



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA

Proyecto de tesis previa la
obtención del Título de Ingeniero en
Administración Financiera

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZAS A VIVIENDAS EN EL
CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014**

AUTORA:

DIANA PATRICIA RAMOS TINOCO

DIRECTOR:

LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA, MSc.

QUEVEDO – ECUADOR
2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, DIANA PATRICIA RAMOS TINOCO, egresada de la carrera de Administración Financiera, declaro ser autora del presente trabajo, el cual es de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro y manifiesto conocer y aceptar lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la Normativa Institucional Vigente que la Universidad Técnica Estatal de Quevedo puede hacer uso de los derechos correspondientes de este proyecto.

f. _____

DIANA PATRICIA RAMOS TINOCO

C.C. 080315261 - 0

AUTORA

CERTIFICACIÓN

El suscrito **LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA, MSc.**, docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Srta. Egresada **DIANA PATRICIA RAMOS TINOCO**, realizó el proyecto de investigación titulado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZAS A VIVIENDAS EN EL CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014**, bajo mi dirección, cumpliendo con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

f. _____

LCDO. WILSON CEREZO SEGOVIA, MSc.

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN
FINANCIERA

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZAS A VIVIENDAS EN EL
CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2014**

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del
título de Ingeniera en Administración Financiera

APROBADO

Ing. Dennis Aguirre Valverde, MSc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Econ. Nivaldo Vera Valdiviezo, MBA **Ing. Ivonne Ortega Cabrera, MSc**
MIEMBRO DEL TRIBUNAL MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR
2015

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en cuyas aulas los maestros me dieron todo de sí para crecer en conocimientos.

A las autoridades de la Universidad.

Lcdo. Edgar Pastrano, M.Sc. Decano de la de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Lcdo. Wilson Cerezo Segovia, M.Sc. Director de Tesis.

A cada uno de mis profesores que me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional.

A todas y cada una de las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo y ayuda para la realización de esta investigación.

DIANA

DEDICATORIA

A:

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Mi madre Sra. **Patricia Tinoco Ortiz** y mi abuela Sra. **Carmen OrtizMolina**, por siempre apoyarme, por sus consejos por la motivación que me dieron en el presente estudio para culminar esta importante etapa de vida y por los ejemplos de constancia y perseverancia que influirán en mí como profesional.

A mi hermanos quienes son un pilar importante en mi vida: Carlos, Tiarah y Ronald, a mis tíos: Juan Carlos Velasco y Marjorie Valencia, por ser quienes siempre me dieron ánimos en los momentos más importantes de mi vida, también a mis demás familiares y a mis amigos que cada uno ha sido la fuente de inspiración y ejemplo para la culminación de mi investigación.

DIANA

(DUBLIN CORE)			
1.	Title	M	Feasibility study for the creation of a service company cleaning homes in the canton of Quevedo, 2014
2.	Creator	M	Diana Ramos Tinoco
3.	Subject	M	Business Administration; Engineering Business Management; "Feasibility study for the creation of a service company cleaning homes in the canton of Quevedo, 2014"
4.	Description	M	This research project was conducted in the canton Quevedo, in order to perform a feasibility study for the creation of a company that provides cleaning services to households, to project income and expenses incurred
5.	Publisher	M	Faculty of Business Administration
6.	Contributor	O	Ninguno.
7.	Date	M	
8.	Type	M	FeasibilityStudy
9.	Format	R	Word 2010; .pdf
10.	Identifier	M	http://biblioteca.uteq.ec
11.	source	O	FeasibilityStudy 2014
12.	Lenguaje	M	Español
13.	Relation	O	Ninguno
14.	Coverage	O	Cantón Quevedo
15.	Rights	M	Ninguno
16.	Audience	O	Trabajo de Investigación.

ESQUEMAS DE CODIFICACIÓN			
1.	Título	M	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza a viviendas en el cantón de Quevedo, año 2014
2.	Creador	M	Diana Ramos Tinoco
3.	Materia	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Gestión Empresarial; “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza a viviendas en el cantón de Quevedo, año 2014”
4.	Descripción	M	La presente investigación se realizó en el cantón Quevedo, con el objetivo de realizar un Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa que preste los servicios de limpieza a viviendas, para proyectar egresos e ingresos que incurren el proyecto
5.	Editor	M	Facultad de Ciencias Empresariales
6.	Colaborador	O	Ninguno.
7.	Fecha	M	
8.	Tipo	M	Estudio de Factibilidad
9.	Formato	R	Word 2010; .pdf
10.	Identificador	M	http://biblioteca.uteg.ec
11.	Fuente	O	Estudio de Factibilidad 2014
12.	Lenguaje	M	Español
13.	Relación	O	Ninguno
14.	Cobertura	O	Cantón Quevedo
15.	Derechos	M	Ninguno
16.	Audiencia	O	Trabajo de Investigación.

INDICE

PORTADA	i
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICACIÓN	iv
TRIBUNAL	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	ix
INDICE GENERAL.....	x
INDICE DE CUADROS.....	xiv
INDICE DE GRÁFICOS	xv
INDICE DE FIGURAS	xvi
INDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT	xix

I.	MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1.	Introducción.....	2
1.2.	Problematización.....	4
1.2.1.	Planteamiento del problema.....	4
1.2.2.	Diagnostico	4
1.2.2.1.	Pronóstico	5
1.2.2.2.	Control del pronóstico	5
1.2.3.	Formulación del problema.....	5
1.2.4.	Sistematización del problema	6
1.3.	Justificación.....	6
1.4.	Objetivos	7
1.4.1.	Objetivo General.....	7
1.4.2.	Objetivos Específicos.....	7
1.5.	Hipótesis... ..	8
1.5.1.	Hipótesis General.....	8
1.5.2.	Hipótesis Específica	8
1.5.3.	Variables	8

II.	MARCO TEORICO DE LA INVESTIGACIÓN	9
2.1.	Fundamentación Teórica.....	10
2.1.1.	Estudio de factibilidad	10
2.1.1.1.	Objetivo del estudio de factibilidad	10
2.1.1.2.	Componentes del estudio de factibilidad.....	11
2.1.1.3.	Viabilidad.....	12
2.1.2.	Antecedentes de limpieza a viviendas.....	14
2.1.3.	Limpieza a viviendas en el Ecuador.....	15
2.1.4.	Empresas de servicios de Limpiezas a viviendas	16
2.2.	Fundamentación Conceptual	17
2.2.1	Estudio de mercado	17
2.2.1.1.	Producto.....	17
2.2.1.2.	Demanda	18
2.2.1.3.	Demanda actual.....	18
2.2.1.4.	Demanda Insatisfecha	18
2.2.1.5.	Demanda Insatisfecha actual.....	19
2.2.1.6.	Demanda Insatisfecha futura	19
2.2.1.7.	Oferta.....	19
2.2.1.8.	Oferta actual	19
2.2.1.9.	Oferta futura.....	19
2.2.1.10.	Precio.....	20
2.2.1.11.	Comercialización.....	20
2.2.2	Estudio técnico.....	20
2.2.2.1.	Tamaño.....	21
2.2.2.2.	Localización	21
2.2.2.3.	Ingeniería del Proyecto	21
2.2.3.	Estudio Económico	22
2.2.3.1.	Inversión.....	22
2.2.3.2.	Capital de trabajo	22
2.2.3.3.	Financiamiento	22
2.2.3.4.	Costos	23
2.2.3.5.	Flujo de caja.....	23
2.2.3.6.	Estado de resultados.....	23

2.2.3.7.	Punto de equilibrio.....	23
2.2.4.	Evaluación financiera	24
2.2.4.1.	Valor actual neto	24
2.2.4.2.	Tasa interna retorno	24
2.2.4.3.	Relación beneficio/costo	24
2.3.	Fundamentación legal.....	25
III.	METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	35
3.1.	Materiales y Métodos	36
3.1.1.	Materiales y equipos	36
3.1.2.	Métodos de Investigación	36
3.1.2.1.	Método Deductivo	36
3.1.2.2.	Método Analítico	37
3.2.	Tipos de investigación.....	37
3.2.1.	Exploratoria.....	37
3.2.2.	Descriptiva	37
3.3.	Diseño de la Investigación	37
3.3.1.	La encuesta	37
3.4.	Población y muestra.....	37
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	39
4.1.	Resultados.	40
4.1.1.	Estudio de mercado.	40
4.1.1.1.	Interpretación y análisis de los resultados de las encuestas a los habitantes del cantón Quevedo.	40
4.1.1.2.	Demanda actual.....	52
4.1.1.3.	Demanda futura	52
4.1.1.4.	Oferta actual.	53
4.1.1.5.	Oferta futura.....	53
4.1.1.6.	Demanda insatisfecha.....	53
4.1.1.7.	Descripción del cliente	54
4.1.1.8.	Mercado objetivo.....	54
4.1.1.9.	Nombre	54
4.1.1.10.	Precio.....	55
4.1.1.11.	Promoción.....	55

4.1.2.	Estudio técnico.....	57
4.1.2.1.	Tamaño del proyecto.	57
4.1.2.2.	Localización del proyecto.....	57
4.1.2.2.1.	Macro-localización.....	58
4.1.2.2.2.	Micro-localización.....	58
4.1.2.2.3.	Factores locacionales.	59
4.1.2.3.	Infraestructura de la empresa.	60
4.1.2.4.	Organigrama.	60
4.1.2.4.1.	Organigrama organizacional.	61
4.1.2.4.2.	Organigrama funcional.	60
4.1.2.5.	Misión y visión.....	63
4.1.3.	Estudio económico.....	65
4.1.3.1.	Inversión activos fijos.....	65
4.1.3.2.	Capital de trabajo.....	66
4.1.3.3.	Inversión total.....	66
4.1.3.4.	Financiamiento.....	66
4.1.3.5.	Depreciaciones	67
4.1.3.6.	Ingresos.	67
4.1.3.7.	Egresos.....	68
4.1.3.8.	Punto de equilibrio.	69
4.1.3.9.	Estado de pérdidas y ganancias.	71
4.1.3.10	Flujo de efectivo.....	72
4.1.4.	Estudio Financiero.	73
4.1.4.1.	Valor Actual Neto (VAN).	73
4.1.4.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).	73
4.1.4.3.	Relación Beneficio Costo (B/C).....	74
4.2.	Discusión.	75
V.	CONCLUSIONES RECOMENDACIONES.....	76
5.1.	Conclusiones.	77
5.2.	Recomendaciones.	78
VI.	BIBLIOGRAFÍA	79
6.1.	Literatura Citada	80
ANEXOS.....		84

ÍNDICE DE CUADROS

	Pág.
1. Ocupación actual	40
2. Ingresos económicos mensuales	41
3. Persona que realiza la limpieza	42
4. Precio pagaría por el servicio de limpieza.....	43
5. Servicios especializados en limpiezas a viviendas	44
6. Empresas que oferten servicios de limpieza especializada	45
7. Disposición contratar servicio de limpiezas a viviendas.....	46
8. Factores para ofertar servicios de limpieza a viviendas.....	47
9. Contratación de servicios de limpiezas.....	48
10. Horarios que desean contratar servicios de limpieza.....	49
11. Preferencias de los clientes en cuanto a formas de pago	50
12. Contratar el servicio de la empresa de servicio de limpieza.....	51
13. Demanda actual	52
14. Demanda futura	52
15. Oferta actual.....	53
16. Oferta Futura.....	53
17. Demanda insatisfecha.....	53
18. Tamaño óptimo del proyecto.....	57
19. Inversión inicial.....	65
20. Capital de trabajo	66
21. Inversión total.....	66
22. Financiamiento.....	66
23. Depreciaciones	67
24. Ingresos	67
25. Ingresos futuros	67
26. Egresos	68
27. Punto de Equilibrio	69
28. Estado de pérdidas y ganancias	71
29. Flujo de efectivo	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
1. Ocupación actual	40
2. Ingresos económicos mensuales	41
3. Persona que realiza la limpieza	42
4. Precio pagaría por el servicio de limpieza.....	43
5. Servicios especializados en limpieza a viviendas	44
6. Empresas que oferten servicios de limpieza especializada	45
7. Disposición contratar servicio de limpieza a viviendas.....	46
8. Factores para ofertar servicios de limpieza a viviendas.....	47
9. Contratación de servicios de limpieza.....	48
10. Horarios que desean contratar servicios de limpieza.....	49
11. Preferencias de los clientes en cuanto a formas de pago.....	50
12. Contratar el servicio de la empresa de servicio de limpieza.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
1. Logotipo de la empresa de servicio de limpieza a viviendas.....	54
2. Valla publicitaria	56
3. Tarjeta de presentación	56
4. Macro-localización	58
5. Micro-localización.....	59
6. Infraestructura de la empresa	60
7. Estructura organizacional.....	61
8. Punto de equilibrio	70

INDICE DE ANEXOS

1.	Sueldos y Salarios.....	85
2.	Estudio de Campo.....	86
3.	Tabla de amortización	88

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación fue realizado en el Cantón Quevedo que cuenta con 173575 habitantes según el censo poblacional del 2010, consistió en un estudio de mercado, técnico, organizacional, económico, y evaluación financiera proyectada a 5 años plazo con la finalidad darle al inversionista una herramienta de sustento para la creación de una empresa que preste el servicio de limpieza de hogares en el cantón Quevedo, a sabiendas que no existe este tipo de servicio por otra empresa.

Para el registro de la información se empleó un cuestionario para encuestar a los habitantes del Cantón Quevedo para determinar su criterio sobre calidad, precio, que ellos prefieren al momento de hacer uso de este tipo de servicio.

El valor actual neto presentó un valor positivo de \$ **202.446.43** lo que significa el retorno líquido actualiza generado por el proyecto. Por lo tanto el proyecto es factible.

La tasa interna de retorno es de **145%**, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico.

La relación beneficio costo se ha determinado dividiendo los beneficios netos para la tasa de interés del préstamo bancario; obteniendo el indicativo de \$ **1,27**.

ABSTRACT

This research was conducted in the Canton Quevedo which has 173575 inhabitants consisted of market research , technical, organizational, economic , and financial evaluation projected 5-year term in order to give the investor a tool support for establishment of a company providing housekeeping households in the canton Quevedo , knowing that there is this kind of service by another company.

For registration information, a questionnaire was used to survey the inhabitants of Quevedo Canton criterion to determine its quality and price that they prefer when making use of this service .

The net present value had a positive value of \$ 202.446.43 which means the liquid return generated by the project updates. Therefore the project is feasible

The internal rate of return is 147%, which was higher than the market interest rate, therefore the project is feasible and viable from the economic point of view

The cost benefit ratio is determined by dividing net profit for the interest rate of the bank loan, obtaining the target of \$ 1.27.

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

La empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía. Para tratar de alcanzar sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los factores que emplea en la producción, tales como materias primas, maquinarias y equipos, mano de obra, capital entre otros.

En el Ecuador contratan personal de manera informal para que realizan las tareas de limpiezas a sus viviendas, el cual muchas veces no estaba capacitado para realizar este tipo de tareas, o en su defecto lo hacían con un conocimiento empírico basado en el aprendizaje tradicional.

Esta acción demandaba la inversión de mucho tiempo y esfuerzo, además para poder ejecutar estas labores se requería de la compra de material y maquinaria costosa y especializada. Sin embargo en la actualidad debido a lo desgastante de estas actividades y al ritmo de vida cada vez más acelerado que llevan las personas, se ha despertado en la sociedad la necesidad de contratar a empresas especializadas que brinden el servicio de limpieza y mantenimiento a casas.

El servicio de limpieza de casas, se ha convertido hoy por hoy en un mercado en desarrollo por lo que ocupa cada día un espacio más importante dentro del mercado ecuatoriano.

En el cantón de Quevedo en la actualidad existe una empresa que presta este tipo de servicios, pero debido a la gran demanda se necesita satisfacer aún más a las expectativas que el cliente requiere.

Razón por la que la empresa identificó la creciente demanda de un servicio de calidad, que satisfaga la necesidad de limpieza a la vivienda.

A partir de allí, es indispensable que la empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo, se encamine a administrar con eficacia, ofertando sus servicios para satisfacer las necesidades del mercado y con ánimo de alcanzar ciertos objetivos, entre ellos obtener rentabilidad y encontrar su nicho de mercado.

El presente estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo, año 2014, está estructurado de siete capítulos, los cuales se detallaran a continuación.

El primer capítulo se detalla el marco contextual de la investigación en donde se ha realizado una investigación exhaustiva detallada la problemática y así mismo se plantea la justificación y los objetivos del porque se realiza esta proyecto.

El segundo capítulo es donde se encuentra teorías y conceptos acerca del tema de investigación, así también comprende la parte legal en que la empresa tiene estar sujeta.

El tercer capítulo comprende la parte de la metodología de investigación, en donde se presentan los métodos que se utilizaron para encontrar la información que se está buscando, así mismo se muestra la población que va hacer bajo estudio.

El cuarto capítulo es donde se muestra los resultados que se obtuvieron en la investigación, así también donde se muestra el resultado de los estudios de mercado, técnico, económico y financiero.

El quinto capítulo comprende las conclusiones y recomendaciones que después de haber realizado la investigación se hacen para determinar la factibilidad del proyecto.

El sexto capítulo es donde se muestra la bibliografía de los autores que se recudieron para realizar el segundo capítulo de esta investigación.

El séptimo capítulo comprende los documentos que hacen veraz la investigación que se realizó.

1.2. Problematización

1.2.1. Planteamiento del Problema

Con el presente proyecto de factibilidad de creación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas se pretende realizar un análisis global de mercado del cantón Quevedo, técnico, económico – financiero y administrativo, la misma que al iniciarse debe elaborar estrategias de negocios para establecer sus posibles ventajas competitivas y sobrellevar las adversidades que se presenten y por ende ingresar al mercado, asegurando una estable utilidad para la misma.

Por esto se propone la realización de un estudio de factibilidad que nos permita determinar si las viviendas del cantón Quevedo requieren de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas con personal calificado y prestando un servicio de calidad, así como también conocer los aspectos del macro entorno que sean necesarios, enfocando especial importancia a la competencia.

1.2.2. Diagnostico (CAUSAS – EFECTOS)

CAUSAS

- La falta de un estudio de mercado no permite conocer la necesidad de implementar un estudio de factibilidad.
- La ausencia de un estudio técnico no permite determinar cuál es la infraestructura que necesita la empresa de servicios de limpiezas a viviendas.

- La carencia de estudio económico y financieros desestimula la inversión para la empresa de servicios de limpiezas a viviendas.

EFFECTOS

- La empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo servicio.
- Inadecuada inversión de recursos económicos en la infraestructura de la empresa de servicios de limpiezas a viviendas.
- Disminución de ingresos en la empresa de servicios de limpiezas a viviendas.

1.2.2.1. Pronóstico

- Insatisfacción en la demanda que con lleva la disminución de ventas.
- Excesivos gastos en mantenimientos en los equipo.
- Pérdidas económicas.

1.2.2.2. Control de pronóstico

- Satisfacer las necesidades que demanda el mercado.
- Adecuado control en los gastos de los activos fijos.
- Incremento de rentabilidad.

1.2.3. Formulación del problema

¿De qué manera incide un estudio de factibilidad en la creación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo, año 2014?

1.2.4. Sistematización del problema

- ¿Por qué un estudio de mercado permitirá conocer las necesidades de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo?
- ¿De qué manera un estudio técnico permitirá identificar los equipos y maquinarias necesarias el cantón Quevedo?
- ¿De qué manera el análisis del estudio económico – financiero permitirá conocer la viabilidad para una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo?

1.3. Justificación

La elaboración del presente proyecto ha surgido de la necesidad de la población de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo con las condiciones que el mercado demanda, para definir este punto se estudiarán varios aspectos tales como las preferencias del segmento al que se dirigirá el servicio y niveles de satisfacción, todo esto con el fin de determinar la demanda, la oferta y sus proyecciones.

Adicionalmente es necesario conocer la localización del proyecto, la maquinaria necesaria, procedimientos y regulaciones para la aplicación del servicio a ofertar para con ello definir el tamaño del proyecto y la capacidad a instalar, tomando en cuenta los costos y análisis de inversiones e índices financieros para comprobar la rentabilidad final del proyecto, logrando cumplir el objetivo del mismo.

El siguiente estudio de factibilidad es un proyecto que tendrá como beneficiario directo a las personas que deseen adquirir el servicios de limpiezas de viviendas, ya que esto les permitirá contratar una empresa espacialidad y ellos no tendrá que contratar a una persona que les represente un contrato fijo y

tenemos como beneficiario indirectos a las personas que estén en la capacidad de poder trabajar en este servicio.

Por lo tanto el estudio de factibilidad es un aporte para las viviendas que deseen implementar este tipo de negocio en el cantón Quevedo.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Determinar la factibilidad de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo, año 2014.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Desarrollar un estudio de mercado que determine la necesidad de la empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.
- ✓ Realizar un estudio técnico en función de los requerimientos que necesite la empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.
- ✓ Determinar la rentabilidad mediante un estudio económico – financiero de la empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

La creación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo, es técnicamente factible y se obtendrá una rentabilidad superior al costo de oportunidad establecido para el proyecto.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- ✓ El estudio de mercado determina la factibilidad para la implementación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.
- ✓ El estudio técnico determina cual será el tamaño y requerimiento que debe tener la empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.
- ✓ El estudio económico y financiero determina si es factible la implementación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.

1.5.3. Variables

Independiente

Estudio de factibilidad.

Dependiente

La creación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Estudio de factibilidad

Estudio de factibilidad también Estudio de viabilidad es el análisis encierros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica -estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia). **(Fernández, 2009).**

2.1.1.1 Objetivo del estudio de factibilidad

A continuación se presenta los objetivos de un estudio de factibilidad: **(Rodríguez, 2008).**

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de los recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Hacer un plan de producción y comercialización.
- Aceleración en la recopilación de los datos.
- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de las tareas.

- Automatización óptima de procedimientos manuales.
- Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos señalados.
- Saber si es posible producir con ganancias.
- Conocer si la gente comprará el producto.

2.1.1.2. Componentes del estudio de factibilidad

Estudio de Mercado.

Tiene como finalidad determinar si existe o no, una demanda que justifique la puesta en marcha de un programa de producción de ciertos bienes o servicios, en un espacio de tiempo.**(Baca, 2008).**

Estudio Técnico.

Permite evaluar si el equipo y software están disponibles y tienen las capacidades técnicas requeridas por cada alternativa del diseño que se esté planificando, también se consideran las interfaces entre los sistemas actuales y los nuevos.**(Hernández, 2009).**

Así mismo, estos estudios consideran si las organizaciones tienen el personal que posee la experiencia técnica requerida para diseñar, implementar, operar y mantener el sistema propuesto.

Factibilidad Económica.

Dentro de estos estudios se pueden incluir el análisis de costo y beneficios asociados con cada alternativa del proyecto.**(Córdoba, 2008).**

Con análisis de costo/beneficios, todos los costos y beneficios de adquirir y operar cada sistema alternativo se identifican y se establece una comparación entre ellos. Esto permite seleccionar el más conveniente para la empresa.

Dentro de esta comparación se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Se comparan los costos esperados de cada alternativa con los beneficios esperados para asegurarse que los beneficios excedan los costos.
- La proporción costo/beneficio de cada alternativa se comparan con las que proporcionan los costos/beneficios de las otras alternativas para escoger la mejor.
- Se determinan las formas en que la organización podría gastar su dinero.

2.1.1.3. Viabilidad

Según el diccionario de la Real Academia Española Viabilidad: “cualidad de viable”, Viable: “Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo”.**(Córdoba, 2008).**

Según Baca: es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Está relacionada con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

Tipos de viabilidad

La viabilidad está conformada por: aspectos técnicos, socioeconómicos, ambientales e institucionales.**(Arimany & Viladecans, 2011).**

Viabilidad Técnica.

Permite determinar la calidad y coherencia de la información relacionada con el objetivo mismo del proyecto, sus planteamientos básicos, la dimensión de las variables que intervienen, soluciones y actividades.**(Arimany & Viladecans, 2011).**

Cuando se realiza la evaluación se debe revisar la identificación de la situación, las alternativas técnicas propuestas, las actividades y los costos.

Viabilidad Socioeconómica.

Permite identificar y valorar los beneficios, con el fin de determinar si el proyecto genera efectivamente dichos beneficios y si su valoración se encuentra en rango aceptable.**(Arimany & Viladecans, 2011).**

Los criterios socioeconómicos se refieren al impacto económico del proyecto a nivel regional o local y a los efectos sociales sobre los grupos de personas afectadas.

Viabilidad Institucional.

Se refiere al análisis de los mecanismos de ejecución propuestos en el proyecto; la evaluación de la capacidad institucional para su ejecución, operación y seguimiento de los proyectos.**(Arimany & Viladecans, 2011).**

Se relaciona al análisis de impacto ambiental, como las medidas planteadas para su mitigación, prevención o compensación, según sea el caso.

Estos criterios se aplican especialmente a los proyectos que involucran obras que tienen relación con infraestructuras y que pueden generar impactos en el ambiente tanto positivos como negativos.

2.1.2. Antecedentes de limpieza a viviendas.

En la mayoría de las viviendas, la limpieza era realizada por sirvientes, normalmente esclavos. **(Talaya, 2009).**

Para la limpieza de las viviendas se empleaban escobas, paños y esponjas como utensilios, y el agua y el serrín como agentes con los que arrastrar o disolver la suciedad.

Los paños más toscos se usaban en la cocina para limpiarse las manos o secar y abrillantar los utensilios.

Los de mayor calidad se reservaban para su uso en algunas estancias, como las utilizadas en la recepción de invitados.

También se podían utilizar de servilletas que cada uno debía llevar cuando era invitado a una cena o comida fuera de su casa.

El mayor problema de las viviendas era el lavado de la ropa, se podía remojar y aclarar la ropa más ligera, pero como no se conocía el jabón, las piezas de lana y las manchas más rebeldes eran llevadas a las lavanderías de la época. Allí se empleaban sustancias minerales y vegetales.

Las escobas se fabricaban con hojas de palmera o tallos de diversas plantas. Su uso pulía y dejaba brillantes no sólo los suelos de mosaico, mármol, ladrillo o mortero, sino que lustraba incluso los suelos de arcilla apisonada.

En los suelos no porosos, como los de comedores, donde el suelo recibía los

desperdicios de la comida, se utilizaba el serrín para absorber grasas y líquidos antes de barrer. Otra técnica muy utilizada era el baldeo de agua.

Las esponjas ayudaban a limpiar las superficies pulidas de columnas y mesas, pero también servían para la higiene personal, haciendo de papel higiénico.

2.1.3. Limpieza a viviendas en el Ecuador

El Gobierno del Presidente Correa busca eliminar la informalidad y precariedad el servicio doméstico. Según las regulaciones actuales (fortalecidas por los resultados de la última consulta popular), las trabajadoras domésticas gozan de los mismos derechos y privilegios que cualquier otro trabajador, a saber: horario fijo, afiliación al IESS, décimos, fondo de reserva, vacaciones, etc. **(Talaya, 2009).**

Según estadísticas presentadas en los medios de comunicación, en Quito existiría un 22% de incumplimiento (60% en Guayaquil) en la obligación de afiliación al IESS a las empleadas domésticas (Ecuador Inmediato 7 Jun. 2010), situación que encaja en un contexto ilegal a la luz de las normas y disposiciones vigentes. Esta realidad se ha vuelto mucho más notoria con los controles que el Ministerio de Relaciones Laborales viene desarrollando desde el año anterior.

Los resultados arrojados por el último censo de población y vivienda (INEC 2010) nos indican que en los últimos diez años las viviendas unipersonales han aumentado un 74,5%, y por esa razón el promedio de personas por vivienda ha disminuido de 4,2 (2001) a 3,8 (2010).

Estos números confirman una realidad que cada vez es más notoria: los jóvenes y/o nuevos matrimonios en el Ecuador tienen cada vez menos hijos (o no los tienen de plano). Y al tener cada vez las familias menos elementos, la demanda de servicios domésticos a tiempo completo o parcial fijo tiende a disminuir.

Más aún porque en varias de estas viviendas sus miembros cada vez pasan menos tiempo en casa ya que viajan, trabajan o estudian más (según el INEC la población ha mejorado su promedio de años de escolaridad de 6 a 9 años del 2001 al 2010). Y aunque haya familias que sí tienen contratado servicio doméstico, dado que su estilo de vida está mudando, es probable que puedan requerir alternativas para los fines de semana o noches en las cuales la empleada doméstica no trabaja.

Pero no sólo están cambiando las necesidades, sino también las posibilidades.

Una vivienda de clase media / media alta, en el cual los 2 esposos trabajan, tiene ingresos entre USD 1,500 - 3,000. En promedio, contratar una empleada doméstica a tiempo completo significa para esta vivienda destinar el 15% de sus ingresos para este fin. Y si tomamos en cuenta los costos de alimentación, vivienda, transporte, educación, diversión, etc., probablemente a muchas de estas viviendas les sea difícil acceder a una empleada doméstica.

2.1.4. Empresas de servicios de limpiezas a viviendas

El servicio de limpieza es el aseo e higiene constante del mobiliario, útiles, enseres y sanitarios con el fin de vivir en un ambiente saludable y mejor calidad de vida; lo que se han convertido en una necesidad básica, en las viviendas. **(Talaya, 2009).**

Este servicio viene a constituirse como una necesidad progresiva en las viviendas debido a que la limpieza es un factor primordial para el convencional desarrollo de la vida diaria.

Pero una de la razón más importante es que los últimos años el género femenino ha tenido la penuria de educarse y prepararse con el fin de sentirse útil en la sociedad y de apoyar económicamente al hogar ya que la situación económica es cada vez más difícil, teniendo entonces como consecuencia el

descuido de limpieza en las viviendas mientras ejerce su profesión en el campo laboral.

Por ende se han creado empresas que ofertan servicios de limpiezas, con el fin de cubrir las necesidades, pero al no estar legalmente constituidas no ofrecen directamente su servicio, por ende las personas no conocen su comercialización, teniendo entonces una gran demanda insatisfecha; ya que para adquirir el servicio de limpieza el cliente buscan ante todo que sea profesional y garantizado con el fin de mejorar la estética del lugar u objeto en donde habita, de esta manera evitar accidentes internos o externos.

Dado origen a que se cree nuevas empresas que ofrezcan este tipo de servicio con el propósito de cubrir la demanda y satisfacer las necesidades de los habitantes.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1. Estudio de mercado

Es la primera parte de la investigación formal del estudio, la cual consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización **(Baca, 2008)**.

Es la función que relaciona a los comercializadores, clientes y público en general con el mercadólogo a través de la información, la misma que es utilizada para identificar y definir las oportunidades y los problemas comerciales **(Fernández, 2009)**.

2.2.1.1. Producto

Afirma que el producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la

reputación del vendedor; el producto ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea(**Stanton, 2010**).

Señala que el producto es un conjunto de cualidades físicas o tangibles y psicológicas o intangibles que el consumidor/comprador considera que tiene en determinado bien o servicio para satisfacer sus deseos y necesidades, siendo sustentable de ser comercializada o intercambiado para ser usado, consumido o disfrutado(**Talaya, 2009**).

2.2.1.2. Demanda

Afirma que la demanda es una cuantificación de los deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del consumidor y por los estímulos del marketing de nuestra firma y de la competencia(**Rivera, 2010**).

Aduce que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción aun precio determinado y en un lugar establecido(**Thompson, 2009**).

2.2.1.3. Demanda actual

Se entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita en tiempo presente, para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado(**Baca, 2008**).

2.2.1.4. Demanda insatisfecha

Con las informaciones obtenidas de oferta y demanda, para un periodo determinado (serie histórica) y sus proyecciones podemos definirla demanda insatisfecha que podría tener nuestro producto o servicio y que es de vital

importancia para el análisis de los siguientes capítulos del estudio de factibilidad **(Lazcano, 2010)**.

2.2.1.5. Demanda insatisfecha actual

Se entiende por demanda actual la realizada entre la oferta y demanda existente para determinado producto o servicio **(Lazcano, 2010)**.

2.2.1.6. Demanda insatisfecha futura

Es la proyección a través de una serie histórica de oferta y demanda y su consecuente proyección para los años del proyecto a ejecutarse **(Lazcano, 2010)**.

2.2.1.7. Oferta

Afirma que es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado **(Baca, 2008)**.

La oferta es la cantidad de un bien que las empresas producen y venden para su propia voluntad **(Córdoba, 2008)**.

2.2.1.8. Oferta actual

Determinada que para hacer la proyección de la oferta se podría partir de las variables PIB inflación o índice de precios, debiéndose tomar los que presenten el coeficiente de correlación más cercano a uno **(Baca, 2008)**.

2.2.1.9. Oferta futura

indica que una forma de proyectar la oferta es extrapolar la tendencia histórica seleccionada la función a utilizar, pero se debe prestar atención a los cambios

que puedan ocurrir en las variables más importantes tales como estructura productiva, tecnológica, precios relativos, entre otros **(Miragen, 2011)**.

2.2.1.10. Precio

Considera que el precio es la única variable que influye sobre la demanda: cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad demandada **(Rodríguez, 2010)**.

El precio es la cantidad monetario a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio **(Baca, 2008)**.

2.2.1.11. Comercialización

Considera que la comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar **(Baca, 2008)**.

Define a la comercialización como las diferentes etapas por las que deben pasar los distintos bienes en su proceso de transferencia de los productores al consumidor final, la cual engloba actividades físicas y económicas **(Rodríguez, 2008)**.

2.2.2. Estudio técnico

Manifiesta que el estudio técnico no solo debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto sino también debe demostrar y justificar cual es la alternativa técnica que mejor se oferta a los criterios de optimización y corresponde aplicar el proyecto **(Prieto, 2009)**.

Considera que en esta etapa se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; además se define el tamaño

del proyecto y los costos realizados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación **(Fernández, 2010)**.

2.2.2.1. Tamaño

El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definido en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa **(Hernández, 2009)**

Manifiesta que el tamaño de un proyecto se refiere a la escala o nivel de producción que puede alcanzar, es decir la capacidad de producción a la que se ha decidido operarlo durante un período de tiempo **(Baca, 2008)**.

2.2.2.2. Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social) **(Baca, 2008)**.

2.2.2.3. Ingeniería del Proyecto

Manifiesta que el estudio de ingeniería debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado **(Córdoba, 2008)**.

Afirma que el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determine la distribución óptima de la planta. Hasta definir la estructura jurídica de la organización que habrá de tener la planta productiva **(Baca, 2008)**.

2.2.3. Estudio Económico

Es la etapa del proyecto que tiene por objeto ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaran las etapas anteriores, como es elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto **(Córdoba, 2008)**.

El estudio económico y social del proyecto tiene como objeto asegurar el conjunto de recursos **(Fernández, 2010)**.

2.2.3.1. Inversión

Manifiesta que la inversión se refiere al costo de las adquisiciones como terrenos, edificios, maquinarias, equipos, activos intangibles, etc., así como también el costo de consultorías y asesorías relacionadas con la inversión inicial **(Fernández, 2010)**.

Asegura que la inversión comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar La operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo**(Baca, 2008)**.

2.2.3.2. Capital de trabajo

Desde el punto de vista contable lo define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, desde el punto de vista práctico está representada por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa**(Baca, 2008)**.

2.2.3.3. Financiamiento

Es la aportación de dinero para desarrollar un proyecto o empresa. Puede ser como fondos propios con retribución variable en función de los beneficios, o

como fondos ajenos que cobran una retribución fija, llamada interés(**Baca, 2008**).

2.2.3.4. Costos

Expresa que los costos pueden ser directos e indirectos, relacionados con la operación y la producción. Entre estos se pueden citar la materia prima, los insumos, la mano de obra, los servicios de energía y comunicación, los costos de administración. Alquileres, pagos de impuestos, etc.(**Fernández, 2010**).

2.2.3.5. Flujo de caja

Manifiestan que el flujo de caja es un estado contable que nos informa de la variación del efectivo de una empresa, es decir, de los cobros y pagos que se han producido durante cierto periodo(**Arimany & Viladecans, 2011**).

2.2.3.6. Estado de resultados

Afirma que el estado de resultados es un resumen de los ingresos, egresos y las utilidades de la empresa a lo largo de un periodo determinado, generalmente un año y que sirve para medir la eficiencia de las operaciones de la empresa(**Fernández, 2010**).

La finalidad del análisis del estado de resultados es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivos del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta(**Baca, 2008**).

2.2.3.7. Punto de equilibrio

Es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos variables y los beneficios. El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por venta son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables(**Baca, 2008**).

2.2.4. Evaluación financiera

Manifiesta que la evaluación financiera propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de retorno y el valor presente neto(**Baca, 2008**).

Expresa que el objetivo de la evaluación financiera es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión y los costos de operación del proyecto(**Fernández, 2010**).

2.2.4.1. Valor actual neto

El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión(**Baca, 2008**).

2.2.4.2. Tasa interna retorno

Manifiesta que es la tasa de descuento por el cual el VAN es igual a cero, también aduce que es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial(**Baca, 2008**).

2.2.4.3. Relación beneficio/costo

Indica que es utilizada para evaluar las inversiones gubernamentales o de interés. Tanto los beneficios como los costos no se cuantifican como se hace en un proyecto de inversión privado, sino que se toma en cuenta criterios sociales(**Baca, 2008**).

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1. Constitución de la República Del Ecuador

Sección octava

Trabajo y seguridad social

Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

Art. 34.- El derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, y será deber y responsabilidad primordial del Estado. La seguridad social se regirá por los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiaridad, suficiencia, transparencia y participación, para la atención de las necesidades individuales y colectivas.

El Estado garantizará y hará efectivo el ejercicio pleno del derecho a la seguridad social, que incluye a las personas que realizan trabajo no remunerado en las viviendas, actividades para el auto sustento en el campo, toda forma de trabajo autónomo y a quienes se encuentran en situación de desempleo.

Sección novena

Personas usuarias y consumidoras

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Art. 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación.

El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas.

Art. 55.- Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Para el ejercicio de este u otros derechos, nadie será obligado a asociarse.

Capítulo sexto
Trabajo y producción
Sección primera
Formas de organización de la producción y su gestión

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente.

La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección cuarta
Democratización de los factores de producción

Art. 334.- El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.

3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

2.3.2. Ley de compañías

Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de noviembre de 1999.

SECCION I

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;

- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Art. 3.- Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

Art. 4.- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Art. 5.- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Art. 6.- Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas.

Sin perjuicio de lo que se dispone en el Art. 415, si las actividades que una compañía extranjera va a ejercer en el Ecuador implicaren la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la explotación de recursos

naturales del país, estará obligada a establecerse en él con arreglo a lo dispuesto en la Sección XIII de la presente Ley.

En los casos mencionados en el inciso anterior, las compañías u otras empresas extranjeras organizadas como personas jurídicas, deberán domiciliarse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente. El incumplimiento de esta obligación, determinará la nulidad del contrato respectivo.

Art. 7.- Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables.

Art. 8.- Las personas mencionadas en el artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de esta Ley. Si no produjeran esa prueba en el perentorio término de tres días, continuar con ellas el juicio.

Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía.

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a. Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;

- b. La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c. Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

Art. 26.- El ejercicio económico de las compañías terminará cada 31 de Diciembre.

SECCION VI DE LA COMPAÑIA ANONIMA

1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

2. DE LA CAPACIDAD

Art. 145.- Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

3. DE LA FUNDACION DE LA COMPAÑIA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica

desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo.

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos. Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;

10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

4. DEL CAPITAL Y DE LAS ACCIONES

Art. 160.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías.

Todo aumento de capital autorizado será resuelto por la junta general de accionistas y, luego de cumplidas las formalidades pertinentes, se inscribirá en el registro mercantil correspondiente. Una vez que la escritura pública de aumento de capital autorizado se halle inscrita en el registro mercantil, los aumentos de capital suscrito y pagado hasta completar el capital autorizado no causarán impuestos ni derechos de inscripción, ni requerirán ningún tipo de autorización o trámite por parte de la Superintendencia de Compañías, sin que se requiera el cumplimiento de las formalidades establecidas en el artículo 33 de esta Ley, hecho que en todo caso deberá ser informado a la Superintendencia de Compañías.

SECCION XVI

DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS Y DE SU FUNCIONAMIENTO

Art. 430.- La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 431.- La Superintendencia de Compañías tiene personalidad jurídica y su primera autoridad y representante legal es el Superintendente de Compañías. La Superintendencia de Compañías ejercerá la vigilancia y control:

- a. De las compañías nacionales anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, en general;
- b. De las empresas extranjeras que ejerzan sus actividades en el Ecuador, cualquiera que fuere su especie;
- c. De las compañías de responsabilidad limitada; y,
- d. De las bolsas de valores y sus demás entes, en los términos de la Ley de Mercado de Valores.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

3.1.1. Materiales y equipos

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación se hizo uso de los siguientes materiales y equipos:

Detalle Materiales	Valor
Copias	\$ 50,00
Impresiones	\$ 300,00
Cuadernos	\$ 10,00
Lapiceros	\$ 2,00
Carpetas	\$ 5,00
Pen Drive	\$ 15,00
Anillados	\$ 6,00
Empastados	\$ 80,00
CD.	\$ 10,00
Transporte y Alimentación	\$ 100,00
TOTAL	\$ 578.00

3.1.2. Métodos de Investigación

3.1.2.1. Método Deductivo

Se empleó este método, con el propósito de analizar la información que se va a extraer del sector en donde se realizó la creación de la empresa de servicio de limpieza.

3.1.2.2. Método Analítico

Permitió realizar un análisis de la problemática y descubrir los resultados a fin de poder comprobar la hipótesis planteada.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. Exploratoria

Este tipo de investigación tuvo como propósito de realizar un estudio de factibilidad.

3.2.2. Descriptiva

Se refirió a la etapa preparatoria del trabajo, que permitió especificar/elaborar el estudio de factibilidad.

3.3. Diseño de la investigación

3.3.1. Encuesta

La encuesta, permitió recoger información de una “muestra” o fracción de la población bajo estudio. Para la recolección de datos se utilizó una encuesta que respaldó la formulación de los objetivos proyectados

3.4. Población y Muestra

Según el INEC (2010) el cantón Quevedo presenta una población de 173575 habitantes, por lo que es necesario aplicar una fórmula para poblaciones finitas a fin de obtener la muestra.

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 x P Q N}{(N - 1) e^2 + Z^2 + P Q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,50) (0,50) 173575}{(173575-1) (0,05)^2 + (1,96)^2 + (0,50) (0,50)}$$

$$n = \frac{3.8416 (43393.75)}{(173574) (0,0025) + 3,8416 + 0,25}$$

$$n = \frac{166701.43}{433,935 + 3,8416 + 0.25}$$

$$n = \frac{166701.43.}{438.0266}$$

$$n = 380.57$$

R//. 381

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Estudio de Mercado

4.1.1.1. Interpretación y análisis de los resultados de las encuestas a los habitantes del cantón Quevedo

Pregunta 1.- ¿Qué ocupación tiene?

Cuadro 1. Ocupación actual

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
Empleado	157	40
Estudiante	81	21
Independiente	99	26
Otros	48	13
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes

Elaborado por: Autora

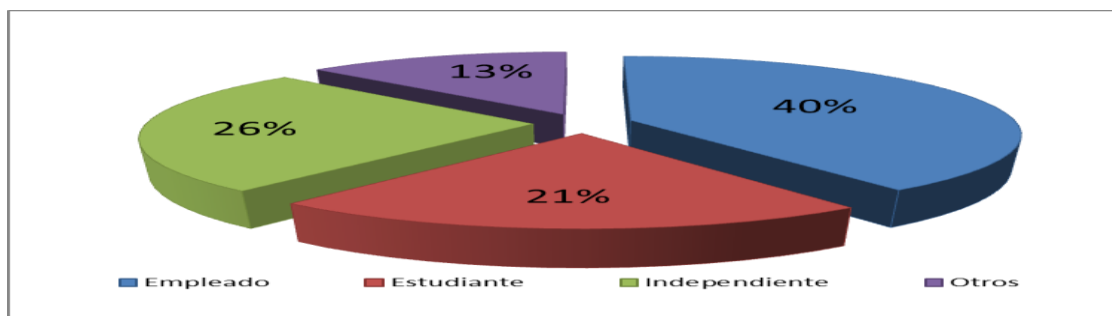


Gráfico 1. Ocupación actual

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 1, indica que el 40% de los encuestados manifestaron que actualmente su ocupación es de empleado, el 26% expresaron que son independientes, con el 21% expresaron que son estudiantes y finalmente el 13% manifestaron que actualmente realizan otra ocupación. En este resultado se puede apreciar que la mayor parte de los encuestados se encuentra trabajando por lo que tienen la necesidad de solicitar una persona para el aseo de sus viviendas ya que el tiempo lo dedican a sus actividades laborables.

Pregunta 2. ¿Indique su ingreso mensual?

Cuadro 2. Ingreso mensual

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
1 – 150	25	7
151 – 300	64	17
301 – 450	194	50
Más de 451	98	26
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuestas
Elaborado: Autora

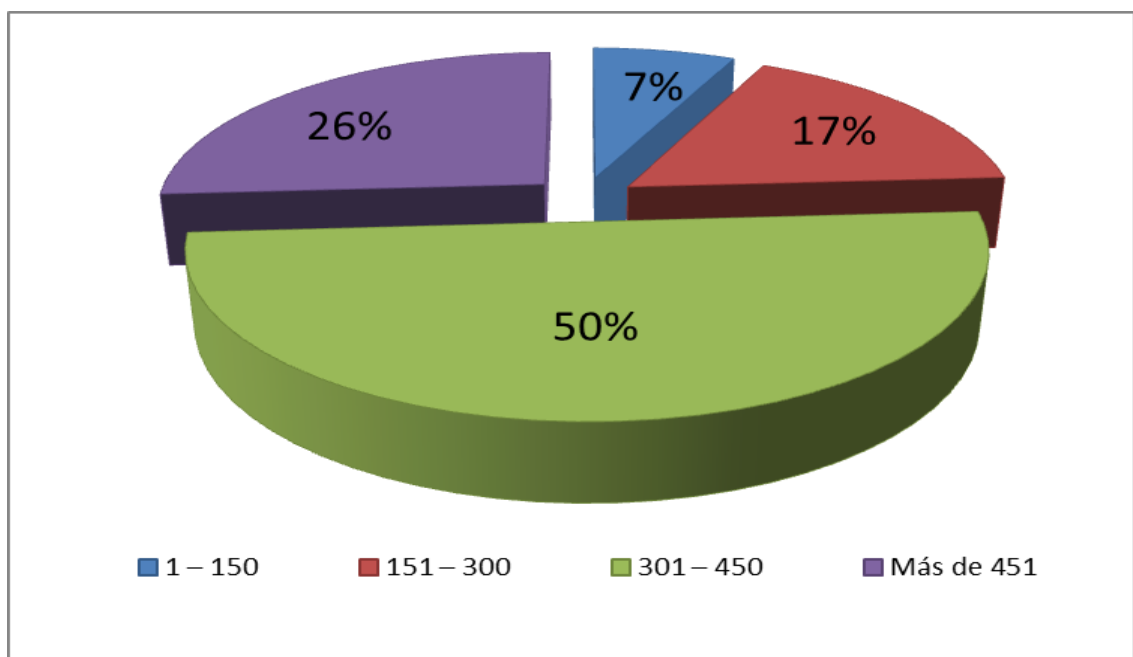


Gráfico 2. Ingreso mensual

Interpretación y Análisis:

El gráfico 2 indica que el 50% de los habitantes encuestados tienen un ingreso mensual de 301 a 450 dólares, el 26% tiene más de 451 dólares, el 17% son de 151 a 300 dólares y el 7% poseen un ingreso mensual de entre 1 a 150 dólares. Teniendo entonces una población económicamente activa que podría adquirir el servicio sin complicaciones referente a lo económico.

Pregunta 3.- ¿Quién realiza la limpieza en su vivienda?

Cuadro 3. Persona que realiza la limpieza

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
Empleada	24	6
Usted mismo	309	81
Otros	48	13
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

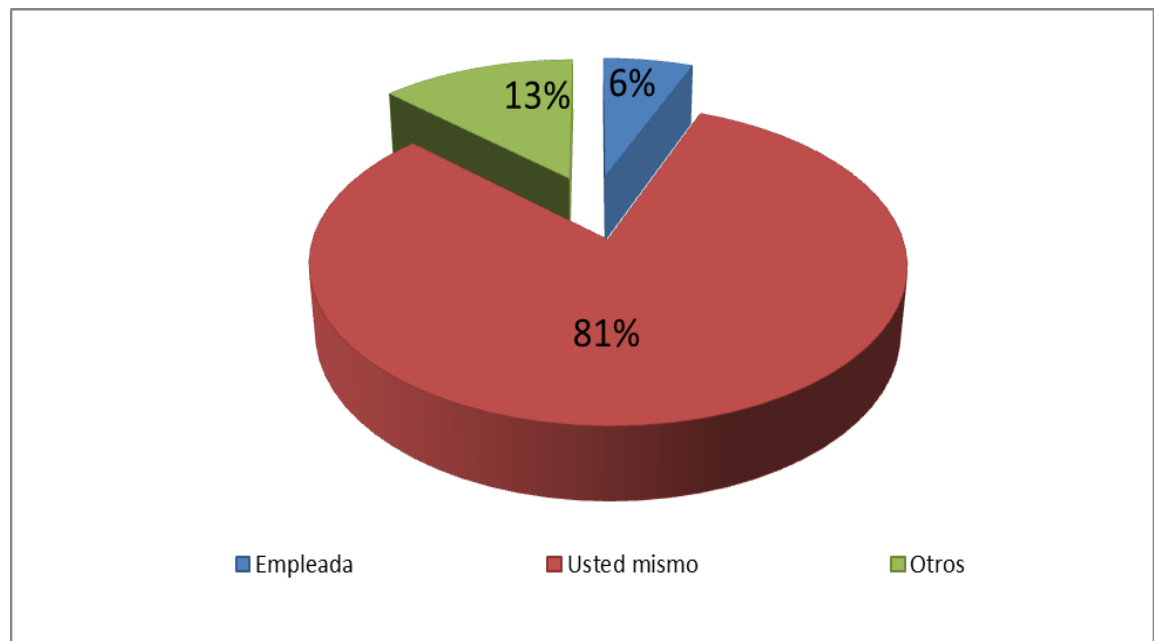


Gráfico 3. Persona que realiza la limpieza

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 3, el 81% de los habitantes encuestados manifestaron que ellos realizan la limpieza en su vivienda, el 13% expresaron que tienen una empleada quien lo haga y el restante 6% opinaron que lo hacen otros tipos de personas. Esta información ayuda a la investigación a marcar que un servicio de limpieza podría ser de apoyo en los hogares en donde la mayoría de personas trabajan.

Pregunta 4.- ¿Cuánto cancelaría usted por servicios de limpieza interno en su vivienda?

Cuadro 4. Precio pagaría por el servicio de limpieza

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
1 – 25	17	4
25 – 50	216	57
50 – 75	99	26
Más de 75	49	13
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

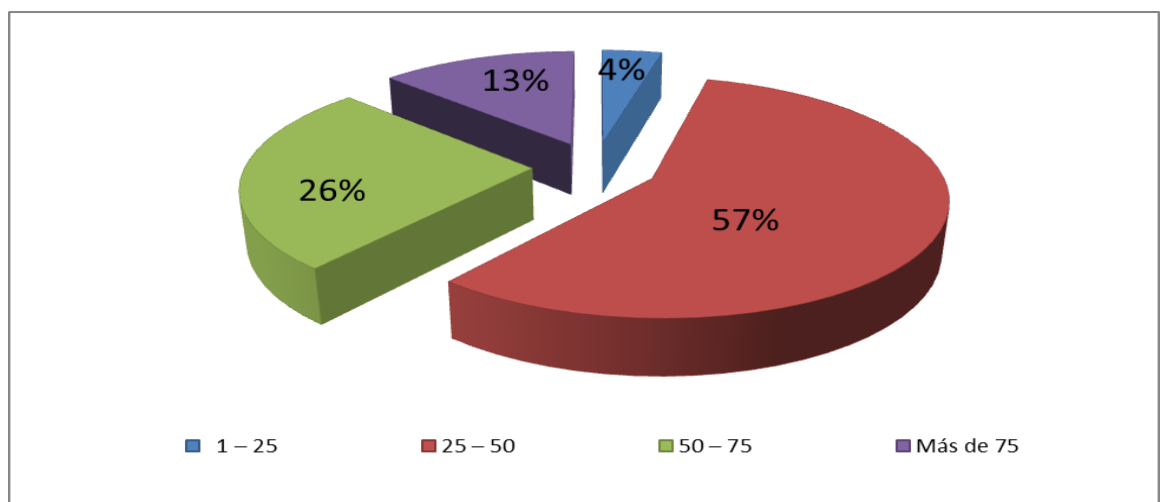


Gráfico 4. Precio pagaría por el servicio de limpieza

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 4, el 57% de los encuestados expresaron que el precio que ellos se inclinaría pagar por el servicio de limpieza es de 25 – 50 dólares, el 26% entre 50 – 75 dólares, con el 13% más de 75 dólares y el 4% pagaría entre 1 – 25 dólares. La mayoría están dispuestas a pagar un valor significativo con la finalidad de que el lugar que se va asear quede limpio; ayudando a conocer en la investigación, que el precio no es tan influyente para la contratación del servicio.

Pregunta 5.- ¿Qué factor considera determinante para contratar los servicios de limpieza especializada para viviendas?

Cuadro 5. Servicios especializados en limpieza a viviendas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
Precio	124	33
Calidad	178	47
Tiempo	79	21
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

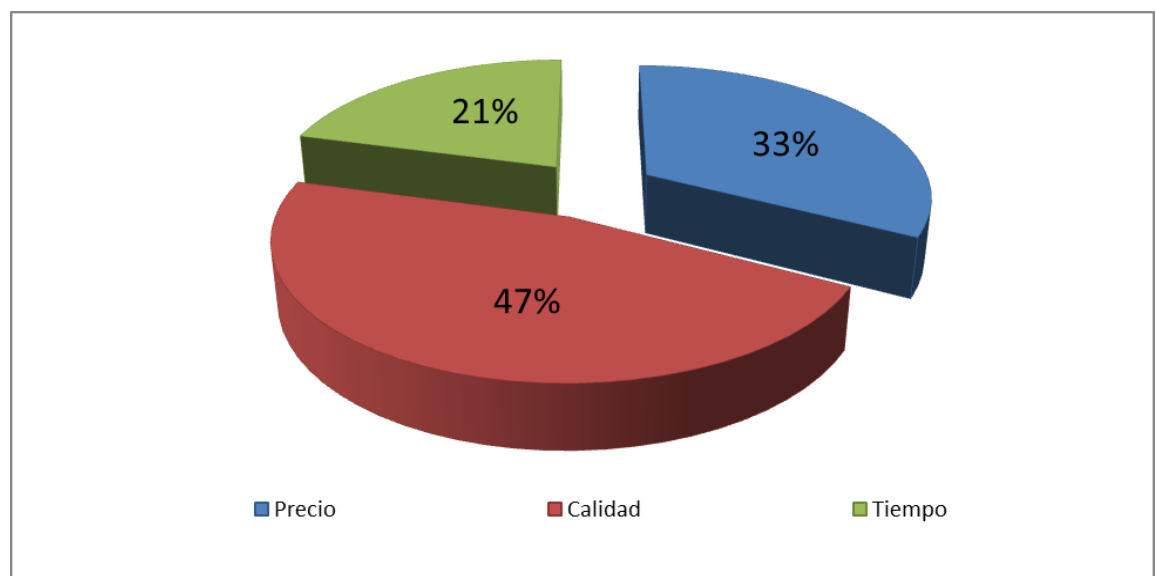


Gráfico 5. Servicios especializados en limpieza a viviendas

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 5, el 47% de los habitantes encuestados manifestaron que entre el factor más determinante para contratar el servicio sería la calidad de la limpieza, el 33% el precio y el 21% en cambio expresaron que el tiempo que se lleven en realizar la limpieza. En base a esta información se puede decir que el servicio a ofertar deberá ser realizado con calidad ya que esto ayuda a dar una buena imagen de la empresa.

Pregunta 6.- ¿Conoce usted alguna empresa específica que oferte o preste servicios de limpieza para viviendas en el cantón Quevedo?

Cuadro 6. Empresas que oferten servicios de limpieza especializada

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
SI	0	0
NO	381	100
TOTAL	391	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

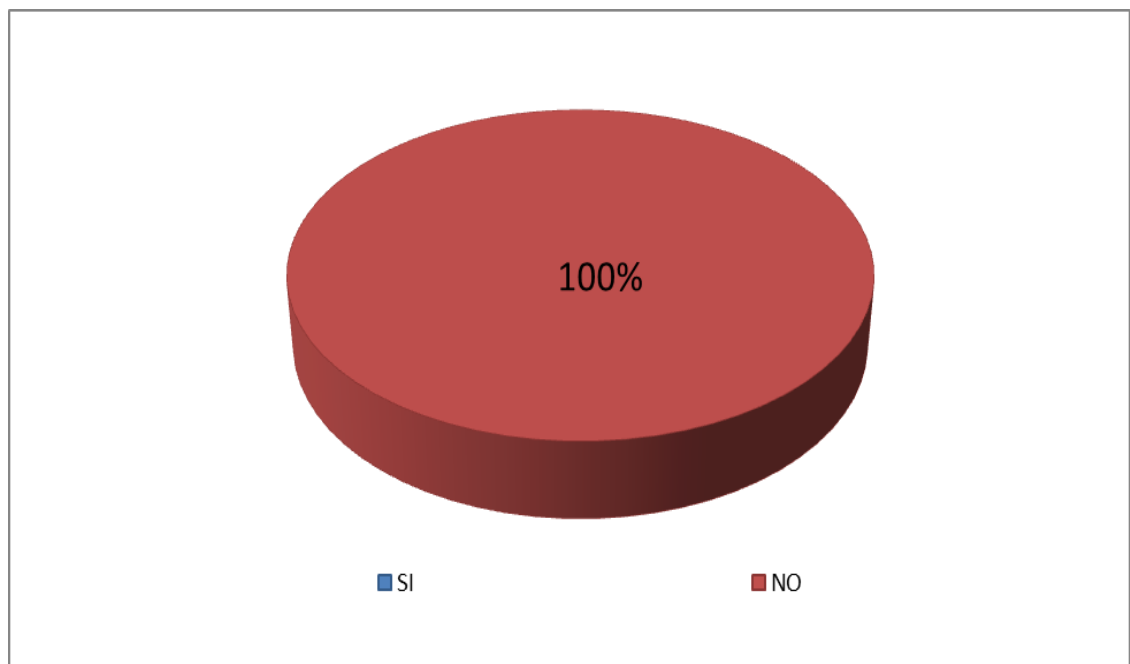


Gráfico 6. Empresas que oferten servicios de limpieza especializada

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 6, el 100% de los habitantes encuestados expresaron que no conocen en el Cantón Quevedo empresas que oferten servicio de limpieza especializada a viviendas. Esto ayuda a la investigación analizar que la empresa sería la única que preste este servicio en el cantón Quevedo.

Pregunta 7.- Si una empresa le ofreciera los servicios de limpieza especializados para su vivienda, ¿Estaría dispuesto a contratar dichos servicios?

Cuadro 7. Disposición de contratar servicio de limpieza a viviendas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
SI	324	85
NO	57	15
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

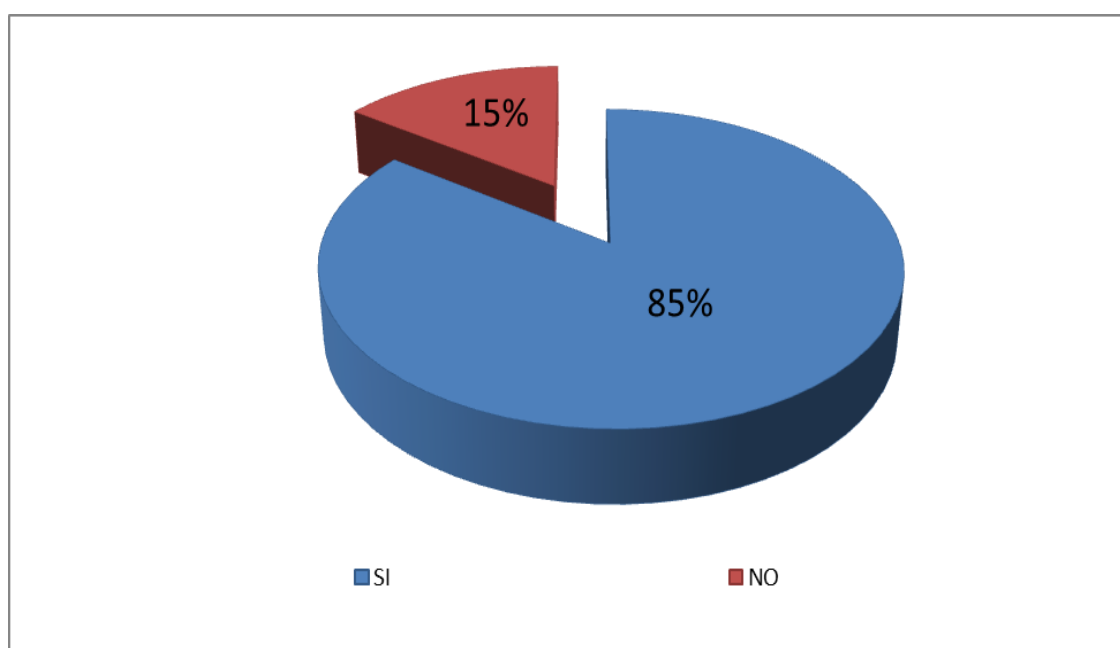


Gráfico 7. Disposición de contratar servicio de limpieza a viviendas

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 7, el 85% de los encuestados expresaron que si estarían dispuestos a contratar el servicio de la empresa de limpieza especializada a viviendas, en cambio el 15% manifestaron que no. Esto permite conocer que la hay una disposición mayoritaria por la implementación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas.

Pregunta 8. De las siguientes opciones, ¿cuáles considera usted esenciales en lo que respecta a servicios de limpieza para la vivienda?

Cuadro 8. Factores para ofertar servicios de limpieza de viviendas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
Limpieza De Muebles	58	15
Limpieza y enserados de pisos y baños	25	7
Lavado de alfombras	14	4
Limpieza de ventanas y fachada	121	32
Todas las anteriores	153	40
ninguna	10	3
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes

Elaborado por: Autora

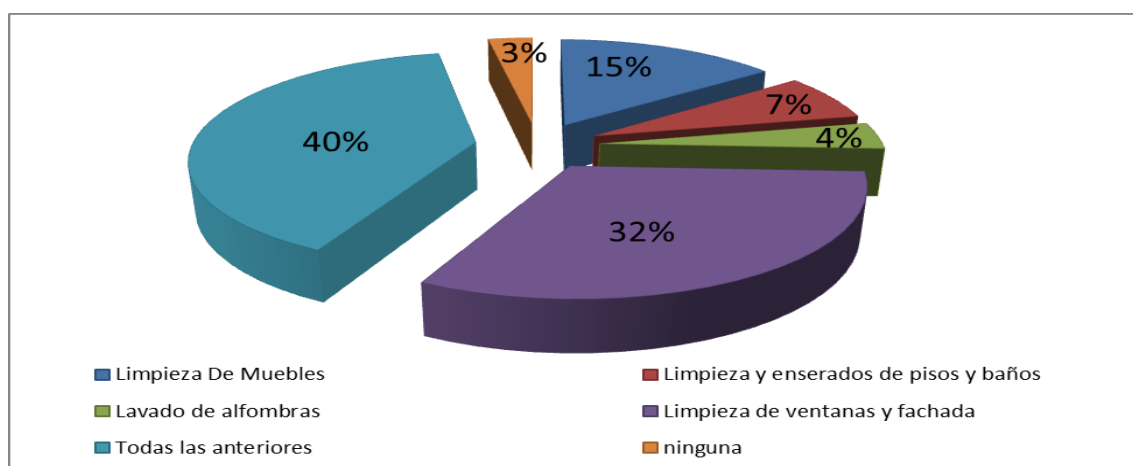


Gráfico 8. Factores para ofertar servicios de limpieza de viviendas

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 8, el 40% de los habitantes manifestaron que el factor más importante es todas las anteriores, el 32% la limpieza de ventanas y fachadas, el 15% limpieza de muebles, el 7% limpieza y enserado de pisos y baños, el 4% el lavado de alfombras y el 3% manifestaron que ninguna. En base a esta información se puede decir que el servicio a ofertar deberá ser realizado profesionalmente ya que esto ayuda a dar una buena imagen de la empresa.

Pregunta 9. ¿Cómo le gustaría contratar nuestros servicios?

Cuadro 9. Contratación de servicios de limpieza

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
Diario	29	8
Semanal	185	49
Quincenal	99	26
Mensual	68	18
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes

Elaborado por: Autora

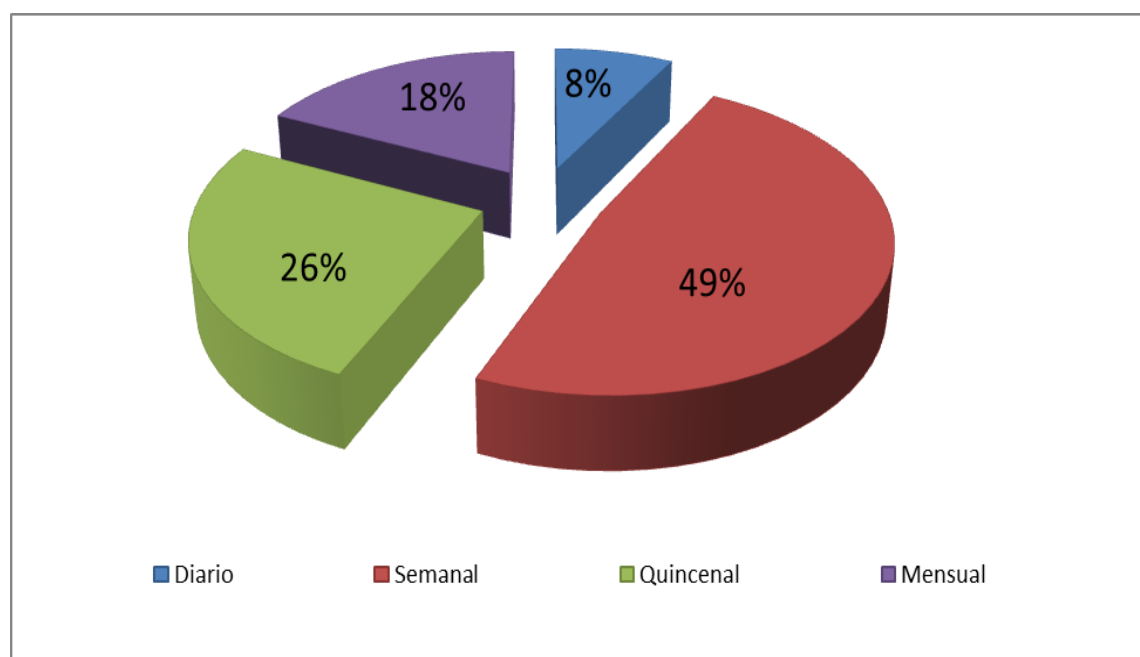


Gráfico 9. Contratación de servicios de limpieza

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 9, indica que el 49% de los habitantes manifestaron que contratarían el servicio semanalmente, el 26% quincenal, el 15 mensual y en cambio el 8% manifestaron que lo harían diario. Esta información permite conocer la frecuencia con la que sería adquirida el servicio a ofertar.

Pregunta 10. ¿En qué horarios le gustaría contratar nuestro servicio?

Cuadro 10. Horarios que desean contratar servicios de limpieza

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
08h00 – 10h00	176	46
10h00 – 12h00	104	27
13h00 – 15h00	8	2
15h00 – 17h00	24	6
17h00 – 19h00	69	18
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

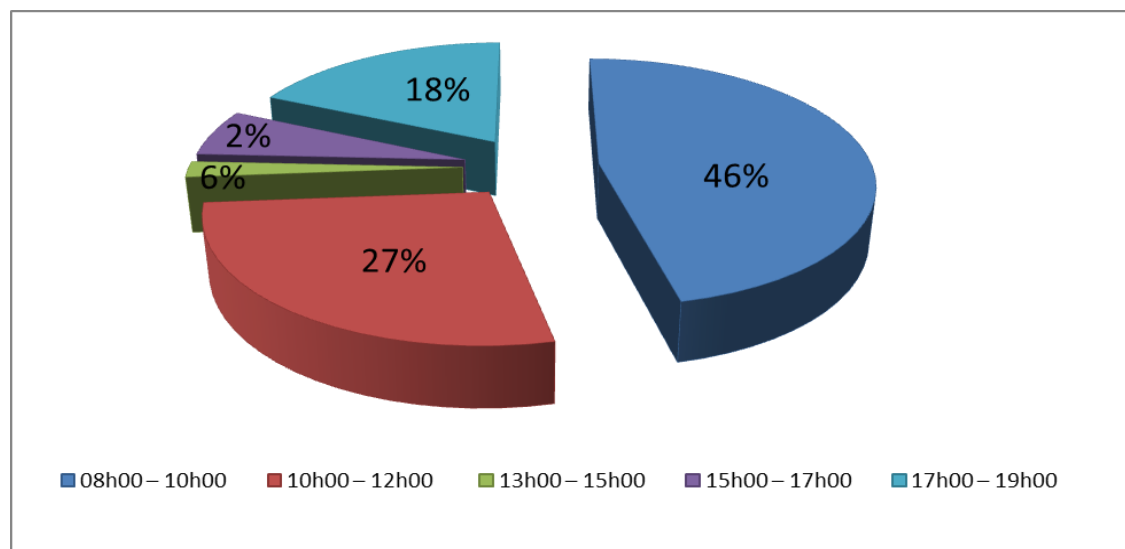


Gráfico 10. Horarios que desean contratar servicios de limpieza

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 10, registra que el 46% de los entrevistados manifiesta que el horario de su preferencia para la limpieza de su vivienda es de 08h00 – 10h00, el 27% entre 10h00 – 12h00, el 18% entre 17h00 – 19h00, el 6% entre las 15h00 – 17h00 y finalmente el 2% entre la 13h00 – 15h00. Ayudando esto al negocio a poner en marcha debe establecer el horario de mayor demanda por las distintas actividades que tienen los clientes.

Pregunta 11. ¿Cómo le gustaría que fueran los pagos?

Cuadro 11. Preferencias de los clientes en cuanto a formas de pago

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
Semanal	78	20
Quincenal	105	28
Mensual	198	52
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

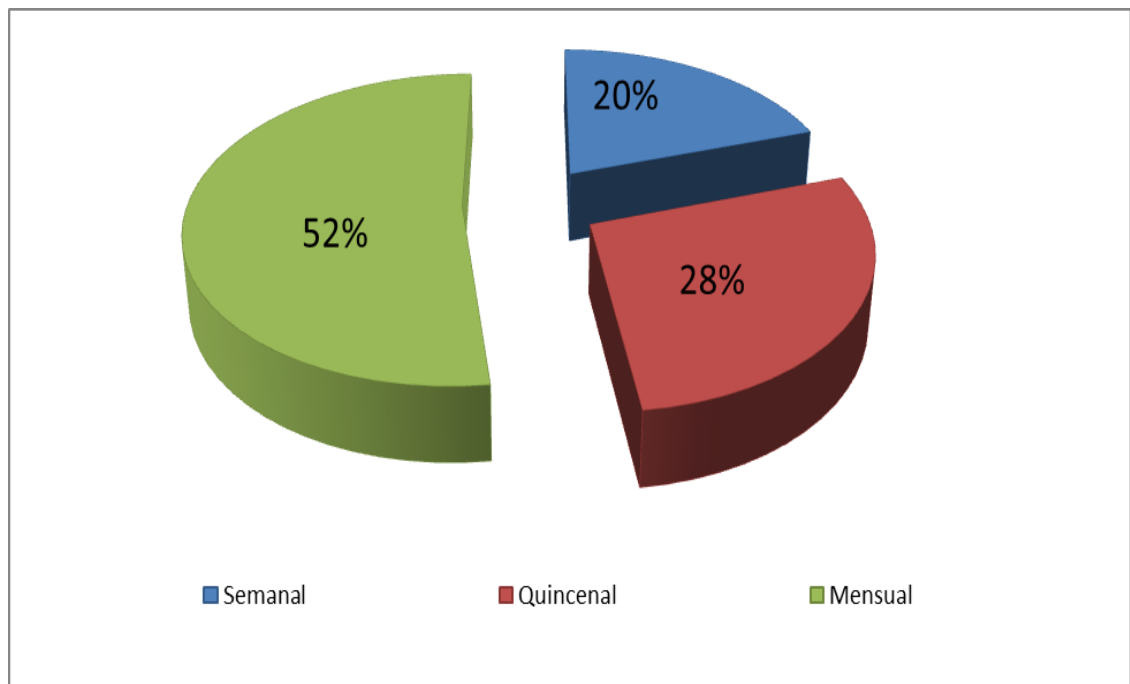


Gráfico 11. Preferencias de los clientes en cuanto a formas de pago

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 11, la encuesta realizada a la población del cantón Quevedo, indica que el 52% prefiere la forma de pago mensualmente, el 28% quincenal y el 20% prefieren semanalmente. Esta información permite conocer la frecuencia con la que sería adquirida el servicio a ofertar.

Pregunta 12. Con la creación de una empresa de servicio de limpiezas a viviendas en el Cantón Quevedo. ¿Usted estaría contratar el servicio?

Cuadro 12. Contratar el servicio de la empresa de limpieza

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	FRECUENCIA
	RELATIVA	ABSOLUTA
SI	222	58
NO	159	42
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta habitantes
Elaborado por: Autora

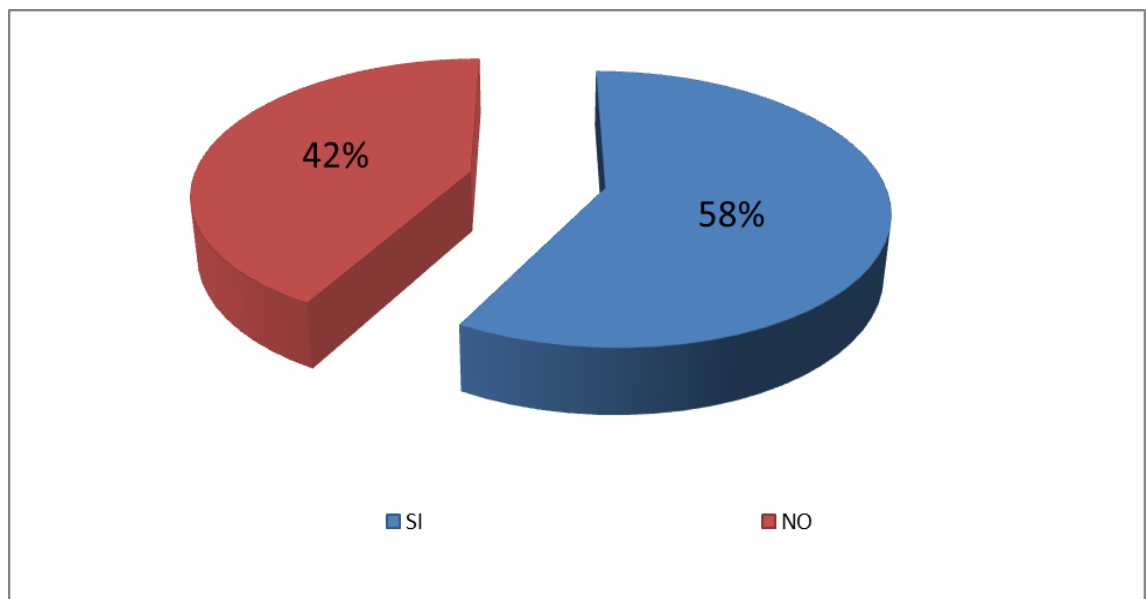


Gráfico 12. Contratar el servicio de la empresa de limpiezas

Interpretación y Análisis:

Según el gráfico # 12, indica que el 58% de los entrevistados manifiesta que SI estarían dispuesto a contratar el servicio de limpieza a viviendas en cambio el 42% restante expresaron que no. Esto permitirá que existiera una demanda del 58% para la implementación de una empresa de servicio de limpieza ahogares.

4.1.1.2. Demanda actual

De acuerdo al censo poblacional del 2010 realizado en el cantón Quevedo posee una población de 173575 habitantes, en donde se manifiesta que en cada familia viven un promedio de 4 personas (43.934 familias). En las encuestas indicaron que el 81% de los habitantes estarían dispuestos a contratar el servicio especializado de limpiezas a viviendas.

$$43.934 * 58\% = 25.482 \text{ viviendas}$$

Cuadro 13. Demanda futura.

DEMANDA ACTUAL
25.482 viviendas

Fuente: Encuestas a ciudadanía

4.1.1.3. Demanda Futura

Según INEC la tasa de población activa tendrá un crecimiento del 5% anual, el cual permitirá obtener las proyecciones del mercado objetivo en los siguientes periodos.

Cuadro 14. Demanda Futura

N° AÑOS	PROYECCIÓN
2014	25.482
2015	26.756
2016	28.094
2017	29.499
2018	30.974

Elaborado por: Autora

4.1.1.4. Oferta Actual

En el cuadro 15. Se demuestra que la oferta actual de empresas de limpiezas de viviendas en el cantón Quevedo es cero.

Cuadro 15. Oferta actual

OFERTA ACTUAL
Cero empresas de limpiezas

4.1.1.5. Oferta futura

Cuadro 16. Oferta futura

AÑOS	PROYECCIÓN
1	0
2	0
3	0
4	0
5	0

4.1.1.6 Demanda insatisfecha

Cuadro 17. Demanda insatisfecha

AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
1	0	25.482	25.482
2	0	26.756	26.756
3	0	28.094	28.094
4	0	29.499	29.499
5	0	30.974	30.974

En el cuadro 17. Se demuestra que el proyecto cuenta con la demanda insatisfecha necesaria que le permite participar en el mercado local. Se puede observar que año tras año asciende significativamente, en el primer año se proyecta en 25.482 viviendas y para el quinto año se proyecta en 30.974 viviendas lo que justifica que desde el punto de vista del mercado va a ser conveniente la implementación de la propuesta.

4.1.1.7. Descripción del cliente

Se propone captar familias sin distinción clases sociales que estén dispuestos a contratar el servicio de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.

4.1.1.8. Mercado objetivo

El mercado objetivo que pretende captar la empresa de servicio de limpiezas son las viviendas del cantón Quevedo.

4.1.1.9. Nombre

El nombre la empresa de servicio de limpiezas a viviendas será “CLEANING HOUSE” que estará ubicado en el Cantón Quevedo.



Figura 1. Logotipo de la empresa de servicio de limpiezas a viviendas

SLOGAN: Cleaning house en tu hogar

4.1.1.10. Precio

La fijación del precio para el servicio de limpiezas a viviendas se determina basándose en el precio que los habitantes estarían dispuestos a pagar por el servicio de limpiezas a viviendas mediante la pregunta 4 de las encuestas donde manifestaron en promedio de \$ 35 dólares.

4.1.1.11. Promoción

La empresa de servicio de limpiezas a viviendas para llegar a conocer utilizará los siguientes medios de difusión:

- **Televisión**

La empresa de servicio de limpiezas a viviendas se dará a conocer a través del canal televisivo REY TV en los horarios de mayor sintonía y captación por parte de la ciudadanía.

- **Vallas publicitarias**

Serán ubicados en puntos estratégicos del Cantón Quevedo, también se procederá a realizar guindolas, hojas volantes para que la ciudadanía que conozca el servicio que vamos a ofrecer.



Figura 2. Valla publicitaria



Figura 3. Tarjeta de presentación

- **Radio**

Se procederá a realizar cuñas comerciales a través de radios en el horario de la mañana y medio día donde son las horas de mayor sintonía.

4.1.2. Estudio Técnico

4.1.2.1. Tamaño del proyecto

El tamaño óptimo del proyecto se lo determina en función del estudio de mercado (Demanda Insatisfecha Futura), localización, disponibilidad de productos, financiamiento y tecnología.

Cuadro 18. Tamaño Óptimo del proyecto

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	25.482	0	25.482
2015	26.756	0	26.756
2016	28.094	0	28.094
2017	29.499	0	29.499
2018	30.974	0	30.974

Fuente: Encuestas a ciudadanía

Elaborado por: Autora

Y en función de los factores que inciden en la determinación del tamaño de un proyecto se pudo establecer que se podrá atender a un 10% de la demanda insatisfecha para el primer año.

4.1.2.2. Localización del proyecto

Para determinar la ubicación adecuada de la empresa de servicio de limpiezas a viviendas se consideró la disponibilidad de acceso al local con la finalidad de maximizar las utilidades y minimizar los costos.

4.1.2.2.1. Macro-localización

El lugar selecto para el establecimiento de la empresa de servicio de limpiezas a viviendas, es en la provincia de Los Ríos, cantón Quevedo.



Figura4. Macro-localización

4.1.2.2.2. Micro-localización

La empresa de servicio de limpiezas a viviendas estará ubicada en la Av. Walter Andrade Fajardo, en la calle cuarta.



Figura5. Micro-localización

4.1.2.2.3. Factores Locacionales

Facilidad de Acceso: Existencia de vías alternas para el acceso a la empresa deservicio de limpiezas a viviendas y para el personal como para los clientes potenciales.

Seguridad: La empresa deservicio de limpiezas a viviendas deberá estar ubicada en un lugar seguro que brinde confianza a los clientes al momento de asistir a nuestro establecimiento.

4.1.2.3. Infraestructura de la Empresa.

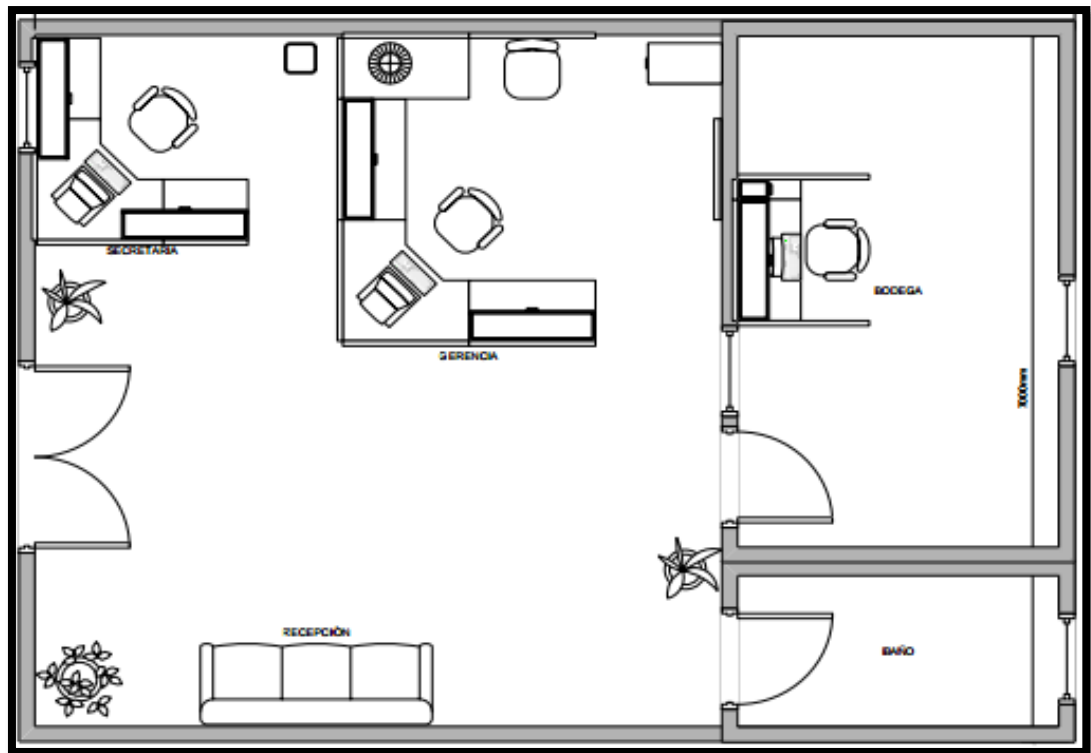


Figura6. Infraestructura de la Empresa.

La empresa utilizará un área de 300 metros cuadrados, distribuidos de la siguiente manera:

- Bodega
- Recepción
- Baño
- Oficina del administrador

4.1.2.4. Organigrama

4.1.2.4.1. Organigrama organizacional

El proyecto de creación de la empresa deservicio de limpiezas a viviendas va a contar con la siguiente estructura organizacional:

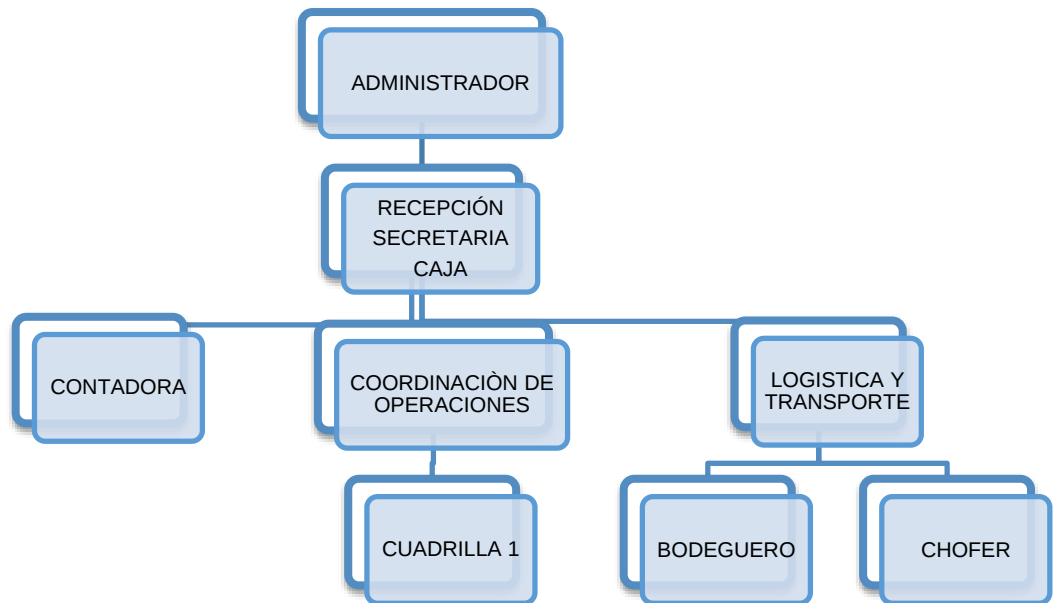


Figura7. Estructura Organizacional

4.1.2.4.2. Organigrama funcional

ADMINISTRADOR

- ✓ Representar legalmente a la empresa.
- ✓ Aprobar la compra de insumos de limpiezas.
- ✓ Velar por el correcto cumplimiento de los procedimientos internos.
- ✓ Atender a las quejas y sugerencias de los clientes.
- ✓ Dar solución a los conflictos internos.
- ✓ Capacitar a los colaboradores.
- ✓ Evaluar el desempeño de los colaboradores.
- ✓ Mantener contacto con los proveedores.
- ✓ Aprobar desembolsos.

- ✓ Realizar informes a los accionistas con respecto al desenvolvimiento de la empresa.

RECEPCIÓN/SECRETARIA/CAJA

- ✓ Realizar informes de ingresos y egresos.
- ✓ Recibir a los clientes.
- ✓ Cobrar y facturar por el servicio a los clientes.
- ✓ Atender llamadas.

CONTADORA

- ✓ Revisar el área de trabajo.
- ✓ Llevar un libro de registro y reservaciones.
- ✓ Ocupar a los clientes en sus respectivos lugares.
- ✓ Indicar la distribución física de la empresa a los clientes.
- ✓ Realización de procedimiento contable de la empresa.
- ✓ Consolidación y presentación de estados financieros a los accionistas.

BODEGUERO

- ✓ Realizar las actividades inherentes al cargo de bodeguero
- ✓ Responsable de contactar a los proveedores recibir la mercadería.
- ✓ Estará a cargo de la logística de la empresa.
- ✓ Mantenimiento vehicular

CUADRILLA

- ✓ Brindar el servicio de limpiezas a los clientes.
- ✓ Mantenimiento preventivo de maquinaria, equipo y herramientas.
- ✓ Custodiar los insumos entregados a su cargo.
- ✓ Ocasionalmente tareas de transporte.

4.1.2.5. Misión y visión

A. MISIÓN

Dar un servicio de calidad de valores al cliente – usuario brindando cercanía, seguridad y rapidez en la ejecución de las transacciones y a la vez participar como socio estratégico del cliente – empresa en el cumplimiento de objetivos relacionados a la rentabilidad.

B. VISIÓN

Ser conocidos desde el 2015 como una empresa de limpiezas de viviendas a nivel local y nacional y destacarnos por un servicio de alta calidad orientado siempre a la satisfacción total de los clientes.

C. VALORES

HONESTIDAD.- Cooperar con los clientes y proveedores de forma justa, manteniendo una comunicación abierta y de confianza con ellos. Ofrecer oportunidades de desarrollo para aquellos trabajadores capacitados.

LEALTAD.- hacer de la mejor manera aquello con lo que cada miembro de la empresa se ha comprometido y es muy importante mantener el secreto profesional.

D. PRINCIPIOS

CALIDAD.- Cada miembro de la empresa realizará su trabajo con la mayor eficiencia, tratando en todo momento de mejorar el servicio.

COMPETITIVIDAD.- La empresa se encaminará hacia una mejor situación, tanto empresarial, laboral como social y se esforzara por tener ventajas competitivas sostenibles que marquen pautas respecto a la competencia.

SERVICIO AL CLIENTE.- Cada uno de los clientes internos de la empresa buscara siempre la máxima satisfacción del cliente.

INNOVACIÓN.- Se renovarán periódicamente los equipos e implementos utilizados actuales para brindar servicios de calidad y reducir costos.

E. POLÍTICAS

- a) Mantener precios competitivos en el mercado.
- b) Utilizar tecnología actual para brindar mejor servicio.
- c) Uso de medios publicitarios, para ofertar los servicios.
- d) Brindar capacitaciones permanentes al personal.
- e) Evaluar oportunamente los informes financieros corregir desviaciones inmediatamente.
- f) Pago correcto y oportuno de impuestos fiscales.
- g) Los pagos de los clientes pueden ser mensuales, quincenales o diarios.
- h) Realizar reuniones con todos los empleados para evaluar su desempeño y conocer sus necesidades.

4.1.3. Estudio económico

4.1.3.1. Inversión activos fijos

En el siguiente cuadro se detallan los activos fijos para el funcionamiento la empresa de servicio de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo.

Cuadro 19. Inversión inicial

DETALLE	CANT	V. UNITARIO	V. TOTAL
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			
MUEBLES DE OFICINA			
Escritorio	3	125.00	375.00
Silla	3	14.50	43.50
Sillón	2	42.00	84.00
Archivadores	2	100.00	200.00
Vitrinas	2	46.00	92.00
TOTAL DE MUEBLES DE OFICINA			794.50
EQUIPO Y MAQUINARIA			
Aspiradora profesional Electrolux 1600	2	160.00	320.00
Raqueteadora y abrilladora Electrolux	2	520.00	1.040.00
Aspiradora de polvo y agua 15 litros	2	610.00	1.220.00
Electrolux HIPO aspiradora lava alfombras	1	1.200.00	1.200.00
Pulidora y abrilladora mecánica	2	400.00	800.00
Indumentaria de limpiezas	8	50.00	400.00
Carro de limpiezas	4	150.00	600.00
TOTAL DE EQUIPO Y MAQUINARIA			5.580.00
EQUIPO DE OFICINA			
Aire acondicionado	1	540.00	540.00
Teléfono	1	18.00	18.00
Televisor	1	500.00	500.00
Equipo de sonido	1	250.00	250.00
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA			1.308.00
VEHÍCULO			
Furgoneta	1	15.000.00	15.000.00
TOTAL DE VEHÍCULO			15.000.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Computadora	3	500.00	1.500.00
Impresora	3	250.00	750.00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN			2.250.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLES			24.932.50
ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES			
Gasto de constitución		200.00	200.00
Gasto de instalación		700.00	700.00
Licencias y softwares		100.00	100.00
Servicio Básicos		80.00	80.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS INTAGIBLES			1.080.00
TOTAL DE ACTIVOS			26.012.50
IMPREVISTO (10%)			1.300.63
Insumos			2.000.00
TOTAL DE INVERSIÓN			29.313.13

Elaborado por: Autora

4.1.3.2. Capital de trabajo

Cuadro 20. Capital de trabajo

DETALLE	MENSUAL	TRIMESTRAL
Sueldos y salarios	4.370.77	13.112.31
Servicios básicos	200.00	600.00
Alquiler del local	500.00	1.500.00
Materiales de limpiezas	50.00	150.00
Materiales de oficina	100.00	300.00
TOTAL		15.662.31

4.1.3.3 Inversión total

Cuadro 21. Inversión total

DETALLE	TOTAL
Activos fijos	29.313.13
Capital de trabajo	15.662.31
TOTAL	44.975.44

4.1.3.4. Financiamiento

Cuadro 22. Financiamiento

DETALLE	%	VALOR
Financiamiento bancario	100%	44.975.44
TOTAL	100%	44.975.44

4.1.3.5. Depreciaciones

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor Adquisición} - \text{Valor Residual}}{\text{Años Vida Útil}}$$

Cuadro 23. Depreciaciones

DETALLE	VALOR DE ADQUISICIÓN	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	VALOR
Muebles de oficina	1.930.00	10	10%	75.48
Equipos de oficina	2.308.00	10	10%	117.72
Equipos y maquinaria	3.450.00	10	10%	530.10
Equipo de computación	2.250.00	3	33%	502.50
Vehículo	15.000.00	5	20%	2400.00
TOTAL				3.625.80

4.1.3.6. Ingresos**Cuadro 24. Ingresos**

CONCEPTO	VALOR
Demanda insatisfecha	25.482
Captación de clientes	15%
Servicio de limpiezas	\$ 35
INGRESOS TOTALES	133.780.50

Cuadro 25. Ingresos futuros

AÑOS	PROYECCIONES
1	133.780.50
2	140.469.53
3	147.493.00
4	154.867.65
5	162.611.03

4.1.3.7. Egresos

Cuadro 26. Egresos

CONCEPTO	1	2	3	4	5
GASTOS FIJOS					
Sueldos y salarios	52.449.24	55.071.70	57.825.29	60.716.55	63.752.38
Alquiler de local	6.000.00	6.300.00	6.615.00	6.945.75	7.293.04
Publicidad	1.200.00	1.260.00	1.323.00	1.389.15	1.458.61
Deprecaciones	3.625.80	3.625.80	3.625.80	3.6625.80	3.625.80
Amortización	11.600.40	11.600.40	11.600.40	11.600.40	11.600.40
Servicios básicos	2.400.00	2.520.00	2.646.00	2.778.30	2.917.22
TOTAL DE GASTOS FIJOS	77.275.44	80.377.90	83.635.49	87.055.95	90.647.44
GASTOS VARIABLES					
Insumos	30.000.00	31.500.00	33.075.00	34.728.75	36.465.19
TOTAL DE GASTOS VARIABLES	30.000.00	31.500.00	33.075.00	34.728.75	36.465.19
EGRESOS	107.275.44	111.877.90	116.710.49	121.784.70	127.112.63

4.1.3.8. Punto de equilibrio

Cuadro 27. Punto de equilibrio

DETALLE	VALOR
Gastos fijos	77.275.44
Gastos variables	30.000.00
Egresos	107.275.44
Ingresos	133.780.50
PUNTO DE EQUILIBRIO	99.613.58

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{RAZON DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN} = \frac{COSTOS FIJOS}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES}{INGRESOS TOTALES}}$$

$$PE = \frac{COSTOS FIJOS}{RAZON DEL MARGEN DE CONTRIBUCIÓN} = \frac{77.275.44}{1 - \frac{30.000.00}{133.780.50}}$$

$$PE = \frac{77.275.44}{1 - 0.2}$$

$$PE = \frac{77.275.44}{0.78}$$

$$PE = \$ 99.613.58$$

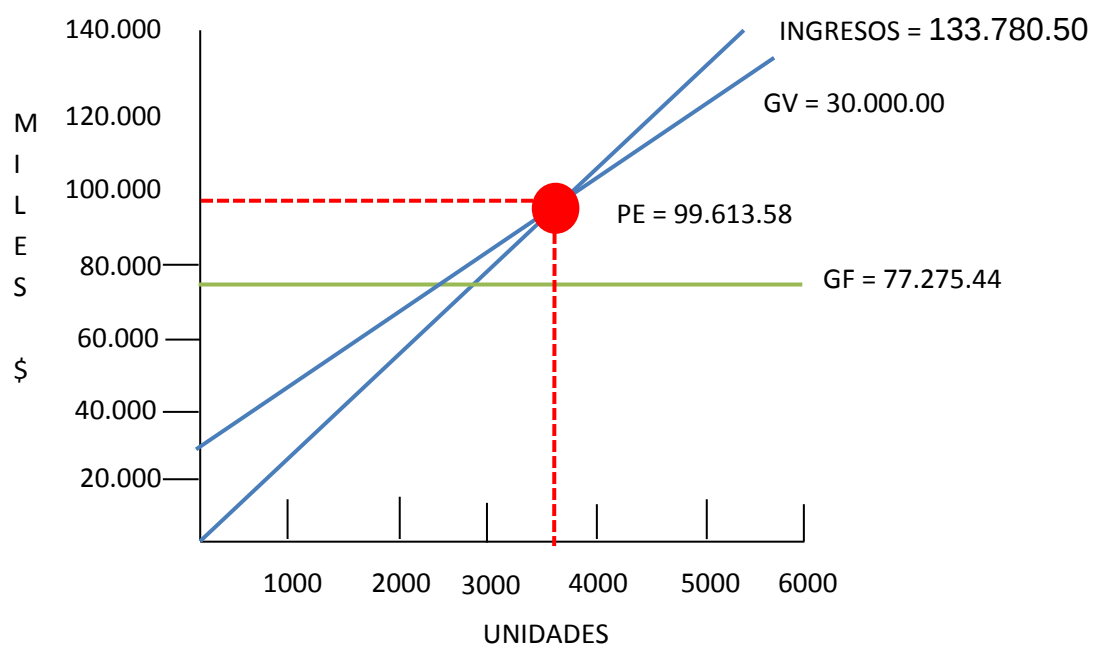


Figura 8. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio no indica que la empresa debe registrar un valor de \$ 99.613.58 dólares para que no pierda ni gana en sus operaciones.

4.1.3.9. Estado de pérdidas y ganancias

Cuadro 28. Estado de pérdidas y ganancias

CONCEPTO	1	2	3	4	5
Ingresos	133.780.50	140.469.53	147.493.00	154.867.65	162.611.03
Egresos	107.275.44	111.877.90	116.710.49	121.784.70	127.112.63
Utilidad bruta	26.505.06	28.591.63	30.782.51	33.082.95	35.498.40
Gastos de depreciación	3.625.80	3.625.80	3.625.80	3.6625.80	3.625.80
Gastos de amortización	11.600.40	11.600.40	11.600.40	11.600.40	11.600.40
Utilidad operacional	11.278.86	13.365.40	15.556.31	17.856.75	20.272.20
Utilidad antes de 15% participación de empleados	1.691.83	2.004.81	2.333.45	2.678.51	3.040.83
Utilidad antes de impuestos	9.587.03	11.360.61	13.222.87	15.178.24	17.231.37
Impuestos a la renta	1.438.05	1.704.09	1.983.43	2.276.74	2.584.71
UTILIDAD NETA	8.148.98	9.656.52	11.239.44	12.901.50	14.646.66

Elaborado por: Autora

4.1.3.10. Flujo de efectivo

Cuadro 29. Flujo de efectivo

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingresos		133.780.50	133.780.50	133.780.50	133.780.50	133.780.50
Valor residual						3.625.80
TOTAL DE INGRESOS		137.406,30	137.406,30	137.406,30	137.406,30	\$ 137.406,30
EGRESOS						
Inversión inicial	-44.975.44					
Depreciación		3.625.80	3.625.80	3.625.80	3.6625.80	3.625.80
Salarios		52.449.24	52.449.24	52.449.24	52.449.24	52.449.24
Amortización		11.600.40	11.600.40	11.600.40	11.600.40	11.600.40
TOTAL DE GASTOS VARIABLES	-44.975.44	67.675.44	67.675.44	67.675.44	67.675.44	67.675.44
Depreciaciones		3.625.80	3.625.80	3.625.80	3.6625.80	3.625.80
FNE	-44.975.44	66.105.06	66.105.06	66.105.06	66.105.06	66.105.06

4.1.4. Estudio Financiero

4.1.4.1. Valor Actual Neto (VAN)

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VAN = -44.975.44 \frac{66.105.06}{(1+10.5\%)} + \frac{66.105.06}{(1+10.5\%)^2} + \frac{66.105.06}{(1+10.5\%)^3} + \frac{66.105.06}{(1+10.5\%)^4} + \frac{66.105.06}{(1+10.5\%)^5}$$

$$VAN = -44.975.44 + 59.823.58 + 54.138.99 + 48.994.56 + 44.338.97 + 40.125.76$$

$$VAN = \$ 202.446.43$$

En este proyecto se muestra un **VAN de \$ 202.446.43** lo cual es positivo.

4.1.4.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VAN = -44.975.44 \frac{66.105.06}{(1+145)} + \frac{66.105.06}{(1+145)^2} + \frac{66.105.06}{(1+145)^3} + \frac{66.105.06}{(1+145)^4} + \frac{66.105.06}{(1+145)^5}$$

$$0 = -44.975.44 + 26.945.76 + 10.983.64 + 4.477.15 + 1.824.98 + 743.89$$

$$0 = 0$$

La TIR del proyecto presenta un porcentaje del **145%** y la tasa de interés es de 10.5%.

4.1.4.3. Relación Beneficio Costo (B/C)

VAN DE INGRESOS

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VAN(y) = -44.975.44 \frac{133.780.50}{(1+0,105)} + \frac{133.780.50}{(1+0,105)^2} + \frac{133.780.50}{(1+0,105)^3} + \frac{133.780.50}{(1+0,105)^4} + \frac{133.780.50}{(1+0,105)^5}$$

$$VAN(y) = -44.975.44 + 121.068.33 + 109.564.09 + 99.153.03 + 89.731325 + 81.204.75$$

$$VAN(y) = 455.746.00$$

VAN DE EGRESOS

$$VAN = -I \frac{FNE}{(1+i)^n} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-1}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-2}} + \frac{FNE}{(1+i)^{n-3}}$$

$$VAN(e) = -44.975.44 \frac{107.275.44}{(1+0,105)} + \frac{107.275.44}{(1+0,105)^2} + \frac{107.275.44}{(1+0,105)^3} + \frac{107.275.44}{(1+0,105)^4} + \frac{107.275.44}{(1+0,105)^5}$$

$$VAN(e) = -44.975.44 + 97.081.85 + 87.856.87 + 79.508.48 + 71.953.38 + 64.116.18$$

$$VAN(e) = 356.541.32$$

$$B/C = \frac{VAN \text{ INGRESOS}}{VAN \text{ EGRESOS}}$$

$$B/C = \frac{455.746.00}{356.541.32}$$

$$B/C = 1.27$$

El B/C del proyecto es de \$ **1,27** esto indica que por cada \$ 1,00 de inversión tendríamos \$ 0,27 de dólar de ganancia. Por lo tanto este proyecto es viable.

4.2. Discusión

La creación de una empresa de limpiezas a viviendas en el Cantón Quevedo no posee competencia directa debido que no existe otra empresa que oferte este servicio, lo que garantiza la creación de la empresa de limpiezas a viviendas “CLEANING HOUSE”, lo que concuerda con **Ortega (2008)**, que dice el estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción o servicios, en un periodo determinado. De acuerdo a la hipótesis planteada El estudio de mercado determina la factibilidad para la implementación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo. Se aprueba.

La empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo está dispuesta a cubrir el 155 de la demanda insatisfecha que existe en el mercado, lo cual el tamaño de la empresa será para atender a 3822, lo que concuerda con **(Hernández, 2010)**. El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definido en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa. De acuerdo a la hipótesis planteada. El estudio técnico nos determinara cual será el tamaño y requerimiento que debe tener la empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo. Se aprueba.

Una realizados los cálculos en el estudio financiero en donde indicaron la viabilidad del proyecto como es el VAN \$ 188.873.70; TIR 137% y B/C \$ 1.27, concuerda con **(Fernández, 2010)**. Expresa que el objetivo de la evaluación financiera es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión y los costos de operación del proyecto. De acuerdo a la hipótesis planteada. El estudio económico y financiero determinara si es factible la implementación de una empresa de servicios de limpiezas a viviendas en el cantón Quevedo. Se aprueba.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Quevedo cuenta con una población en su mayoría de clase media baja, por lo cual el servicio tiene que ser económico para que las personas pueda demandar el mismo. El estudio de mercado determinó que existe una demanda insatisfecha por empresas de limpieza a viviendas, la misma que pretende ser cubierta para el primer año en un 10%. En las encuestas realizadas se determinó que el 58% de los encuestadores si estarían dispuestos a contratar este servicio con la creación del servicio de limpieza a viviendas en el Cantón Quevedo.
- La mejor ubicación para la creación de la empresa de limpieza a viviendas en el Cantón Quevedo es la Av. Walter Andrade Fajardo y calle cuarta, aprovechando la infraestructura vial; medios de transporte y la facilidad de todos los servicios básicos que tiene en la localidad.
- Mediante la evaluación económica - Financiera se puede observar la viabilidad y factibilidad de la creación empresa de limpieza a viviendas en el Cantón Quevedo; considerando que posee una TIR del **145%**, un VAN de USD\$ **202.446.43**, una Relación Beneficio Costo de **US\$ 1,27**.

5.2. Recomendaciones

- ✓ Mejorar la inversión de los recursos propios necesarios y recurrir a fuentes de financiamiento como la Corporación Financiera Nacional; para llevar a cabo el proyecto propuesto, por cuanto a través del estudio de mercado, se ha demostrado que es viable desde el punto de vista: técnico, económico, financiero, además que existe una demanda insatisfecha en el mercado.
- ✓ Mejorar el manejo adecuado de cada una de las áreas que conforman la empresa de limpiezas a viviendas “CLEANING HOUSE” y los procesos de las que se encargan las mismas, para cumplir con el objetivos que se ha planteado por la empresa.
- ✓ Mejorar el presente proyecto luego de demostrar su viabilidad económica – financiera, debería ser implementado dado los beneficios sociales y económicos que brindarían tanto a los inversionistas como a la sociedad.

CAPÍTULO VI

BIBLIOGRAFÍA

6.1. Literatura citada

ANDRADE. 2009, Tercera Edición, de Andrade Simón, Editorial Andrade, Pág. 257.

AYALA, R. 2008. Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. Quinta Edición. Guayaquil – Ecuador. Pp. 255.

BACA G. 2010. Proyectos de Inversión. Cuarta Edición. Mc Graw – Hill Interamericana, México, Pp. 90 – 92.

CHIRIBOGA, G. 2008. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México. Pp. 68 – 100.

CHISNALL P. 2009. La Esencia de la Investigación de Mercados», de Chisnall Peter, Prentice Hall, Pág. 6.

DÁVALOS, P. 2008. Fundamentos de Preparación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Segunda Edición. Bogotá – Colombia. Pp 102 .104.

DIAZ, J. 2012. Diccionario y Manual de Contabilidad y Administración. Lima-Perú. Editorial de libros técnicos.

FERNANDEZ, C. 2010. Proyecto de inversión, tercera edición. Costa Rica. Mc Graw Hill

GARCÍA Y CRISTÓBAL CASANUEVA. 2011. Prácticas de la Gestión Empresarial Mc Graw Hill, Pág. 3.

GARCÍA, D. 2009. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. . Cuarta Edición. México. 128p.

GUAJARDO, G. 2010. Contabilidad Financiera. Mc Graw Hill. 4 Ed. México.
Pp. 68 – 100.

HERNÁNDEZ, H. 2010. Formulación y Evaluación e Proyectos de Inversión.
Cuarta Edición. ECAFSA, Thomson Learning. México D.F. México.
Pág. 17 – 45.

INIESTA, P. 2008. Máster de Marketing, Gestión 2000, Barcelona – España.
Pág. 45 -67.

KOTLER, P. 2008. Mercadotecnia. Cuarta Edición. México. 738p.

LAMB. 2010. Contabilidad para el Nuevo Milenio. Primera Edición. Machala-
Ecuador. Editorial Impssur. 200p.

MALHOTRA N. 2010. Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico,
Segunda Edición, Hall, Págs. 21 y 22.

MOCHON 2008. El producto de la PYME. Primera edición. Limusa S.a. Lima –
Perú. Pp. 123 – 129 – 159.

MURCIA, J. 2009. Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial
Alfa omega Colombiana S.A.

ORTEGA, U. 2008. Análisis Financiero: Certificación Internacional de
Formulación, Evaluación y Gestión de Proyectos. Maestría en Gestión
de Proyectos. BID – CITE – EPN – UTEQ. Módulo 5. Pp. 18-22.

ORTIZ, H. 2008. Proyectos de Inversión Innovadores. Mc Graw Hill. Primera
Edición. Ecuador. Pp.100.

RANDALL, 2008, del libro: «Principios de Marketing», Segunda Edición, Segunda edición, Thomson Editores Sapin, Pág. 120.

RAMÍREZ, J.2008. Fundamentos de Evaluación Financiera. Mc Graw Hill. Décima Edición. Ecuador. Pag.98.

RAYA 2008. Turismo, Hotelería y Restaurant. Edición Lexus. Quito - Ecuador. pág. 13.

ROJAS LÓPEZ. 2008. Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia.

SAPAG, N.; SAPAG, R.2009. Fundamentos de Preparación y Evaluación de proyectos. MC GRAW HILL. Bogotá – Colombia. 438p.

SARMIENTO, R. 2010. Contabilidad General. Décima Edición. Quito – Ecuador. Editorial Voluntad. Pp. 74 – 90.

SPILLER L. 2010. Evaluación financiera de proyectos de inversión. Quinta edición. Guayaquil – Ecuador. Pp.225.

STANTON R. 2010. Contabilidad Financiera. Cuarta Edición. México. Mc. Graw Hill. Pp. 156 – 159.

TERRANOVA, 2008. Economía, Administración y Mercadeo Agropecuario. Bogotá – Colombia.

TUCKER, 2008. Economía, Administración y Mercadeo Agropecuario. Bogotá – Colombia.

URQUIZO, J.2010. Análisis Financiero: Principios y Métodos. México. Mc Graw Hill. Pp. 335.

WEIERS, R. 2009. Investigación de Mercados. Edición. Prentice – Hall Hispanoamericana, México. Pp. 78 – 309.

LINKOGRAFÍA

<http://www.monografias.com/trabajos36/turismo-del-ecuador/turismo-del-ecuador.shtml>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

<http://www.monografias.com/trabajos84/estadisticas-basicas-turismo/estadisticas-basicas-turismo.shtml>

http://html.rincondelvago.com/estructura-del-mercado-turistico_1.html

<http://www.buenastareas.com/ensayos/Paradero-Turistico/2429809.html>

<http://www.definicionabc.com/general/parador.php>

<http://www.mintur.gob.ve/descargas/paradoresturisticooss.pdf>

<http://www.mintur.gob.ve/descargas/PARADORESTURISTICOS.pdf>

http://www.consultoresbym.com/Ley_Organica_Defensa_Consumidor.pdf

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Anexo 1. Sueldos y Salarios

Cuadro 31. Sueldos y salarios administrativos

CANTIDAD	DETALLE	SUELDO	DECIMO 3ero	DECIMO 4to	VAC.	APORTE PATRONAL	MENSUAL	ANUAL
1	Administrador	600	28,33	50	25	72,90	776,23	9318,76
1	Secretaría – Caja	340	28,33	28,33	14.17	37.91	448.74	5.384.88
1	Chofer	340	28,33	28,33	14.17	37.91	448.74	5.384.88
4	Cuadrilla	1360.00	340.00	340.00	56,68	151.64	2248.32	26.979.84
1	Bodeguero	340	28,33	28,33	14.17	37.91	448.74	5.384.88
TOTAL							4.370.77	52.449.24

Elaborado por: Autora

Anexo 2. Estudio de Campo





Anexo 3. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO		DIANA RAMOS TINOCO			
INSTIT. FINANCIERA		CFN			
MONTO EN USD		44.975,44			
TASA DE INTERES		10,50%		T. EFECTIVA	11,0203%
PLAZO		5	años		
GRACIA		0	años		
FECHA DE INICIO		09/05/2015			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION CADA		30	días		
Número de períodos		60	para amortizar capital		
No .	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		44.975,44			
1	08-jun-2015	44.402,28	393,54	573,16	966,70
2	08-jul-2015	43.824,10	388,52	578,18	966,70
3	07-ago-2015	43.240,86	383,46	583,24	966,70
4	06-sep-2015	42.652,52	378,36	588,34	966,70
5	06-oct-2015	42.059,03	373,21	593,49	966,70
6	05-nov-2015	41.460,35	368,02	598,68	966,70
7	05-dic-2015	40.856,43	362,78	603,92	966,70
8	04-ene-2016	40.247,23	357,49	609,20	966,70
9	03-feb-2016	39.632,70	352,16	614,53	966,70
10	04-mar-2016	39.012,78	346,79	619,91	966,70
11	03-abr-2016	38.387,45	341,36	625,34	966,70
12	03-may-2016	37.756,64	335,89	630,81	966,70
13	02-jun-2016	37.120,31	330,37	636,33	966,70
14	02-jul-2016	36.478,42	324,80	641,89	966,70
15	01-ago-2016	35.830,91	319,19	647,51	966,70
16	31-ago-2016	35.177,73	313,52	653,18	966,70
17	30-sep-2016	34.518,84	307,81	658,89	966,70
18	30-oct-2016	33.854,18	302,04	664,66	966,70
19	29-nov-2016	33.183,71	296,22	670,47	966,70
20	29-dic-2016	32.507,37	290,36	676,34	966,70
21	28-ene-2017	31.825,11	284,44	682,26	966,70
22	27-feb-2017	31.136,88	278,47	688,23	966,70
23	29-mar-2017	30.442,63	272,45	694,25	966,70
24	28-abr-2017	29.742,31	266,37	700,32	966,70
25	28-may-2017	29.035,85	260,25	706,45	966,70
26	27-jun-2017	28.323,22	254,06	712,63	966,70
27	27-jul-2017	27.604,35	247,83	718,87	966,70
28	26-ago-2017	26.879,19	241,54	725,16	966,70

29	25-sep-2017	26.147,69	235,19	731,50	966,70
30	25-oct-2017	25.409,78	228,79	737,91	966,70
31	24-nov-2017	24.665,42	222,34	744,36	966,70
32	24-dic-2017	23.914,54	215,82	750,88	966,70
33	23-ene-2018	23.157,10	209,25	757,45	966,70
34	22-feb-2018	22.393,03	202,62	764,07	966,70
35	24-mar-2018	21.622,27	195,94	770,76	966,70
36	23-abr-2018	20.844,76	189,19	777,50	966,70
37	23-may-2018	20.060,46	182,39	784,31	966,70
38	22-jun-2018	19.269,29	175,53	791,17	966,70
39	22-jul-2018	18.471,20	168,61	798,09	966,70
40	21-ago-2018	17.666,12	161,62	805,07	966,70
41	20-sep-2018	16.854,00	154,58	812,12	966,70
42	20-oct-2018	16.034,78	147,47	819,23	966,70
43	19-nov-2018	15.208,39	140,30	826,39	966,70
44	19-dic-2018	14.374,76	133,07	833,62	966,70
45	18-ene-2019	13.533,84	125,78	840,92	966,70
46	17-feb-2019	12.685,57	118,42	848,28	966,70
47	19-mar-2019	11.829,87	111,00	855,70	966,70
48	18-abr-2019	10.966,68	103,51	863,19	966,70
49	18-may-2019	10.095,94	95,96	870,74	966,70
50	17-jun-2019	9.217,58	88,34	878,36	966,70
51	17-jul-2019	8.331,54	80,65	886,04	966,70
52	16-ago-2019	7.437,74	72,90	893,80	966,70
53	15-sep-2019	6.536,13	65,08	901,62	966,70
54	15-oct-2019	5.626,62	57,19	909,51	966,70
55	14-nov-2019	4.709,15	49,23	917,46	966,70
56	14-dic-2019	3.783,66	41,21	925,49	966,70
57	13-ene-2020	2.850,07	33,11	933,59	966,70
58	12-feb-2020	1.916,48	24,94	941,76	966,70
59	13-mar-2020	974,72	16,77	949,93	966,70
60	12-abr-2020	24,79	8,53	958,17	966,70