRIPTIVO	15
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	15
3.3.1	ENTREVISTA	15
3.3.2	ENCUESTA	15
3.3.3	OBSERVACIÓN	16
3.3.4	DOCUMENTAL	16
3.3.5	HERRAMIENTAS	16
3.4	CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN	17
3.4.1	POBLACIÓN Y MUESTRA	17
3.4.1.1	POBLACIÓN	17
3.4.1.2	VIVIENDAS	17
3.4.2	POBLACIÓN DE ESTUDIO	18
3.4.3	MUESTRA	19
	CAPITULO IV	20
4	ESTUDIO DE MERCADO	20

4.1	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	20
4.2	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	21
4.3	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	21
4.3.1	CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES	21
4.3.2	LA NATURALEZA DE LA DEMANDA DEL SERVICIO	21
4.3.3	CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS	21
4.3.4	NIVEL DE INGRESO DEL COMPRADOR	22
4.4	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	22
4.5	ANÁLISIS DE LA OFERTA	23
4.5.1	CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA	23
4.6	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	26
4.7	CALCULO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA Y LA CUOTA DE MERCADO	27
4.8	PROYECCIÓN DE VENTAS	27
4.8.1	PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES	27
4.9	POLÍTICAS DEL SERVICIO	28
4.10	POLÍTICAS DE PRECIO	28
4.11	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	29
4.11.1	MERCADO DISTRIBUIDOR	29
4.11.2	FORMA DE PAGO	30
4.12	MERCADO PROVEEDOR	30
4.12.1	BANCO DE PROVEEDORES	31
	CAPITULO V	31
5	ESTUDIO TÉCNICO	31
5.1	LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO	31
5.1.1	TAMAÑO	31
5.1.2	UBICACIÓN	32
5.1.3	DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL	32
5.2	HORARIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE	33
5.3	REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO	33
5.4	PROCESO DE PRESENTACIÓN DEL SERVICIO	38
5.5	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	39
5.5.1	NOMBRE DEL NEGOCIO	39
5.5.2	LOGO	39
5.5.3	PROPUESTA DE VENTA (SLOGAN)	39
5.5.4	CARACTERÍSTICAS Y TIPO DE ORGANIZACIÓN	39
5.5.5	MISIÓN	39
5.5.6	VISIÓN	39
5.5.7	OBJETIVOS	40
5.5.8	ACTIVIDAD	40
5.5.9	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN	40
5.5.10	REQUERIMIENTO DE CAPITAL HUMANO PARA LA PUESTA EN MARCHA	40
5.5.11	DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO	41
5.5.12	SELECCIÓN Y CONTRATO	42
5.6	ASPECTOS LEGALES	43
5.6.1	FORMA JURÍDICA	43
5.6.2	RUC	43
5.6.3	PATENTE MUNICIPAL	43
5.6.4	PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS	43

	CAPITULO VI	44
6	ESTUDIO FINANCIERO	44
6.1	INVERSIÓN INICIAL	44
6.2	FINANCIAMIENTO	45
6.3	BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	45
6.4	CALCULO DE LOS COSTOS UNITARIOS	45
6.4.1	COSTOS DE MATERIALES	46
6.4.2	MANO DE OBRA DIRECTA	46
6.4.3	COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	47
6.4.4	CALCULO DEL COSTO TOTAL UNITARIO DE PRODUCCIÓN	48
6.4.5	CALCULO DE PRECIO DE VENTA	48
6.5	PROYECCIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	49
6.6	ACTIVOS FIJOS	49
6.7	CLASIFICACIÓN DE COSTOS	50
6.8	PUNTO D EQUILIBRIO	50
6.9	ÍNDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA	51
6.9.1	RESUMEN DE ÍNDICES DE EVALUACIÓN DE PROYECTO DE INVERSIÓN	53
6.10	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	53
6.10.1	ESCENARIOS PROBABLES O CONSERVADORES	53
	CAPITULO VII	54
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
7.1	CONCLUSIONES	54
7.2	RECOMENDACIONES	55
7.3	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56
	LISTADO DE ANEXOS	58
	ANEXOS DEL 1 – 14 ENCUESTA	58-71
	ANEXO N° 15 ENTREVISTA	72
	ANEXO N° 16 PROFORMA	73
	ANEXO N° 17 NOMINA LABORAL DE ÁREA DE PRODUCCIÓN	74
	ANEXO N° 18 NOMINA LABORAL DE ÁREA ADMINISTRATIVA	75
	ANEXO N° 19 TABLA DE AMORTIZACIÓN	76-79
	ANEXO N° 20 RESUMEN DE DEPRECIACIÓN	79
	ANEXO N° 21 ESTADO DE RESULTADOS	80
	ANEXO N° 22 BALANCE GENERAL	81
	ANEXO N° 23 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	82
	ANEXO N° 24 TASA NUPCIAL SEGÚN REGIONES Y PROVINCIAS DE RESIDENCIAL ACTUAL DEL CONTRAYENTE AÑO 2013	84

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto consiste en la elaboración de un estudio de mercado de una empresa que presta servicios de limpieza doméstica, dirigido a determinar la factibilidad de dicha inversión bajo los enfoques financiero, fiscal y legal.

Dentro del desarrollo de dicho proyecto se tomó en consideración la oferta y demanda calculada en base a la aplicación de una encuesta, efectuada a la posible población demandante.

Se determinó las condiciones físicas, organizacionales y legales sobre las cuales se pondría en marcha, como son cotizaciones, organigramas de jerarquía y requisitos de funcionamiento.

Por último, contando con una organización integral del proyecto se elaboraron y proyectaron estados financieros a diez años, para determinar cuan rentable es la inversión, de lo cual se llega a la conclusión de que el proyecto en mención es una inversión muy factible debido la rápida recuperación de la inversión y sus gran indicies de rentabilidad, y de la misma forma se enfoca en las necesidades primordiales de la sociedad que se refleja en el diario vivir de las familias esmeraldeñas de contar con un servicio que brinde seguridad y satisfacción en la limpieza de los hogares.

ABSTRACT

This project involves the development of a market study of a company providing household cleaning services, aimed at determining the feasibility of such investment under the financial, tax and legal approaches.

Within the development of this project it took into consideration the supply and demand calculated based on the implementation of a survey, carried out the potential applicant population.

Physical, organizational and legal conditions under which it could be launched, such as quotes, organizational hierarchy and performance requirements are determined.

Finally, with a comprehensive organization of the project they were developed and projected financial statements to ten years to determine how profitable is investment, which it concludes that the project in question is a very feasible investment because of the rapid return on investment and profitability indicie great, and just as focused on the basic needs of society as reflected in the daily lives of Esmeralda families have a service that provides security and satisfaction in cleaning households.

INTRODUCCION

La investigación desarrollada en la modalidad de proyecto, responde a una estructura basada en la investigación – acción; ya que luego de identificado el problema se presenta una solución técnica e inteligente del mismo. Para efectuar este proceso y mejor comprensión del presente informe se ha estructurado en cinco capítulos:

1. El primero denominado Marco Contextual de la investigación, donde se describió la problemática existente del sector urbano de la ciudad de Esmeraldas, la misma que cuenta con pocos servicios especializados para los hogares esmeraldeños, lo que permitirá atraer un gran número de clientes.

2. El segundo capítulo corresponde a una investigación de campo realizada sobre la base de una planificación técnica estructurada en una matriz de relación que contiene las variables: censo poblacional y vivienda, servicios, infraestructura, equipos y recursos humanos para ser analizada. En la misma se ha determinado una serie de indicadores que permitieron lograr información primaria y secundaria a través de encuestas, entrevistas, etc.

3. El tercer capítulo hace referencia al estudio técnico y consta la propuesta administrativa – operativa y la propuesta organizativa - legal de la empresa de limpieza.

4. El cuarto capítulo esta constituye la parte analítica financiera, basada en una serie de cálculos y fórmulas para determinar los índices de rentabilidad de la empresa, en base a los datos obtenidos en las fases antecesoras a este.

5. El quinto capítulo se complementa con las conclusiones que se derivan de balance final y proyecciones de la investigación y representan en forma lógica, clara y precisa los resultados. Se ha tratado de estructurar para cada conclusión una recomendación planteando soluciones que respondan a la problemática investigada

Los anexos permiten explicar y ampliar el alcance, parámetros, y condiciones de la investigación.

CAPITULO I

1. MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Las empresas son los entes económicos que constituyen la mayor fuente de ingresos tanto a nivel comercial como a nivel laboral, así mismo van de la mano con la innovación y la creatividad para la creación de productos y servicios.

La economía a nivel nacional y en especial en la provincia de Esmeraldas se encuentra en una situación poco favorable para las personas de bajos recursos, por lo cual se requiere el desarrollo de nuevas ideas de producción de servicios que permitan ser competitivos y de esta manera crear más plazas de trabajo que mucha falta hacen a la comunidad.

En la actualidad, la mujer se prepara cada día más para desenvolverse profesionalmente en la sociedad, por ello forma parte de la fuerza laboral de muchas empresas, por lo cual se presenta un problema que no solo afecta a las mujeres madres de familia, sino también a las personas solteras que se les hace difícil cuidar del trabajo y de los oficios del hogar; además, existen empresas que requieren del cuidado del aseo de sus instalaciones.

De ahí que se vuelve una necesidad imperiosa que en el mercado de Esmeraldas se cree una empresa que preste servicios de limpieza, no solo por la rentabilidad que esta presenta, sino también se convierte en una fuente de empleo para personas que tal vez por falta de recursos económicos no han podido terminar sus estudios medios o superiores.

Como es conocido, en el diario sobrevivir en este mundo que avanza a pasos agigantados, todas las personas, bien sean hombres o mujeres, deben progresar por sus propios medios, en el afán no solo de subsistir, sino también de conseguir y mantener un empleo que es el medio por el cual las personas pueden sustentar todas sus necesidades. En búsqueda de una mayor bienestar económico muchas veces el tiempo se reduce para realizar todas las actividades del día, dentro de las cuales se encuentra el realizar todas las tareas del hogar.

El empleo de una domestica puertas adentro resulta muy cómodo, pero también muy costoso, ya que esto implica el acoger a una persona dentro de casa y sustentar sus necesidades primarias como son la alimentación, vestuario, la vivienda, en incluso en muchas ocasiones la educación; se emplea a una persona sin siquiera conocer a fondo su carácter, actitudes y costumbres; sin mencionar el hecho que desde hace varios años atrás es una obligación del patrono afiliar y pagar por lo menos el sueldo básico que estipula la tabla del ministerio de relaciones laborales donde las domesticas deben ganar el sueldo básico.

Por tanto se convierte en una necesidad imperiosa, que en el mercado se creen nuevas opciones que permitan a las personas que trabajan y que no cuentan con tiempo para atender los oficios del hogar, el contratar un servicio doméstico que no requiera de mucha inversión y tiempo , por lo cual el proyecto en mención plantea la idea de implementación en el mercado de la ciudad de Esmeraldas de una empresa que preste servicios domésticos a domicilio, como opción más cómoda y económica para la población.

1.1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad, con los cambios que sufre la humanidad y la economía, en donde el núcleo de la sociedad, la familia, se ve en la necesidad de que todas los que la conforma y se encuentre en capacidad de desempeñarse laboralmente lo hagan, ¿será que el tiempo es suficiente para hacer las tareas del hogar después de llegar de un arduo día de trabajo?

Así mismo en muchas ocasiones los ingresos que se generan dentro de un grupo familiar son limitados y divididos para cubrir los gastos fundamentales y primordiales, y un incremento en la contratación del servicio doméstico provocaría que su presupuesto se desequilibre, y se convierte en un dilema determinar si son capaces económicamente de mantener un gasto de tal magnitud.

Por ello ante una realidad en el ámbito general, se analizó la problemática de cuán necesario o urgente es que exista una empresa que brinda el servicio de limpieza doméstica a domicilio que les permita a las familias solucionar un problema del hogar sin incurrir en una dificultad laboral.

1.1.2 OBJETIVOS

1.1.2.1 Objetivo general

- Determinar la viabilidad y rentabilidad de la implantación de una empresa que presta servicios de limpieza doméstica.

1.1.2.2 Objetivos específicos

- Elaborar un estudio de mercado que permita determinar la aceptación del servicio de limpieza, de acuerdo a las necesidades de los futuros clientes

- Diseñar una estructura organizacional y legal de la empresa, para contratación de las domésticas y del personal administrativo a laborar, así como también la inversión a realizar para su puesta en marcha.

- Determinar la rentabilidad del proyecto a través de un análisis financiero, conociendo los medios y condiciones de financiamiento en las diversas instituciones financieras.

1.1.3 JUSTIFICACIÓN

La situación económica por la que atraviesa, la sociedad actualmente, hace que se requiera todo el tiempo posible para realizar diversas actividades, que permitan generar ingresos para cubrir las necesidades primordiales de las personas que conforman una familia, lo que conduce a que el tiempo sea reducido, para realizar los tareas del hogar y el esfuerzo físico que estas representan.

Por tales motivos es una necesidad imperiosa contar con un servicio de limpieza doméstica que dé solución a todos los factores que influyen en la sociedad, ya que:

Como idea innovadora permite que el mercado cuente con una fuente de ingresos para los inversionistas de la empresa.

Como ente que forma parte de la comunidad, sería fuente que generaría empleo para personas de sectores marginales que no cuentan con las oportunidades de laborar en puestos de trabajos que requieren desempeño intelectual.

A más de que se convertiría en el salva vidas de muchas personas que tienen una agenda de ocupaciones muy llena, para que su hogar, que es el refugio de descanso se encuentre en las condiciones adecuadas.

Dentro de las exigencias para poder desempeñarse dentro de un ámbito laboral se requiere de un cierto grado de preparación profesional, ¿podría una persona de niveles marginales la cual no cuenta con preparación académica conseguir un trabajo con gran facilidad sin ser discriminado por su procedencia y carencias?

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

En el Ecuador se han realizado varios estudios relacionados con la implementación del servicio de limpieza y mantenimiento de hogares, lo que ha permitido tener una idea clara de que dicho servicio dará los resultados esperados, como lo afirman varias investigaciones efectuadas en el territorio nacional relacionadas con el tema propuesto.

Según **(Yépez, Arévalo y Casa, 2011)** realizó un estudio de mercado en la ciudad de Quito, para lograr determinar el ámbito económico de sus tentativos clientes en la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento a hogares, donde el 34,33% de personas disponen entre $801,00 a $1200,00 en ingresos, donde se pudo evidenciar con los encuestados que con un 10,55% preferirían que de 8:H00 a 10:H00 se realicen las actividades de limpieza y mantenimiento y que sea efectuadas los días Sábados, además estas personas exigen a la empresa que prestan estos servicios un alto grado de seguridad la misma que asciende a 40,65% lo cual genera un alto índice de confianza a los consumidores lo cual a su vez permitirá cumplir con los objetivos prestablecido por la empresa que otorga el servicio de limpieza y mantenimiento del hogar.

Para **(Washco, 2010)** el haber realizado un estudio de mercado en la ciudad de Cuenca, permitió monitorear y determinar los cambios que se están dando sobre las actividades de limpieza y mantenimiento a hogares por el alto grado de ocupación que tienen las personas en actividades profesionales, donde el 63.27% de personas no disponen de una empleada que se dedique a realizar dichas actividades, lo cual les permite pronosticar la gran acogida que tiene el servicio ofertado por las empresas locales.

Debido a estos resultados el 40.82% de los encuestados prefieren que sea en horas de la mañana que se realicen estas actividades, existe una gama de demanda en cuanto a los servicios requeridos pero con un 87.04% de los encuestados manifiestan que los más destacados por los tentativos clientes son: servicio de limpieza en áreas como: cocina, baño,

ventanas y pisos, a pesar de la aceptación del servicio, el 61.22% de las personas encuestadas si tendrían dificultad en permitir que se quede una persona sola en su vivienda para que realicen las tareas del hogar, por una serie de acontecimientos acaecidos en casos anteriores.

Según (Rivera, 2011) se efectuó un estudio de mercado en la ciudad de Ibarra a familias de clase media y alta del área urbana, donde se pudo constatar un gran auge de oferta y demanda de los servicios de limpieza y mantenimiento a hogares, obteniendo un 70% de personas que disponen de poco tiempo para dedicarse a realizar actividades de limpieza , ya que se dedican a realizar actividades profesionales y comerciales; en un 80 % de encuestados indicaron que no cuentan con una empleada doméstica debido a las reformas laborales establecidas por los organismos de control y las leyes ecuatorianas, motivo por el cual no descartarían la posibilidad de requerir de los servicios a ofertados por las empresas y el 94% de los potenciales clientes no tendrían objeción en dejar a una persona sola en su vivienda para que realicen las tareas del hogar, siempre y cuando dichas personas estén representada por una empresa legalmente constituida.

Según (Rovayo, 2009) realizó un estudio de mercado en la ciudad de Quito, para establecer la demanda insatisfecha de los potenciales clientes donde un 78% les gustaría que realicen las actividades de lavar, planchar y aspirar, de acuerdo al estudio efectuado, se obtuvo una respuesta favorable de los productos ofertados concluyéndose que resulta una actividad muy rentable para las empresas que se dedican a la prestación de este servicio.

Mientras que **(Ushiña, 2011)** aplicó un estudio de mercado en la ciudad de Quito, donde se evidencio la oferta y la demanda de los servicios de limpieza y mantenimiento a hogares, el cual dio como resultado que el 36% de personas realizan dichas actividades sin buscar ayuda; mientras que el 62,8% de los encuestados prefieren que la limpieza sea efectuada por otras personas de uno a dos días y el 26,2% disponen de $301 a $500 de ingresos mensuales por lo que estarían dispuestos a adquirir los servicios de limpieza y mantenimiento de sus hogares..

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para la investigación a realizar se hará un estudio de factibilidad, donde nos basaremos a diferentes teorías de autores:

Según teorías de autores:

> El proceso de estudio de un proyecto de inversión, busca medir el grado de rentabilidad de una inversión para concluir, con la mayor precisión posible, la cuantía de las inversiones, los costos y beneficios de un proyecto para posteriormente compararlos y decidir la conveniencia de emprender dicho proyecto. (Sapag, 2011, p. 47)

Consta de tres actividades muy diferentes entre sí

- Formulación
- Preparación
- Evaluación

Donde un error en cualquiera de las actividades antes mencionadas, puede llevar a conclusiones equivocadas, en esta etapa se definen primero las características del proyecto y luego la cuantificación de sus costos y beneficios. La cantidad de opciones que existen para configurar el proyecto obliga a identificar las más relevantes y proceder a su evaluación para determinar cuál es la mejor.

Sin embargo Miranda (2001) menciona que: "El estudio de factibilidad debe ser tomado por las altas jerarquías, pues siempre implica su elaboración altos gastos financieros y consumo de tiempo y puede en muchos casos, acarrear considerables costos políticos" (p. 30).

En consecuencia, los objetivos de cualquier estudio de factibilidad se pueden resumir en los siguientes términos:

- Verificación de la existencia de un mercado potencial o de una necesidad no satisfecha.

- Demostración de la viabilidad técnica y la disponibilidad de los recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.
- Corroboración de las ventajas desde el punto de vista financiero, económico y social de asignar recursos hacia la producción de un bien o la prestación de un servicio.

Según (Padilla, 2011) la decisión de emprender una inversión tiene cuatro componentes básicos:

- El decisor, un inversionista, financiero o analista.
- Las variables controlables por el decisor.
- Las variables no controlables por el decisor.
- Las opciones o proyectos que se deben evaluar.

Es fundamental para determinar el impacto de las variables controlables y no controlables, el análisis financiero es una evaluación del desempeño histórico de una firma y un pronóstico de sus posibilidades futuras, es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionaran el éxito o fracaso de una inversión: la factibilidad técnica, la legal y la económica.

Las actividades que se realizarán en el estudio de factibilidad

Urbina (2001) afirma:

"En el área de informática la oferta y la demanda se expresan en términos de bytes, pues el manejo de información puede medirse fácilmente bajo ese concepto, las técnicas de análisis empleadas en cada una de las partes de la metodología sirven para hacer una serie de determinaciones, tales como mercados insatisfechos, costos totales, rendimiento de la inversión". (p. 50)

Para la formulación y evaluación de proyectos se realizan los siguientes pasos:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico operativo
- Estudio Económico Financiero
- Evaluación económica
- Análisis y administración de riesgos

Estudio de mercado

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios, las tendencias de los consumidores en cuanto a variables culturales, educativas, políticas, ambientales etc. y el estudio de la distribución comercialización del bien o servicio.

Estudio técnico operativo

Esta parte del estudio puede subdividirse a su vez en cuatro partes, que son: determinación del tamaño óptimo de la planta (capacidad de fábrica), determinación de la localización óptima de la planta (ubicación geográfica), ingeniería del proyecto (características técnicas del producto o servicio) y análisis administrativo (administración de los recursos económicos, humanos financieros y el aspecto legal para su funcionamiento).

Estudio económico financiero

La antepenúltima etapa del estudio es el análisis económico, su objetivo es ordenar, identificar los recursos que se requieren, presupuestar dichos recursos, medir o cuantificar los recursos necesarios para llevar adelante el proyecto, establecer las opciones de financiamiento y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

Evaluación económica

Esta parte se propone describir y establecer los métodos actuales de evaluación que ayuden a tomar una decisión, tomando en cuenta varios indicadores de evaluación de proyectos, que ayuden a identificar la importancia del valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento **(TIR),** el valor presente neto **(VPN),** el período en que se recupera la inversión **(PRC)** y la rentabilidad obtenida con los recursos invertidos **(RCB)**

Análisis y administración de riesgos

Por lo general la última parte tratada en el estudio de factibilidad es la evaluación económica, sin embargo en este texto existe otra parte la que se llamó análisis y administración de riesgos donde se presenta un enfoque totalmente nuevo sobre el riesgo.

2.3. PRESTACIÓN DE SERVICIOS

En un mercado tan competitivo como el actual, las empresas buscan elementos que supongan una posición de ventaja frente a los demás, (Kotler, 2013) refiere, que el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad.

En este sentido, el servicio es el elemento que las empresas líderes, han elegido para diferenciarse en el mercado, tanto en el sector industrial como en el propio sector de los servicios.

2.4. CALIDAD DE SERVICIOS

En el entorno actual la calidad de servicio se convierte en una de las variables consideradas clave para la competitividad de la empresa. Según Pamies (2004) afirma: "Teniendo en claro que si quieren sobrevivir en un mercado tan competitivo como el actual, ofrecer una elevada calidad de servicio se convierte en algo totalmente necesario" (p 10).

Es decir deben cumplir sus expectativas y si es posible superarlas, de modo que la opinión del cliente se convierta en una información sumamente relevante para la empresa.

2.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La empresa de servicios de limpieza y mantenimiento se constituirá como una sociedad anónima con aportaciones de los socios.

Código de trabajo

Según Art.8 (Ministerio de Trabajo, 2012) en cuanto al contrato individual es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios.

También, se determinará un horario de atención normal como lo pacta el Código de Trabajo en el Art. 47 donde indica que la jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales.

Asimismo, cabe recalcar que el pago a los trabajadores se realizara mensualmente, como se estipula en el Art. 83 que trata sobre plazo para pagos, donde señala que el plazo para el pago de salarios no podrá ser mayor de una semana, y el pago de sueldos, no mayor de un mes.

Afiliación al IESS – Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

Se afiliara al seguro social a las personas que trabajen en la empresa como lo indica el Art.2 (Ley de seguridad social, 2014) que trata sobre los sujetos obligados a solicitar la protección del Seguro General Obligatorio en calidad de afiliados.

Requisitos legales para el funcionamiento

- **RUC**

Según Art.3 (SRI, 2015) de la inscripción obligatoria donde todas las personas naturales y jurídicas, que realicen actividades económicas en el país en forma permanente, están obligados a inscribirse, por una sola vez antes el SERVICIO DE RENTAS INTERNAS mediante el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Requisitos para adquirir el RUC

- Formulario 01A y 01B.
- Escrituras del Nombramiento del Representante Legal de la Empresa.

- Original y copia de la cédula del Representante Legal.
- Certificado de votación del Representante Legal
- Copia de un servicio básico en el cual conste la dirección del domicilio del Representante Legal.

Permiso sanitario

Según (Agencia Nacional de Regulacion y Control y Vigilancia Sanitaria, 2014) Art.2 Indica la autorización sanitaria de funcionamiento o permiso de funcionamiento en el que consta el cumplimiento de las condiciones sanitarias para el inicio de actividades de producción, importación o almacenamiento del establecimiento.

Requisitos para adquirir el permiso sanitario

- Solicitud.
- Permiso de funcionamiento.
- Certificado de salud.
- Interpretación del código del lote.
- Certificado de análisis de control de calidad del lote del producto en trámite.
- Proyecto de rótulo o etiqueta.

Requisitos para adquirir el permiso del cuerpo de bomberos

- 2 copias del RUC.
- 2 copias de la cédula de identidad del representante legal.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Copia del formulario.
- Inspección por parte de los inspectores.
- Pagar la tasa correspondiente

CAPÍTULO III

3. METODOLOGIA

3.1. TIPO DE ESTUDIO

Esta investigación es de tipo Descriptiva; porque enmarca opciones y comentarios, información que será pieza fundamental para el desarrollo del estudio, permitiendo de esta manera determinar la necesidad de implementar una "empresa de servicio de limpieza doméstica", la misma que contara con las mejores características, técnicas comerciales y administrativas para dar cumplimiento a las expectativas de las familias esmeraldeñas creando oportunidades de trabajo y mejorando el nivel de ingresos del cantón.

3.2. MÉTODOS

3.2.1. Método inductivo

Este método se utiliza en la medida que se realice el análisis de las variables como son la oferta y la demanda del servicio doméstico, enfocando el ambiente financiero y legal en la que se desenvuelve las actividades del servicio , y acontecimiento fundamentales para poder enunciar los aspectos de carácter general, de tal forma que se pueda llegar a conceptos e interpretaciones que sean válidas para toda la población enfocada en el crecimiento de la misma.

3.2.2. Método deductivo

Se aplicará en todo momento y circunstancia del desarrollo de la investigación; ya que será indispensable partir de teorías y concepciones científicas y técnicas de carácter general en lo referente a la presentación del servicio de limpieza doméstica, para llegar a la aplicación práctica basándose en el aprovechamiento total de los recursos financieros y humanos, y demás aspectos, hechos y circunstancias de carácter particular en la investigación bibliográfica; y por supuesto en la propuesta del proyecto establecido.

3.2.3. Método descriptivo

La aplicación de este método es fundamental en la presente investigación, ya que por un lado se pretende sobre la base de la investigación principalmente documental realizar síntesis que permitan operativizar y entender ciertos aspectos; dicha síntesis serán explicadas en el informe final en forma de redacción con gráficos, cuadros sinópticos y esquemas en general.

De igual manera se desarrolla análisis profundos y técnicos de la información captada tanto en los lugares de los acontecimientos como en las fuentes de información secundaria (textos e internet).

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.3.1. Entrevistas

Se aplicara entrevistas con un cuestionario estructurado y susceptible a cambios inesperados a personas que proporciones información relevante de las temáticas o aspectos presentes en todos los componentes del proyecto así como los dueños de los negocios similares, las instituciones financieras para el financiamiento.

3.3.2. Encuestas

Para la aplicación de esta técnica se estructura un cuestionario que será respondido por las personas que constituyen los potenciales cliente del servicio, que aportaran la información requerida, con un cálculo que permitirá determinar la muestra de la población donde se determina el número de casas que se encuentran dentro del sector urbano del cantón Esmeraldas.

3.3.3. Observación

El proyecto requiere que se realice no solo una encuesta; si no también la observación de los factores que influyen en el mercado para la aceptación y competitividad del servicio.

3.3.4. Documental.

Se realizó la revisión de documentos para la aplicación teórica del análisis y el manejo de fórmulas.

3.3.5. Herramientas.

- Libros.
- Internet.
- Manuales.
- Revista.
- Cuestionarios.
- Fichas Bibliográficas.
- Cámara fotográfica.
- Grabadora de voz.

3.4. CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.4.1.1. Población

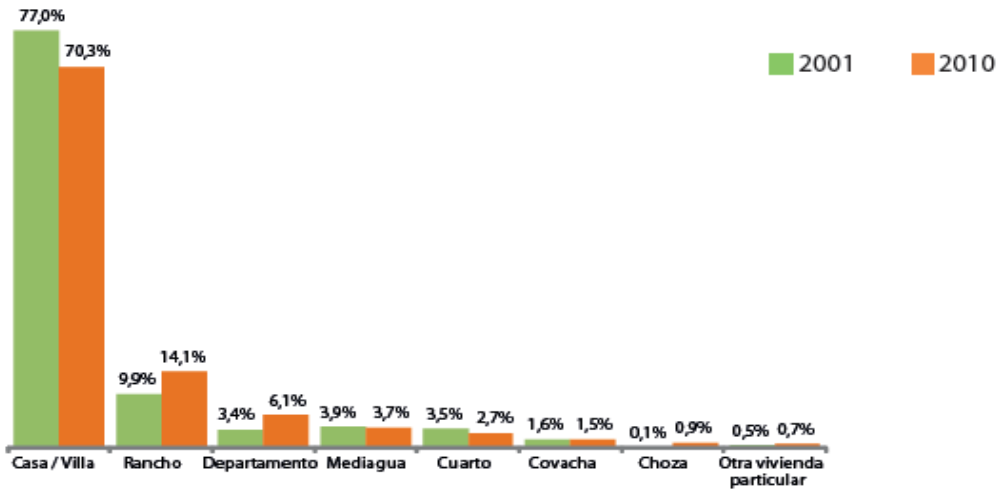
El presente estudio tuvo lugar en las viviendas de la ciudad de Esmeraldas y sus alrededores.

3.4.1.2. Viviendas

Cantones	Hombres	%	Mujeres	%	Total	Viviendas*	Viviendas**	Viviendas***	Razón niños mujeres ****	Analfabetismo	Edad promedio
Atacames	21.231	7,8%	20295	7,7%	41.526	16.115	16.082	10.249	500,9	9,1	25
Eloy Alfaro	21.048	7,8%	18691	7,1%	39.739	11.182	11.174	8.867	642,4	17,2	25
Esmeraldas	92.076	33,9%	97428	37,1%	189.504	55.299	55.284	47.457	403,9	5,3	27
La Concordia	21.748	8,0%	21176	8,1%	42.924	12.969	12.964	10.662	474,2	10,1	26
Muisne	15.344	5,7%	13130	5,0%	28.474	8.246	8.246	6.628	601,0	13,8	26
Quinindé	64.141	23,6%	58429	22,2%	122.570	36.076	36.064	29.388	531,4	11,2	25
Río Verde	14.172	5,2%	12697	4,8%	26.869	7.927	7.925	6.137	623,6	14,2	25
San Lorenzo	21.552	7,9%	20934	8,0%	42.486	11.597	11.586	9.522	619,6	15,3	24
Total	**271.312**	**100%**	**262.780**	**100%**	**534.092**	**159.411**	**159.325**	**128.910**			

* Particulares y colectivas ** Particulares *** Particulares ocupadas con personas presentes **** Niños menores de cinco años por 1000 mujeres en edad reproductiva (15 a 49 años)

Para identificar la población sobre la cual se realizara el cálculo matemático, se tomó las viviendas que se encuentran en (*** Particulares ocupadas con personas presentes) que son 47.457 viviendas



Para obtener la muestra se debe determinar de acuerdo a la sectorización del cantón Esmeraldas, en base al grafico obtenido del INEC, principalmente de la parte urbana, centrándose principalmente en lo que es casa o villa, departamentos que es la principal población para cual va dirigido el servicio determinando así:

Tipo vivienda	porcentajes
villa/casa	70.3%
departamento	6.1%
total	76.4%

El presente proyecto se desarrolló en base a los parámetros investigativos establecidos por la **PUCESE,** metodología propuesta por la docente guía y el asesor del proyecto.

3.4.2. POBLACIÓN DE ESTUDIO.

De acuerdo con la tabla del censo la población comprendida entre casa o villa y departamento, se aplicó el siguiente calculo, a las 47.457 se le saco el porcentaje total del tipo de viviendas para las cuales va dirigido el servicio obteniendo una población o universo de **36257** hogares

3.4.3. MUESTRA.

Tamaño De La Muestra.

Para establecer el tamaño de muestra se aplicará la técnica de muestreo aleatorio irrestricto.
Para la determinación del número de encuesta que se van a aplicar se tomará en cuenta los siguientes aspectos.

Nivel de Confianza (z).

Es un valor constate obtenido mediante un nivel de confianza establecido, que para el caso de esta investigación es del **95%.** De acuerdo al grado de confianza establecido corresponde un valor de **z=1,96,** dado en la tabla de distribución normal.

Nivel de error Aceptable.

Es el error que se puede aceptar dado un nivel de confianza (x). El nivel de error permisible o aceptable para para determinar el tamaño de la muestra de la presente investigación es de **5%,** dado un nivel de confianza del **95%**.

Porción Estimada (P)

Es la probabilidad de ocurrencia de un hecho o fenómeno en específico. Para la investigación corresponde la probabilidad de aceptación que los posibles clientes le den al servicio que se quiere prestar, debido que no se cuenta con información previa se estima el promedio con los que se trabaja en este tipo de casos que es del **50%(0,5).**

Para hallar el tamaño de la muestra aplicando la técnica anteriormente nombrada se aplicará la fórmula de una población infinita, ya que según el plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Esmeraldas 2012-2020, se estima que el número de viviendas **26518.**

Fórmula.
Fórmula Población Infinita.
Para determinar la población se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(Z^2 * P * Q) + N * e^2}$$

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo **(36257)**

P = Probabilidad de ocurrencia (0,5)

Q = Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

Z = Nivel de confianza (1.96)

e = Limite aceptable de error (0.05)

$$\mathbf{n=}\ \frac{(1.96)^2\ (0.5)\ (0.5)\ \mathbf{(36257)}}{(3.8416*0.5*0.5) + \mathbf{(36257}* 0.0025)} = \frac{34821{,}2228}{91.6029}$$

n = 381 casas

Se realizara la encuesta a **381** casa del sector urbano del cantón Esmeraldas, que serán redondeadas a **400** casas.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 DESCRIPCION DEL SERVICIO

El servicio es de limpieza a casas como lo haría una doméstica, sin que el cliente tenga que tener una responsabilidad laboral.

El servicio incluye los suministros y equipos de limpieza que sean requeridos para realizarlo.

El servicio cubre el arreglo de las cosas desordenadas, aseo de muebles, pisos, baños, dormitorios, cocina, con un precio determinado por metros cuadrados; con la excepción de lavado de ropa el cual dependerá de si el cliente cuenta con la maquina lavadora y la limpieza de maleza en patios.

El servicio va dirigido en especial a los hogares esmeraldeños; pero también a las oficinas de instituciones o lugares que requieran el servicio de limpieza.

El servicio se presta en horarios de la mañana y tarde de lunes a sábado.

La empresa cuenta con un selecto grupo de personas que harán el servicio de limpieza de habitaciones, baños, ventanales, ropas y muebles en sus respectivos domicilios en un horario de lunes a sábados desde las **8H00** hasta **18H00.**

4.2 SEGMENTACION DEL MERCADO.

El servicio que prestará la empresa, está dirigido a las viviendas que por efecto de falta de tiempo o por ocupaciones de sus habitantes, no pueden dar mantenimiento y limpieza de las mismas.

4.3 ANALISIS DE LA DEMANDA

4.3.1 CARACTERISTICAS DE LOS CLIENTES

Los clientes a demandar el servicio, son por lo general personas mayores de edad entre **20** y **50** años, de género femenino residentes en la ciudad de Esmeraldas, que trabaja durante la semana y que tienen un gran predilección de mantener limpias sus viviendas, por la cual están en condiciones de pagar un valor promedio de $0.60 de dólar por cada metro cuadrado de limpieza, ya que tienen capacidad de pago.

4.3.2 LA NATURALEZA DE LA DEMANDA DEL SERVICIO

El proyecto surge como la solución a la demanda del servicio de limpieza doméstica, y así los grupos familiares pueden cubrir esa necesidad, sin tener que contratar una doméstica con el sueldo básico, más todos las obligaciones en las que se incurren por la afiliación al seguro social.

Además de que muchas personas que trabajan en dos y tres actividades laborales o comerciales y así mismo los que estudian; que representan un gran esfuerzo y reducen el tiempo libre, para realizar el aseo del hogar.

4.3.3 CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS

Estructura preferenciales y gustos de la demanda

Básicamente los clientes prefieren evitar los trámites y obligaciones que implican la afiliación de una doméstica.

Los potenciales clientes tienden a preferir los servicios económicos que sean duraderos y que tengan garantía de que sus pertenencias van a ser respetadas.

Además de que el servicio sea realizado en las áreas del hogar que más lo requieren y que ellos creen más convenientes.

4.3.4 NIVEL DE INGRESO DEL COMPRADOR.

Los compradores del servicio en su mayoría son familias quienes tiene un nivel de ingresos medio – alto y están dispuestas según la encuestas a cancelar el servicio.

4.4. PROYECCION DE LA DEMANDA

La demanda se obtiene tomando como referencia la población (viviendas – casa o villa y departamentos) los cuales ascienden a 36257 * M2 promedio por viviendas como se detalla a continuación:

M^2 por vivienda	**promedios**
0 - 50	25
51 - 100	74,5
101 - 130	114,5
Total	**214**
Tipo de viviendas	3
Promedio total	**71,33**

Calculo: 36257 * 71.33 m^2 = 2586211,81

Proyecciones de la demanda total del mercado en base al dato estadístico del INEC del 1.20 % de crecimiento de matrimonios en Esmeraldas del 2012, ver **ANEXO N° 24**

AÑO	OFERTA TOTAL EN METROS CUADRADOS
2015	2586212
2016	2617246
2017	2648653
2018	2680437
2019	2712602
2020	2745154
2021	2778095
2022	2811433
2023	2845170
2024	2879312
2025	2913864

4.5 ANALISIS DE LA OFERTA

4.5.1 CARACTERISTICAS DE LA OFERTA

Servicios relacionados

Los precios del servicio relacionados con la competencia que se tiene en el mercado con lo relacionado al servicio de limpieza tienen una base de 0,70 ctvs. por metro cuadrado, servicio que va dirigido para instituciones que requieren el servicio de limpieza de grandes áreas de sus instalaciones.

NOMBRE	SERVICIO
RYTEN	Tarifa regulada por contrato una sola empresa (Petroecuador- EP)
Labodeguita	Por metro cuadrado
Robles y asociados	Servicio por hora
House cleans	Servicio de limpieza a casa en lo es lavado de muebles, cortinas, colchones
All in house	**Servicio de limpieza y mantenimiento de casa en lavado planchado, cocina y jardinería**

Como se observa en el mercado el servicio de limpieza tienen diversas maneras de ser prestados.

Demanda del producto (elástica)

El servicio de limpieza doméstica tiene un precio por metro cuadrado fijo y puede variar cuando suben los costos de los materiales que se van a utilizar y el sueldo básico unificado, se puede decir que en la provincia de Esmeraldas no existe un tipo de empresa de servicio de limpieza doméstica en las condiciones que este proyecto ofrece, que se va introducir en nuevas presentaciones al mercado actual, además de que la ciudad de Esmeraldas cada día va en crecimiento en lo que se refiere a población y vivienda, por lo que en si no se obtendría una competencia fuerte.

Condiciones del mercado para su comercialización

De acuerdo a las características de la empresa de servicio de limpieza doméstica, dentro del mercado esmeraldeño se encuentra como un monopolio debido a que en el mercado existe la demanda del servicio doméstico donde solo existe empresas que prestan servicio de limpieza y mantenimiento, pero no, como un servicio limpieza doméstica.

El ambiente de una empresa está formado por una serie de variables externas que influyen en la capacidad de administrar los recursos y el desempeño, para obtener transacciones exitosas con los clientes.

El entorno (la sociedad) en el que se desenvuelve una empresa es variante, incierto y en constante movimiento, que ofrece una variedad de oportunidades y amenazas, por lo que se resuelve predecir el nivel de aceptación que tiene el servicio de limpieza doméstica en el mercado, donde el nivel de ingresos de los grupos familiares son los que determinan la demanda del servicio.

Durabilidad del servicio

El servicio está previsto que se determine por metros cuadrados los lugares de la casa que el cliente desee que sean limpiados; para lo cual se utilizaran los productos y equipos adecuados para realizar el trabajo, en consecuencia el objetivo es que el servicio se de calidad, y que duren en un rango de 1 a 2 semanas, lo cual dependerá de las condiciones del lugar y cuantas personas ocupen los espacios que recibirán el servicio.

Condiciones de consumo del servicio

En el caso del servicio de limpieza doméstica, sería un servicio sustituto del que prestan la domésticas, siendo que el servicio doméstico tiene un contrato directo con el grupo familiar el cual debe cubrir el sueldo básico más los beneficios sociales, y el servicio de limpieza doméstica cubriría la necesidad del hogar por un monto determinado por metro cuadrado, sin ningún tipo de relación laboral con la persona que lo va a realizar.

Oferta del servicio

Incremento tecnológicos para la realización y comercialización del servicio Dentro de los incrementos tecnológicos tenemos:

Para brindar el servicio se requiere:

Maquinas aspiradoras que funcionan con vapor; que tiene doble función, no solo absorben el polvo y la suciedad, además tiene un filtro que purifica el aire.

Cámaras digitales portátiles que permitan mantener vigiladas, a las personas que realicen el trabajo, dando así confianza y garantía del servicio.

Transmisores portátiles que permitan la comunicación permanente con las personas que realizan la limpieza.

Tiempo estimado de operación del proyecto

El tiempo de operación que se estima para el presente proyecto son **10 años** en donde se va a poder observar si es factible o no, si en realidad este va a ser rentable, si se tiene una aceptación del servicio en el mercado para así poner en marcha la empresa.

Servicios sustitutos existentes en el mercado

Empresas que prestan servicio de limpieza en áreas limitadas a infraestructura de instituciones.

Como las que se mencionan en el cuadro de la competencia y la oferta

4.6. PROYECCION OFERTA

Se tiene como referencia que del total de la demanda del mercado, las empresas existentes están en capacidad de satisfacer solo el 30% de la demanda actual por tanto en base a los datos obtenidos se ha realizado la proyección detalla a continuación:

AÑO	OFERTA TOTAL EN METROS CUADRADOS
2015	775864
2016	785174
2017	794596
2018	804131
2019	813781
2020	823546
2021	833429
2022	843430
2023	853551
2024	863794
2025	874159

Calculo: 2586212 m^2 * 30% = 775864 capacidad a cubrir de la demanda total por las empresas que prestan servicio similares.

4.7 CÁLCULO Y PROYECCION DE LA DEMANDA INSATISFECHA Y LA CUOTA DE MERCADO

DEMANDA ACTUAL TOTAL			**2586212**
OFERTA ACTUAL		**30%**	**775864**
CRECIMIENTO DE LA DEMANDA			**1,20%**
CRECIMIENTO DE LA OFERTA			**1,20%**
CUOTA DE MERCADO			**15%**

AÑO	OFERTA TOTAL EN METROS CUADRADOS	DEMANDA INSATISFECHA	CUOTA DE MERCADO
2015	775864	1810348	271552,24
2016	785174	1832072	312000
2017	794596	1854057	312000
2018	804131	1876306	312000
2019	813781	1898822	312000
2020	823546	1921608	312000
2021	833429	1944667	312000
2022	843430	1968003	312000
2023	853551	1991619	312000
2024	863794	2015518	312000
2025	874159	2039705	312000

4.8. PROYECCION DE LAS VENTAS

4.8.1 PROYECCION DE LAS VENTAS ANUALES

La empresa cuenta con dos grupos de trabajo, cada grupo estas conformado por dos personas que en una hora pueden cubrir un espacio en promedio de 53.13 m2 lo que supone que en un día laborable 8 horas cada grupo cubre 425m2, se obtiene con los dos grupos 850m2 al día; teniendo una semana laborable de 6 días de lunes a sábado, que es fácil de analizar en el siguiente cuadro:

DESCRIPCION	VENTAS EN m^2
DIARIO	850
SEMANAL	5100
MENSUAL	22100
ANUAL	265200

4.9 POLITICAS DEL SERVICIO

- **Puntualidad en la ejecución del servicio.-** El servicio debe ser ejecutado inmediatamente una vez que se halla hecho la inspección del área establecida.

- **Garantía de honorabilidad de los operadores.**- Todo el personal operativo, goza de un alto grado de confianza referente a la honradez, por lo que se garantiza que todos los bienes que se encuentran en el área a limpiar no serán susceptibles de robo o daños.

- **Calidad en el servicio.**- La empresa en mención garantiza un buen servicio con la utilización de materiales de óptima calidad.

- **Eficiencia y eficacia.-** El selecto personal operativo realiza su trabajo en los tiempos requeridos con los más altos estándares de calidad y la utilización óptima de recursos.

4.10. POLITICAS DE PRECIO

El precio en la prestación del servicio de limpiezas de vivienda, se establecerá en función de los costos de producción (Materiales, Mano de obra y Costos Indirectos de Fabricación) el mismo que tiene un Margen de contribución **(Utilidad Bruta en venta)** del **70%.**

COSTO POR METRO CUADRADO LIMPIEZA DE CASA Y OFICINA		
DESCRIPCION		**VALOR**
MATERIALES DIRECTOS		0,13
MANO DE OBRA DIRECTA		0,08
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		0,14
TOTAL COSTO DE PRODUCCION UNITARIO		**0,35**
MARGEN DE CONTRIBUCION	**70%**	**0,25**
PRECIO DE VENTA UNITARIO		**0,60**
NUMERO DE METROS CUADRADOS		**50**
SUTOTAL		**29,75**
IVA	**12%**	3,57
TOTAL		**33,32**

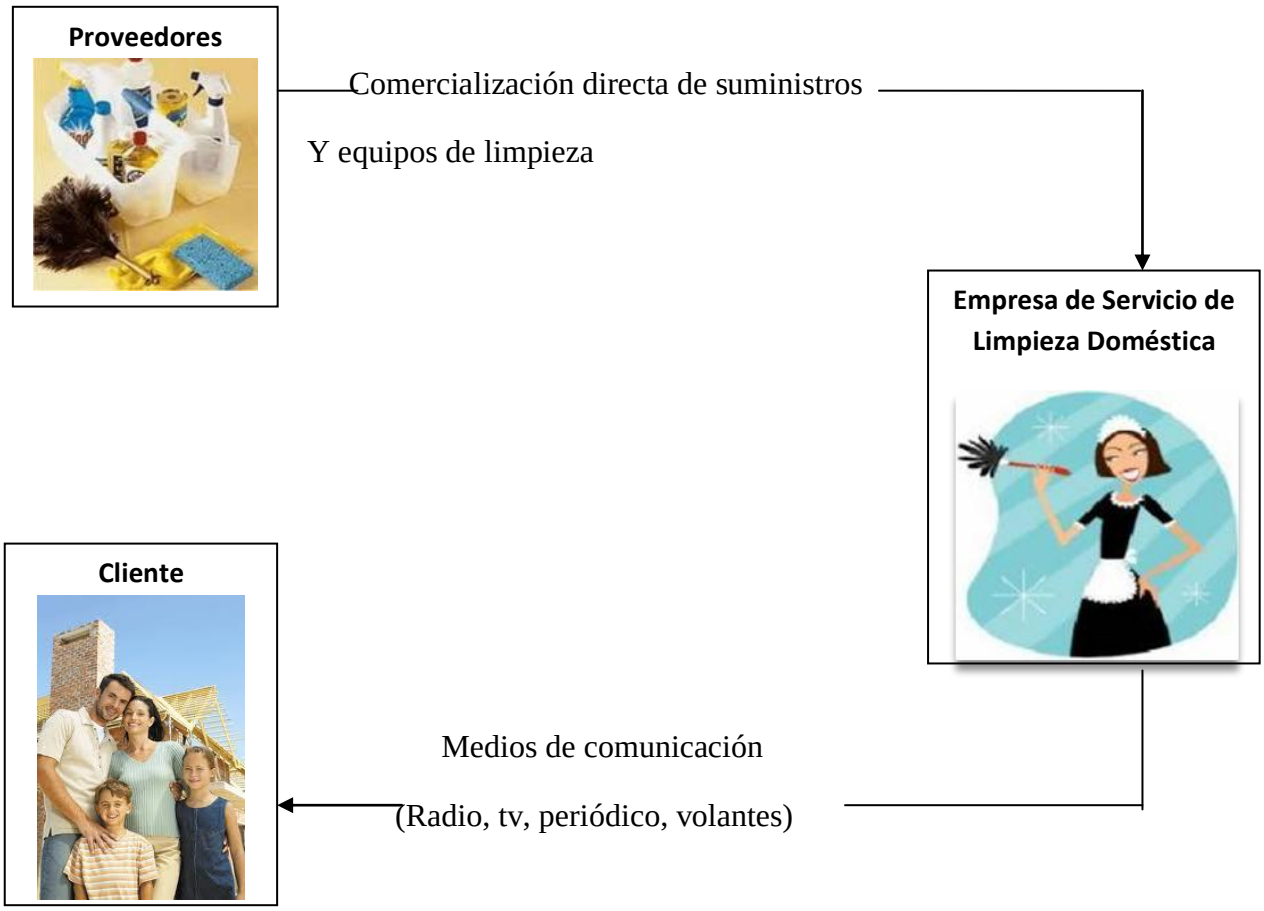
4.11 PROMOCION Y PUBLICIDAD

- Anuncios por radio que más sintonía tiene en la ciudad, LA VOZ DE SU AMIGO.
- Contratación de publicidad por medio de los periódicos de la localidad.
- Entrega de hojas volantes, en lugares de mayor afluencia de transeúntes, en los cuales se dé a conocer el servicio, además de un descuento del 5% por inauguración durante la primera semana.
- Productos de calidad para realizar la limpieza de su casa y el servicio incluye los suministros de limpieza y sus propios equipos, el cliente sólo tiene que indicar el área a limpiar.
- Si escucha en la radio de la voz de su amigo, deben de llamar a la radio para obtener un descuento del **20%** en el servicio.
- Con su número de su factura se realiza un sorteo a fin de año para una limpieza gratis y en navidad incluye pequeñas decoraciones navideñas.

4.11.1 MERCADO DISTRIBUIDOR

Este mercado es el más surtido y es necesario que exista la disponibilidad de un sistema que garantice el servicio al consumidor, por ende se debe determinar canales de distribución, la cual una serie de organizaciones involucradas en el proceso de lograr que el usuario final pueda satisfacerse del servicio.

Los canales de distribución que se utilizaran son:



Los proveedores se encuentran en el centro de la ciudad de esmeraldas (Oro Verde, Créditos Adrián, KIWI); y la Sra. Lucetty Santos vía a Atacames tiendas del AKI y TIA. Promedio mensual de productos de aseo a adquirir por determinar de acuerdo contratación que tenga el servicio de limpieza doméstica. (Inventario de materiales de aseo)

4.11.2 FORMA DE PAGO

La prestación de servicio limpieza de vivienda, será cancelado de contado y con dinero en efectivo.

4.12. MERCADO PROVEEDOR

Los proveedores son las compañías o personas físicas que proporcionan los recursos que necesita la empresa para prestar sus servicios con una buena planificación y administración de los recursos materiales y humanos, de acuerdo a los requerimientos se puede evaluar las posibles adquisiciones de los suministros, para esto se debe tomar en cuenta las políticas de los

proveedores como el precio y calidad de los producto o servicio, políticas de cobro , para determinar que proveedores ofrecen un mayor beneficio.

Los recursos materiales que requiere la empresa para funcionar normalmente son los siguientes:

4.12.1 BANCO DE PROVEEDORES

NOMBRE	DIRECCION	PRODUCTO Y/O SERVICIO
ORO VERDE S.A.	COLON ENTRE SALINAS Y MEJIA	Productos de limpieza (detergente, cloro, desinfectantes, etc.)
Santos Calberto Olga Lucetty	Vía Atacames Km 7 ½	Venta de productos de aseo como desinfectantes, quita sarro, etc.)
GALAXI	Sucre 828 y 9 de octubre	Venta de artículos plásticos (baldes , bandejas, escobas 9
CREDITOS ADRIAN	Av. Libertad y Franklin Tello	Venta de electrodomésticos (aire acondicionado, Aspiradoras, etc.)
DECRO MUEBLES	Salinas y Eloy Alfaro esq.	Venta de mobiliarios en madera (sillones, mesas, etc.)
FERRETERIA KIWI	Av. Pedro Vicente Maldonado y Julio Estupiñán.	Venta de mobiliarios en general, productos de limpieza, maquinarias y equipos.
TIENDAS AKI	Av. Pedro Vicente Maldonado y Julio Estupiñán.	Productos de oficina y limpiezas.
TIENDAS TIA	Bolívar entre Rocafuerte y 10 de Agosto.	Productos de
MULTIAHORRO	OLMEDO Y MEJIA	

CAPITULO V

5. ESTUDIO TECNICO

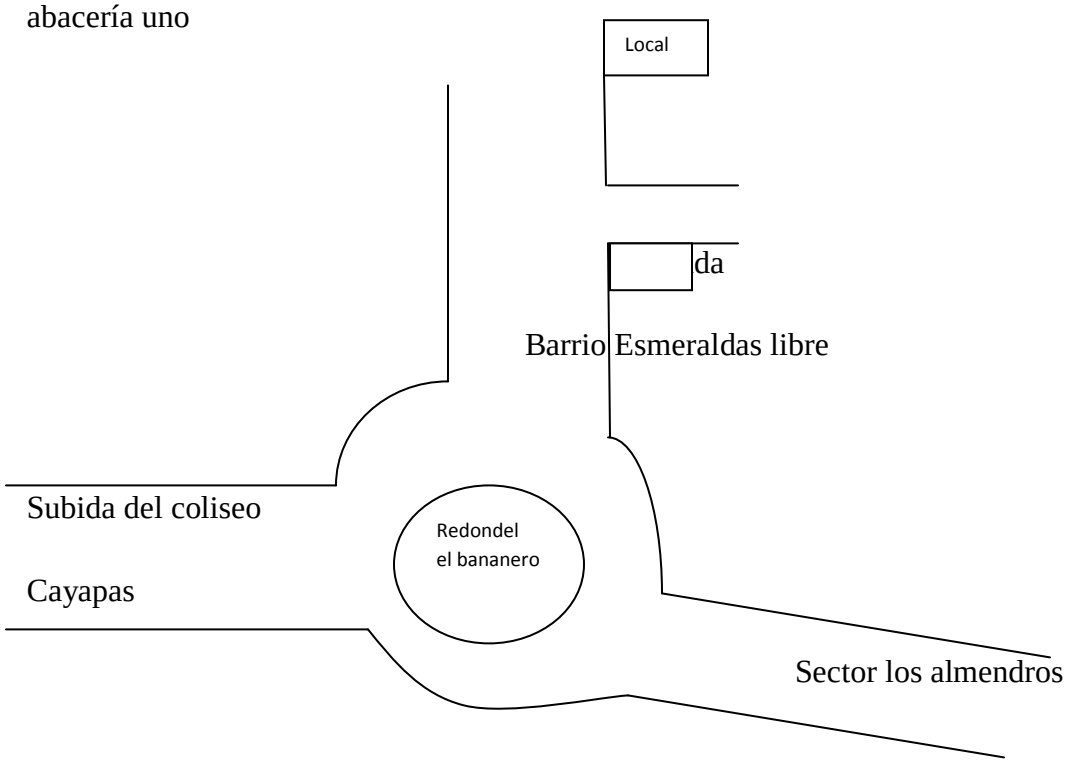
5.1 LOCALIZACIÓN Y TAMAÑO:

5.1.1 TAMAÑO:

Para comenzar la empresa se encontrara ubicada en una pequeña oficina; donde se atenderán las llamadas y solicitudes para la contratación del servicio, ya que el servicio se podrá contratar por vía telefónica y luego de la inspección se determinará el monto a cancelar.

5.1.2 UBICACIÓN

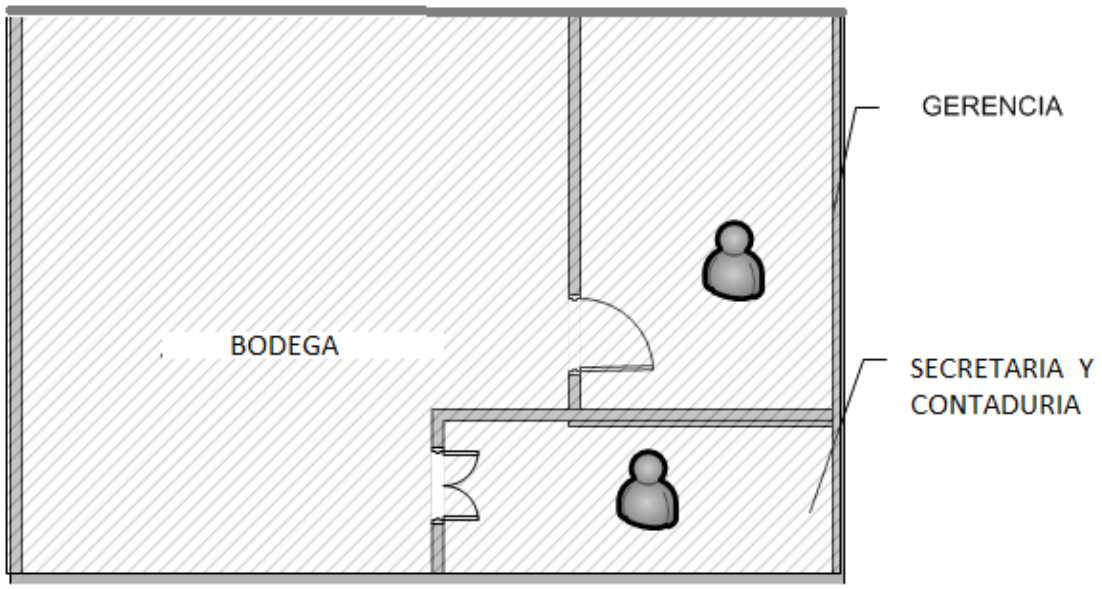
Ubicada en la calle Carlos Concha - barrio Esmeraldas libre a media cuadra de la tienda abacería uno



5.1.3 DISTRIBUCIÓN DEL LOCAL

El local contará con un área de recepción con una superficie de (6m x 9m) 54m^2 donde se recibirá a los clientes que lleguen a las instalaciones con un sillón, escritorio, computadora, teléfonos, y demás equipos de oficinas.

En la parte posterior contará con un área de bodega donde se guardarán los equipos y los suministros de limpieza.



5.2. HORARIO DE ATENCION AL CLIENTE

El horario de atención al cliente, será a partir de lunes a sábado desde:

JORNADA	DECRIPCION	HORA
MAÑANA	Atención al cliente	8 H00- 12 H00
TARDE	Atención al cliente	14 H00 – 18 H00

5.3. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

EQUIPOS INFORMATICOS

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	COMPUTADORAS	670,00	670,00
1	IMPRESORA	200,00	200,00
			0,00
			0,00
		SUBTOTAL	**870,00**
		TOTAL	**870,00**

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	CALCULADORA CASIO DE FUNCIONES	20,00	20,00
1	TELEFONO DE FAX PANASONIC	198,00	198,00
6	CELULARES BASICOS	49,00	294,00
1	BASE CELULAR AWIA	80,00	80,00
			0,00
			592,00
		TOTAL	**592,00**

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	ESCRITORIO CON ESTRUCTURA METALICA Y SOPORTE DE MADERA	129,00	129,00
2	SILLONES DE TRES PERSONAS	60,00	120,00
10	SILLAS PLASTICAS	15,00	150,00
1	MESA DE CENTRO PEQUEÑA	30,00	30,00
1	DISPENSADOR DE AGUA	75,00	75,00
		SUBTOTAL	**504,00**
		TOTAL	**504,00**

VEHICULOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	**CAMIONETA D MAX DOBLE CABINA USADA DE SEGUNDA**	15.000,00	15000,00
			0,00
		SUBTOTAL	**15000,00**
		TOTAL	**15000,00**

MAQUINARIA Y EQUIPO			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	ASPIRADORA ELECTROLUX	218,77	218,77
3	ASPIRADORAS, ENCERADORA Y PULIDORA INDUSTRIAL KARCHER BR 400	3250,00	9750,00
3	CARRITOS METALICOS CON ADAPTAQCIONES PLASTICAS	75,00	225,00
		SUBTOTAL	**10193,77**
		TOTAL	

UTENSILLOS DE TRABAJO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	ESCALERAS	450,00	900,00
1	CAJA DE HERRAMIENTAS	250,00	250,00
6	TANQUES PLASTICOS	30,00	180,00
3	LAVACARA CLEANLY 14 LT. TUCKER	3,96	11,88
6	TRAPEADORES MICROFIBRA HOGAR	6,55	39,30
3	ESCOBAS PEQUEÑAS	5,99	17,97
4	ESCOBAS DE CERDA NEGRA 40 CM	4,83	19,32
1	COCHE PARA COMPRAS154 LB	59,88	59,88
3	BALDES INDUSTRIALES 22LT	8,28	24,84
12	ESCOBAS AFELPADAS	1,75	21,00
8	CEPILLOS P/ SANITARIO C/BASE LA BRUJITA	1,65	13,20
2	JUEGOS DE HERRAMIENTAS	35,00	70,00
		SUBTOTAL	**1607,39**
		TOTAL	**1607,39**

SUMINISTROS DE PROTECCION DE TRABAJO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
8	OVEROLES DE TRABAJO	35,00	280,00
4	PARES DE BOTAS	45,00	180,00
8	PARES DE GUANTES MASTER Nº 9	2,74	21,92
4	CASCOS PROTECTORES	18,00	72,00
4	MASCARILLAS	28,00	112,00
		SUBTOTAL	**665,92**

SUMINISTROS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
4	RESMAS DE PAPEL FORM. A4	$ 4,00	16,00
12	ESFEROGRAFICOS	$ 0,30	3,60
5	MARCADORES DE TIZA LIQUIDA	$ 0,80	4,00
5	MARCADORES PERMANENTES	$ 0,55	2,75
2	GRAPADORAS	$ 8,00	16,00
1	PERFORADORA	$ 9,00	9,00
2	TIJERAS	$ 5,00	10,00
3	CORTAPAPEL	$ 1,25	3,75
5	CAJAS DE CLIPS	$ 0,55	2,75
2	CAJAS DE GRAPAS	$ 1,80	3,60
2	CINTAS SCOTH	$ 1,50	3,00
1	AGENDA TELEFONICA	$ 4,00	4,00
		TOTAL	**78,45**
		PROVISION 3 MESES	**235,35**

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
3	GALONES DE DESINFECTANTE	9,00	27,00
3	GALONES DE CLORO	4,50	13,50
3	KILOS DE DETERGENTE	3,45	10,35
10	FUNDAS DE BASURA	0,90	9,00
3	TACHOS DE BASURA	6,00	18,00
4	FRANELAS	1,20	4,80
4	ESCOBAS	2,50	10,00
3	TRAPEADORES	3,50	10,50
2	ESCOBILLONES	5,50	11,00
10	JABONES DE TOCADOR	0,80	8,00
6	METROS DE FDRANELA	1,70	10,20
4	CEPILLOS DE CERDA SUAVE	2,80	11,20
		SUBTOTAL	**143,55**
		TOTAL	**143,55**
		PROVISION 3 MESES	**430,65**

RECURSO HUMANO

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	TALENTO HUMANO AREA DE PRODUCCION	2606,34	1212,47
1	TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION	2817,44	2817,44
		TOTAL	**4029,91**
		PROVISION 3 MESES	**12089,72**

MATERIA PRIMA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P. U	TOTAL
47	DETERGENTE 3000 Gr.	**8,03**	377,41
180	DESINFECTANTE SANPIC FLOR /CAMPO 2000ML	**3,67**	660,60
144	CLORO 100 gr.	**3,75**	540,00
360	AMBIENTAL LAVANDA 360 ml.	**2,39**	860,40
66	FUNDA PARA BASURA 58x71 cm DOMESTICA	**0,8**	52,80
180	VIRUTA LIQUIDA	**6,97**	1254,60
360	TIPS DE BAÑO AMBIENTAL	**2,39**	860,40
9	DESENGRASANTE PAR A ALUMINIO	**8,49**	76,41
9	LIMPIA VIDRIOS 901 LT	**2,95**	26,55
29	DESTAPADOR LIQUIDO PARA CAÑERIA	**7,85**	227,65
175	CREMA LUSTRA MUEBLES POLIFLOR 200cc	**2,4**	420,00
662	TIPS AMBIENTAL 100Gr.	**0,93**	615,66
	TOTAL		**5972,48**

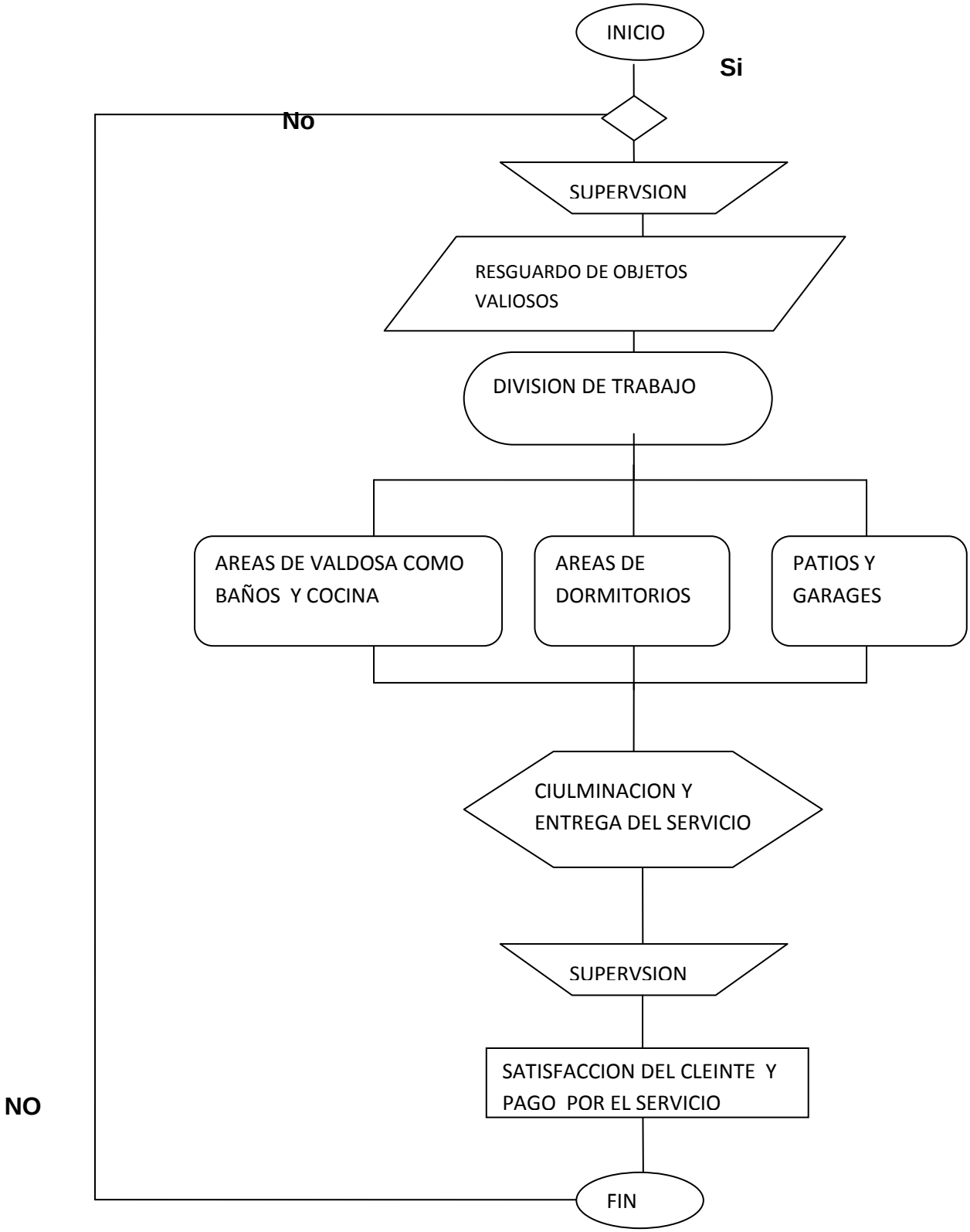
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	PLANILLA DE AGUA	10,00	10,00
1	PLANILLA DE LUZ	25,00	25,00
		TOTAL	**35,00**
		PROVISION 3 MESES	**105,00**

PUBLICIDAD

CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	PUBLICIDAD MEDIO TELEVISIVO	100,00	100,00
1	PUBLICIDAD PRENSA ESCRITA	60,00	60,00
1	PUBLICIDAD RADIO	50,00	50,00
		TOTAL	**210,00**
		PROVISION 3 MESES	**630,00**

5.4. PROCESOS DE PRESENTACION DEL SERVICIO



5.5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.5.1 NOMBRE DEL NEGOCIO

The clean house **(la casa limpia)**

Es el nombre comercial de la empresa, para prestar el servicio de limpieza doméstica a la comunidad esmeraldeña.

5.5.2 LOGO



5.5.3 PROPUESTA DE VENTAS (SLOGAN)

Si el hogar es tu refugio mantenlo brillando, con los servicios de the clean house que te brinda mayor limpieza y sin afectar a tu economía.

5.5.4 CARACTERÍSTICAS Y TIPO DE ORGANIZACIÓN

La empresa en mención será constituida como una empresa unipersonal donde sólo tendrá un dueño y contará con un personal estable de seis personas con un contrato que determinen todas las prebendas del trabajo y los beneficios sociales de los trabajadores.

5.5.5 MISIÓN

Prestando a la comunidad esmeraldeña un servicio que proporcione mayor higiene a los hogares esmeraldeños dando a una mayor protección de las enfermedades más comunes, como la opción más fácil y economía en tiempo y dinero.

5.5.6 VISIÓN

Ser reconocida como la empresa líder en la prestación de servicio de limpieza doméstica, generando siempre confianza en nuestros clientes.

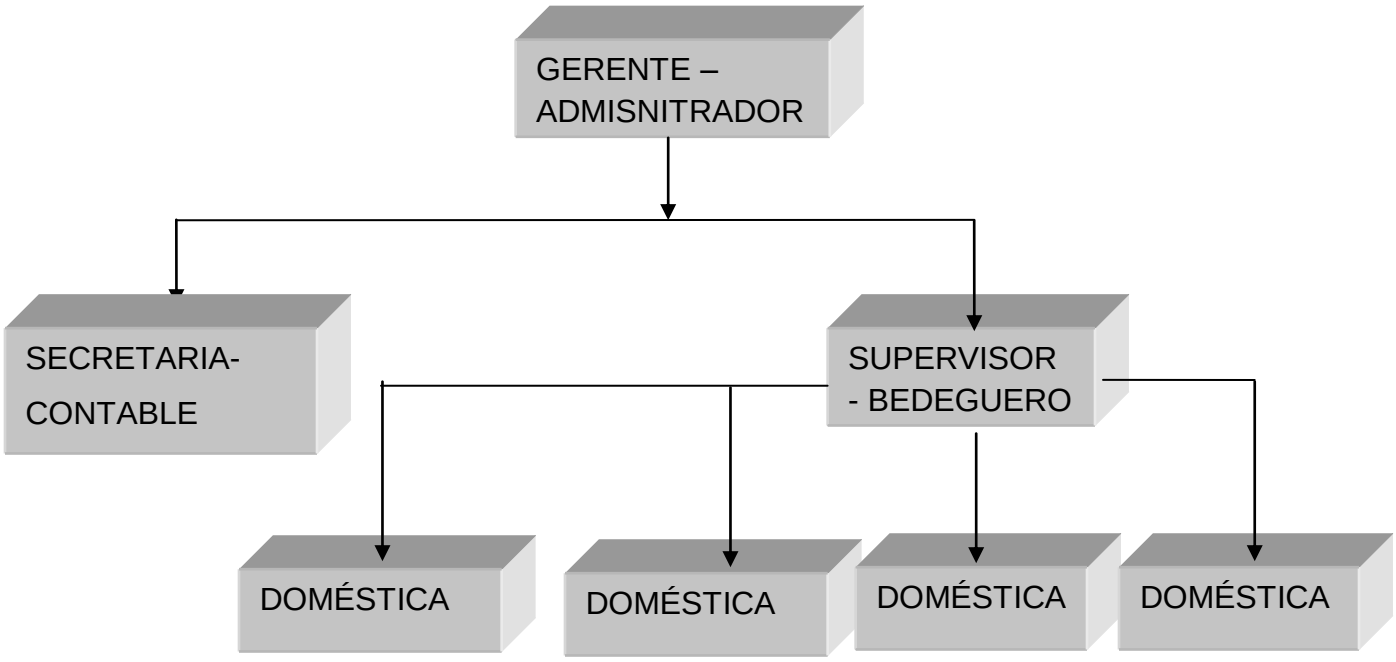
5.5.7 OBJETIVO

Brindando un servicio de calidad, que permita obtener una rentabilidad a través del trabajo eficiente, para satisfacción de los hogares esmeraldeños.

5.5.8 ACTIVIDAD

Prestación de servicios de limpieza doméstica en la ciudad de Esmeraldas.

5.5.9 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL DE LA ORGANIZACIÓN



5.5.10 REQUERIMIENTO DE CAPITAL HUMANO PARA LA PUESTA EN MARCHA

CANTIDAD	FUNCION
1	Gerente administrador
1	Secretaria contadora
1	Supervisor bodeguero
4	Operarias domesticas

5.5.11 DESCRIPCION DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

Gerente - contador

: Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

- ☞ Dirigir la empresa, en torno a la misión y objetivos de la misma.
- ☞ Establecer, desarrollar y liderar permanentemente el sistema de control interno ajustándolo a las características de la empresa y de su entorno.
- ☞ Realizar la gestión necesaria para lograr el desarrollo de la empresa, de acuerdo con los planes y programas establecidos.
- ☞ Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.
- ☞ Velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos que rigen la empresa
- ☞ Rendir informes económicos sobre el funcionamiento de la empresa.
- ☞ Nombrar y remover los funcionarios bajo su dependencia, de acuerdo con las normas que rigen para las diferentes categorías de empleos.
- ☞ Velar por la utilización eficiente de los recursos financieros y humano de la empresa.
- ☞ Fomentar el trabajo en equipo en coordinación con todas las áreas.
- ☞ Celebrar o suscribir los contratos de la empresa.
- ☞ Desarrollar objetivos, estrategias y actividades conducentes a mejorar las condiciones laborales, el clima organizacional y el nivel de capacitación.

Secretaria- contable

- ☞ Recibir, revisar, registrar, clasificar, organizar y distribuir toda la información que ingrese a la empresa.
- ☞ Redactar y transcribir documentos de acuerdo a las instrucciones.
- ☞ Llevar los documentos para que sean firmados.
- ☞ Revisar y preparar la documentación antes que salga de la empresa.
- ☞ Archivar y llevar un control actualizado de los documentos de la empresa.
- ☞ Llevar un listado actual de todos los clientes y proveedores de la empresa.

- ☞ Comunicar al Gerente de las diferentes situaciones que pasen en la empresa.
- ☞ Solicitar y distribuir los útiles de oficina.
- ☞ Recibir llamadas y llevar un registro de las mismas.
- ☞ Atender a los proveedores y al público en general.
- ☞ Recaudar

Supervisor - bodeguero

- ☞ Realizar la visita e inspección previa de las áreas a donde se va a realizar la limpieza.
- ☞ Determinar el precio final del servicio de acuerdo con la inspección que se realice, con la firma del respectivo contrato.
- ☞ Llevar el personal y dar las directrices para la realización de la limpieza.
- ☞ Supervisar el trabajo que realizan las domésticas en cada casa.
- ☞ Retirar al personal y las maquinas, a más de la cancelación del servicio.
- ☞ Mantener al día el inventario de la suministros de limpieza
- ☞ Llevar control de las maquinarias
- ☞ hace entrega de materiales a las domésticas y recibir al final del dia los materiales restantes.

Domésticas

- ☞ Realizar las limpiezas en los lugares donde determine el supervisor
- ☞

5.5.12 SELECCIÓN Y CONTRATACION

- Reclutamiento del Talento Humano a través de convocatoria en los medios de comunicación escrita, radial, televisiva y páginas web.
- Recepción y revisión de documentos personales y profesionales.
- Selección del Talento Humano a través de pruebas de conocimientos, destrezas y competencias.
- Entrevista.

5.6 ASPECTOS LEGALES.

5.6.1 FORMA JURÍDICA.

Para iniciar sus actividades, la empresa **The clean house** será constituida legalmente como microempresa con personería natural, para lo cual debe cumplir los siguientes requisitos y obligaciones inherentes a la actividad:

5.6.2 RUC.

- Presentar el Original y entregar una copia de la cédula de ciudadanía
- Presentar el certificado de votación vigente.
- Presentar Original y entregar copia de cualquiera (solo uno) de los siguientes documentos que certifique la dirección fiscal donde se realizara la actividad económica: Planilla de agua, teléfono o luz de los últimos tres meses; estado de cuenta bancaria, tarjeta de crédito o celular de los últimos tres meses o contrato de arrendamiento.

5.6.3 PATENTE MUNICIPAL.

- Registro Único de Contribuyente (RUC) actualizado.
- Obtener el formulario para la Patente en la Jefatura de Rentas y llenarlo a máquina o con letra imprenta legible.
- Copia a colores de la cédula de ciudadanía y certificado de votación vigente.
- Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos actualizado, en caso de ser necesario.
- Contrato de arriendo en caso de no poseer local propio.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Informe de Inspección otorgado por la Unidad de Gestión Ambiental si el caso amerita.

5.6.4 PERMISO DE CUERPO DE BOMBEROS.

- Inspección del establecimiento.
- Copia de cédula de identidad.
- Copia del certificado de votación vigente.
- Permiso de funcionamiento.
- Valor del permiso $40 dólares.
- Extintor de fuego de 4kg.

CAPITULO VI

6. ESTUDIOS FINANCIEROS

6.1 INVERSIÓN INICIAL

Para iniciar sus actividades de prestación de servicio, la empresa requiere los siguientes recursos económicos, bienes, materiales, maquinarias y equipos y Talento Humano, que traducido a dólares es como se presenta a continuación:

RESUMEN DE INVERSION INICIAL			
DESCRIPCION			**TOTAL**
INVERSION FIJA			
MAQUNARIA Y EQUIPO	1	10193,77	10193,77
EQUIPOS INFORMATICOS	1	870,00	870,00
EQUIPOS DE OFICINA	1	592,00	592,00
MUEBLES Y ENSERES	1	504,00	504,00
VEHICULOS	1	15000,00	15000,00
TERRENO		0,00	0,00
EDIFICIO		0,00	0,00
TOTAL INVERSION FIJA	**MESES**		**27159,77**
CAPITAL DE TRABAJO			
SUMINISTROS DE OFICINA	3	78,45	235,35
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	3	143,55	430,65
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA	3	35,00	105,00
SERVICIOS BASICOS (AREA DE PRODUCCION)	3	0,00	0,00
PUBLICIDAD	3	210,00	630,00
TALENTO HUMANO AREA DE PRODUCCION	3	1212,47	3637,41
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION	3	2817,44	8452,32
MATERIA PRIMA	1	5972,48	5972,48
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1	530,00	530,00
SUMINISTROS DE PROTECCION DE TRABAJO	1	665,92	665,92
SEGURO	3	100,00	300,00
UTENSILLOS DE TRABAJO	1	1607,39	1607,39
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			**22566,51**
SUBTOTAL DE LA INVERSION INICIAL			**49726,28**
IMPREVISTOS	**5%**		2486,31
TOTAL DE LA INVERSION			**52212,60**

6.2 FINANCIAMIENTO

Financiamiento propio o interno.

Para este proyecto, la autora del mismo, cuenta con una cantidad inicial de **$15000,00** equivalente al **29%** del total de la inversión inicial.

Financiamiento ajeno o externo

Para completar el total de la inversión inicial, se contará con un crédito del **Banco del Pichincha**, por un monto de **$37212,60** equivalente al **71%** del total de la inversión, el mismo que es otorgado por un plazo de **10 años** a una tasa de interés del **12,66%,** pagando cuotas mensuales iguales de **$548,19** durante **120 meses.**

Mediante la combinación ponderada de estas fuentes de financiamientos, se pudo establecer el **COSTO DE CAPITAL** como se detalla a continuación:

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

COSTO DE CAPITAL

INVERSION INICIAL	52.212,60	100%	VALORES ABSOLUTOS	TASAS DEL SISTEMA FINANCIERO		TASA DEL SISTEMA FINANCIERO	TASA APLICADA AL PROYECTO
APORTE PROPIO	15.000,00	29%	0,29	Tasa Pasiva	4,98	0,0498	0,01431
APORTE AJENO	37.212,60	71%	0,71	TASA ACTIVA	12,66	0,1266	0,09023
TOTAL INVERSION	52.212,60	1,00	1,00	TASA DE RENTABILIDAD			0,104536
COSTO DE CAPITAL							10,45%

6.3 BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

La empresa en mención presenta de manera resumida, clasificada y organizada los recursos económicos, financieros a través del **Balance General** o **Estado de Situación Financiera.**

(Ver anexo Nº 22)

6.4 CALCULO DE LOS COSTOS UNITARIOS

A continuación, se detalla los diferentes elementos del costo, que intervienen en la prestación de servicio de limpieza.

6.4.1 COSTO DE MATERIALES

REQUERIMIENTO DE MATERIALES PARA LIMPIEZA DE CASA POR 50 METROS CUADRADO						
CANTIDAD	DESCRIPCION	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO INITARIO	REQUERIMIENTO UNITARIO POR 50 M2	REQUERIMIENTO TOTAL	COSTO TOTAL
1	DETERGENTE 3000 Gr.	UNIDAD	8,03	1/20		0,40
1	DESINFECTANTE	LITRO	3,25	1/50		0,07
1	CLORO	GALON	3,75	1/50		0,08
1	AMBIENTAL LAVANDA 360 ml.	unidad	2,39	1/4		0,60
1	FUNDA PARA BASURA	UNIDAD	0,08	1		0,08
1	VIRUTA LIQUIDA	GALON	6,97	1/4		1,74
1	TIPS DE BAÑO	UNIDAD	0,93	1		0,93
1	DESENGRASANTE PAR A ALUMINIO	GALON	8,49	1/50		0,17
1	LIMPIA VIDRIOS	LITRO	2,95	1/5		0,59
1	DESTAPADOR LIQUIDO PARA CAÑERIA	UNIDAD	7,85	1/15		0,52
1	CREMA LUSTRA MUEBLES POLIFLOR 200cc	UNIDAD	2,40	1/4		0,60
1	TIPS AMBIENTAL 100Gr.	unidad	0,93	1		0,93
	TOTAL MATERIALES					**6,70**
	METROS CUADRADOS A PRODUCIR					50
	COSTO POR LIMPIEZA POR METRO CUADRADO					**0,13**

6.4.2 MANO DE OBRA DIRECTA

Se considera como Mano de Obra Directa a las personas que ejecutan la limpieza.

Para cubrir el servicio de limpieza de **50 m^2** se requiere de **2 personas**, como se detalla a continuación.

CANTIDAD	DESCRIPCION	MOD.	TOTAL MENSUAL	TIEMPO MENSUAL	COSTO POR HORA
2	OBREROS	464,63	929,25	240	3,87
	TOTAL				**3,87**
	METROS A PRODUCIR				50
	COSTO POR METRO CUADRADO				**0,08**

6.4.3 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Se consideran **Costos Indirectos de Fabricación**, a todos aquellos elementos que contribuyen en la prestación del servicio de limpieza, pero que no se encuentran en los anteriores elementos del costo, y además se tiene una gran dificultad en el momento de su cuantificación o medición.

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIOS	% DE DESGASTE	COSTO POR 50 METROS CUADRADOS
1	ESCALERAS	450,00	0,25%	1,13
1	CAJA DE HERRAMIENTAS	250,00	0,25%	0,63
1	TANQUES PLASTICOS	30,00	0,50%	0,15
1	LAVACARA CLEANLY 14 LT. TUCKER	3,96	0,50%	0,02
1	TRAPEADORES MICROFIBRA HOGAR	6,55	0,50%	0,03
1	ESCOBAS PEQUEÑAS	5,99	0,50%	0,03
1	ESCOBAS DE CERDA NEGRA 40 CM	4,83	0,50%	0,02
1	COCHE PARA COMPRAS154 LB	59,88	0,50%	0,30
1	BALDES INDUSTRIALES 22LT	8,28	0,50%	0,04
1	ESCOBAS AFELPADAS	1,75	0,50%	0,01
1	CEPILLOS P/ SANITARIO C/BASE LA BRUJITA	1,65	0,50%	0,01
1	JUEGOS DE HERRAMIENTAS	35,00	0,50%	0,18
1	OVEROLES DE TRABAJO	35,00	0,50%	0,18
1	PARES DE BOTAS	45,00	0,50%	0,23
1	PARES DE GUANTES MASTER Nº 9	2,74	0,50%	0,01
1	CASCOS PROTECTORES	18,00	0,50%	0,09
1	MASCARILLAS	28,00	0,50%	0,14
	TOTAL			**3,18**

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION POR METRO CUADRADO		
RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		
DESCRIPCION	**COSTO POR HORA**	**COSTO POR 50 METROS CUADRADOS**
DEPRECIACION VEHICULO	0,94	0,94
COMBUSTIBLES, ACEITES Y LUBRICANTES	0,24	0,24
DESGASTES DE UTENSILLOS DE TRABAJO *		3,18
REFRIGERIO OPERADOR		0,50
MANO DE OBRA INDIRECTA (SUPERVISOSR)	2,68	2,68
DEPRECIACION MAQUINARIA	0,32	0,32
TOTAL CIF POR 50 METRO CUADRADO		**6,93**
METROS A PRODUCIR		**50**
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION UNITARIO		**0,14**

***El valor correspondiente a utensilios de trabajo proviene del cuadro anterior.**

6.4.4 CALCULO DEL COSTO TOTAL UNITARIO DE PRODUCCION

Corresponde a la sumatoria de los tres elementos del costo unitario **(MPD+MOD+CIF).**

COSTO POR METRO CUADRADO LIMPIEZA DE CASA Y OFICINA		
DESCRIPCION		**VALOR**
MATERIALES DIRECTOS		0,13
MANO DE OBRA DIRECTA		0,08
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		0,14
TOTAL COSTO DE PRODUCCION UNITARIO		**0,35**

6.4.5 CALCULO DEL PRECIO DE VENTAS

Para establecer el precio de ventas se consideró, la siguiente fórmula:

+	**TOTAL COSTO DE PRODUCCION UNITARIO**		**0,35**
+	**MARGEN DE CONTRIBUCION**	**70%**	**0,25**
=	**PRECIO DE VENTA UNITARIO**		**0,60**

NOTA: Precio de venta unitario, no incluye IVA.

6.5 PROYECCION DE GASTOS DE ADMINISTRACION

Se consideran como gastos de administración, a todos aquellos desembolsos que no tienen una relación directa con la prestación del servicio de limpieza, los cuales se detallan a continuación:

RESUMEN DE GASTOS MENSUALES Y ANUALES			
DESCRICION		**MENSUAL**	**ANUAL**
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION		2817,44	33809,26
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA		35,00	420,00
PUBLICIDAD		210,00	2520,00
SUMINISTROS DE OFICINA		78,45	941,40
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		143,55	1722,60
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		254,97	3059,64
SEGURO		100,00	1200,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		44,17	530,00
ALQUILER DEL LOCAL		80,00	960,00
SUBTOTAL DE GASTOS OPERATIVOS		**3683,58**	**45162,90**
OTROS GASTOS	**5%**	**184,18**	2210,15
TOTAL GASTOS OPRATIVOS		**3683,58**	**45162,90**

6.6 ACTIVOS FIJOS (Propiedad planta y equipo)

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES.

DESCRIPCION			TOTAL
INVERSION FIJA			
MAQUNARIA Y EQUIPO	1	10193,77	10193,77
EQUIPOS INFORMATICOS	1	870,00	870,00
EQUIPOS DE OFICINA	1	592,00	592,00
MUEBLES Y ENSERES	1	504,00	504,00
VEHICULOS	1	15000,00	15000,00
TOTAL INVERSION FIJA			**27159,77**

6.7 CLASIFICACION DE LOS COSTOS

TABLA DE CLASIFICACION DE LOS COSTOS					
DESCRIPCION	TOTAL	MENSUALES		ANUALES	
		COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION	33809,26	2817,44		33.809,26	
TALENTO HUMANO AREA DE PRODUCCION	16354,80		1.362,90		16.354,80
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA	420,00	35,00		420,00	
PUBLICIDAD	2520,00	210,00		2.520,00	
SUMINISTROS DE OFICINA	941,40	78,45		941,40	
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	1722,60	143,55		1.722,60	
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS	3059,64	254,97		3.059,64	
ALQUILER DEL LOCAL	960,00	80,00		960,00	
SEGURO	1200,00	100,00		1.200,00	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	530,00	44,17		530,00	
OTROS GASTOS	2210,15	184,18		2.210,15	
MATERIAL DE TRABAJO	1607,39	133,95		1.607,39	
MATERIA PRIMA DIRECTA	28320,37		2.360,03		28.320,37
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	29252,83		2.437,74		29.252,83
TOTAL		**4081,70**	**6160,67**	**48980,44**	**73928,00**

6.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se determina como **Punto de equilibrio,** al nivel de prestación de servicios donde la empresa, no gana ni pierde, es decir sus ingresos son iguales a sus costos de producción.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO		
DESCRIPCION	DATOS	
	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	22.100,00	157.811,08
GASTOS FIJOS TOTALES	4.081,70	48.980,44
COSTOS VARIABLES TOTALES	6.160,67	73.928,00
NIVEL DE PRODUCCION Y VENTA	18.700	265.200
COSTOS VARIABLES UNITARIOS	0,33	0,28
PRECIO DE VENTA UNITARIO	1,18	0,60
PUNTO DE EQUILIBRIO DOLARES	5.659,31	92.147,98
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES EN M2	4.789	154.854

6.9 ÍNDICES DE EVALUACIÓN FINANCIERA

Son los que permiten realizar un análisis a los resultados financieros de un proyecto entre ellos tenemos, tomados del libro (Stanley, 2008)

- **Valor presente neto (VAN):** es el exceso del valor actual de los ingresos generados por el proyecto menos la inversión

Si el VAN es positivo se acepta y si es negativo se rechaza el proyecto.

- **Tasa interna de retorno (TIR):** tasa de interés que igual la inversión con el valor actual de los ingresos futuros

Se resuelve utilizando el VAN y por medio de una interpolación de la con los datos de la tablas.

- **Relación de beneficio/costo (B/C):** en la razón del tol del valor actual de los futuros ingresos entre la inversión inicial

Si el índice de productividad es mayor a 1 se acepta y si es menor que 1 se rechaza.

- **Período de Recuperación de Capital (PRC)**

  Mediante este indicador, se puede determinar el tiempo en que se recupera la inversión inicial.

INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION

INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO								
INVERSION INICIAL			52.212,60	TASA MENOR DEL			TASA MAYOR DE	
TASA PASIVA REFERENCIAL			4,53%	PROYECTO			INCERTIDUMBRE	
TASA ACTIVA REFERENCIAL			11,20%	0,1045	10,45%		0,1845	
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS					0,08	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FLUJO PRESENTE NETO ACUMULADO	PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-52.212,60			-52.212,60				
1	21.423,64	0,1045364	0,9053572	19.396,05	19.396,05	-32.816,55	0,8442	18.086,10
2	22.084,11	0,1045364	0,8196717	18.101,72	37.497,77	-14.714,83	0,7127	15.739,22
3	22.754,36	0,1045364	0,7420958	16.885,91	54.383,68	2.171,08	0,6017	13.690,50
4	23.433,33	0,1045364	0,6718618	15.743,96	70.127,64	17.915,04	0,5079	11.902,56
5	24.119,77	0,1045364	0,6082749	14.671,45	84.799,09	32.586,49	0,4288	10.342,63
6	24.812,16	0,1045364	0,5507061	13.664,21	98.463,30	46.250,70	0,3620	8.982,02
7	25.508,70	0,1045364	0,4985858	12.718,28	111.181,58	58.968,98	0,3056	7.795,60
8	26.207,31	0,1045364	0,4513982	11.829,94	123.011,51	70.798,91	0,2580	6.761,38
9	26.905,52	0,1045364	0,4086767	10.995,66	134.007,17	81.794,57	0,2178	5.860,11
10	27.600,43	0,1045364	0,3699984	10.212,12	144.219,28	92.006,69	0,1839	5.074,95
	244.849,34			**144.219,28**				

6.9.1 RESUMEN DE INDICADORES DE EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION

VAN	VALOR ACTUAL NETO	92.006,69
PRC	RECUPERACION DE CAPITAL	3,62
TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	28,86%
RCB	RELACION COSTO BENEFICIO	2,76
RENTAB.	INDICE DEL MERCADO	176,22

6.10 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

6.10.1 ESCENARIOS PROBABLES O CONSERVADORES

INDICADORES	ESCENARIOS		
	PESIMISTA	CONSERVADOR	OPTIMISTA
PRODUCCION EN M2	750	850	1000
INVERSION INICIAL	52212,60	52212,60	52212,60
VAN	12.173,16	92006,69	211756,98
PRC	8,11	3,62	1,98
TIR	15,92%	0,29	0,34
R.C.B.	1,23	2,76	5,06
RENTABILIDAD SIMPLE	23,31	176,22	405,57

CAPITULO VII

7. CONCLUCIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

- El proyecto presenta una idea innovadora, con una demanda favorable dentro del mercado de la Ciudad de Esmeraldas, aun cuando existe competencia que prestan servicios varios por lo que existe una gran demanda insatisfecha, de la cual se ha captado una cuota de mercado de **256200m^2** anuales, sabiendo que las familias encuestadas por lo general son personas que laboran y tienen capacidad de pago para la contratación del servicio.
- Dentro de las especificaciones técnicas contempladas para la ejecución operativa del proyecto se puede observar que son realizables, ya que tiene las condiciones adecuadas para ponerlo en marcha.
- El proyecto resulta factible y rentable, ya que en los indicadores de evaluación de proyectos así lo demuestran, de los cuales se puede resumir lo siguiente:
    - ✓ El **Valor Actual Neto,** es favorable ya que los **FLUJOS PRESENTES DE CAJA** son mayores que la inversión inicial (**144.219,28 - 52.212,60)= 92.006,69**
    - ✓ TIR.- La **Tasa Interna de Retorno** (**28,86%)**, ratifica la rentabilidad del proyecto, ya que ésta es mucho mayor que la tasa de COSTO DE CAPITAL **(10.45%).**
    - ✓ El Período de Recuperación de capital, determina que los fondos invertidos, se los recupero en un tiempo aproximado de **3,62** años, equivalente a **3 año, 7 meses y 13 días.**
    - ✓ La **Relación Costo Beneficio** establece, que por cada dólar que se invierte en el proyecto en mención, se recupera **$ 2,76;** generando un margen de ganancia de **$1,76**.

- También se puede concluir, que el proyecto en mención, cumple con todos los requisitos que estable la ley y además la empresa de servicios de limpieza doméstica es fuente de ingresos, y de empleo para la población del cantón, en especial para las personas de escasos recursos económicos.

7.2 RECOMENDACIONES

- La empresa debe incrementar servicios adicionales que permitan cubrir todas las necesidades del mercado, como el servicio de lavandería y servicios a intuiciones.
- Para que la empresa opere en su totalidad y cumpla con las expectativas, las actividades a desarrollarse deben hacerse de manera coordinada como en la propuesta planteada.
- El proyecto debe ponerse en marcha, ya que se demostró a la saciedad de que si es rentable y existen los medios para financiarlo, y en lo posible abaratar costos sin perder la calidad de los productos buscando mejores precios dentro de los proveedores a nivel nacional, haciendo adquisiciones al por mayor con los distribuidores y no con los intermediarios.
- Una vez efectuadas las diferentes investigaciones en lo referente a la parte legal, se recomienda su constitución y a medida que vaya creciendo la demanda, contratar más personal para poder cubrir todas las necesidades del servicio principal y en caso de incrementarse nuevas alternativas.

7.3 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Posso, M. 2004. *Metodología para el trabajo de grado*. Ibarra Ecuador. UTPL.
- Terry, G. 1997. *Principios de administración*. Mexico. Editorial continental S.A.
- Gomez, G. 1997. *Sistema de análisis y diseño*. Editorial Mc Graw Gil
- Stanley, B/Geoffrey, A. 2008. *Fundamentos de la administración financiera*. Mc Graw Gil
- Moon, H. 2009. *Fundamentos de la Administración*. Mexico. Pearson educación.
- Chiavenato, I. 1999. *Administración de recursos humanos*. Mexico. Mc Graw Hill
- Hernandez, R./Fernandez,C./Bautista,P. 1999. *Metodología de la investigación*.
- Leiva, Z. 1999. *Nociones de metodología de investigación científica*. Quito Ecuador.
- Beravek, W. 1975. *Análisis de la toma de decisiones e innovación*. Barcelona España. Ed. Labor
- Santandreu, E. 2000. *Manual de funciones*. Barcelona España. Ed. Gestión.
- Stroner, J. freeman, E. Gilbert,D. 1996. *Administración*. Mexico.
- Sagpag, N. 1999. *Preparación y evaluación de proyecto*. Bogota Colombia.
- Hoachaman, E. 1998. *Técnicas de investigación documental*. Mexico.
- Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. Mexico: Mc.Graw Hill.
- Lind, d., Marchal, W., & Mason, R. (2004). Estadistica para Administradores y Economia. Mexico: Alfaomega.
- Meza, J. (2010). Evaluación Financiera de Proyectos. Bogota: Ecoe Ediciones .
- Muñoz, L. M. (Abril de 2007). eumed.net. Obtenido de eumed.net: http://www.eumed.net/ce/
- Nassir Sapag, R. S. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos. Bogota: Mc Graw Hill.
- Sapag., N. (2007). Proyecto de Inversión. Mexico: Pearson.
- Varela, R. (2001). Innovación Empresarial: Arte y ciencia en la creación de una empresa. Pearson.
- Bird. Polly (2008), Aprenda investigación de mercado.
- Saapah. C, Reinaldo & Saapah C (2008); Preparación y Evaluación de proyectos, Cuarta edición.
- Kotler. P. (2003).Fundamentos de marketing. Sexta edición, Editorial Prentice Hall.
- Stanton W. (2004) Fundamentos de marketing; Treceava edición, editorial Mc Graw Hill; México.
- Barreno, L (2004). Manual de formulación y evaluación de proyectos, primera edición.

- Borgsted. C & Kettlun. A. (2004). Indicadores de evaluación de proyectos, primera edición.
- SENPLADES (2012). Plan Nacional Para el Buen Vivir (2013-2017). URL, disponible en:http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013

Páginas web

- www.municipioesmaraldas.com
- www.monografia.com
- www.edufuturo.com
- www.wikipediaenciclopedia.com
- www.inec.gob.ec
- www.ecuadoronline.com
- www.eluniverso.com
- www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Matrimonios_Divorcios/Publicaciones/Anuario_Matrimonios_y_Divorcios_2012.pdf

ANEXOS

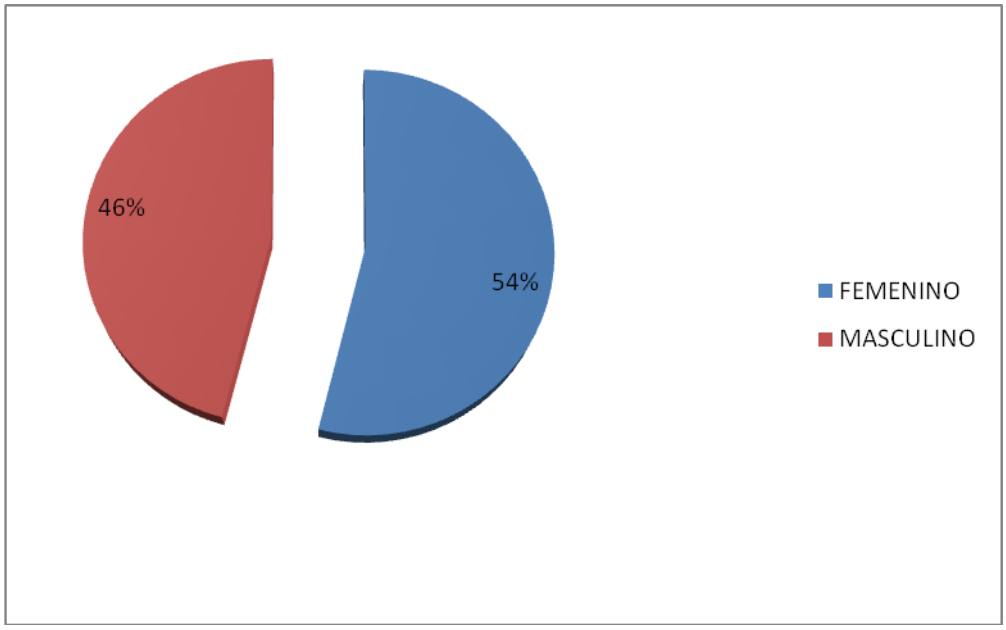
LISTADO DE ANEXOS

ANEXOS Nº 1

PREGUNTA Nº 1

¿A qué género pertenece Ud.?

DETALLE	TOTAL	%
FEMENINO	216	54,00
MASCULINO	184	46,00
TOTAL	**400**	**100,00**



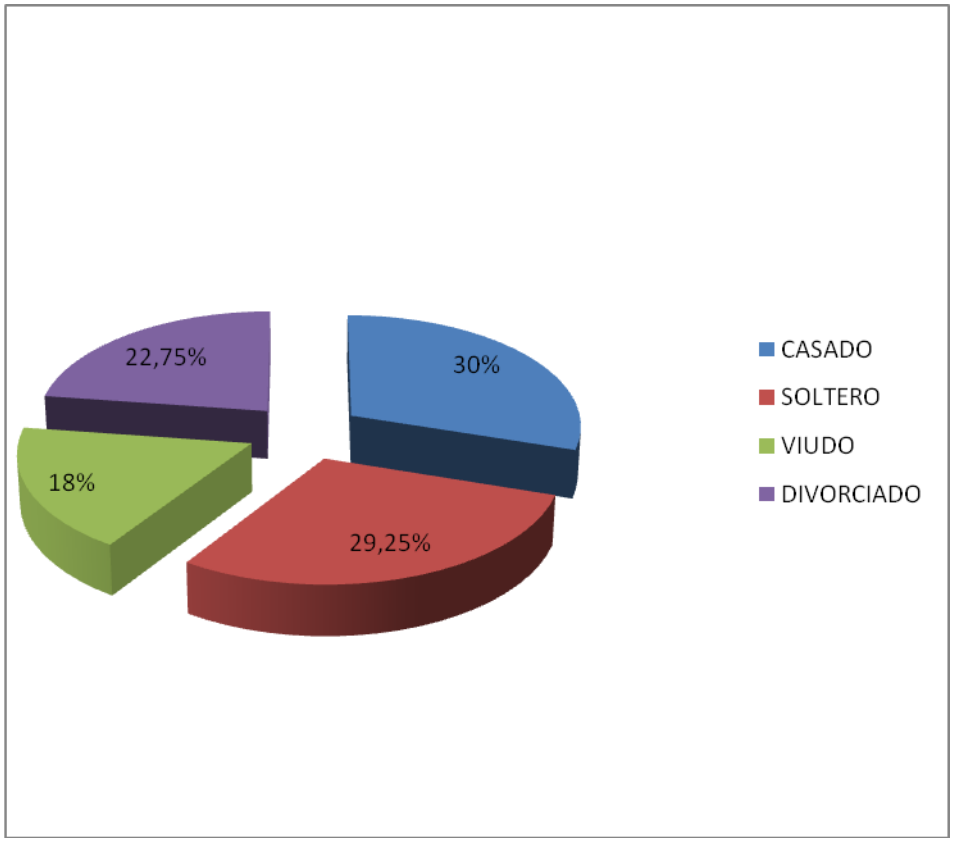
Análisis: dentro de área urbana de la ciudad de Esmeraldas la demanda del servicio de limpieza es requerido no solo por mujer amas de casa sino también por hombres, de una forma porcentual igualitaria.

ANEXOS Nº 2

PREGUNTA Nº 2

¿Cuál es su estado civil?

DETALLE	TOTAL	%
CASADO	120	30,00
SOLTERO	117	29,25
VIUDO	72	18,00
DIVORCIADO	91	22,75
TOTAL	**400**	**100,00**



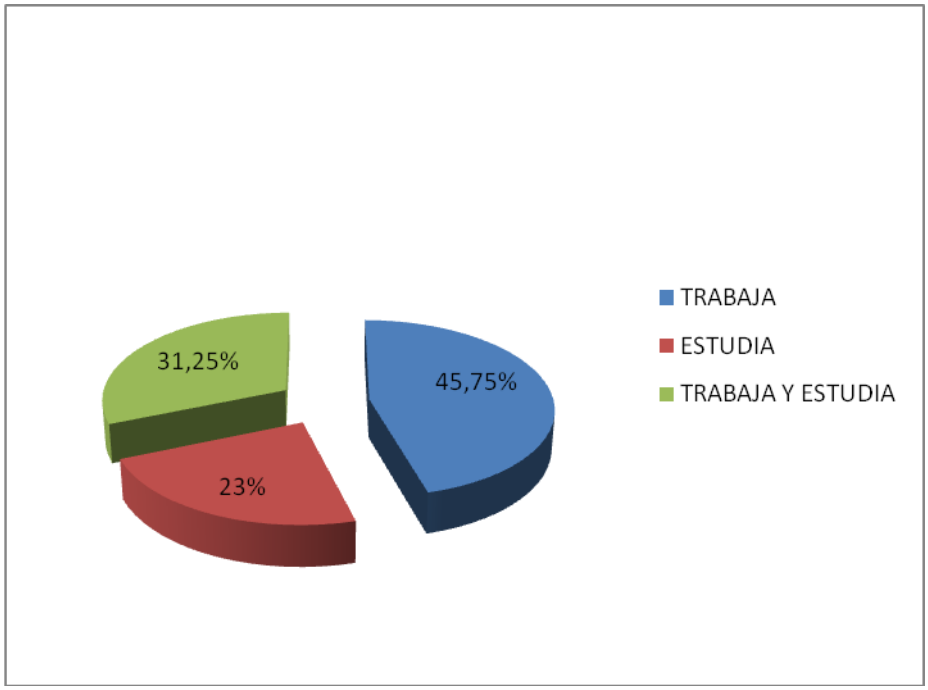
Análisis: se denota que en el área urbana de la ciudad de Esmeraldas la demanda del servicio de limpieza es requerida por personas de todos los tipos de estado civil de una forma casi equitativa.

ANEXOS Nº 3

PREGUNTA Nº 3

¿Cuál es la ocupación que Ud. tiene?

DETALLE	TOTAL	%
TRABAJA	183	45,75
ESTUDIA	92	23,00
TRABAJA Y ESTUDIA	125	31,25
TOTAL	**400**	**100,00**



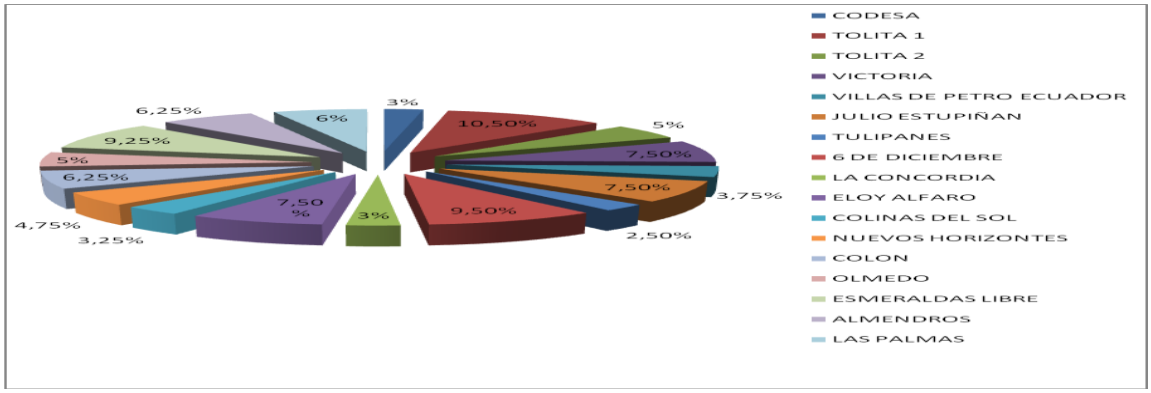
Análisis: es notorio que las encuestas realizadas en el área urbana de la ciudad de Esmeraldas la demanda del servicio de limpieza se realizó a personas que tengan la capacidad adquisitiva para poder contratar el servicio.

ANEXOS Nº 4

PREGUNTA Nº 4

¿En qué sector o barrio vive Ud.?

DETALLE	TOTAL	%
CODESA	10	2,50
TOLITA 1	42	10,50
TOLITA 2	20	5,00
VICTORIA	30	7,50
VILLAS DE PETRO ECUADOR	15	3,75
JULIO ESTUPIÑAN	30	7,50
TULIPANES	10	2,50
6 DE DICIEMBRE	38	9,50
LA CONCORDIA	12	3,00
ELOY ALFARO	30	7,50
COLINAS DEL SOL	13	3,25
NUEVOS HORIZONTES	19	4,75
COLON	25	6,25
OLMEDO	20	5,00
ESMERALDAS LIBRE	37	9,25
ALMENDROS	25	6,25
LAS PALMAS	24	6,00
TOTAL	**400**	**100,00**



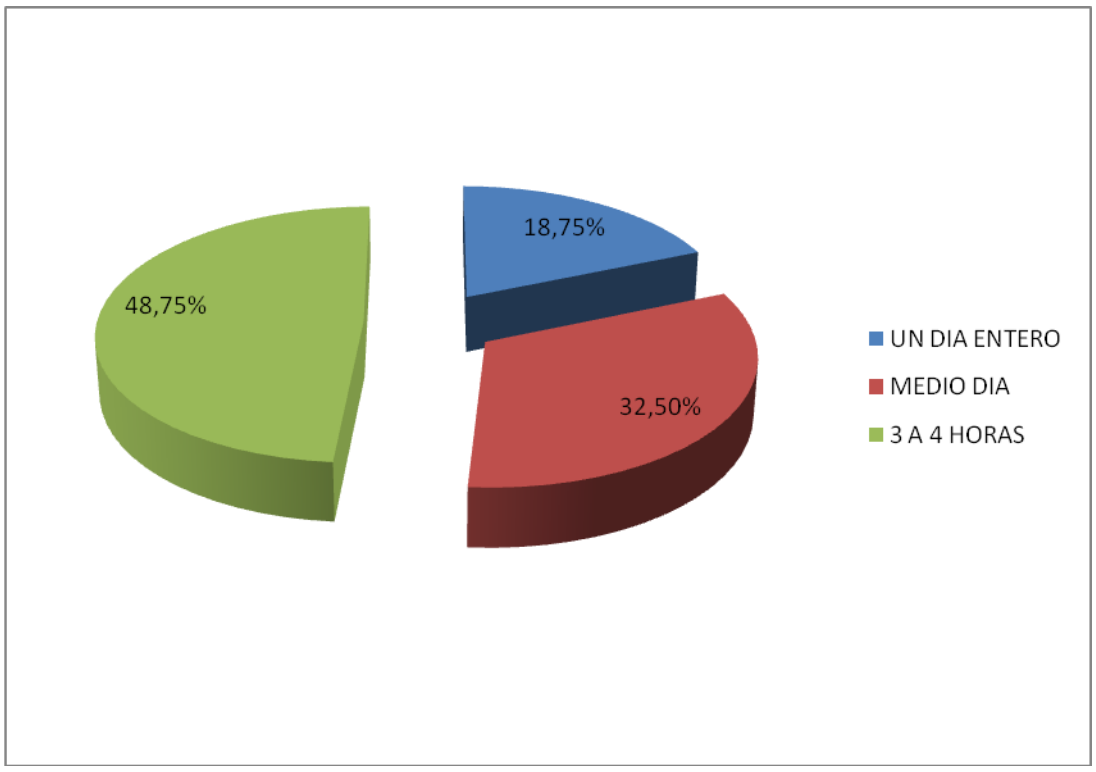
Análisis: es la representación de lugares y sectores dentro del área urbana de la ciudad de Esmeraldas donde se realizaron la encuesta para la el desarrollo del estudio de mercado y determinar la demanda del servicio de limpieza.

ANEXOS Nº 5

PREGUNTA Nº 5

¿Qué tiempo demora en asear su casa?

DETALLE	TOTAL	%
UN DIA ENTERO	75	18,75
MEDIO DIA	130	32,50
3 A 4 HORAS	195	48,75
TOTAL	**400**	100,00



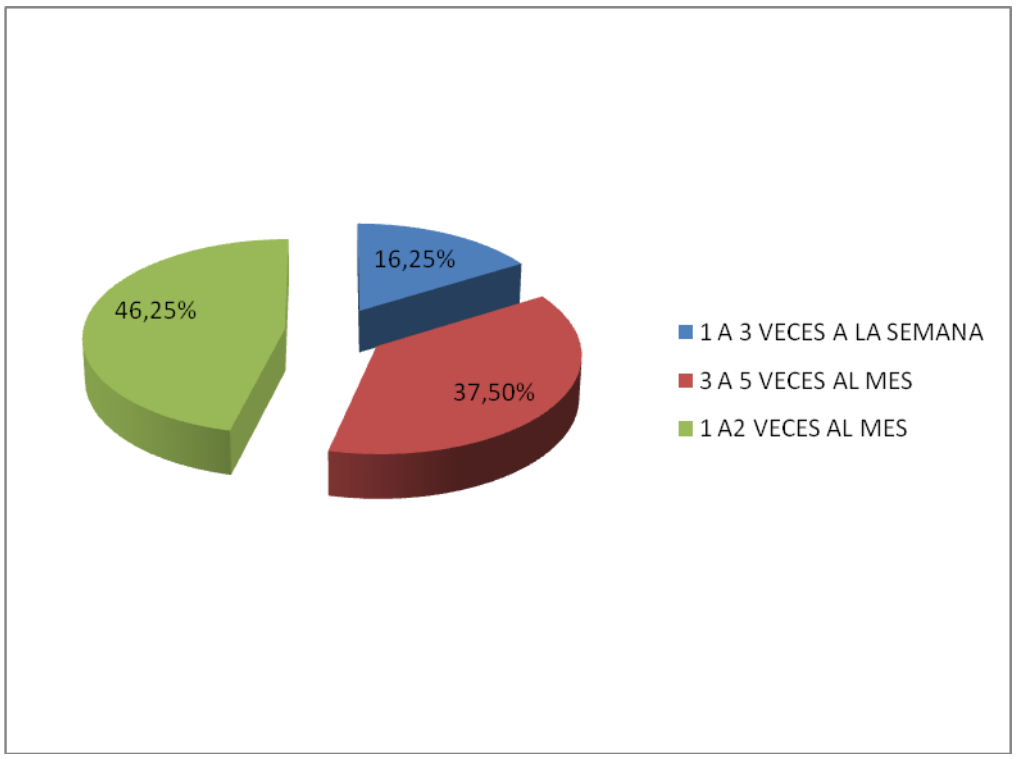
Análisis: casi la mitad de la población encuestada demora de tres a cuatro horas en realizar la limpieza de su hogar lo que da una razonable medida de tiempo para la prestación del servicio.

ANEXOS Nº 6

PREGUNTA Nº 6

¿Con qué frecuencia hace la limpieza de su casa?

DETALLE	TOTAL	%
1 A 3 VECES A LA SEMANA	65	16,25
3 A 5 VECES AL MES	150	37,50
1 A2 VECES AL MES	185	46,25
TOTAL	**400**	**100,00**



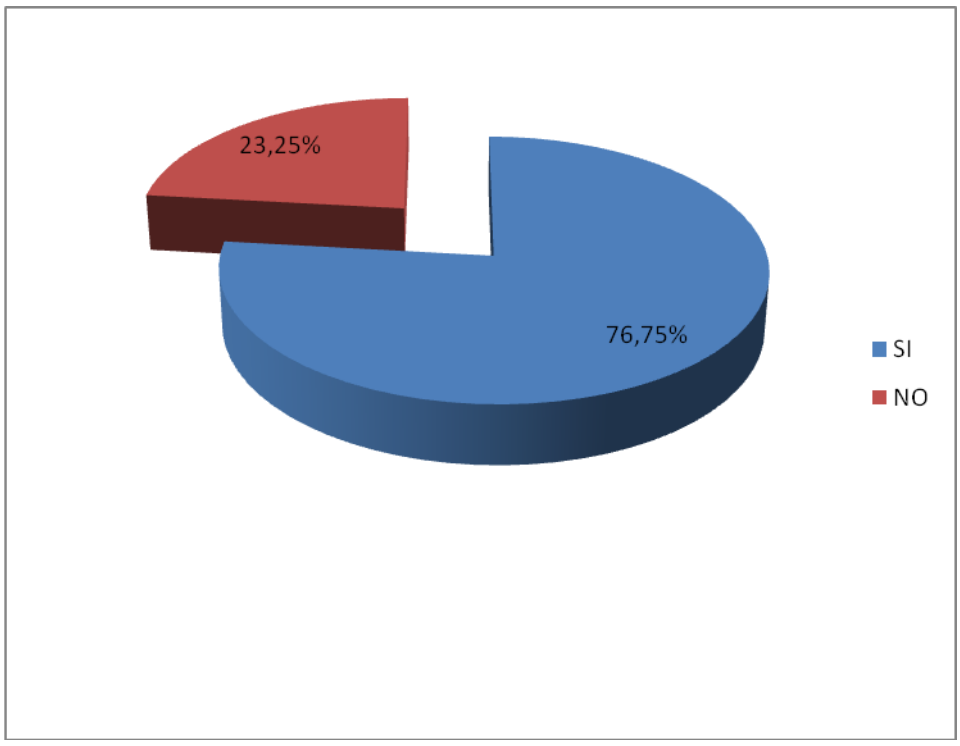
Análisis: el 46,25% de la población encuestada realiza la limpieza de sus hogares de 1 a dos veces al mes y muy seguido por un 37,50% que dicen realizar la limpieza de 3 a 5 veces al mes.

ANEXOS Nº 7

PREGUNTA Nº 7

¿Le gustaría contar con un servicio de limpieza de hogares?

DETALLE	TOTAL	%
SI	307	76,75
NO	93	23,25
TOTAL	**400**	**100,00**



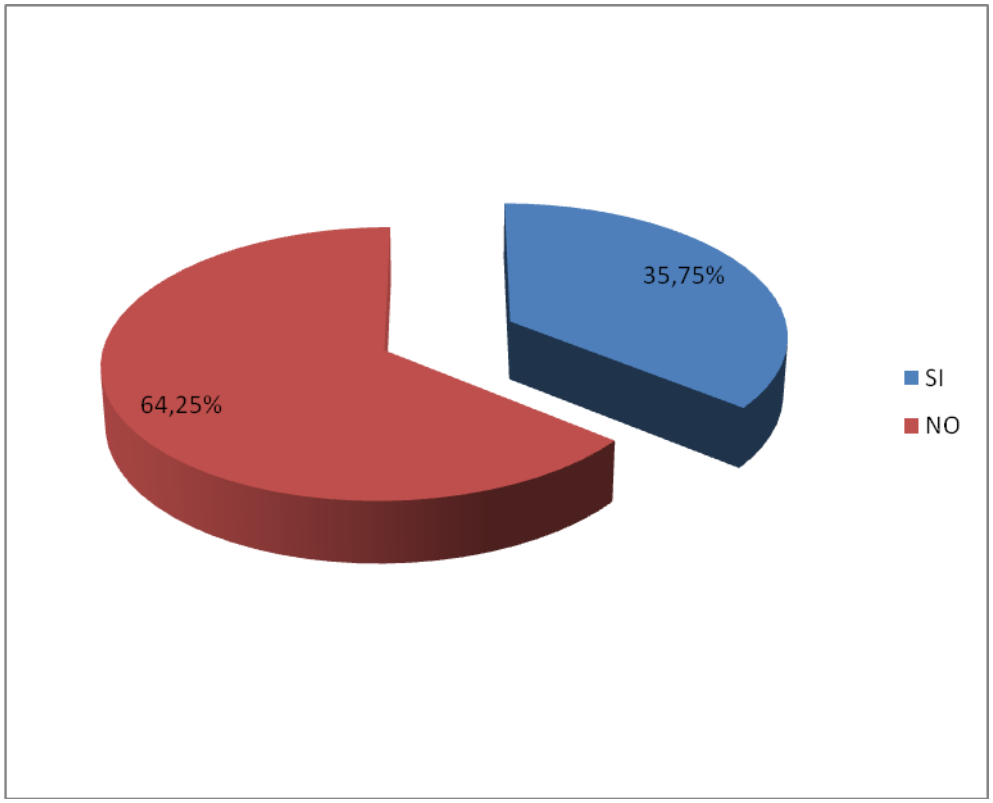
Análisis: el 76,75% de la población encuestada estaría dispuesta a contratar los servicios de limpieza doméstica, ya que no desean tener problemas legales con domésticas por las remuneraciones.

ANEXOS Nº 8

PREGUNTA Nº 8

¿Le gusta hacer la limpieza de su hogar?

DETALLE	TOTAL	%
SI	143	35,75
NO	257	64,25
TOTAL	**400**	**100,00**



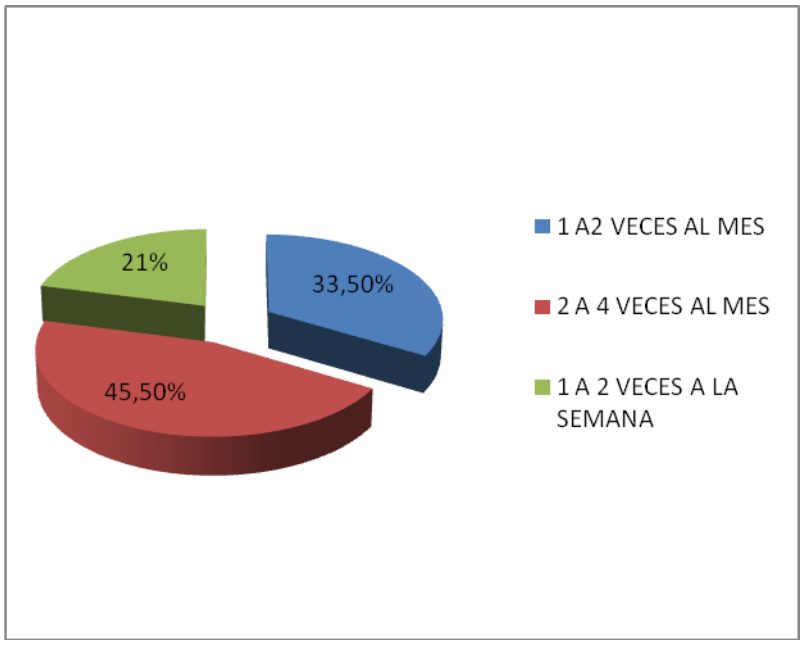
Análisis: el 64,25% de la población encuestada no le gusta realizar la limpieza de su hogar por el tiempo y el esfuerzo físico que éste representa, lo que representa una demanda considerable para el negocio.

ANEXOS Nº 9

PREGUNTA Nº 9

¿Con qué frecuencia contrataría un servicio de limpieza?

DETALLE	TOTAL	%
1 A2 VECES AL MES	134	33,50
2 A 4 VECES AL MES	182	45,50
1 A 2VECES A LA SEMANA	84	21,00
TOTAL	**400**	**100,00**



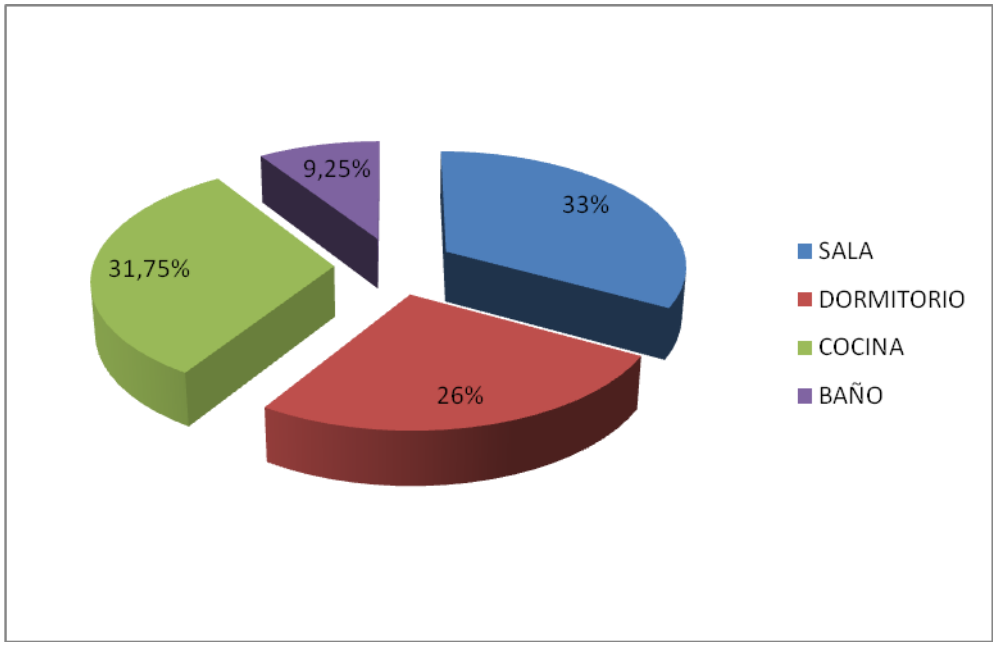
Análisis: el 45,50% de la población encuestada, estarían dispuestas a contratar el servicio de limpieza de sus hogares de tres a cinco veces al mes y muy seguido por un 33,50% que dicen realizar la limpieza de uno a dos veces al mes.

ANEXOS Nº 10

PREGUNTA Nº 10

¿Para cuantas áreas de su casa contrataría el servicio?

DETALLE	TOTAL	%
SALA	132	33,00
DORMITORIO	104	26,00
COCINA	127	31,75
BAÑO	37	9,25
TOTAL	**400**	**100,00**



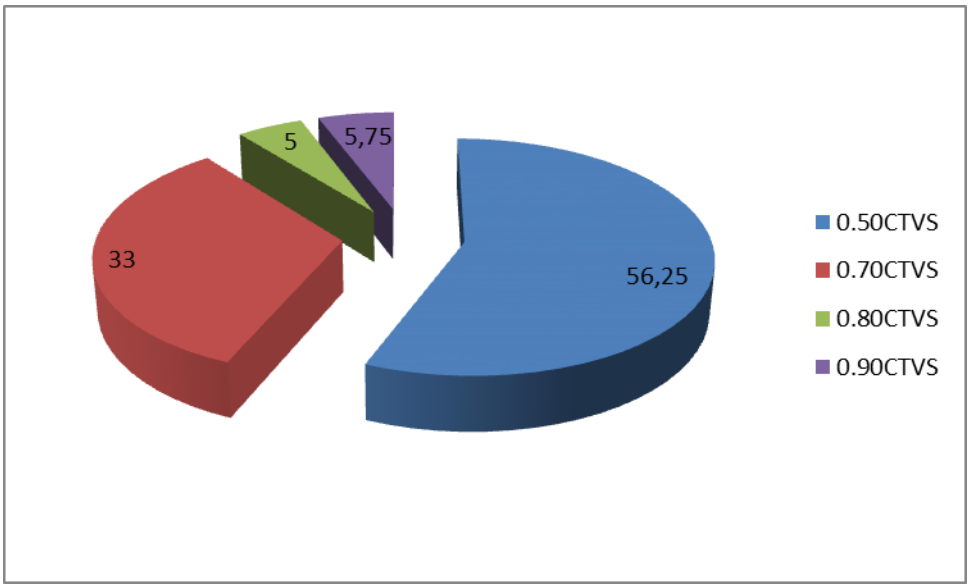
Análisis: de acuerdo con los porcentajes que refleja el grafico las áreas para las cuales contrataría el servicio serán la sala la cocina y los dormitorios, que tienen repartido los porcentajes casi por igual.

ANEXOS Nº 11

PREGUNTA Nº 11

¿Cuánto pagaría por el servicio de limpieza por cada m2?

DETALLE	TOTAL	%
0.50CTVS	225	56,25
0.70CTVS	132	33,00
0.80CTVS	20	5,00
0.90CTVS	23	5,75
TOTAL	**400**	**100,00**



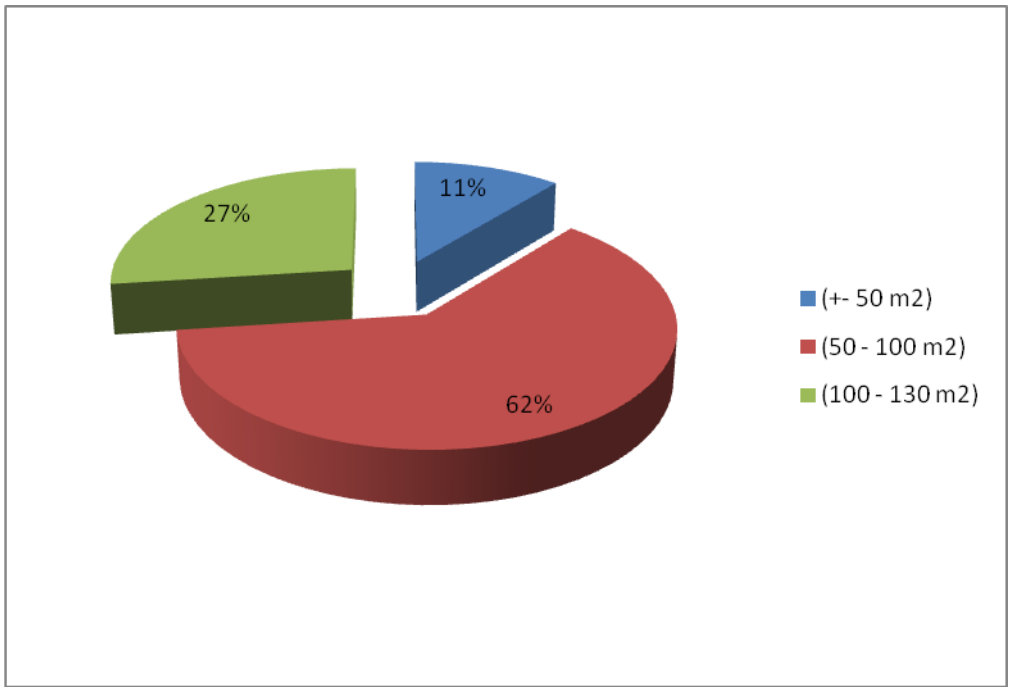
Análisis: el 56,25% de la población encuestada, estarían dispuestas a contratar el servicio de limpieza de sus hogares por un valor de 0,50 ctvs. Por cada metro cuadro, seguido por un 33% que dicen que estarían dispuestos a pagar hasta 0,70 ctvs., lo cual permite determinar un precio intermedio de 0,60 ctvs.

ANEXOS Nº 12

PREGUNTA Nº 12

¿Cuáles son las dimensiones de su casa?

DETALLE	TOTAL	%
(+- 50 m^2)	44	11,00
(50 - 100 m^2)	248	62,00
(100 - 130 m^2)	108	27,00
TOTAL	**400**	**100,00**



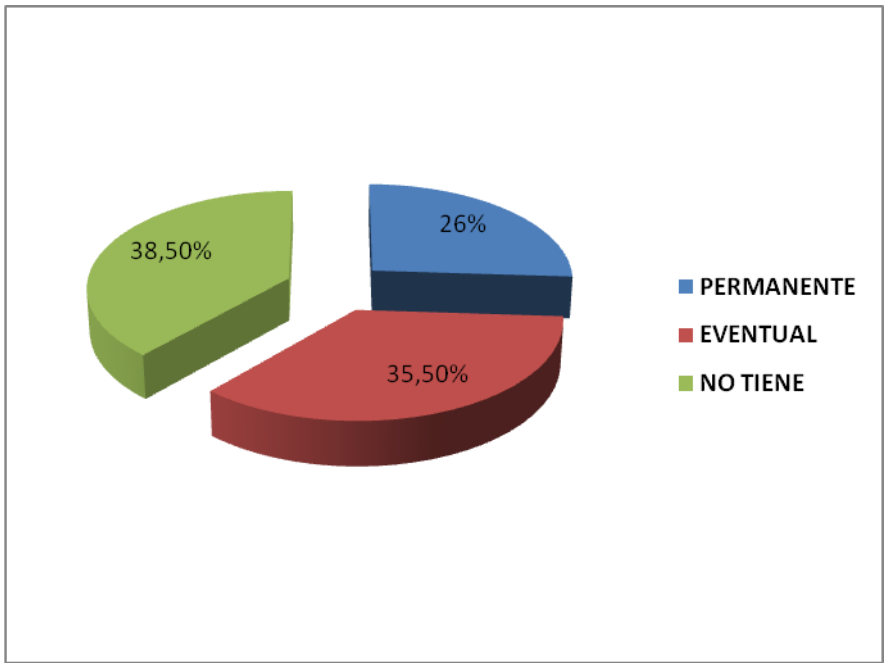
Análisis: el 62% de la población encuestada tienen casas con espacio de 50 a 100 m2, seguido por un 27% que tienen casas con un espacio de 100 a 130m2, y muy pocos, con un 11% tienen casa de una medida de hasta 50m2, en base a lo cual se realizaron los cálculos de los materiales a usar para la prestación del servicio.

ANEXOS Nº 13

PREGUNTA Nº 13

¿De qué forma contrata el servicio de limpieza domestica?

TIPO DE SERVICIO	TOTAL	%
PERMANENTE	104	26,00
EVENTUAL	142	35,50
NO TIENE	154	38,50
TOTAL	**400**	**100,00**



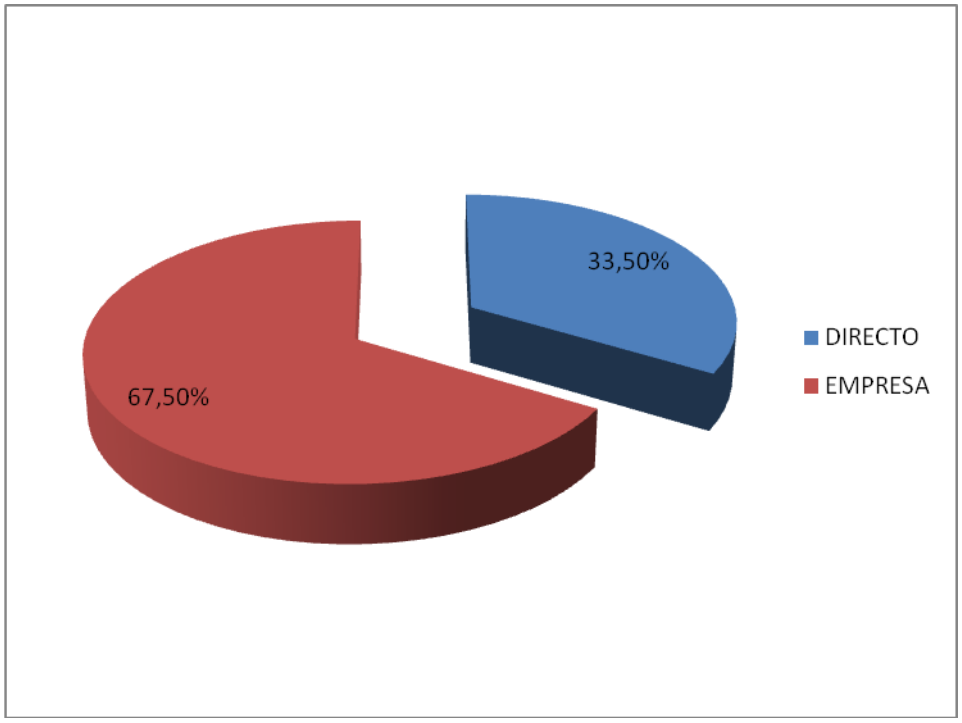
Análisis: un 38,50% de la población encuestada respondió no tener un servicio de limpieza doméstica y un 35,50% dicen contratar de forma eventual el servicio de limpieza de su hogar, en ambos casos manifestaron que no desean tener problemas legales por las remuneraciones de una doméstica.

ANEXOS Nº 14

PREGUNTA Nº 14

¿Cómo le gustaría contratar el servicio?

DETALLE	TOTAL	%
DIRECTO	134	33,50
EMPRESA	266	66,50
TOTAL	**400**	**100,00**



Análisis: un 67,50% de las persona encuestadas prefieren la contratación del servicio de limpieza de sus hogares por medio de empresa que se encarguen de todos los beneficios sociales de la doméstica, y así evitar los problemas legales por remuneraciones.

ANEXOS Nº 15

ENTREVISTA A PERSONAS QUE PRESTAN ESTE TIPO DE SERVICIO

ENTREVISTA A REYTEM

1. **Cuánto tiempo lleva usted trabajando con la prestación de este servicio?**

   Lleva casi 12 años prestado servicios de limpieza a oficinas y áreas especificas

2. **Usted es el dueño o administrador del negocio de servicio de limpieza domestica?**
   La persona entrevistada era un encargado de la gerencia

3. **Usted tiene personal contratado para realizar el trabajo y con cuantos subordinados cuenta?**

   Si, cuentan con más de 20 personas, ya que prestan servicio varios a diferentes empresas

4. **Para cuántas áreas del hogar o infraestructura solicitan más este tipo de servicio?**

   Pues, no han tenido contratación para hogares solo para áreas específicas de empresas oficinas o mantenimiento de áreas grandes de maleza

5. **Cuáles son las temporadas en que los clientes requieren con mayor frecuencia el servicio?**

   Pues por lo general la empresas son constantes, ya que se manejan con contratos por plazos definidos

6. **Sus clientes son muy exigentes con el resultado de la limpieza, los materiales y suministros de trabajo?**

   Mantienen un estándar de suministros de calidad y los clientes no se quejan

7. **Cuánto es el costo de su servicio?**

   No puede proporcionar esa información ya que se manejan por contratos y no está autorizado para dar mayores detalles.

ANEXO Nº 16

COMERCIAL KYW S.A

AUTOIMPRESORES AUTORIZACION S.R.I. 1116449266 DEL 23/FEB/2015
CONTRIBUYENTE ESPECIAL-RESOL. SRI. 5368

AGENCIA 18 (ESMERALDAS)
RUC : 1790041220001
TELF : 710658
CIUDAD: ESMERALDAS

PROFORMA No. 147870
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

FECHA DE EMISION: 2013/10/01 Pag.: 1
VALIDO HASTA : 2013/10/15

RUC : 802320549 Cod. Cliente: 888885 0
Sr.(s) : GABRIELA SANCHEZ
DIRECCION: ESMERALDAS
TELEFONO: 2222222222
VENDEDOR : ALEX ORTIZ

VARIO LIMPIEZA

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PREC.UNIT	TOTAL
163082	DESTAPADOR LIQUIDO DE CANERIAS	29	7,85	227,65
371084	FUNDA D/BASURA 58X71CM NEGRA DOMESTICA	66	0,80	52,80
371114	FUNDA D/BASURA 76X92CM NEGRA INDUSTRIAL	66	1,92	126,72
418773	BALDE INDUSTRIAL 22L V/COLORES PIKA	3	8,28	24,84
424609	COCHE PARA COMPRAS 154 LB	4	59,88	239,52
429945	ESCOBA AFELPADA CAJA PLASTICA REPUESTO	12	1,75	21,00
430129	DETERGENTE WISE 3KL	47	8,03	377,41
430277	CEPILLO P/SANITARIO C/BASE LA BRUJITA	8	1,65	13,20
431508	MIRUTA 1 CL V LIQUIDA	180	6,97	1254,60
431532	CLORO 100 CL	144	3,75	540,00
432342	DESENGRASANTE P/ALUMINO DS-30 GALON	9	8,49	76,41
433020	LIMPIAMIDRIOS 901 1 LT S/PISTOLA	9	2,95	26,55
433357	AMBIENTAL LAVANDA. 360ML AEROSOL SAPOLLO	360	2,39	860,40
433438	DESINFECT. SANPIC FLOR/CAMPO 2000ML	180	3,67	660,60
435015	POLIFLOR LUSTRA MUEBLES CREMA 200 CC	175	2,40	420,00
437050	TIPS AMBIENTAL MANZANA 100GR	662	0,93	615,66
440108	TRAPEADOR MICROFIBRA HOGAR	6	6,55	39,30
451371	LAVACARA CLEANLY 14LT. TUCKER	3	3,96	11,88
577979	GUANTE MASTER N 9 CORTO INDUST. REFORZADO	8	2,74	21,92
802816	ESCOBA PEQUENA C/ANGULO	3	5,99	17,97
968082	ASPIRADORA AGUA Y POLVO SILENCIOSA ELECT	1	218,77	218,77
968559	ESCOBA CERDA NEGRA 40CM	4	4,83	19,32

* ---> CODIGOS EXENTOS DE IVA

PAGUE CON PAGUE KYW LE OFRECE
LOS MEJORES PRECIOS

SUBTOTAL	:	5.866,52
IVA INCLUIDO	:	628,56
TOTAL	:	5.866,52

FIRMA: COMERCIAL KYW S.A R.U.C.: 1790041220001
COMERCIAL KYW S.A

FIRMA:
CLIENTE

Esta Proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYW S.A

En el caso de existir cambios en los precios de nuestros proveedores nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.

ANEXO Nº 17

NOMINA LABORAL AREA DE PRODUCCION												
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES		TOTAL REMUNERACIO
4	OPERADORAS DOMESTICAS	354,00		**354,00**	29,50	29,50	29,50	7,38	14,75	**110,63**	**464,63**	**1858,50**
1	SUPERVISOR	500,00		**500,00**	41,67	29,50	41,67	10,42	20,83	**144,08**	**644,08**	**644,08**
4	**TOTAL**	**354,00**	**0,00**	**854,00**	**71,17**	**59,00**	**71,17**	**17,79**	**35,58**	**254,71**	**1108,71**	**2502,58**
	SBU	**354,00**					**TOTAL REMUNERACION MENSUAL**				**1212,47**	**2606,34**
		MENSUAL	**ANUAL**									
TOTAL IESS PATRONAL		**103,76**	**1245,13**									**31276,13**

ANEXO Nº 18

NÓMINA LABORAL
ADMINISTRATIVA

NÓMINA LABORAL PARA EL PRIMER AÑO

CANTIDAD	FUNCION	SUELDO BASICO UNIFICADO	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION DE AÑOS ANTERIORES	VACACIONES	APORTE PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTRAL DE REMUNERACIÓN
1	GERENTE	$ 800,00		$ 800,00	$ 66,67	29,50	$ 66,67	$ 200,00	$ 33,33	$ 97,20	$ 493,37	**$ 1.293,37**
1	SECRETARIA-CONTADORA	$ 450,00		$ 450,00	$ 37,50	29,50	$ 37,50	$ 112,50	$ 18,75	$ 54,68	$ 290,43	**$ 740,43**
1	SUPERVISOR-BODEGUERO	$ 354,00		$ 354,00	$ 29,50	29,50	$ 29,50	$ 88,50	$ 14,75	$ 43,01	$ 234,76	**$ 588,76**
												$ -
	TOTAL MENSUAL	**$ 1.604,00**		**$ 1.604,00**	**$ 133,67**	**$ 88,50**	**$ 133,67**	**$ 401,00**	**$ 66,83**	**$ 194,89**	**$ 884,89**	**$ 2.622,55**
	SBU	**354,00**						**TOTAL REMUNERACION ANUAL**				**2.817,44**
	TOTAL IESS PATRONAL	MENSUAL	ANUAL									
		$ 194,89	$ 2.338,63									**$ 31.470,63**

ANEXO Nº 19

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL
CRÉDITO BANCARIO

METODO		CUOTA FIJA		12
CAPITAL	37.212,60	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		12,66%	PERIODOS	120
PLAZO		10	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	1,06%	PAGO PERIODICO		548,19

PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				37.212,60
1	548,19	392,59	155,59	37.057,00
2	548,19	390,95	157,24	36.899,77
3	548,19	389,29	158,89	36.740,88
4	548,19	387,62	160,57	36.580,31
5	548,19	385,92	162,26	36.418,04
6	548,19	384,21	163,98	36.254,07
7	548,19	382,48	165,71	36.088,36
8	548,19	380,73	167,45	35.920,90
9	548,19	378,97	169,22	35.751,68
10	548,19	377,18	171,01	35.580,68
11	548,19	375,38	172,81	35.407,87
12	548,19	373,55	174,63	35.233,23
TOTAL	6.578,24	4.598,87	1.979,36	
13	548,19	371,71	176,48	35.056,76
14	548,19	369,85	178,34	34.878,42
15	548,19	367,97	180,22	34.698,20
16	548,19	366,07	182,12	34.516,08
17	548,19	364,14	184,04	34.332,04
18	548,19	362,20	185,98	34.146,06
19	548,19	360,24	187,95	33.958,11
20	548,19	358,26	189,93	33.768,18
21	548,19	356,25	191,93	33.576,25
22	548,19	354,23	193,96	33.382,29
23	548,19	352,18	196,00	33.186,29
24	548,19	350,12	198,07	32.988,22
TOTAL	6.578,24	4.333,22	2.245,02	
25	548,19	348,03	200,16	32.788,06
26	548,19	345,91	202,27	32.585,79
27	548,19	343,78	204,41	32.381,38
28	548,19	341,62	206,56	32.174,82
29	548,19	339,44	208,74	31.966,07
30	548,19	337,24	210,94	31.755,13
31	548,19	335,02	213,17	31.541,96

32	548,19	332,77	215,42	31.326,54
33	548,19	330,50	217,69	31.108,85
34	548,19	328,20	219,99	30.888,86
35	548,19	325,88	222,31	30.666,55
36	548,19	323,53	224,65	30.441,90
TOTAL	**6.578,24**	**4.031,92**	**2.546,32**	
37	548,19	321,16	227,02	30.214,87
38	548,19	318,77	229,42	29.985,45
39	548,19	316,35	231,84	29.753,61
40	548,19	313,90	234,29	29.519,33
41	548,19	311,43	236,76	29.282,57
42	548,19	308,93	239,26	29.043,32
43	548,19	306,41	241,78	28.801,54
44	548,19	303,86	244,33	28.557,21
45	548,19	301,28	246,91	28.310,30
46	548,19	298,67	249,51	28.060,79
47	548,19	296,04	252,15	27.808,64
48	548,19	293,38	254,81	27.553,84
TOTAL	**6.578,24**	**3.690,17**	**2.888,06**	
49	548,19	290,69	257,49	27.296,34
50	548,19	287,98	260,21	27.036,13
51	548,19	285,23	262,96	26.773,18
52	548,19	282,46	265,73	26.507,45
53	548,19	279,65	268,53	26.238,91
54	548,19	276,82	271,37	25.967,55
55	548,19	273,96	274,23	25.693,32
56	548,19	271,06	277,12	25.416,20
57	548,19	268,14	280,05	25.136,15
58	548,19	265,19	283,00	24.853,15
59	548,19	262,20	285,99	24.567,17
60	548,19	259,18	289,00	24.278,16
TOTAL	**6.578,24**	**3.302,57**	**3.275,67**	
61	548,19	256,13	292,05	23.986,11
62	548,19	253,05	295,13	23.690,98
63	548,19	249,94	298,25	23.392,73
64	548,19	246,79	301,39	23.091,34
65	548,19	243,61	304,57	22.786,77
66	548,19	240,40	307,79	22.478,98
67	548,19	237,15	311,03	22.167,95
68	548,19	233,87	314,31	21.853,63
69	548,19	230,56	317,63	21.536,00
70	548,19	227,20	320,98	21.215,02
71	548,19	223,82	324,37	20.890,65
72	548,19	220,40	327,79	20.562,86
TOTAL	**6.578,24**	**2.862,94**	**3.715,30**	
73	548,19	216,94	331,25	20.231,61
74	548,19	213,44	334,74	19.896,87
75	548,19	209,91	338,27	19.558,60

76	548,19	206,34	341,84	19.216,75
77	548,19	202,74	345,45	18.871,30
78	548,19	199,09	349,09	18.522,21
79	548,19	195,41	352,78	18.169,43
80	548,19	191,69	356,50	17.812,93
81	548,19	187,93	360,26	17.452,67
82	548,19	184,13	364,06	17.088,61
83	548,19	180,28	367,90	16.720,71
84	548,19	176,40	371,78	16.348,93
TOTAL	**6.578,24**	**2.364,30**	**4.213,93**	
85	548,19	172,48	375,71	15.973,22
86	548,19	168,52	379,67	15.593,55
87	548,19	164,51	383,67	15.209,88
88	548,19	160,46	387,72	14.822,16
89	548,19	156,37	391,81	14.430,34
90	548,19	152,24	395,95	14.034,40
91	548,19	148,06	400,12	13.634,27
92	548,19	143,84	404,34	13.229,93
93	548,19	139,58	408,61	12.821,32
94	548,19	135,26	412,92	12.408,40
95	548,19	130,91	417,28	11.991,12
96	548,19	126,51	421,68	11.569,44
TOTAL	**6.578,24**	**1.798,75**	**4.779,49**	
97	548,19	122,06	426,13	11.143,31
98	548,19	117,56	430,62	10.712,69
99	548,19	113,02	435,17	10.277,52
100	548,19	108,43	439,76	9.837,76
101	548,19	103,79	444,40	9.393,36
102	548,19	99,10	449,09	8.944,28
103	548,19	94,36	453,82	8.490,45
104	548,19	89,57	458,61	8.031,84
105	548,19	84,74	463,45	7.568,39
106	548,19	79,85	468,34	7.100,05
107	548,19	74,91	473,28	6.626,77
108	548,19	69,91	478,27	6.148,49
TOTAL	**6.578,24**	**1.157,29**	**5.420,95**	
109	548,19	64,87	483,32	5.665,17
110	548,19	59,77	488,42	5.176,76
111	548,19	54,61	493,57	4.683,18
112	548,19	49,41	498,78	4.184,40
113	548,19	44,15	504,04	3.680,36
114	548,19	38,83	509,36	3.171,01
115	548,19	33,45	514,73	2.656,27
116	548,19	28,02	520,16	2.136,11
117	548,19	22,54	525,65	1.610,46
118	548,19	16,99	531,20	1.079,26

119	548,19	11,39	536,80	542,46
120	548,19	5,72	542,46	**0,00**
TOTAL	**6.578,24**	**429,74**	**6.148,49**	
	65.782,37	**28.569,77**	**37.212,60**	

ANEXO Nº 20

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

NOMBE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACIÒN ANNUAL	VALOR DE RESCATE
MUEBLES Y ENSERES	10	504,00	3,78	45,36	50,40
EDIFICIO	20	-	-	-	-
VEHICULO	5	15.000,00	225	2.700,00	1.500,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	592,00	4,44	53,28	59,20
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	870,00	21,75	261,00	87,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	10.193,77	76,45	917,44	1.019,38
TOTAL		**27.159,77**	**331,42**	**3.977,08**	**2.715,98**

ANEXO Nº 21

ESTADO DE RESULTADOS		
INGRESOS		
VENTAS		157811,08
TOTAL INGRESOS		**157811,08**
COSTOS		
COSTO TOTAL DE PRODUCCION		73928,00
TOTAL COSTOS DE VENTAS		**73928,00**
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		**83883,08**
GASTOS OPERATIVOS		
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION		33809,26
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA		420,00
PUBLICIDAD		2520,00
SUMINISTROS DE OFICINA		941,40
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		1722,60
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		3059,64
SEGURO		1200,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		530,00
GASTOS DE INTERES		4598,87
OTROS GASTOS		2210,15
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		**51011,92**
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS		**32871,16**
PARTICIPACION DE TRABAJADORES	15%	4930,67
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		**27940,48**
IMPUESTO LA RENTA	23%	6426,31
UTILIDAD ANTES DE RESERVA		**21514,17**
RESERVA LEGAL	10%	2151,42
RESERVA ESTATUTARIA	5%	107,57
UTILIDAD A DISTRIBUIR A LOS SOCIOS		**19255,18**

ANEXO N° 22 BALANCE GENERAL

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		**PASIVO CORRIENTE**	
BANCO	**23.856,83**	PRESTAMOS BANCARIOS C/P	1.979,36
SUMINISTRO DE OFICINA	235,35	**TOTAL PASIVOS CORRIENTES**	**1.979,36**
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	430,65	**PASIVOS NO CORRIENTES**	
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**24.522,83**	PRESTAMOS BANCARIOS L/P	35.233,23
ACTIVOS NO CORRIENTES(FIJOS)		**TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE**	**35.233,23**
MUEBLES Y ENSERES	504,00	**TOTAL PASIVOS**	**37.212,60**
EQUIPOS INFORMATICOS	870,00	**PATRIMONIO**	
EQUIPOS DE OFICINA	592,00	CAPITAL	15.000,00
VEHICULOS	15.000,00		
TERRENO	-		
EDIFICIO	-		
MAQUNARIA Y EQUIPO	10.193,77		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**27.159,77**	**TOTAL PATRIMONIO**	**15.000,00**
OTROS ACTIVOS			
GASTOS DE CONTITUCION	530,00	**PASIVO MAS PATRIMONIO**	
TOTAL OTROS ACTIVOS	**530,00**		
TOTAL ACTIVO	**52.212,60**		**52.212,60**

0,00

CAPITAL DE TRABAJO = ACTIVOS CORRIENTES - PASIVOS CORRIENTES

CAPITAL DE TRABAJO	**22.543,47**

ANEXO Nº 23

Índice de crecimiento 0,03

INGRESOS	AÑO 0		VIDA UTIL DEL PROYECTO										
			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	TOTAL
Ventas			157.811,08	162.545,41	167.421,77	172.444,43	177.617,76	182.946,29	188.434,68	194.087,72	199.910,35	205.907,66	1.809.127,17
TOTAL INGRESOS			157.811,08	162.545,41	167.421,77	172.444,43	177.617,76	182.946,29	188.434,68	194.087,72	199.910,35	205.907,66	1.809.127,17
COSTO DE VENTA													
Costo Total de producción			73.928,00	76.145,84	78.430,22	80.783,12	83.206,62	85.702,82	88.273,90	90.922,12	93.649,78	96.459,27	847.501,68
TOTAL COSTO DE VENTA			73.928,00	76.145,84	78.430,22	80.783,12	83.206,62	85.702,82	88.273,90	90.922,12	93.649,78	96.459,27	847.501,68
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS			83.883,08	86.399,57	88.991,56	91.661,30	94.411,14	97.243,48	100.160,78	103.165,61	106.260,57	109.448,39	961.625,49
GASTOS OPERACIOALES													
Gastos de Administración													
TALENTO HUMANO AREA DE ADMINISTRACION			33.809,26	34.823,54	35.868,25	36.944,30	38.052,62	39.194,20	40.370,03	41.581,13	42.828,56	44.113,42	387.585,32
SERVICIOS BASICOS AREA ADMINISTRATIVA			420,00	432,60	445,58	458,95	472,71	486,90	501,50	516,55	532,04	548,00	4.814,83
PUBLICIDAD			2.520,00	2.595,60	2.673,47	2.753,67	2.836,28	2.921,37	3.009,01	3.099,28	3.192,26	3.288,03	28.888,98
SUMINISTROS DE OFICINA			941,40	969,64	998,73	1.028,69	1.059,55	1.091,34	1.124,08	1.157,80	1.192,54	1.228,31	10.792,10
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			1.722,60	1.774,28	1.827,51	1.882,33	1.938,80	1.996,97	2.056,87	2.118,58	2.182,14	2.247,60	19.747,68
DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS			3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	30.596,40
SEGURO			1.200,00	1.236,00	1.273,08	1.311,27	1.350,61	1.391,13	1.432,86	1.475,85	1.520,12	1.565,73	13.756,66
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			530,00	545,90	562,28	579,15	596,52	614,42	632,85	651,83	671,39	691,53	6.075,86
ALQUILER DEL LOCAL			960,00	988,80	1.018,46	1.049,02	1.080,49	1.112,90	1.146,29	1.180,68	1.216,10	1.252,58	11.005,32
OTROS GASTOS			2.210,15	2.276,45	2.344,74	2.415,09	2.487,54	2.562,16	2.639,03	2.718,20	2.799,75	2.883,74	25.336,84
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACION			47.373,05	48.702,45	50.071,74	51.482,10	52.934,77	54.431,03	55.972,17	57.559,54	59.194,54	60.878,59	538.599,97
Gastos Financieros													
Intereses Bancarios			4.598,87	4.333,22	4.031,92	3.690,17	3.302,57	2.862,94	2.364,30	1.798,75	1.157,29	429,74	28.569,77
TOTAL GASTOS FINANCIEROS			4.598,87	4.333,22	4.031,92	3.690,17	3.302,57	2.862,94	2.364,30	1.798,75	1.157,29	429,74	28.569,77
TOTAL GASTOS OPERACIONALES			51.971,92	53.035,67	54.103,65	55.172,27	56.237,34	57.293,96	58.336,47	59.358,29	60.351,83	61.308,33	567.169,75
UTILIDAD OPERACIONAL			31.911,16	33.363,90	34.887,91	36.489,03	38.173,81	39.949,52	41.824,31	43.807,31	45.908,74	48.140,06	394.455,74

15% Participación trabajadores		15%	4.786,67	5.004,58	5.233,19	5.473,35	5.726,07	5.992,43	6.273,65	6.571,10	6.886,31	7.221,01	**59.168,36**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			**27.124,48**	**28.359,31**	**29.654,72**	**31.015,68**	**32.447,74**	**33.957,09**	**35.550,66**	**37.236,22**	**39.022,43**	**40.919,05**	**335.287,38**
Impuesto a la Renta		25%	6.781,12	7.089,83	7.413,68	7.753,92	8.111,93	8.489,27	8.887,67	9.309,05	9.755,61	10.229,76	**83.821,84**
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			20.343,36	**21.269,48**	**22.241,04**	**23.261,76**	**24.335,80**	**25.467,82**	**26.663,00**	**27.927,16**	**29.266,82**	**30.689,29**	**251.465,53**
Pago de cuota bancaria			1.979,36	2.245,02	2.546,32	2.888,06	3.275,67	3.715,30	4.213,93	4.779,49	5.420,95	6.148,49	**37.212,60**
Depreciación de Activos fijos			3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	3.059,64	30.596,40
Inversión Inicial	52212,598											2715,977	**2.715,98**
FLUJO NETO	**52.212,60**		**21.423,64**	**22.084,11**	**22.754,36**	**23.433,33**	**24.119,77**	**24.812,16**	**25.508,70**	**26.207,31**	**26.905,52**	**27.600,43**	**297.061,93**

ANEXO N° 24

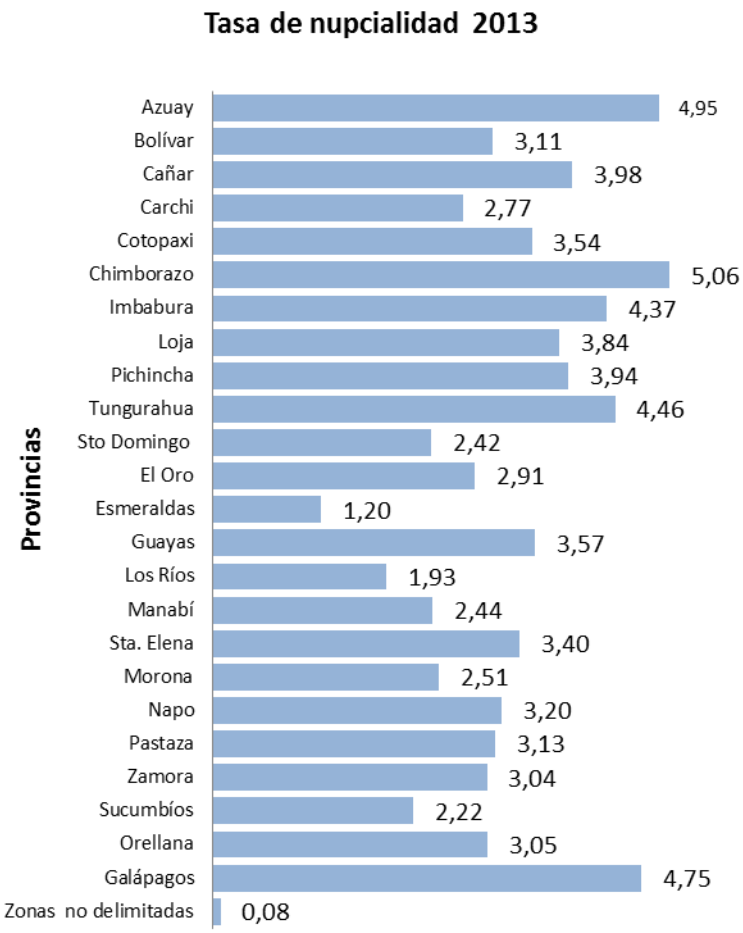
Tasa de nupcialidad según regiones y provincias de residencia habitual del contrayente
Año 2013

Regiones y provincias	Población jun-12 1/	Matrimonios Número	Matrimonios Tasa **
Total País	**15.774.749**	**53.986**	**3,42**
Sierra	**7.041.335**	**28.356**	**4,03**
Azuay	781.919	3867	4,95
Bolívar	197.708	614	3,11
Cañar	249.297	992	3,98
Carchi	176.662	489	2,77
Cotopaxi	444.398	1572	3,54
Chimborazo	491.753	2490	5,06
Imbabura	432.543	1890	4,37
Loja	484.529	1860	3,84
Pichincha	2.835.373	11182	3,94
Tungurahua	544.090	2426	4,46
Sto Domingo	403.063	974	2,42
Costa	**7.849.237**	**23.105**	**2,94**
El Oro	653.400	1899	2,91
Esmeraldas	581.010	696	1,20
Guayas	3.963.541	14152	3,57
Los Ríos	841.767	1622	1,93
Manabí	1.467.111	3573	2,44
Sta. Elena	342.408	1163	3,40
Amazónica	**820.024**	**2.271**	**2,77**
Morona	166.345	417	2,51
Napo	114.805	367	3,20
Pastaza	94.373	295	3,13
Zamora	102.684	312	3,04
Sucumbíos	195.759	435	2,22
Orellana	146.058	445	3,05
Insular	**28.000**	**133**	**4,75**
Galápagos	28.000	133	4,75
Zonas no delimitadas	**36.153**	**3**	**0,08**
Exterior	-	**118**	**-**

1/ La población estimada del 2004 al 2013 son a partir de la población del Censo 2010.

** Tasas por 1.000 habitantes

Fuente: Base de Datos de Matrimonios y Divorcios 2013



En el gráfico 12, se observa que en la región Sierra ocurrieron el mayor número de matrimonios en el año 2013. Al relacionar con la población estimada de esta región la tasa de nupcialidad es de 4,03 matrimonios por cada mil habitantes, superior a la tasa nacional de 3,42. Para la región Costa, la tasa se ubica en 2,94, para la Amazonia en 2,77, para la región Insular en 4,75 y finalmente para las Zonas No Delimitadas en 0,08. Esta última constituye la tasa más baja; la tasa más alta corresponde a la región Insular. Por provincia, la mayor tasa se observa en Chimborazo con 5,06, seguida por Azuay con 4,95 y Galápagos con 4,75.