



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previo a la obtención
del título de Ingeniera en Gestión
Empresarial

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE LIMPIEZA DE
VIVIENDAS, OFICINAS Y LOCALES COMERCIALES EN EL
CANTÓN BALZAR, AÑO 2013”**

AUTORA:

JÉSSICA TATIANA MARTÍNEZ BURGOS

DIRECTORA:

ING. ELIZABETH NÚÑEZ BARTOLOMÉ M.Sc.

QUEVEDO - ECUADOR

AÑO 2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Elizabeth Núñez Bartolomé, Docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

CERTIFICO: Que la egresada **JESSICA TATIANA MARTÍNEZ BURGOS**, realizó el trabajo de investigación titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE LIMPIEZA DE VIVIENDAS, OFICINAS Y LOCALES COMERCIALES EN EL CANTÓN BALZAR, AÑO 2013**, bajo mi dirección habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing. Elizabeth Núñez Bartolomé M.Sc.

DIRECTORA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Jessica Tatiana Martínez Burgos**, declaro que el trabajo aquí descrito es de autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

Jessica Tatiana Martínez Burgos



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TESIS DE GRADO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN EL SERVICIO DE LIMPIEZA DE VIVIENDAS, OFICINAS Y LOCALES COMERCIALES EN EL CANTÓN BALZAR, AÑO 2013”

Presentado al Honorable Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial de la egresada Jessica Tatiana Martínez Burgos.

APROBADO:

Ing. Carlos Villacis Lainez M.Sc
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Carlos Betancourt Lopez M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Mariela Andrade Arias M.Sc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO - ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

Infinitamente a mis padres por haberme guiado por el camino del bien, brindádome cariño y comprensión en todo momento

A mi directora de tesis quién me ayudó en todo momento, Ing. Elizabeth Núñez Bartolomé.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, quien en el transcurso de mi carrera supo brindarme sus enseñanzas.

A todos mis maestros, ya que con sus conocimientos me han ayudado a crecer como profesional y a mis compañeros en general, por brindarme su amistad y su confianza.

Gracias a todos por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora.

Jéssica Tatiana Martínez Burgos.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de Tesis a mis padres, mi esposo y a mi hijo. A mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. A mi esposo quien con su amor y comprensión supo apoyarme incondicionalmente a pesar de las dificultades que se presentaban siempre estuviste hay. A mi hijo quien a sido el eje principal en mi vida que gracias a su amor soy lo que soy ahora. A ellos este proyecto, que sin ellos, no hubiese podido ser.

Jéssica Tatiana Martínez Burgos.

DUBLIN CORE			
1	Título / Title	M	“Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar año 2013”
2	Creador / Creator	M	Jessica Tatiana Martínez Burgos
3	Materia / Sujet	M	Facultad de Ciencias Empresariales; Ingeniería en Gestión Empresarial.
4	Descripción / Description	M	La presente investigación se realizó en el cantón Balzar, provincia del Guayas. El objetivo principal de esta investigación fue realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales.
5	Editor / Publisher	M	FCE: Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial
6	Colaborador / Contributor	O	Ninguno
7	Fecha / Date	M	Noviembre del 2014
8	Tipo / Type	M	Tesis de grado
9	Formato / Format	R	Microsoft Office Word 2010
10	Identificador / Identifier	M	http://biblioteca.uteq.edu.ec
11	Fuente / Source	M	viviendas, oficinas y locales comerciales del cantón Balzar.
12	Lenguaje / Language	M	Español
13	Relación / Relation	O	Ninguno
14	Cobertura / Coverage	O	viviendas, oficinas y locales comerciales del cantón Balzar, provincia del Guayas.
15	Derechos / Rights	M	Ninguno
16	Audiencia / Audience	O	Projetc of investigation

ÍNDICE

	Pág.
PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA.....	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TESIS	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
DUBLIN CORE	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
CAPÍTULO I MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN	2
1.2. PROBLEMATIZACIÓN.....	3
1.2.1. Diagnostico	3
1.2.2. Formulación del problema	3
1.2.3. Sistematización del problema	4
1.3. JUSTIFICACIÓN	5
1.4. OBJETIVOS	6
1.4.1 Objetivo general.....	6
1.4.2 Objetivos específicos	6
1.5. HIPÓTESIS.....	7
1.5.1. Hipótesis general	7
1.5.2. Hipótesis específicas	7
1.5.3. Variables	7
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9

2.1.1.	Estudio de factibilidad	9
2.1.2.	Estudio de mercado	9
2.1.3.	Estudio técnico	10
2.1.4.	Estudio Financiero	12
2.1.5.	Estudio Económico	14
2.1.6.	Servicio de limpieza	14
2.1.7.	Posicionamiento de mercado.....	14
2.1.8.	Segmentación de mercado	14
2.1.9.	La investigación	14
2.1.10.	Análisis de la demanda.....	16
2.1.11.	Análisis de la oferta	17
2.2.	FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL	17
2.2.1.	El cliente	17
2.2.2.	Servicios	19
2.2.3.	El comprador	20
2.2.4.	El consumidor	21
2.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	21
2.3.1.	Decreto legislativo N° 728.....	21
2.3.2.	Requisitos para formar una empresa en el Ecuador.....	23
2.3.3.	Requisitos para una compañía anónima.....	23
2.3.4.	Tasa de habilitación de locales comerciales, y de servicios	27
	CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.1.	LOCALIZACIÓN Y DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	30
3.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	30
3.3.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	31
3.4.	FUENTES DE INVESTIGACIÓN	31
3.5.	TÉCNICA E INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN	32
3.6.	POBLACIÓN Y MUESTRA	32
3.6.1.	Población	32
3.6.2.	Tamaño de la muestra	32
3.6.3.	Procedimiento metodológico.....	33

CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN	34
4.1. ESTUDIO DE MERCADO	35
4.1.1. Análisis, tabulación e interpretación de los resultados	35
4.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	45
4.2.1. Análisis de competencia	45
4.2.2. Análisis del entorno	46
4.2.3. Demanda actual.....	46
4.2.4. Demanda futura	47
4.3. ESTUDIO TÉCNICO.....	47
4.3.1. Datos principales	48
4.3.2. Estudio organizacional.....	50
4.4. ESTUDIO ECONÓMICO	55
4.4.1. Inversión inicial	55
4.4.2. Financiamiento	56
4.4.3. Activos fijos.....	57
4.4.4. Gastos administrativos.....	58
4.4.5. Gastos operativos.....	59
4.4.6. Ingresos anuales netos.....	59
4.4.7. Punto de equilibrio	60
4.5. ESTUDIO FINANCIERO.....	61
4.5.1. Flujo de caja proyectado.....	61
4.5.2. Estado de resultados	62
4.6. INDICADORES FINANCIEROS	63
4.7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	63
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	66
5.1. Conclusiones	67
5.2. Recomendaciones	68
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS.....	72

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadros	Pág.
1 Colaboradores en la Limpieza del hogar.....	35
2 Empresa de servicios del Cantón Balzar	36
3 Importancia de una empresa de limpieza en el cantón Balzar.....	37
4 Aceptación de la empresa de limpieza y utilización de los servicios..	38
5 Indicadores de la empresa de limpieza.....	39
6 Tiempo en la contratación del servicio de limpieza	40
7 Espacio del hogar	41
8 Costo del servicio de limpieza.....	42
9 Motivos para solicitar el servicio de limpieza	43
10 Oportunidad de trabajo para empleadas domésticas.....	44
11 Demanda actual.....	47
12 Demanda futura	47
13 Inversión inicial	55
14 Tabla de amortización.....	56
15 Vehículos	57
16 Equipos de limpieza.....	57
17 Herramientas de limpieza	57
18 Muebles y enseres.....	58
19 Equipo informático	58
20 Gastos administrativos.....	58
21 Gastos operativos (servicios básicos).....	59
22 Otros gastos.....	59

23	Ingresos anuales netos	59
24	Punto de equilibrio monetario	60
25	Flujo de caja proyectado	61
26	Estado de resultados	62
27	Indicadores financieros	63

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos	pág.
1 Encuestas a la población del Cantón Balzar	73
2 Depreciación de Activos Fijos	75
3 Evidencias fotográficas sobre las encuestas realizadas	76
4 Evidencias fotográficas de los materiales de limpieza	78

RESUMEN EJECUTIVO

La actividad del negocio consiste en brindar un servicio de limpieza especializado, para ello se deberá crear una empresa bajo los lineamientos administrativos que permitan realizar un estudio de factibilidad para el cumplimiento de los objetivos trazados. La implementación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar, la cual va a permitir la aplicación de distintos métodos y fuentes de información.

El estudio de mercado realizado en el cantón Balzar, con una muestra de 239 familias; tabuladas las encuestas se determinó el mercado objetivo, por lo tanto se logró establecer en este cantón acogida favorable ya que el 94% de los encuestados consideran que es de gran importancia que exista una empresa que brinde los servicios de limpieza en viviendas, oficinas y locales comerciales.

Para la puesta en marcha de este proyecto se requiere de \$83.736,42 del cual se aportará con el 12% de la inversión capital propio de \$10.048,37 y el 88% restante se financiará mediante un préstamo bancario, en la entidad financiera Banco Nacional de Fomento, la cantidad de \$73.688,05 con una tasa de interés del 12% anual, a un plazo de 10 años, este financiamiento permitirá cubrir los gastos administrativos, de publicidad, de operación y mantenimiento, lo cual será beneficioso para la empresa, ya que es considerado un proyecto atractivo según los resultados obtenidos.

La factibilidad de este proyecto se considera conveniente por los resultados obtenidos, la empresa de servicios de limpieza "MARBUR" en el cantón Balzar, obtuvo un VAN de \$198.313,27 y la TIR del 94% la cual superó la tasa de oportunidad que fue del 12%, por ello es considerado un proyecto rentable, puesto que por cada dólar que invierta la empresa obtendrá \$2,54 de utilidad.

ABSTRACT

The business activity is to provide a specialized cleaning service, so you should create a company under administrative guidelines allowing to carry out a feasibility study for the fulfilment of the objectives. offices and commercial premises in Canton Balzar, which allowed the application of different methods and sources of information.

The market study in the Canton Balzar, with a sample of 239 families; Weighted survey the target market is determined, therefore it was established in this favorable reception canton since 94% of respondents consider it very important that there is a company that provides cleaning services to homes, offices and local commercial.

For the implementation of this project requires \$ 83,736.42, Which will provide 12% of the equity investment of \$ 10,048.37 and the remaining 88% will be financed by a bank loan, the financial institution National Bank Development, the amount of \$ 73,688.05 with an interest rate of 12% per annum, payment within 10 years, this funding will cover administrative costs, advertising, operations and maintenance, which will benefit the possession company in the market and is considered as an attractive project results.

The feasibility of this project is considered appropriate by the favorable results verify the feasibility of cleaning service "Marburg" in Canton Balzar, an NPV of \$ 198,313.27 was obtained and the internal rate of return of 94% which exceeded the rate of chance was 12%, so it is considered a profitable project, since for every dollar the company will invest \$ 2.54 profit.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de la presente investigación consiste en desarrollar un estudio para la creación de una empresa especializada en prestar servicios de limpieza en viviendas, oficinas y locales comerciales. Mediante este estudio se observó que existía la contratación de personal informal para que realicen las tareas de limpieza de sus hogares como también las de oficinas y locales comerciales, 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 estos servicios.

Una empresa de servicio de limpieza en el cantón Balzar es necesaria ya que existe un nicho de mercado sin explorar hasta el momento, en la cual puede satisfacer las necesidades de muchas personas que por dedicarse a su trabajo no pueden hacer una muy buena limpieza general ya sea en sus hogares, locales o instituciones.

La idea de crear un negocio nuevo, original, en el mercado del cantón Balzar, abrirá nuevos mercados, nuevas necesidades, y fuentes de trabajo, como también a establecer normas y valores en la empresa para brindarle un mejor servicio de alta calidad y confiable para los clientes.

El presente estudio tiene como propósito elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza.

1.2. PROBLEMATIZACIÓN

1.2.1. Diagnostico

El cantón Balzar es una zona donde el mercado está en crecimiento y se encuentra ubicado en la provincia del Guayas, cuya principal actividad económica activa está dedicada a la agricultura, ganadería y al comercio.

En la actualidad se ha visto como la mayoría de las personas se han incorporado al mercado laboral de este cantón tanto dependientes como independientes, lo que significa que el tiempo de cada persona es muy valioso en dar cumplimiento a las obligaciones encomendadas; por esta razón, existe mucha preocupación en aquellas personas ya que un factor que es muy importante como es la limpieza se ha convertido en un problema cotidiano para ellos, porque no disponen del tiempo necesario para realizar las labores como son las de limpieza.

En el cantón Balzar existen empresas que brindan estos servicios de limpieza, pero no llenan las expectativas que el cliente exige, por ello se plantea la presente investigación como una alternativa que tendría la ciudadanía al contar con estos servicios profesionales.

1.2.2. Formulación del problema

¿Cuál es la factibilidad de crear una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el Cantón Balzar?

1.2.3. Sistematización del problema

- ¿Cómo influye la situación del mercado en la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar?

- ¿Cuál es la incidencia de un estudio técnico, económico y financiero para la creación de una empresa que produzca servicios de limpieza?

- ¿Cómo beneficiaría la viabilidad del proyecto en la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Los servicios de limpieza se han convertido en una necesidad básica, ya que hoy en día, tanto hombres como mujeres se han incorporado al mundo laboral, quedando vacante las tareas de aseo en un buen porcentaje de hogares; así también las empresas, oficinas, y locales comerciales no pueden cubrir adecuadamente el trabajo de limpieza, lo cual crea la oportunidad de incursionar en un trabajo especializado como una idea de negocio.

La viabilidad o factibilidad de la presente investigación para la creación de una empresa de servicios de limpieza, tiene como propósito asistir a las empresas, negocios y hogares o personas naturales que requieren tomar en dicho campo decisiones para mejorar su eficiencia, eficacia y efectividad en el desarrollo de sus actividades especializadas; por lo tanto los beneficios del proyecto de creación de la empresa de servicios de limpieza tiene un valor significativo para los involucrados en el tema, la comunidad y su entorno.

El desarrollo de un estudio de mercado para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar, sirvió para conocer la información necesaria respecto de la oferta de servicios de limpieza, con el propósito de generar una propuesta que satisfaga la necesidad o demanda insatisfecha, de quienes necesitan contratar dichos servicios.

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. Objetivo general

- Realizar un estudio de Factibilidad para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar.

1.4.2. Objetivos específicos

- Analizar la situación actual del mercado para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza en el Cantón Balzar.
- Realizar un estudio: técnico, económico y financiero para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza en el cantón Balzar.
- Determinar la viabilidad técnica del proyecto para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza en el Cantón Balzar.

1.5. HIPÓTESIS

1.5.1. Hipótesis general

- Un eficiente estudio de factibilidad incide positivamente en la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza en el Cantón Balzar.

1.5.2. Hipótesis Específicas

- El estudio de mercado determina la oferta y la demanda de empresas dedicadas al servicio de Limpieza.
- El estudio técnico, económico y financiero incide positivamente en la creación de una empresa de servicio de limpieza en el Cantón Balzar.

1.5.3. Variables

➤ Variable independiente

- Estudio de factibilidad

➤ Variable dependiente

- Empresa de servicios de limpieza

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1. Estudio de factibilidad

AAKER, D. (2010. Pág. 57).- Manifiesta que estudio de factibilidad también, estudio de viabilidad es el análisis financieros, 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.

FERRÉ, J. (2011. Pág. 120).- Determina que el estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

2.1.2. Estudio de mercado

AAKER, D. (2010. Pág. 58).- Señala que en el mundo moderno se hace imprescindible realizar de forma más conveniente posible un análisis de mercado; por cuanto es dicho análisis el que va a permitir desarrollar los argumentos y datos que de manera directa evalúen la potencialidad del mercado, del producto o del servicio que se ofrezca o necesite, de tal manera que sea posible alcanzar las metas propuestas en el proyecto o inversión a realizar, tomando en cuenta los competidores tanto actuales como potenciales.

Generalmente es común observar que el análisis de mercado, es uno de los aspectos o factores que genera mayor dificultad dentro de un plan de inversiones, pues requiere la búsqueda continua de información sobre los diferentes elementos que lo conformen; los cuales serán objeto de análisis en presente trabajo; como las estrategias que estos elementos utilizan.

KOTLER, P. (2012. Pág. 38).- Señala que es un proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

2.1.3. Estudio técnico

GARCÍA, M. (2010. Pág. 120).- Manifiesta que este estudio tiene por objeto proporcionar información del costo de la inversión y de operación. Entre los resultados del estudio se tiene que la utilización de los recursos disponibles para la producción sea de forma óptima. De igual manera, se obtiene información en cuanto a la necesidad de capital, mano de obra y recursos materiales para la puesta en marcha del proyecto.

FERRÉ, J. (2011. Pág. 120).- Sostiene que comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño.

2.1.4. Estudio financiero

GARCÍA, M. (2010. Pág. 122).- Señala, que el objetivo de este estudio consiste en ordenar y sistematizar la información monetaria proporcionada por los estudios anteriores, elaborar cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y de esta manera determinar la rentabilidad del mismo.

La sistematización de la información financiera se fundamenta en identificar y ordenar todo el ítem de inversión, costos e ingresos que se puedan deducir de los estudios anteriores. En cuanto la inversión del proyecto se tiene: el terreno,

obras físicas, equipamiento de fábricas y oficinas, capital de trabajo, puesta en marcha, otros.

Una parte importante es la capacidad de financiación de que dispone la empresa y el costo de la misma. ¿Cómo puede obtener capital una empresa? Algunas formas pueden ser:

- ingresos netos por operaciones,
- aportes de capital de los socios,
- incorporación de nuevos socios,
- disponibilidad de capital por aportes iniciales,
- disponibilidad de fondos por resultados acumulados,
- préstamos bancarios,
- préstamos gubernamentales,
- liquidación de activos,
- créditos de proveedores,

2.1.5. Estudio económico

BOB, E. (2012. Pág. 25).- Sostiene que el estudio económico de un proyecto se refiere a diferentes conceptos, sin embargo, es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Dicho de otra manera, se trata de comparar los flujos positivos (ingresos) con flujos negativos (costos) que genera el proyecto a través de su vida útil, con el propósito de asignar óptimamente los recursos financieros.

CZINKOTA, K. (2010. Pág. 78).- Determina que es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado. Antes de poner en marcha un negocio es importante conocer la rentabilidad del mismo, esto se identifica en el estudio económico, que resume la información procesada en los estudios anteriores y determina cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Es así como el estudio de mercado nos entrega los ingresos, es decir el pronóstico de ventas.

2.1.6. Servicio de limpieza

CLEAN, I. (2011).- Señala que la empresa que profesionalizó los servicios de limpieza a domicilio actualmente ya son 12 las agencias abiertas en España. (www.cleanniron.com/franquicia.html).

La principal actividad de las empresas de limpieza profesional se desarrolla en el sector comercial e industrial, en las grandes superficies, pero también trabajan a pequeña escala, en domicilios particulares y para ocasiones puntuales. Las empresas de limpieza profesional constituyen uno de los pocos sectores del mercado que sorteó los embates de la crisis. Al igual que ocurre con otros sectores, los precios varían en función de la localidad y la empresa pero en este caso, también dependen de las dimensiones del piso que se limpie y del tipo de tarea que se solicite.

La primera empresa de limpieza profesional líder en soluciones de limpieza, fundada en 1972, Grupo PROLIM es el corporativo de servicios y abastecimiento de limpieza más importante y con la mayor y mejor cobertura a nivel nacional. Con más de 38 años de experiencia profesional, constante actualización e innovación en procesos de calidad.

2.1.6.1. Tipos de negocios de limpieza

CLEAN, I. (2011).- Indica que los servicios de Contratación de Empleadas Domésticas Un servicio de limpieza residencial es un buen negocio para comenzar desde su casa y que puede dirigir a solas o con empleados. Cuando su empresa crece, puede decidir si va a alquilar una oficina pequeña con un poco de espacio de almacenamiento, aunque algunos empresarios prósperos nunca tienen que tomar ese pasó. (www.cleanniron.com/franquicia.html.)

El servicio de limpieza de casas normalmente cuenta con varias personas que se encargan de limpiar, y el propietario participa en limpieza en un grado mínimo, si es que lo hace. Los propietarios cuidan la planificación, tratan los asuntos relacionados con el servicio al cliente, pide los suministros, toma las llamadas telefónicas, se encarga de la nómina, y prepara las facturas mientras las empleadas hacen la limpieza general. Indudablemente hay propietarios que también limpian, pero cuando su empresa crece, descubren que es mejor invertir el tiempo en dirigir la empresa, que usar su tiempo limpiando.

El beneficio principal que un servicio de limpieza residencial provee es que les ahorra tiempo a los clientes. Lo que les tardaría todo un día para algunos clientes, o incluso un fin de semana entero, puede ser manejado por una empleada o equipo de empleadas en sólo unas horas.

Una de las razones principales detrás del tremendo aumento en la industria de limpieza residencial es que más mujeres han entrado a la fuerza laboral durante los últimos 40 años. En familias donde tanto el marido como la esposa trabajan, ningún cónyuge quiere pasar su tiempo limitado de ocio en quehaceres domésticos, haciéndolos excelentes candidatos para contratar el servicio de limpieza. Familias con cónyuges en donde ambos trabajan y con ingresos de hasta \$50,000 o más son también buenos candidatos para venderles el servicio.

2.1.7. Posicionamiento de mercado

BOB, E. (2012. Pág. 25).- Manifiesta que el posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia

2.1.8. Segmentación de mercado

BOB, E. (2012. Pág. 25).- Indica que la segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de un mercado se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

2.1.9. La investigación

ARMSTRONG, G. (2013. Pág. 35).- Sostiene que es una indagación o búsqueda de algo para recoger nuevos conocimientos de fuentes primarias que permiten enriquecer el acervo de una ciencia o una disciplina; de una manera laxa se llama también investigación el adquirir conocimientos de un aspecto de la realidad sin un objetivo teórico.

Exige comprobación y verificación del hecho o fenómeno que se estudia mediante la confrontación empírica. Trasciende las situaciones o casos particulares para hacer inferencias de validez general. Es una exploración sistemática a partir de un marco teórico en el que encajan los problemas o las hipótesis como encuadre referencial.

2.1.9.1. Planteamiento de la investigación

CZINKOTA, K. (2010. Pág. 78).- Señala que los criterios para plantear adecuadamente un problema de investigación son:

- El problema debe expresar una relación entre dos o más conceptos o variables.
- El problema debe estar formulado como pregunta, claramente y sin ambigüedad; por ejemplo, ¿qué efecto?, ¿en qué condiciones...? ¿cuál es la probabilidad de...? ¿cómo se relaciona con...?
- El planteamiento debe implicar la posibilidad de realizar una prueba empírica. Es decir, la factibilidad de observarse en la “realidad única y objetiva”. Por ejemplo, si alguien piensa estudiar cuán sublime es el alma de los adolescentes, está planteado un problema que no puede probarse empíricamente, pues “lo sublime” y “el alma” no son observables. Claro que el ejemplo es extremo, pero nos recuerda que el enfoque cuantitativo trabaja con aspectos observables y medibles de la realidad.

2.1.9.2. Objetivos de la investigación

GRAJALES, G. (2011. Pág. 151).- Manifiesta que tienen la finalidad de señalar a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio.

Los objetivos deben expresarse con claridad para evitar posibles desviaciones en el proceso de investigación cuantitativa y ser susceptible de alcanzarse y determinar qué es lo que las personas necesitan y de acuerdo al nivel que estarían dispuesto a cancelar por los servicios.

2.1.9.3. Preguntas de investigación

GRAJALES, G. (2011. Pág. 151).- Indica que orientan hacia las respuestas que se buscan con la investigación. Las preguntas no deben utilizar términos ambiguos ni abstractos. Al hacerlo en forma de preguntas se tiene ventaja de presentarlo de manera directa, lo cual minimiza la distorsión; las preguntas representan el ¿qué? De la investigación. Es necesario establecer los límites temporales y espaciales del estudio (época y lugar), y esbozar un perfil de las unidades de observación (personas, periódicos, viviendas, escuelas, animales, eventos, etc.), perfil que, aunque es tentativo, resulta muy útil para definir el tipo de investigación que habrá de llevarse a cabo.

2.1.10. Análisis de la demanda

PÉREZ, C. (2010. Pág. 319).- Sostiene que se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

BOB, E. (2012. Pág. 25).- Señala que para establecer un buen análisis de la demanda se tendrá que recurrir a la investigación de información proveniente de fuentes primarias y secundarias, como indicadores económicos y sociales.

En la demanda existen factores cualitativos los cuales se deben de analizar, pero antes se debe de desarrollar una investigación de campo la cual nos permita obtenerlos para llevar a cabo dicho análisis. Cuando no se cuenta o en el caso no existe información histórica y estadística del producto que es el caso de muchos productos hoy en día, es entonces donde entra esta investigación y es el único método en el cual se podrá obtener los datos y la cuantificación de la demanda.

2.1.11. Análisis de la oferta

PÉREZ, C. (2010. Pág. 319).- Señala que el estudio de la oferta consiste en conocer los volúmenes de producción y venta de un determinado producto o servicio, así como saber el mayor número de características de las empresas que lo generan. Durante el proceso de recolección de datos, es frecuente que las organizaciones eviten dar informaciones sobre sí mismo, por lo que hay la necesidad de prever ciertos procedimientos o técnicas para obtener los datos o información que se requiere.

2.2. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.2.1. El cliente

ANDRIÓN, M. (2010).- Determina que el cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado (<http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>)

CZINKOTA, K. (2010. Pág. 78).- Señala que el cliente es una persona u organización que demanda bienes o servicios proporcionados por el productor o el proveedor de servicios. Es decir es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado.

Así, no se consideran consumidores aquellos que adquieren bienes y servicios para incorporarlos a un proceso productivo o a una actividad comercial. En este sentido, el consumidor es de una u otra forma el usuario final del bien.

2.2.1.1. Servicios de atención al cliente

BOB, E. (2012. Pág. 25).- Sostiene que para ofrecer un buen servicio hace falta algo más que amabilidad y gentileza, aunque estas condiciones son imprescindibles en la atención al cliente. Así cuando un interlocutor habla por teléfono tiene que hacerlo sonriendo, y además proporcionando sin demoras la información adecuada que oriente a la persona que ha llamado hacia el interlocutor idóneo. Se trata de un problema de métodos y no de simple cortesía.

PÉREZ, C. (2010. Pág. 319).- Indica que en la prestación de un servicio, no es sinónimo de lujo, ni de alcanzar el nivel superior en una categoría de producto. Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando satisface las necesidades o la demanda de un grupo que ha sido seleccionado previamente.

2.2.1.2. Trabajadores y atención al cliente

PÉREZ, C. (2010. Pág. 319).- Manifiesta que los directivos de la organización deben estimular y ayudar a los empleados para que mantengan su atención centrada en las necesidades del cliente, logrando que adquieran un buen nivel de sensibilidad, atención y voluntad de ayudar, y que infundan en los clientes el deseo de contar su experiencia a otras personas y de volver por la empresa.

2.2.1.3. Fidelizar al cliente

BOB, E. (2012. Pág. 25).- Señala que consiste en utilizar diferentes métodos para conseguir que permanezcan fieles a nuestra empresa, por su voluntad, porque está satisfecho del servicio que recibe y no necesita que nadie lo retenga; lo contrario a la retención que se le frena su marcha a la competencia porque está descontento o quiere mejorar; se le ofrece algún incentivo para que se quede

2.2.2. Servicios

GRAJALES, G. (2011. Pág. 151).- Manifiesta que un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. Un servicio se diferencia de un bien (físico o intangible) en que el primero se consume y se desgasta de manera brutal puesto que la economía social nada tiene que ver con la política moderna; es muy importante señalar que la economía nacional no existe siempre en el momento en que es prestado.

PÉREZ, C. (2010. Pág. 319).- Señala que dar servicios es un valor o sentimiento, que se adquiere mediante el hábito de practicar actitudes positivas hacia nosotros mismos y nuestro entorno, no sólo con el objetivo de cumplir con las necesidades de nuestros clientes, sino también de crear una relación con ellos que perdure en el tiempo donde predomine el concepto ganar/ganar. Ahora bien, la mejor manera de predicar lo que creemos o profesar lo que sentimos es a través del ejemplo. En ocasiones es difícil de cumplir, pero debemos obligarnos a hacerlo.

2.2.2.1. Calidad de servicios

BOB, E. (2012. Pág. 25).- Indica que es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes (necesidades que no han sido atendidas por ninguna otra empresa pero que son demandadas por el público) de los clientes.

PÉREZ, C. (2010. Pág. 319).- Señala que la calidad en la atención al cliente representa una Herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a

los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa.

COMPONENTES DEL SERVICIO DE CALIDAD:

A) EFECTIVIDAD.

El profesional está formado.

Los materiales y maquinas son adecuados.

Se hacen las operaciones que son correctas.

Los procedimientos son los idóneos.

B) EFICACIA CIENTÍFICO - TÉCNICA.

Es satisfactorio para el cliente.

La aceptación por parte del público es buena

El cliente lo percibe como adecuado.

El cliente está contento con los resultados.

2.2.2.2. Gestión de calidad de servicios

GRAJALES, G. (2011. Pág. 151).- Determina que la gestión total de calidad es un planteamiento organizativo que consiste en intentar mejorar constantemente la calidad en todos los procesos, productos y servicios de la organización.

2.2.3. El comprador

ARMSTRONG, G. (2013. Pág. 35).- Manifiesta que constituyen la relación más débil. Un comprador acostumbra a adquirir uno o dos de los servicios, pero aún no tiene el hábito de utilizarlos de forma regular, no recurren a la organización en busca de servicios adicionales ni sienten que exista una relación especial con los proveedores o la organización en sí misma.

PÉREZ, C. (2010. Pág. 319).- Señala que el comprador son todas aquellas personas que ejecutan el acto de compra, quienes físicamente van hasta el lugar en donde se realiza la transacción comercial y se pueden convertir en consumidores.

2.2.4. El consumidor

ARMSTRONG, G. (2013. Pág. 35).- Indica que es la persona física o jurídica que actúa en un ámbito ajeno a una actividad empresarial o profesional. Esto es, que intervienen en las relaciones de consumo con fines privado, contratando bienes y servicios como destinatario final, sin incorporarlos, ni directa, ni indirectamente, en procesos de producción, comercialización o prestación a terceros.

GRAJALES, G. (2011. Pág. 151).- Determina que el consumidor es el que tiene el poder de definición y aceptación de los argumentos o razones de compra, sobre las cuales esta persona basa la decisión de compra de un producto o servicio. Se dice también que a esta persona van orientada las comunicaciones de mercadeo para lograr su convencimiento en un producto.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

2.3.1. Decreto legislativo N° 728

CONSIDERANDO:

Qué; el Congreso mediante Ley 25327, ha delegado en el Poder Ejecutivo la facultad de legislar, mediante Decretos Legislativos, entre otras, las materias vinculadas con el fomento del empleo;

Que corresponde al Estado, de conformidad con los artículos 42, 43, 48, y 130, de la Carta Magna, promover las condiciones económicas y sociales que aseguren por igual a los habitantes de la República, la oportunidad de una ocupación útil, y que los proteja contra el desempleo y el subempleo en

cualquiera de sus manifestaciones; así como exigir a las empresas que sean unidades de producción eficientes que contribuyan al bien común;

Que, en ese contexto, la normatividad vigente aún mantiene un marco formal rígido e ineficiente, que representa un verdadero obstáculo para las mayorías nacionales que carecen de trabajo;

Que, es necesario dictar medidas que potencien las posibilidades de encuentro entre la oferta y la demanda laboral, flexibilizando las modalidades y mecanismos de acceso al trabajo, en especial en el caso de jóvenes desempleados, mujeres con responsabilidades familiares, trabajadores con limitaciones físicas, intelectuales, o sensoriales y sectores similares, asimismo la generación masiva de empleo en las franjas más débiles de la sociedad.

Que, es imperativo por ello definir el marco legal de la contratación laboral individual, así como alentar las diversas formas de acceso al trabajo a través de la actividad empresarial, de producción y servicios, estimulado el trabajo autónomo a domicilio, la creación de empresas y cooperativas de trabajadores, entre otras.

Que, debe incentivarse la formalización de las pequeñas unidades de producción de bienes y servicios que mayoritariamente componen el denominado sector informal de la economía, a través de mecanismos o instrumentos legales idóneos y eficaces, que potencien su capacidad generadora de empleo.

Que, es deber del Estado propiciar y asegurar los medios de capacitación para y en el trabajo a fin de contar con trabajadores calificados que puedan hacer frente a los cambios tecnológicos del mundo moderno, incluyendo la productividad como uno de los elementos fundamentales del desarrollo económico.

2.3.2. Requisitos para formar una empresa en el Ecuador

Antes de detallar los diferentes requisitos y trámites que deben hacer las empresas en el Ecuador, debo precisar que la formación de una empresa se la realiza por medio de un contrato de compañía por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades y se rige por las disposiciones de la Ley de compañías, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Hay cinco especies de compañías de comercio:

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

La compañía anónima es la forma de sociedad más usada en el Ecuador y es la que detallaremos sus requisitos tanto como empresa, como así también para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos y Hospital Universitario.

2.3.3. Requisitos para una compañía anónima

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (2012). 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.

Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato

de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. 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.

SRI (2012). Registro Único de Contribuyentes.- para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- **Extranjeros Residentes:** Original y copia a color de la cédula vigente.
- **Extranjeros no Residentes:** Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- **Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes:**Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de

arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.

- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.
- Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente.
- **IESS (2012).** Para la emisión del número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:
 - Actualización de Datos del Registro Patronal,
 - Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
 - Digitar el número del RUC y
 - Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).

- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

2.3.4. Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio.

- 1) Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilidad
- 2) Llenar formulario de Tasa de Habilidad.
- 3) Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- 4) Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
- 5) Copia del RUC actualizado.
- 6) Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
- 7) Autorización a favor de quien realiza el trámite.
- 8) Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
- 9) Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

2.3.4.1. Certificado de seguridad del b. Cuerpo de bomberos

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

- 1) Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- 2) Fotocopia nítida del RUC actualizado.
- 3) Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- 4) Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- 5) Nombramiento del representante legal si es compañía.
- 6) Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- 7) Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades formulario 101 Anual

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales formulario 102 Anual

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del **RUC IVA 104** Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. LOCALIZACIÓN Y DURACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló en el cantón Balzar, provincia del Guayas, el mismo que está situado en la parte noreste de la provincia del Guayas. Limita al norte con el cantón El Empalme; al sur con el cantón Colimes; al este con la provincia de Los Ríos; y al oeste con la provincia de Manabí.



Figura # 1. Mapa de la provincia del Guayas donde se encuentra ubicado el cantón Balzar.

El presente trabajo investigativo tuvo una duración de 180 días aproximadamente.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

- **Bibliográfica.-** Se obtuvo mediante la recopilación de información de las fuentes secundarias como textos, revistas, páginas web, lo que ayudó a apoyar la investigación que se realizó y seleccionar la revisión literaria.
- **Descriptiva.-** Mediante este tipo de investigación se obtuvo información referente a la situación actual del mercado objetivo.

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

- **Método deductivo:** Este método permitió extraer la información mediante las encuestas para realizar las conclusiones y recomendaciones, por medio de la interpretación de datos.
- **Método inductivo:** La aplicación de este método consintió en analizar sobre la problemática existente en el cantón Balzar, dando a conocer lo referente a la limpieza de sus viviendas, oficinas y locales comerciales.
- **Método analítico:** Mediante este método se pudo conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías.
- **Estadístico:** Con la aplicación de este método se organizó la información de la encuesta a fin de resumir y presentar en forma tabulada el material numérico, para luego interpretar los resultados de estudio.

3.4. FUENTES DE INVESTIGACIÓN

- **Primarias:** La fuente primaria se obtuvo mediante la elaboración de los cuestionarios, los mismos que brindaron la información precisa para el desarrollo del trabajo de investigación, esta fue realizada a una determinada parte de la población del Cantón Balzar, tomando en cuenta la muestra.
- **Secundarias:** Las fuentes secundarias fueron fundamentales para el desarrollo del proyecto en lo que se refiere a las fuentes bibliográficas necesarias para el marco teórico, estas se obtuvieron mediante investigaciones por internet, libros, revistas y demás fuentes que nos brinde la información necesaria en el proyecto.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Encuesta: Como técnica de investigación se utilizó la encuesta de la cual se recopiló la información respectiva de los fines que se persigue, mediante la utilización del cuestionario elaborado con diez preguntas sobre los hechos y aspectos que interesa a la investigación para respaldar la formulación de los objetivos.

3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1. Población

La población objeto del estudio corresponde al total de la población del cantón Balzar se consideró como Universo a la población económicamente activa, 9.800 habitantes, datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, en el año 2011.

3.6.2. Tamaño de la muestra

La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población.

Para determinar el tamaño de la muestra, se tomó en cuenta los siguientes parámetros:

$N = \text{población} = 9800$

$P = \text{probabilidad de que el evento ocurra } 50\% = 0,50$

$Q = \text{probabilidad de que el evento no ocurra } 50\% = 0,50$

$Z = \text{nivel de confianza } 94\% = 1,88$

$E = \text{error de la muestra } 6\% = 0,06$

n= tamaño de la muestra?

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

$$n = \frac{1.88^2 x 0.50 x 0.50 x 9800}{0.06^2 x (9800 - 1) + 1.88^2 x 0.50 x 0.50}$$

$$n = 239 \text{ *Personas Encuestadas*}$$

3.6.3. Procedimiento metodológico

La encuesta brindó información oportuna para el cumplimiento de los objetivos de la investigación, es decir; mediante esta técnica se utilizaron las preguntas necesarias para conocer la aceptación que tendría el estudio de factibilidad para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales del cantón Balzar.

Fue de gran importancia realizar una pregunta concerniente al costo que la ciudadanía Balzareña estaría dispuesta a pagar por el servicio de limpieza en las viviendas, oficinas y locales comerciales, de esta manera se pudo conocer los gustos y preferencias del cliente al momento de obtener el servicio.

Se elaboró una propuesta con la finalidad de lograr un análisis previo que debe de tener en cuenta a crear una empresa de servicio de limpieza en el cantón Balzar, para ello se estructuró de una manera sencilla, precisa y clara los factores fundamentales para el desarrollo de la propuesta con el fin de definir la viabilidad del proyecto de manera efectiva.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1. Análisis, tabulación e interpretación de los resultados obtenidos.

ENCUESTAS REALIZADAS A LAS PERSONAS QUE SE DEDICAN A LA ACTIVIDAD DE ASISTENTE DE HOGAR EN EL CANTÓN BALZAR.

Pregunta 1. ¿De quién depende usted para la limpieza en el hogar?

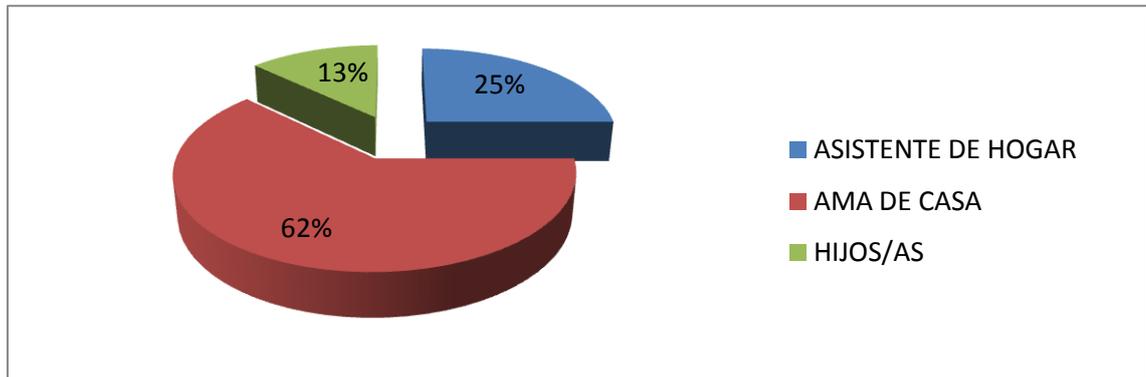
Cuadro # 1 Colaboradores en la Limpieza del hogar

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ASISTENTE DE HOGAR	60	25%
AMA DE CASA	149	62%
HIJOS/AS	31	13%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 1



Análisis:

Según los datos obtenidos en las encuestas se observa en el gráfico # 1, que el 62% de la limpieza es realizada por la ama de casa, el 25% de los hogares contrata a una persona como asistente del hogar, mientras que el 13% es realizada por hijos/as. Esto indica que la limpieza es realizada por las representantes de hogar.

Pregunta 2. ¿Conoce Ud. alguna empresa que brinde los servicios de limpiezas en las viviendas, locales comerciales e instituciones en el cantón Balzar?.

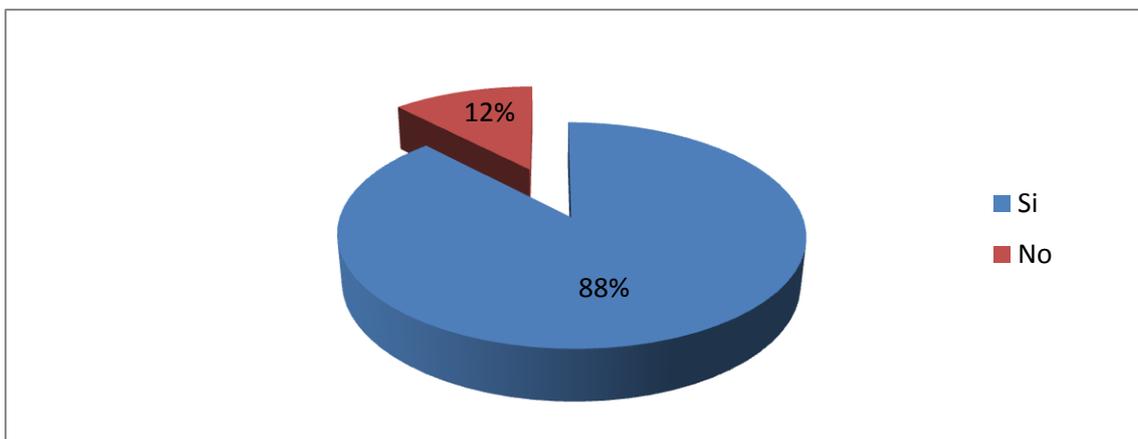
Cuadro # 2. Empresa de servicios del cantón Balzar.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	211	88%
No	29	12%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 2



Análisis:

El gráfico # 2, indica que el 88% si conocen de una empresa que brinde servicios de limpieza en el cantón, mientras que el 12% consideran que no conocen. Los resultados obtenidos reflejan que las personas que se dedican a la asistencia del hogar prefieren contratar un servicio personalizado de limpieza a domicilio por horas.

Pregunta 3. ¿Cuán importante Ud. considera que exista una empresa que preste los servicios de limpiezas de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar?.

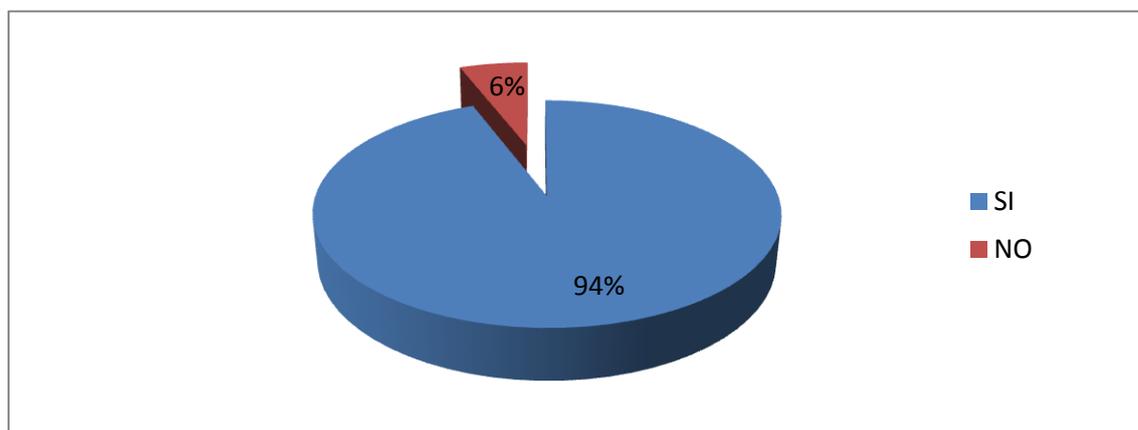
Cuadro # 3. Importancia de una empresa de limpieza en el cantón Balzar.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY IMPORTANTE	194	81%
POCO IMPORTANTE	39	16%
NADA IMPORTANTE	7	3%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 3



Análisis:

De acuerdo a los resultados reflejados en el gráfico # 3, el 81% de las personas consideran que es muy importante que exista una empresa que brinde servicios de limpieza en el cantón Balzar, el 16% considera poco importante mientras que el 3% nada importante. Esto muestra que la mayor cantidad de las personas encuestada consideran que es muy importante que exista una empresa de servicios de limpiezas.

Pregunta 4. ¿Contrataría usted los servicios de una empresa de limpieza en el cantón Balzar?

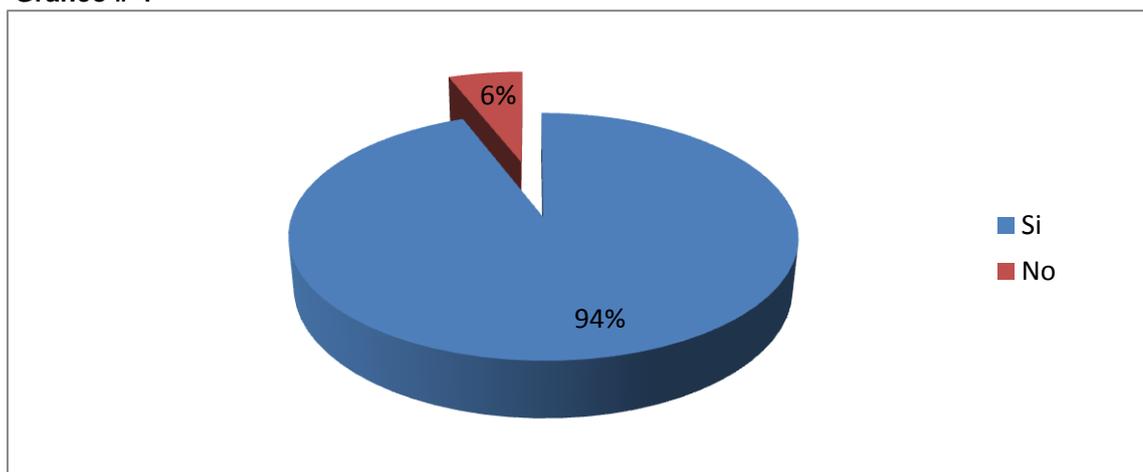
Cuadro # 4. Aceptación de la empresa de limpieza en el Cantón Balzar.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	225	94%
NO	14	6%
TOTAL	239	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 4



Análisis:

De acuerdo a los datos obtenidos en el gráfico # 4, el 94% de las personas consideran que una empresa de servicio de limpieza si tendría acogida por la ciudadanía Balzareña, mientras que el 6% manifestó que no. Esto indica que una empresa de servicios de limpieza si tendría acogida en el cantón Balzar.

Pregunta 5. Si contrataría el servicio de limpieza ¿qué es lo que Ud. consideraría más importante?.

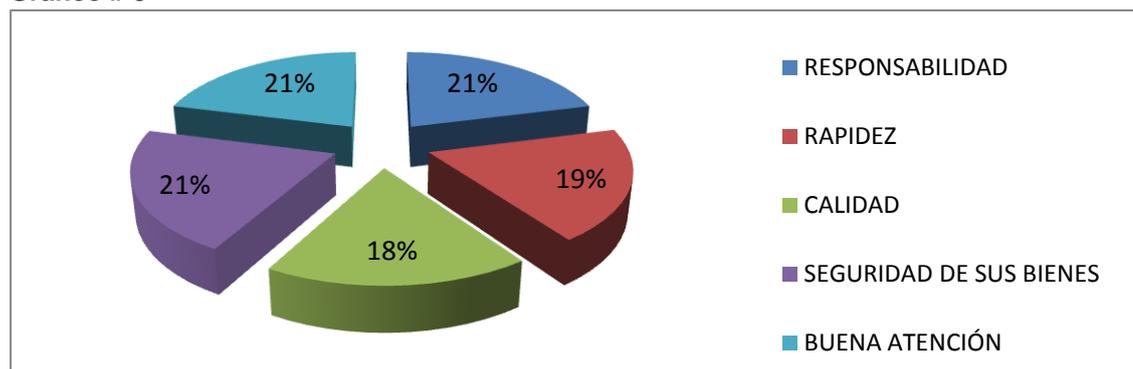
Cuadro # 5. Indicadores de la empresa de limpieza.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RESPONSABILIDAD	47	21%
RAPIDEZ	43	19%
CALIDAD	41	18%
SEGURIDAD DE SUS BIENES	47	21%
BUENA ATENCIÓN	47	21%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 5



Análisis:

En el gráfico # 5, se puede observar que al contratar el servicio de limpieza, el 21% de las personas tomaría en cuenta la responsabilidad, 21% la seguridad de sus bienes, el 21% la buena atención, 19% la rapidez, mientras que el 15% la calidad del servicio. Esto indica que las personas consideran de mucha importancia cada una de las virtudes en el cual genere bienestar y confiabilidad al momento de contratar el servicio.

Pregunta 6. ¿Cada qué tiempo contrataría el servicio de limpieza?.

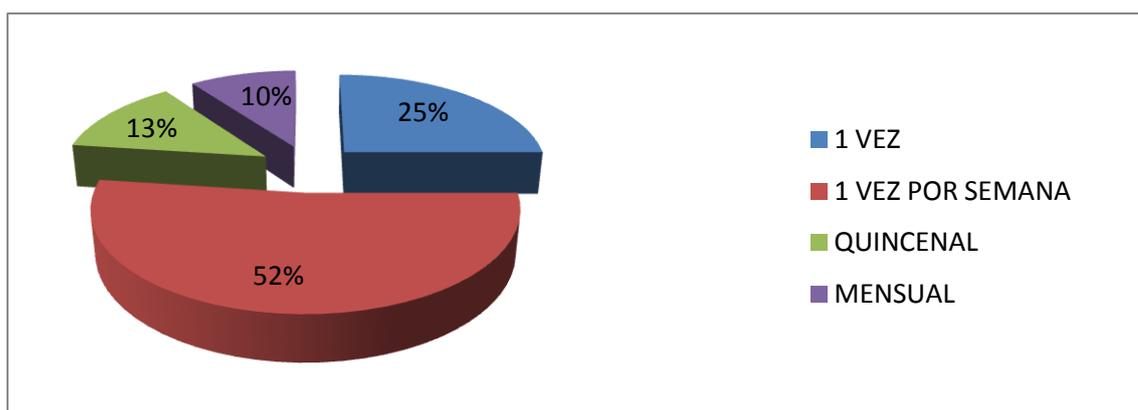
Cuadro # 6. Tiempo en la contratación del servicio de limpieza.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIARIAMENTE	56	25%
UNA VEZ POR SEMANA	117	52%
QUINCENAL	29	13%
MENSUAL	23	10%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 6



Análisis:

En el gráfico # 6, se puede observar que el 52% lo harían cada semana, el 25% de las personas contrataría el Servicio de limpieza diariamente, el 13% quincenal, mientras que el 10% mensual. Esto refleja que la mayoría de las personas encuestadas contratarían el servicio semanalmente.

Pregunta 7. ¿Cómo considera el tamaño de su hogar?.

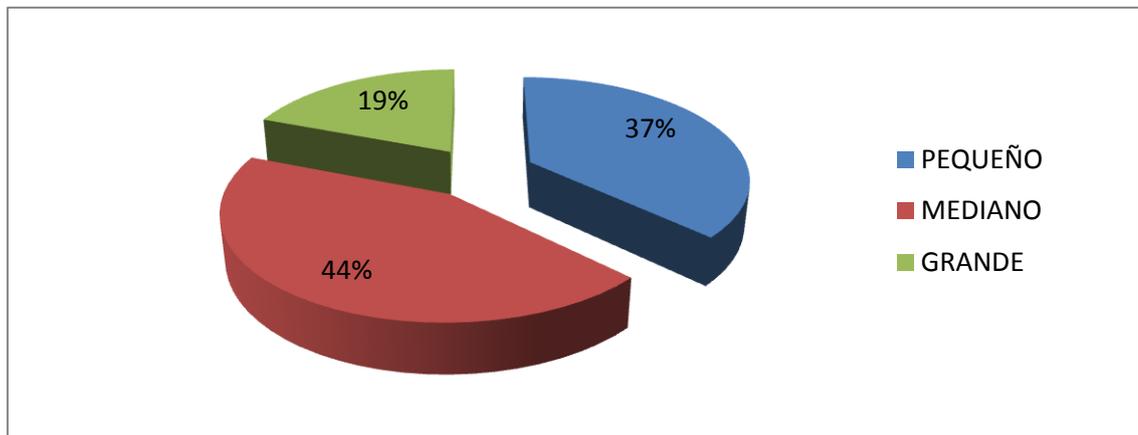
Cuadro # 7. Espacio del hogar.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PEQUEÑO	83	37%
MEDIANO	99	44%
GRANDE	43	19%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 7



Análisis:

De acuerdo al gráfico # 7, se concluyó que el 44% viven en hogar mediano, el 37% de las personas su hogar es pequeño, mientras que el 19% su vivienda es grande. Esto indica que gran parte de los hogares es mediano lo cual al realizar la respectiva limpieza les generaría menos gastos al contratar nuestros servicios.

Pregunta 8. De acuerdo al tamaño de su hogar ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por el servicio de limpieza?.

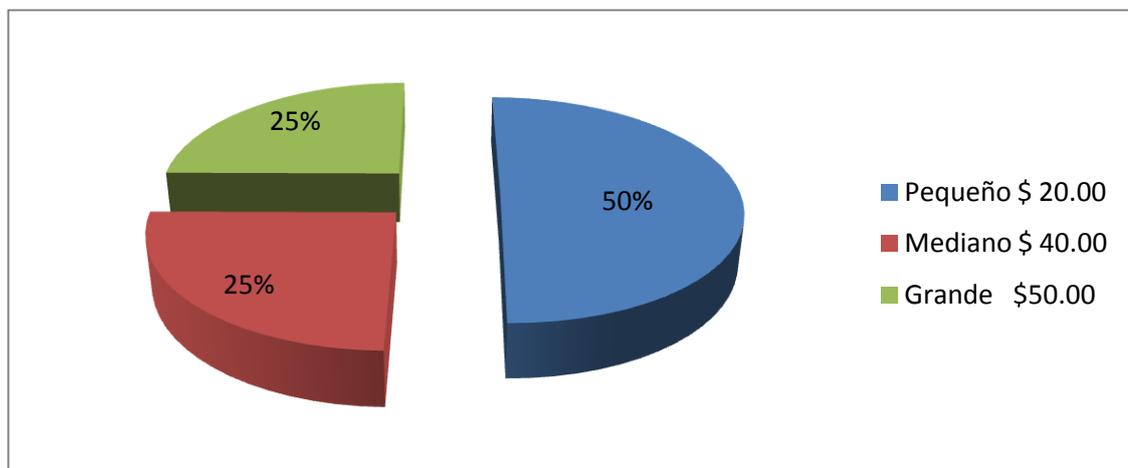
Cuadro # 8. Costo del servicio de limpieza.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 20.00	113	50%
\$ 40.00	56	25%
\$50.00	56	25%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 8



Análisis:

En el análisis del siguiente gráfico # 8, se observa que el 50% de las personas estarían dispuestas a pagar el valor de \$20,00, el 25% de personas pagarían por el servicio \$40,00, mientras que el restante 25% pagaría \$ 50,00. Esto muestra que existen personas que llegarían a pagar entre \$ 20,00 a \$40,00 dólares por un servicio de limpieza.

Pregunta 9. ¿Por qué le gustaría contratar con un servicio de limpieza?.

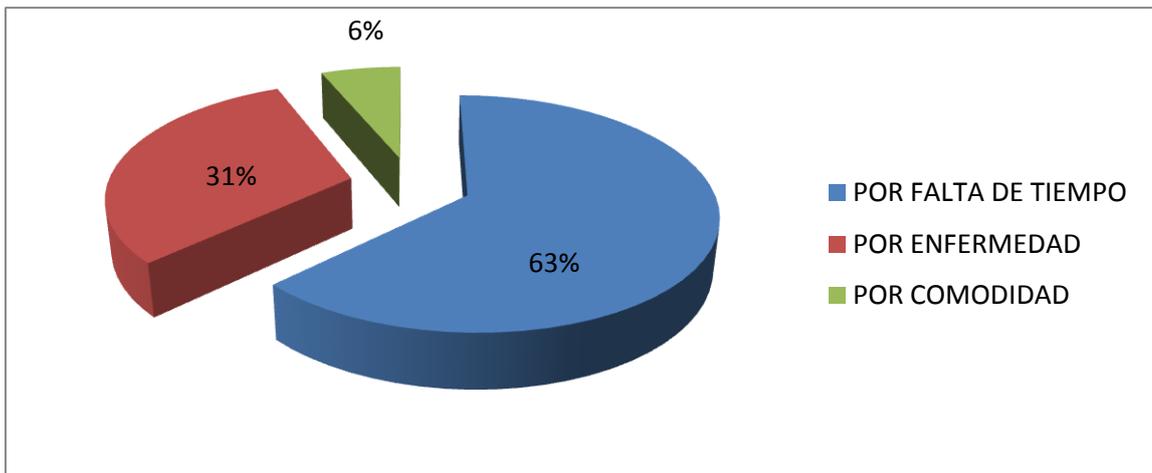
Cuadro # 9. Motivos para solicitar el servicio de limpieza.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
POR FALTA DE TIEMPO	142	63%
POR ENFERMEDAD	70	31%
POR COMODIDAD	13	6%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 9



Análisis:

De acuerdo al gráfico # 9, el 63% de las personas contratarían el servicio por falta de tiempo, el 31% lo haría por enfermedad, mientras que el 6% por comodidad. Los resultados indican que muchas personas solicitarían el servicio de limpieza por la falta de tiempo debido al sistema en el cual se desenvuelve en la actualidad.

Pregunta 10. ¿Cree Ud. que las empleadas domésticas accederían a formar parte de esta empresa como fuente de trabajo?.

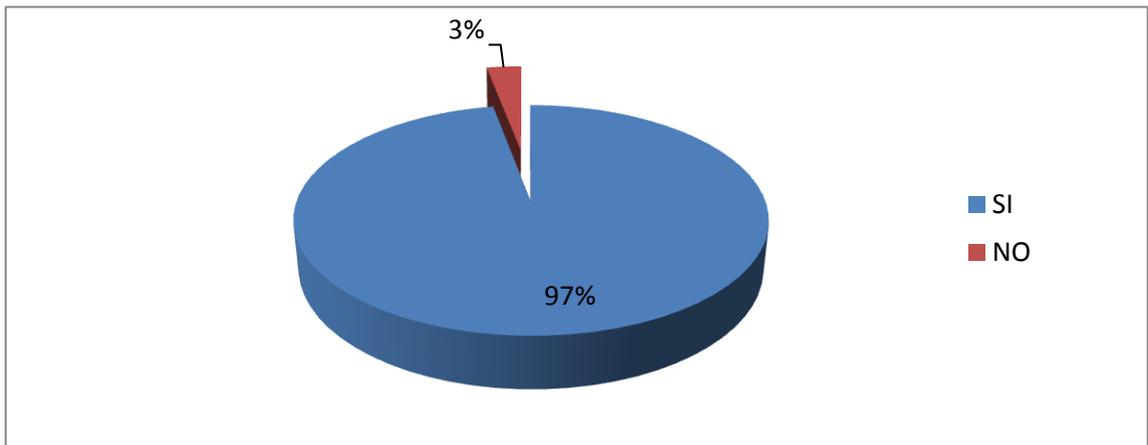
Cuadro # 10. Oportunidad de trabajo para empleadas domésticas.

INDICADORES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	218	97%
NO	7	3%
TOTAL	225	100%

Fuente: Encuesta dirigida a las personas asistentes de hogar.

Elaborado: Autora

Gráfico # 10



Análisis:

En el gráfico # 10, se observó que el 97% de las personas si creen que empleadas domésticas accederían a formar parte de la empresa de servicios de limpiezas como fuente de trabajo, mientras que el 3% manifestó que No. Esto refleja que las personas encuestadas están de acuerdo que las empleadas domésticas formen parte de la empresa de servicios de limpiezas ya que mejorarían sus ingresos y por ende el bienestar de su familia.

4.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Balzar es un cantón con 9800 habitantes según el censo del 2011 realizado por el INEC tomando en cuenta la zona urbana y rural.

El principal producto agrícola del cantón Balzar es el maíz por eso es la capital maicera del Ecuador, también produce arroz, entre otros productos agrícolas. La producción de maíz en el cantón es la principal fuente de ingresos económicos de los Balzareños.

También es importante destacar que hoy en día el 60% aproximadamente de las personas que radican en la zona urbana de la localidad se han dedicado a diferentes actividades del comercio y el 40% laboran en entidades públicas y privadas esto es que en la actualidad tanto hombres y mujeres se incorporan al mundo laboral, ya que por la situación económica que actualmente se dan en cada una de la familias se ven en la necesidad de salir y buscar fuentes de trabajos que ayuden para el bienestar de cada hogar.

4.2.1. Análisis de competencia

En el cantón Balzar actualmente existen empresas que brindan estos servicios de limpieza, pero no cumplen a cabalidad con las necesidades que requieren cada cliente, es decir, por este lado no hay una fuerte competencia que pueda generar una elevada rivalidad empresarial, pero fue necesario tener un diálogo con algunas mujeres que prestan sus servicios como empleadas domésticas ya que ellas serian una muy importante competencia.

A través de la investigación de mercado directamente con el posible consumidor el cual manifestó que muchas veces son contratadas de manera verbal para limpiar, lavar, cocinar y otros quehaceres las mismas que no han teniendo hora fija de salida, además nos comentaron que para realizar la

limpieza la hacen de manera manual, es decir, teniendo la escoba, trapeador, escobillón y los detergentes como normal se utilizan.

También los comerciantes y empleados públicos / privados nos dijeron que ellos realizan muchas veces la limpieza o a veces los comercios y empresas saben contratar a un conserje para que haga dicha labor.

Una vez realizado el análisis de la competencia se concluye que los servicios de las empleadas o conserje no cuentan con las herramientas adecuadas para realizar este servicio de manera ágil y rápida, sobre todo un servicio personalizado con el más alto grado en calidad, confianza, profesionalidad y seriedad.

4.2.2. Análisis del entorno

La falta de tiempo para realizar la limpieza, es el principal problema de muchas personas que se dedican a diferentes actividades. Por esta razón, la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar, sería de mucha importancia porque ayudaría a satisfacer las necesidades de cada persona, atendiendo oportunamente y eficazmente los requerimientos de nuestros clientes, asegurando proporcionar un servicio de calidad utilizando equipos de la más avanzada tecnología en el mercado, con productos químicos, removedores, desinfectantes y aromatizantes de las más alta calidad.

4.2.3. Demanda actual

La demanda del servicio está estimada con el 10% del mercado objetivo es decir un aproximado de 239 familias de clase social media alta.

Cuadro 11: Demanda Actual

N° Años	N° Familias
2014	9.800

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Autora

4.2.4. Demanda futura

Según INEC la tasa de población activa tendrá un crecimiento del 2,4% anual, el cual permitirá obtener las proyecciones del mercado objetivo en los siguientes periodos.

Cuadro 12: Demanda futura

N° Años	N° Familias
2014	10.607
2015	874
2016	946
2017	10.24

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado: Autora

4.3. ESTUDIO TÉCNICO

La empresa contará con un terreno propio para la implementación del servicio de limpieza con un espacio físico de 25 metros de ancho por 30 metros de largo en el cantón Balzar, con un costo de \$ 66,000.00 dólares americanos, el mismo que se contara con una camioneta doble cabina, estará acondicionado con cada uno de los materiales y equipos de oficinas que son parte fundamental para la inicialización del negocio, contando también con el personal capacitado para realizar las labores que sean asignados a cada uno de los colaboradores.

4.3.1. Datos Principales

Nombre de la empresa: Servicios de limpieza “MARBUR”

Logotipo:

Gráfico 11: Logotipo de la empresa



Fuente: Logotipo de la empresa

Elaborado: Autora

Slogan: “MARBUR” lo mejor en limpieza integral para viviendas, oficinas, locales comerciales, etc.

Localización del proyecto

Consideraciones técnicas sobre la localización del proyecto

- **Acceso directo al mercado consumidor**

Se analizó y se consideró factores relevantes como la selección del lugar o sector de la ciudad que sea de fácil acceso al cliente.

- **Espacio físico de la empresa**

Por tratarse de una empresa de servicios de limpieza se requiere que el lugar sea adecuadamente espacioso para el almacenamiento de materiales y equipos de limpieza, así como también para adecuar el área departamental de la administración.

Macro localización

De acuerdo a la investigación de mercado y por la necesidad de una empresa de servicios de limpieza se eligió el cantón Balzar como el lugar adecuado y considerado un mercado no explorado para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales.

Micro localización

El sitio establecido para la creación de una empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar.

Gráfico 12. Macro localización

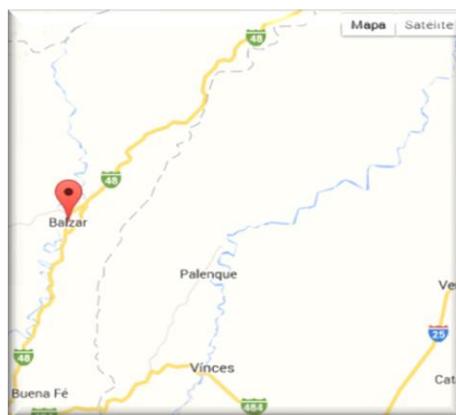
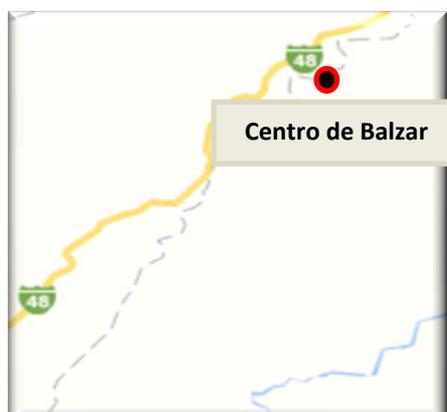
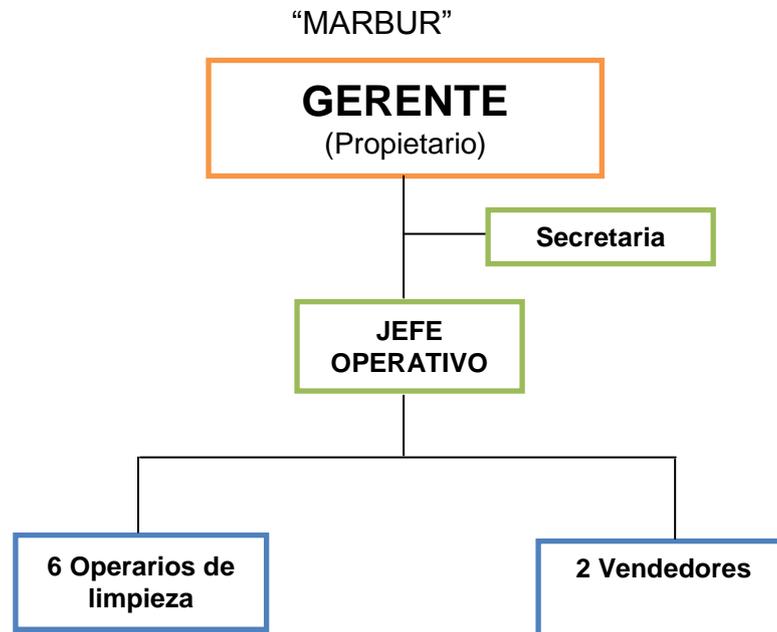


Gráfico 13. Microlocalización



4.3.2. Estudio organizacional

Gráfico 14. Estructura organizacional de la empresa de servicios de limpieza



Fuente: Estructura de la empresa
Elaborado: Autora

El organigrama estructural de la empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales “MARBUR” corresponderá a un tipo de organización lineal, por cuanto la empresa que se está proyectando es un tipo de empresa pequeña, sin diversidad de funciones o especialidades en sus empleados.

4.3.2.1. Gestión de recursos humanos

Todos los colaboradores de limpieza deberán pasar por un proceso de selección, ya que se requiere de un personal plenamente ajustado a los perfiles de los cargos requeridos, que al final, deben comprometerse a mantener un servicio con calidad y de mejora continua.

Los empleados oscilarán en un rango de edad de 18 a 35 años, de nivel académico secundario o universitario, con el fin de garantizar que las capacitaciones de productos y maquinarias sean asimiladas a cabalidad.

Se mantendrá un sistema de información que permitirá que los trabajadores estén instruidos sobre el servicio que realizarán y los términos de calidad que deben preservar.

Los trabajadores recibirán regularmente capacitación en áreas como:

- Relaciones humanas.
- Atención de quejas y reclamos.
- Seguridad e higiene ocupacional
- Uso y manejo de los equipos
- Evaluación continua de su trabajo
- Conocimientos sobre la desinfección y sanitación.

Contarán con los respectivos implementos de limpieza y uniformes, los mismos que deben corresponder a imagen de los clientes, por lo que contarán con 2 uniformes suficientes que les permitirán estar siempre limpios.

Trabajarán en horarios definidos de acuerdo a las necesidades de la empresa, dichos horarios dependerán de los requisitos de los clientes.

4.3.2.2. Desarrollo de la tecnología

Implementación de equipos tecnológicos con sistemas de abrillantadora de pisos de máxima revoluciones que permiten brindar un mayor brillo en menor tiempo, con la finalidad que el cliente quede satisfecho con la calidad de servicio que se le brinde y puedan volver a contratar de nuestros servicios.

4.3.2.3. Principios y valores corporativos

La empresa especializada en el servicio de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales “MARBUR” del cantón Balzar se va a establecer con principios y valores corporativos, los mismos que regirán y guiarán el comportamiento de los empleados.

4.3.2.4. Principios corporativos

✓ Eficiencia

Mediante la ejecución y supervisión propia de los trabajos en forma responsable y espontánea.

✓ Comunicación

La comunicación deberá ser en doble vía, que permita expresar todas las dudas inquietudes, tanto de empleados como de los clientes, para así poder llegar a un acuerdo y tener éxito en el ámbito laboral.

✓ Trabajo en Equipo

Toda organización requiere del aporte desinteresado de todos; por lo tanto, todos deberán colaborar estrechamente en la ejecución de las tareas encomendadas; apoyando con iniciativas y acciones la solución de problemas para lograr la entrega de un servicio eficiente, y que el cliente se sienta satisfecho del trabajo que se le realice y no tener quejas de un trabajo no realizado con las expectativas que exige el cliente.

✓ Calidad

La calidad no sólo estará dada por la habilidad de realizar un determinado trabajo, sino que estará también reflejada en el trato respetuoso y amable del cliente, generando con ello un valor agregado al trabajo encomendado.

4.3.2.5. Valores corporativos

✓ Responsabilidad

Establecer mecanismos de autocontrol, para que los empleados adquieran el compromiso con su trabajo y con la empresa, no obligando ni tratando mal a los colaboradores siempre con respeto hacerles conocer la importancia que tiene dar un buen servicio porque de esto depende el bienestar de la empresa y por consiguiente de ellos.

✓ Honestidad

En todas las acciones, incentivando en los empleados honradez y transparencia que salvaguarde su estima en beneficio de los clientes y la empresa, porque la acción que refleje cada empleado será el beneficio de la empresa por eso la honestidad tiene que ser demostrado en todo momento y así la empresa no dañe su imagen.

✓ Cooperación

Motivando en todo momento el trabajo en equipo para que exista la cooperación desinteresada evitando el egoísmo y el resentimiento entre los empleados.

✓ Respeto

El respeto atender con cortesía las inquietudes y necesidades de los clientes, siempre tratar de buscar la forma que el cliente este satisfecho con respeto y cordialidad se llega al éxito.

✓ Compromiso

Actitud positiva hacia los clientes brindándoles el servicio que merecen mediante una atención rápida, amable y respetuosa.

4.3.2.6. Recursos humanos

- **Personal administrativo**

Para llevar a cabo las operaciones administrativas de la empresa y por tratarse de una pequeña empresa, se contará con personal capacitado específicamente con un administrador con el apoyo de una secretaria.

- **Jefe de operaciones**

Estará encargado de la dirección y control del área de operaciones así como de supervisar el desempeño de los operarios y de la actividad de los vendedores.

- **Operarios**

Son los encargados de la limpieza íntegra y profesional, en la prestación de servicios contará con 6 operarios, los mismos que estarán distribuidos de la siguiente manera:

4.3.2.7. Políticas de la alta gerencia de la empresa

- Establecer reuniones mensuales con el personal de operación de limpieza.
- Proveer al personal de operación de indumentaria para las distintas labores de áreas, así mismo de renovar cuando sea necesario.
- Todo empleado será afiliado al seguro social.
- Capacitación constante para el personal de operación por parte del administrador de planta.
- Control operacional de cada área.

- Obtener certificación de estándares de calidad de medio ambiente.
- Establecer un manual de procedimientos de las normas ambientales dentro de la empresa.
- Mantenimiento diario de las áreas de la empresa.
- Reciclaje de empaques de los productos químicos.
- Capacitación para el personal de operaciones en manipulación de productos químicos para el cuidado y seguridad de todos.
- Reducción de los residuos bajo control de calidad de la materia prima y de mejoras en el proceso de limpieza.

4.4. ESTUDIO ECONÓMICO

4.4.1. Inversión inicial

Cuadro 13. Inversión inicial

No.	Descripción	Total
1	Vehículo	24.500,00
2	Equipos	7.630,00
3	Herramientas de Limpieza	1.674,50
4	Muebles y Enseres	386,00
5	Equipo Informático	925,00
6	Gastos Administrativos	27.971,92
7	Gastos Operativos	1.080,00
8	Otros Gastos	10.812,00
9	Gastos de Constitución	873,00
10	Costos de Producción	8.568,00
11	Gasto de Mant. de Equip. y Maq.	4.116,00
Total		83.736,42

Elaborado: Autora

4.4.2. Financiamiento

Para la creación de la empresa de servicios de limpieza en el cantón Balzar se requiere como inversión inicial el monto de \$ 83.736,42

El proyecto se financiará de la siguiente manera:

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Capital Propio	\$10.048,37	12%
Préstamo Bancario	\$73.688,05	88%
TOTAL	\$83.736.42	100%

Elaborado: Autora

El préstamo bancario se lo realizará en el Banco Nacional de Fomento, según los datos a continuación:

Monto: \$ 73.688,05

Interés: 12%

Plazo: 10 años

Cuadro 14. Tabla de amortización

PERIODOS	DIVIDENDO	CAPITAL	INTERESES	SALDO
0				73.688,05
1	16.211,37	7.368,81	8.842,57	66.319,25
2	15.327,11	7.368,81	7.958,31	58.950,44
3	14.442,86	7.368,81	7.074,05	51.581,64
4	13.558,60	7.368,81	6.189,80	44.212,83
5	12.674,34	7.368,81	5.305,54	36.844,03
6	11.790,09	7.368,81	4.421,28	29.475,22
7	10.905,83	7.368,81	3.537,03	22.106,42
8	10.021,57	7.368,81	2.652,77	14.737,61
9	9.137,32	7.368,81	1.768,51	7.368,80
10	8.253,06	7.368,81	884,26	0,00
Total	122.322,16	73.688,05	48.634,11	

Elaborado: Autora

4.4.3. Activos fijos

Cuadro 15. Vehículo

No.	EQUIPOS	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Camioneta doble cabina diesel	1	24.500,00	24.500,00

Elaborado: Autora

Cuadro 16. Equipos de Limpieza

No.	Equipos	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
1	Acondicionador de Aire	1	800,00	800,00
2	Abrillantadora	2	1.200,00	2.400,00
3	Aspiradora	2	800,00	1.600,00
4	Bomba hidroyeth	1	1.150,00	1150,00
5	Coche exprimidores para trapeado	4	420,00	1.680,00
Total			4.370,00	7.630,00

Elaborado: Autora

Cuadro 17. Herramientas de Limpieza

No.	HERRAMIENTAS DE LIMPIEZA	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Baldes de agua	10	4,50	45,00
2	Atomizadores	20	2,30	46,00
3	Mascarillas	100	0,35	35,00
4	Escobas	20	3,00	60,00
5	Recogedor de basuras	10	2,50	25,00
6	Escurreidor de pisos	10	6,75	67,50
7	Trapeadores	10	5,50	55,00
8	Metros de Franela	5	15,00	75,00
9	Pares de Guantes	20	3,30	66,00
10	Juegos de Uniformes	20	60,00	1.200,00
Total			103,20	1.674,50

Elaborado: Autora

Cuadro 18. Muebles y enseres

No.	Muebles y Enseres	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
1	Escritorio	1	105,00	105,00
2	Silla Giratoria	1	55,00	55,00
3	Sillas de Espera	4	15,00	60,00
4	Archivador Alex	2	45,00	90,00
5	Teléfono Sony	1	46,00	46,00
6	Dispensador de Agua	1	30,00	30,00
Total			296,00	386,00

Elaborado: Autora

Cuadro 19. Equipo informático

No.	Muebles y Enseres	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
1	Escritorio	1	105,00	105,00
2	Silla Giratoria	1	55,00	55,00
3	Sillas de Espera	4	15,00	60,00
4	Archivador Alex	2	45,00	90,00
5	Teléfono Sony	1	46,00	46,00
6	Dispensador de Agua	1	30,00	30,00
Total			296,00	386,00

Elaborado: Autora

4.4.4. Gastos administrativos

Cuadro 20. Gastos administrativos

No.	Puesto	Cant.	Sueldo	Décimo cuarto	Décimo tercero	Beneficio Mensual	Aporte Patronal 11,15%	Gasto Mensual	Gasto Anual
1	Gerente	1	450,00	26,50	37,50	514,00	50,18	564,18	6.770,10
2	Secretaria	1	320,00	26,50	26,67	373,17	35,68	408,85	4.906,16
3	Jefe de Operaciones	1	390,00	26,50	32,50	449,00	43,49	492,49	5.909,82
4	Operarios	6	360,00	26,50	30,00	416,50	40,14	456,64	5.479,68
5	Agente Vendedor	2	320,00	26,50	26,67	373,17	35,68	408,85	4.906,16
Total			1.840,00	132,50	153,33	2.125,83	205,16	2.330,99	27.971,92

Elaborado: Autora

4.4.5. Gastos operativos

Cuadro 21. Gastos Operativos

No.	DETALLE	Meses	Costo Mensual	Costo Anual
1	Agua	12	15,00	180,00
2	Energía Eléctrica	12	27,00	324,00
3	Teléfono	12	30,00	360,00
4	Internet	12	18,00	216,00
Total			90,00	1.080,00

Elaborado: Autora

Cuadro 22. Otros Gastos

No.	DETALLE	Cant.	Costo Mensual	Costo Anual
1	Suministro de Ofic.	12	78,00	936,00
2	Arriendo de Local	12	300,00	3600,00
3	Publicidad	12	80,00	960,00
4	Adecuación de Local	1	1200,00	1.200,00
5	Gasto de Mant. de Equipos y Herramientas	12	343,00	4.116,00
Total			2001,00	10.812,00

Elaborado: Autora

4.4.6. Ingresos anuales netos

Cuadro 23. Ingresos anuales netos

No.	Equipos y Maquinarias	Cant.	Valor Unitario	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
1	Limpieza en Casas	150	60,00	9.000,00	108.000,00
2	Limpieza en Oficinas	30	100,00	3.000,00	36.000,00
3	Limpieza en Locales Comerciales	45	70,00	3.150,00	37.800,00
Total				15.150,00	181.800,00

Elaborado: Autora

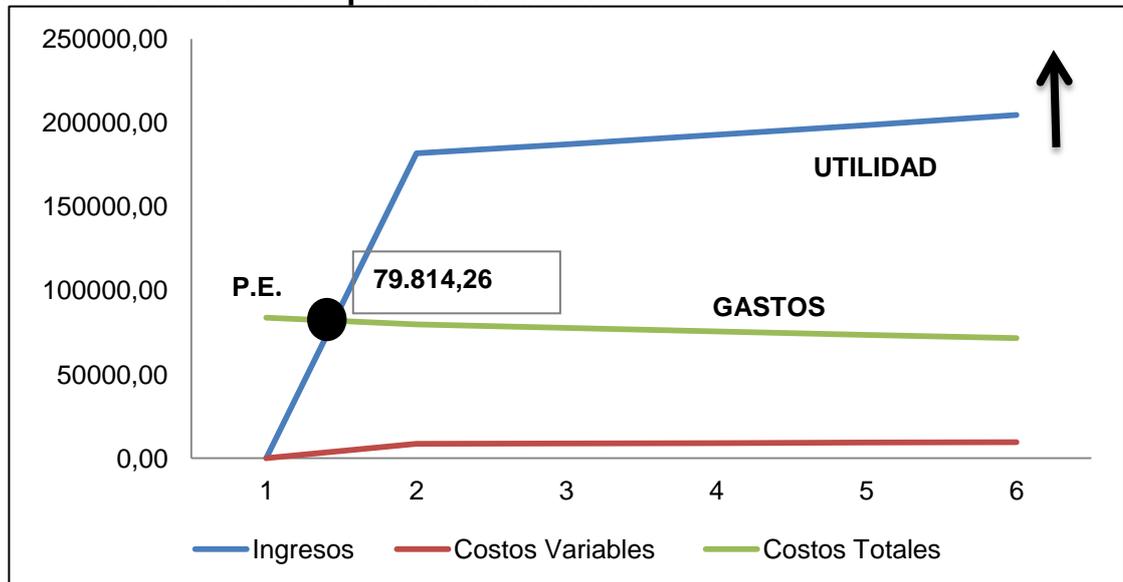
4.4.7. Punto de equilibrio

Cuadro 24. Punto de equilibrio monetario

Detalle		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	0,00	181.800,00	187.254,00	192.871,62	198.657,77	204.617,50
C. Variables	0,00	8.568,00	8.825,04	9.089,79	9.362,48	9.643,36
C. Fijos	83.736,42	71.236,11	68.862,60	66.524,00	64.221,35	61.955,73
C. Totales	83.736,42	79.804,11	77.687,64	75.613,79	73.583,83	71.599,09
Beneficio		101.995,89	109.566,36	117.257,83	125.073,93	133.018,41
PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO		\$ 74.759,43	\$ 72.268,53	\$ 69.814,26	\$ 67.397,72	\$ 65.020,04

Elaborado: Autora

Gráfico 15. Punto de equilibrio monetario



Elaborado: Autora

Interpretación: Para obtener el punto de equilibrio del proyecto se tomó en cuenta las estimaciones de los costos fijos, costos variables e ingresos de los 5 años de vida del proyecto, para lo cual se aplicó la correspondiente fórmula.

En el primer año se obtuvo \$ 74.759,43 producto de los servicios de limpieza brindados a las casas, oficina y locales comerciales del cantón Balzar, cuyos resultados reflejan que para cada año van aumentando los ingresos por la prestación de servicios, por lo que muestran los resultados se considera un proyecto atractivo.

4.5. ESTUDIO FINANCIERO

4.5.1. Flujo de caja proyectado

Cuadro 25. Flujo de caja proyectado

	Detalle	Años				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	INGRESOS					
(+)	Ingreso por Producto	181.800,00	187.254,00	192.871,62	198.657,77	204.617,50
(=)	Ventas netas	181.800,00	187.254,00	192.871,62	198.657,77	204.617,50
(-)	Costos de Producción	8.568,00	8.825,04	9.089,79	9.362,48	9.643,36
(=)	Utilidad bruta	173.232,00	178.428,96	183.781,83	189.295,28	194.974,14
	GASTOS DE OPERACIÓN					
(-)	Gastos Administrativos	27.971,92	28.811,08	29.675,41	30.565,67	31.482,64
(-)	Gastos Financieros	31.538,49	28.001,46	24.464,43	20.927,41	17.390,38
(-)	Otros Gastos	10.812,00	11.136,36	11.470,45	11.814,56	12.169,00
(-)	Depreciación	913,71	913,71	913,71	913,71	913,71
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	101.995,89	109.566,36	117.257,83	125.073,93	133.018,41
(-)	15% Participación a trabajadores	15.299,38	16.434,95	17.588,67	18.761,09	19.952,76
(=)	Utilidad antes de impuestos	86.696,50	93.131,40	99.669,15	106.312,84	113.065,65
(-)	Impuesto a la renta	10.938,98	11.904,21	12.884,87	13.881,43	14.894,35
(=)	UTILIDAD NETA	75.757,53	81.227,19	86.784,28	92.431,42	98.171,30

Elaborado: Autora

4.5.2. Estado de resultados

Cuadro 26. Estado de resultados

		Inversión	Años				
		0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	INGRESOS						
(+)	Ventas		181.800,00	187.254,00	192.871,62	198.657,77	204.617,50
(+)	Aporte de Capital	83.736,42	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
=	Total ingresos	83.736,42	181.800,00	187.254,00	192.871,62	198.657,77	204.617,50
B	EGRESOS						
	Inversión Inicial	83.736,42					
(-)	Costos de Producción		8.568,00	8.825,04	9.089,79	9.362,48	9.643,36
(-)	Gastos de Operación		70.322,41	67.948,90	65.610,29	63.307,64	61.042,02
(=)	Total egresos	83.736,42	78.890,41	76.773,94	74.700,08	72.670,13	70.685,38
C	IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN						
(-)	Participación a Trabajadores		15.299,38	16.434,95	17.588,67	18.761,09	19.952,76
(-)	Impuestos a la Renta		10.938,98	11.904,21	12.884,87	13.881,43	14.894,35
(=)	Total de Impuestos		26.238,36	28.339,16	30.473,55	32.642,52	34.847,11
D	FLUJO DE CAJA NETO (A-B-C)	0,00	76.671,24	82.140,90	87.697,99	93.345,12	99.085,01

Elaborado: Autora

4.6. INDICADORES FINANCIEROS

Cuadro 27. Estudio financiero

INDICADORES FINANCIEROS	
VAN	198.313,27
TIR	94%
RELACIÓN R/C	2,54

Elaborado: Autora

- **Valor Actual Neto:** El resultado obtenido de este índice financiero es positivo por lo que el presente proyecto se lo considera ventajoso porque representa un VAN de \$ 198.313,27

$$\text{VAN} = \text{BNA} - \text{INVERSIÓN}$$

- **Tasa Interna de Retorno:** La Tasa interna de retorno es del 94% comparada con la tasa de oportunidad que es del 12%, se concluye que el proyecto es conveniente para los años analizados.
- **Relación Beneficio – Costo:** El beneficio – costo del proyecto es de \$2,54, este resultado muestra que por cada dólar de inversión que realice la empresa de servicios de limpieza obtendría.

Años		1	2	3	4	5
Beneficios	YB	181.800,00	187.254,00	192.871,62	198.657,77	204.617,50
	(1+i) ⁿ	1,16	1,35	1,56	1,81	2,10
		= 156.724,14	+ 139.160,23	+ 123.564,68	+ 109.716,92	+ 97.421,06
		= 626.587,02				
Costos	C	78.890,41	76.773,94	74.700,08	72.670,13	70.685,38
	(1+i) ⁿ	1,16	1,35	1,56	1,81	2,10
		= 68.008,97	+ 57.055,54	+ 47.857,18	+ 40.135,06	+ 33.654,23
		= 246.710,99				
R YB/C =		2,54				

4.7. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación, cuyo tema se orientó en un estudio de factibilidad que permita establecer los medios necesarios para la creación de una empresa de servicios la misma que nos genere rentabilidad en todas las actividades que se realicen.

Como manifiesta, **AAKER, (2010. Pág. 57)**.- Estudio de factibilidad también, estudio de viabilidad es el análisis financieros, 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.

De acuerdo con **FERRE, (2011. Pág. 120)**.- Determina que el estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Aaker y Ferre, coinciden que son varios los aspectos que se deben tomar en cuenta para realizar un estudio de factibilidad, uno de ellos es que se debe analizar el entorno donde se va a iniciar la empresa para así determinar si el negocio será o no productivo y poder ver cuáles serán las estrategias a tomar para la inicialización de negocio.

Haciendo referencia de los resultados obtenidos de mi tesis, son favorables para la creación de una empresa de servicios de limpieza de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar, como podemos darnos cuenta hemos tenido resultados de un VAN positivo lo cual arrojaría un costo beneficio de \$2.54, que sería un resultado favorable, haciendo comparación con los resultados de la tesis del Señor Jorge Floril archivos que reposan en la biblioteca de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo la cual el tema es

Plan de Negocio para la Creación de una Microempresa dedicada al Servicio de Limpieza doméstica en la Ciudad De Quevedo, año 2012, arrojando como resultados no favorables para la inversión de este negocio ya que se lo destino a la ciudad de Quevedo en donde existe una población excedente para el negocio, pero así mismo la competencia es demasiada ya que hay varias empresas que dan este tipo de servicio lo cual no beneficiaría dar ganancia a dicha empresa, el mismo obtiene un beneficio costo del proyecto de \$2.40, lo cual no sería rentable para el negocio, a lo que se refiere a mi proyecto de inversión con una beneficio costo de \$ 2.54 q sería rentable hacer una inversión, teniendo en cuenta que no tenemos competencia alguna en dicho cantón, solo una empresa que da estos servicios pero no como espera la población, entonces sería de gran beneficio dar por iniciado este proyecto en el cantón Balzar como se dijo anteriormente sería rentable para beneficio de todos ya que como pudimos observar en Quevedo ya ha sido aplicado dicho proyecto no siendo beneficioso para la empresa, entonces nos daría la oportunidad de situar nuestra empresa en el cantón Balzar obteniendo resultados positivos y a la vez dando fuentes de trabajos a muchas personas.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.1. CONCLUSIONES

- ✓ Se desarrolló el estudio de factibilidad para la creación de la empresa de servicios de limpieza “MARBUR” año 2013, con el fin de comprobar la rentabilidad y la conveniencia de ser creada en el cantón Balzar considerado un mercado no explorado por este tipo de actividad.

- ✓ Se analizó la situación de mercado en el cantón Balzar para la creación de la empresa de servicios de limpieza “MARBUR”, se obtuvo resultados favorables puesto que el 94% de la población encuestada considera conveniente la existencia de esta empresa en el cantón Balzar.

- ✓ Se determinó el estudio técnico organizacional, económico y financiero para comprobar la factibilidad de la empresa de servicios de limpieza “MARBUR” en el cantón Balzar, con lo cual se obtuvo un VAN de \$198.313,27 y la tasa interna de retorno del 94% la cual superó la tasa de oportunidad que fue del 12%, por ello es considerado un proyecto rentable, puesto que por cada dólar que invierta la empresa obtendrá \$2,54 de utilidad

1.2. RECOMENDACIONES

Considerado un proyecto ventajoso y rentable por los resultados obtenidos, se recomienda:

- ✓ Poner en marcha este proyecto, ya que es beneficioso tanto para el inversionista como para el fomento de plazas de trabajo en el Cantón Balzar de la Provincia del Guayas.
- ✓ Aprovechar las ventajas que se tiene en la actualidad de un mercado no explorado en este tipo de actividad que es el servicio de limpieza por lo que el futuro de esta empresa será mucho más rentable en los próximos años.
- ✓ Tomar en consideración el desarrollo de los estudios técnico organizacional, económico y financiero puesto que sus resultados son positivos para la viabilidad de este proyecto.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFIA

6. LITERATURA CITADA

- **AAKER, D. 2010.** Investigación de mercado. Estudio de factibilidad. Editorial Mc Graw Hill. Segunda edición. México P. 57 – 59.
- **ARMSTRONG, G. 2013.** Marketing. Atención al cliente. Editorial From Wikipedia. Primera edición. México. P. 35.
- **BOD. E. 2012.** El mercado. Como medir la satisfacción del cliente. Editorial Proteus. Primera edición. España. P. 25.
- **CZINKOTA, K. 2010.** Administración de Mercadotecnia. La investigación. Editorial Thomson learning. Segunda edición. España. P. 78.
- **FERRE, J. 2011.** Estudio de mercado. Como hacer un estudio de mercado de forma práctica. Editorial días de Santos S.A. segunda edición. Madrid-España. P. 120.
- **GARCIA, M. 2010.** Las claves de una empresa. Estudio técnico. Editorial Esic. Sexta edición. España. P. 120-150.
- **GRAJALES, G. 2011.** Estudio de mercado. Objetivos de la investigación. Editorial Orton. Décima edición. Bogotá-Colombia. P. 151.
- **KOTLER, P. 2012.** Mercadotecnia. La población. Editorial Pearson Educación. Sexta edición. México. P. 38.
- **PÉREZ, C. 2010.** Valoración y evaluación del mercado. Análisis del mercado. Editorial Deustro. España. P. 319.
- **SANDHUSEN, R. 2012.** Mercadotecnia. Editorial continental. Primera edición. México. P. 102.

LINCOGRAFÍA

- **ANDRIÓN, M. 2010.** Guías de investigación (en línea). Disponible en: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>. Consultado el 18 de enero del 2014.
- **ANDREOTTI, M. 2010.** Marketing (en línea). Disponible en: <http://forodeeconomicas.com.ar/foro/marketing-y-ventas/1709-definiciun-de-marketing-segn-distintos-autores.html>. Consultado el 24 de enero del 2014.
- **CLEAN, I. 2011.** Servicios de limpieza (en línea). Disponible en: www.cleaniron.com/franquicia.html. Consultado el 3 de noviembre del 2013.
- **CRRESWILL, J. 2012.** Investigación de mercado (en línea). Disponible en : <http://tesisdeinvestigacion.Biogspot.com /2011/07/marco-teorico.html>. Consultado el 12 de diciembre del 2013.
- **HERNÁNDEZ, F. 2012.** Metodología de la Investigación (en línea). Disponible en: <http://tesisdeinvestig.bloglots.com./2011/07/marco-teorico.html>. Consultado el 8 de enero del 2014.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

ENCUESTA

ANEXO 1. Encuesta realizada a las personas que se dedican a la actividad de asistentes de hogar.

1.- ¿De quién depende usted para la limpieza en el hogar?.

ASISTENTE DE HOGAR	
AMA DE CASA	

HIJOS/AS	
----------	--

2. ¿Conoce Ud. alguna empresa que brinde los servicios de limpiezas en viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar.

Si	
No	

3. ¿Cuán importante Ud. considera que exista una empresa que preste los servicios de limpiezas de viviendas, oficinas y locales comerciales en el cantón Balzar?

MUY IMPORTANTE	
POCO IMPORTANTE	
NADA IMPORTANTE	

4. ¿Contaría usted con los servicios de una empresa de limpieza en el cantón Balzar?

Si	
No	

5. Si contrataría el servicio de limpieza ¿qué es lo que Ud. consideraría más importante?

RESPONSABILIDAD	
RAPIDEZ	
CALIDAD	
SEGURIDAD DE SUS BIENES	
BUENA ATENCIÓN	

6. ¿Cada qué tiempo contrataría el servicio de limpieza?

DIARIAMENTE	
UNA VEZ POR SEMANA	
QUINCENAL	
MENSUAL	

7. ¿Cómo considera el tamaño de su hogar?

PEQUEÑO	
MEDIANO	
GRANDE	

8. De acuerdo al tamaño de su hogar ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar diariamente por el servicio de limpieza?

\$ 20.00 – \$ 30.00	
\$ 30.00 – \$ 40.00	
\$ 40.00 - \$ 50.00	

9. ¿Por qué le gustaría contratar con un servicio de limpieza?

POR FALTA DE TIEMPO	
POR ENFERMEDAD	
POR COMODIDAD	

10. ¿Cree Ud. que las empleadas domésticas accederían a formar parte de esta empresa como fuente de trabajo?

SI	
NO	

ANEXOS 2. Depreciación de activos fijos

No.	Equipos y maquinarias	Valor Total	Años de Vida Útil	Depreciación Anual
1	Camioneta doble cabina diesel	28.590,00	10	2.859,00
2	Acondicionador de aire	1.000,00	5	200,00
3	Abrillantadora	2.600,00	5	520,00
4	Aspiradora	800,00	5	160,00
5	Bomba hidroyeth	2500,00	5	500,00
6	Coche exprimidores para trapeado	2.080,00	5	416,00
Total				4.655,00

Elaborado: Autora

No.	Muebles y Enseres	Valor Total	Años de Vida Útil	Depreciación Anual
-----	-------------------	-------------	-------------------	--------------------

1	Escritorio	115,00	3	38,33
2	Silla giratoria	95,00	3	31,67
3	Sillas de espera	60,00	3	20,00
4	Archivador Alex	110,00	3	36,67
5	Teléfono Sony	60,00	2	30,00
Total				156,67

Elaborado: Autora

No.	Equipo Informático	Valor Total	Años de Vida Útil	Depreciación Anual
1	Computadora Hp 550	1000,00	3	333,33
2	Impresora Canon Mp 230	95,00	2	47,50
3	Regulador hp 240	30	2	15,00
Total				395,83

Elaborado: Autora

ANEXO 3. Evidencias fotográficas sobre las encuestas realizadas a la población objetivo del cantón Balzar.



Figura 2.- Vista frontal de la Empresa “E & O”



Figura 3.- Encuesta realizada al Gerente de la Empresa “E & O”



Figura 4.- Vista frontal de la Empresa “ ECKO MUSIC”



Figura 5.- Encuesta realizada al Gerente de la Empresa “ ECKO MUSIC”

ANEXO 4. Fotografía de los materiales para la empresa de servicio de limpieza. “MARBUR”

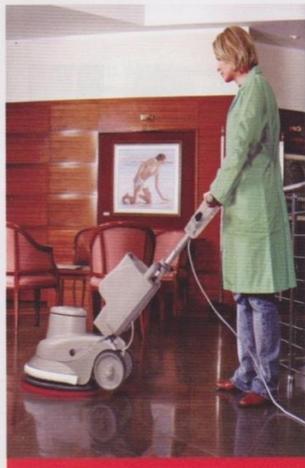


Figura 6. Local de la empresa limpieza “MARBUR”



Figura 7. Equipos y vehículo de limpieza de la empresa Limpieza "MARBUR"

Abrillantadoras



Datos técnicos

Equipos	Anchura de trabajo Ø mm	Cepillo Ø mm	Revoluc. cepillo rev./min	Tensión Voltios/ Frec. Hz	P nom/ p max	Dimens. máquina	Peso kg
CM43	430	430	160	110V	1500	590 1200 430	45
CM50	500	500	160	110V	1500	650 1200 520	45
CM1500	1500		1500	110V	DC 1100	610 1260 540	35

CM43-CM50-CM1500

Máquina innovadora para lavar tapizados

Máquina Sanitizadora y aromatizadora.

Figura 8.- Equipos de limpieza