



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

TEMA:

**Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicio de
Limpieza para el Sector Privado en el Cantón Esmeraldas.**

AUTORAS:

Basurto Castro, María José

Estupiñan Segura, Dayana Yamileth

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingenieras en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs

Guayaquil, Ecuador

28, de Agosto del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Basurto Castro, María José y Estupiñan Segura, Dayana Yamileth** como requerimiento para la obtención del título de **INGENIERAS EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE.**

TUTOR

f. _____
Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Knezevich Pilay, Teresa, Mgs

Guayaquil, a los 28 días del mes de Agosto del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Basurto Castro, María José y Estupiñan Segura, Dayana Yamileth**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE LIMPIEZA PARA EL SECTOR PRIVADO EN EL CANTÓN ESMERALDAS** previo a la obtención del título de **INGENIERAS EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Agosto del año 2017

f. _____
Basurto Castro, María José

f. _____
Estupiñan Segura, Dayana Yamileth



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Basurto Castro, María José y Estupiñan Segura, Dayana Yamileth**

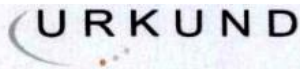
Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIO DE LIMPIEZA PARA EL SECTOR PRIVADO EN EL CANTÓN ESMERALDAS**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 28 días del mes de Agosto del año 2017

f. _____
Basurto Castro, María José

f. _____
Estupiñan Segura, Dayana Yamileth

REPORTE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS-ESTUDIO DE FACTIBILIDAD-SERVICIO DE LIMPIEZA.docx
(D30324138)
Submitted: 2017-09-01 06:39:00
Submitted By: yami_1424@hotmail.es
Significance: 3 %

Sources included in the report:

<http://www.agroproyectos.org/relacion-beneficio-costos/>
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1634>
<https://www.gestiopolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto/>
<http://elempresario.mx/emprendedores/analiza-demanda-tu-producto-servicio>
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3755/00781096.pdf?sequence=1>
<http://www.elcomercio.com/datos/desempleo-ecuador-negocios-mercadolaboral.html>
<http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>
<http://limpiezasil.com/servicios-limpieza-sus-caracteristicas-y-definiciones/>
<http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1580>
<http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf?sequence=1>
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2856>
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1333/1/TESIS%20SERVICIO%20DE%20LIMPIEZA%20CEMAJO%20S.A.pdf>
<http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>
http://www.eoi.es/wiki/index.php/Metodolog%C3%ADa_para_elaborar_planos_de_negocio_en_Proyectos_de_negocio

Instances where selected sources appear:

16

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Yami 1424". The signature is written in a cursive style and is positioned to the right of the page number "16".

AGRADECIMIENTO

Doy infinitamente Gracias a Dios por haberme dado fuerzas y valor para culminar esta etapa de mi vida y demostrarme que la fe comienza cuando donde la razón termina.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por mi madre, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

A mi Padre que a pesar de la distancia siempre me ha transmitido su amor y apoyo incondicional.

A mis hermanos Piter y Gary que con sus consejos me han ayudado afrontar los retos que se me han presentado a lo largo de mi vida.

A mi abuelita Inés María Angulo que con sus oraciones ha guiado mi camino y ha sido un ejemplo incuestionable de fortaleza.

A mis tíos, primos y familia en Italia que nunca dejaron de confiar en mí.

María José Basurto Castro

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme guiado y bendecido a lo largo de mi carrera universitaria, por iluminar mi camino dándome fortaleza en los momentos más difíciles y poder cumplir con éxito esta etapa de mi vida.

Agradezco a mis padres Juan Estupiñan Quiñónez y Rocío Segura Hurtado, por ser mis pilares fundamentales en todo el trayecto de mi carrera, inculcándome valores, principios, pero sobre todo por su incondicional apoyo y por cada consejo que me guiaron a tomar las decisiones correctas para la culminación de mis estudios.

Agradezco a mi hermano Edder Estupiñan Segura, por sus consejos y apoyo cuando más lo he necesitado, cada meta que cumplo sé que te hace feliz, porque sobre todas las cosas se el gran cariño que sientes hacia mí y porque nuestros padres se sienten orgullosos de los hijos que han formado.

Agradezco a mi abuelita María Hurtado Villa, por su inmenso cariño y ejemplo que ha sido para mí, por medio de sus oraciones siempre ha deseado lo mejor para mí, sobre todo le dedico este trabajo a mi abuelita, porque ve en mí reflejado todo lo que ella quiso alcanzar algún día.

Dayana Yamileth Estupiñan Segura

DEDICATORIA

A mis padres, Daisy Castro y Gripeter Basurto porque creyeron en mi y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, que me enseñaron que la perseverancia es uno de los pilares fundamentales de la vida, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mi, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

María José Basurto Castro

DEDICATORIA

El trabajo de titulación se lo dedico a Dios porque ha estado presente en mis momentos de angustia y me ha ayudado a salir adelante, sobre todo ha estado en mis momentos de alegría, bendiciendo cada paso que he dado.

A mi familia le dedico este trabajo porque ellos han sido testigos, durante toda mi etapa universitaria el sacrificio que hay de por medio en la obtención de este título y que gracias a sus palabras de motivación, superación y apoyo he podido convertirme en profesional.

A mi novio Santiago Zambrano Álvarez, le dedico este trabajo con todo mi cariño; por las palabras de aliento y acciones que ha hecho por mí en mis momentos de angustia y preocupación, ha sabido darme las respuestas correctas que he necesitado en esos momentos, también le dedico este trabajo porque pronto será un profesional también y veremos realizado el sueño de nuestros padres al convertirnos en profesionales.

Por último, le dedico este trabajo a mis amistades más cercanas y a mi compañera de tesis por su compromiso y apoyo durante todo este trayecto de titulación.

Dayana Yamileth Estupiñan Segura



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Teresa Knezevich Pilay, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Ec. Paola Guim Bustos, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

f. _____

Ec. David Coello Cazar, Mgs.

OPONENTE

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|----|
| Introducción | 2 |
| Capítulo I: Aspectos Generales del Trabajo..... | 5 |
| Antecedentes | 5 |
| Planteamiento y formulación del problema de estudio | 7 |
| Planteamiento del Problema..... | 7 |
| Formulación del Problema | 8 |
| Sistematización del problema | 8 |
| Delimitación..... | 9 |
| Justificación..... | 10 |
| Objetivos | 11 |
| Objetivo General | 11 |
| Objetivo Específicos | 11 |
| Capítulo II: Fundamentación Teórica | 12 |
| Marco teórico | 12 |
| Microempresa..... | 12 |
| Elementos que requieren las microempresas | 22 |
| Empresa de servicios..... | 23 |
| Características de los servicios..... | 24 |
| Marco legal..... | 34 |
| Constitución de Compañías..... | 36 |

| | |
|--|----|
| MIPYMES | 38 |
| Actividades Complementarias | 40 |
| Capítulo III: Metodología | 43 |
| Métodos de la investigación..... | 43 |
| Fuentes de información | 44 |
| Población y muestra | 44 |
| Capítulo IV: Análisis de resultados | 47 |
| Tabulación de las encuestas | 47 |
| Cálculo de la demanda | 57 |
| Demanda potencial..... | 58 |
| Oferta..... | 59 |
| Proyección de la oferta..... | 60 |
| Demanda Insatisfecha | 60 |
| Capítulo V: Aspectos de la Empresa y del Sector..... | 62 |
| Análisis Técnico..... | 62 |
| Perfil del Negocio | 62 |
| Requerimientos de ubicación | 62 |
| Requerimientos de equipo humano..... | 63 |
| Equipos e insumos de limpieza..... | 63 |
| Misión | 64 |
| Visión | 64 |
| Políticas..... | 64 |

| | |
|--|----|
| Ventajas Competitivas | 65 |
| Análisis FODA..... | 65 |
| Análisis de Mercado..... | 67 |
| Demanda del servicio | 68 |
| Características del Servicio por ofertar | 69 |
| Determinación del Precio | 72 |
| Canales de Distribución | 73 |
| Conclusiones del Estudio de Mercado | 74 |
| Plan de Marketing | 75 |
| Análisis de las fuerzas de Porter | 75 |
| Marketing Operativo | 78 |
| Capítulo VI: Estudio de Factibilidad | 82 |
| Inversión..... | 82 |
| Balance Inicial..... | 83 |
| Estado fuentes y usos | 87 |
| Capacidad Efectiva..... | 88 |
| Ingresos | 89 |
| Costos operacionales..... | 90 |
| Proyecciones de gastos..... | 90 |
| Estado de Pérdidas y Ganancias..... | 91 |
| Flujo de fondos..... | 93 |
| Indicadores financieros | 93 |

| | |
|---|-----|
| Conclusiones del estudio de Factibilidad..... | 97 |
| Conclusiones | 98 |
| Recomendaciones..... | 99 |
| Bibliografía | 100 |
| Anexos | 108 |
| Formato de encuesta..... | 108 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---------------|----|
| Tabla 1..... | 9 |
| Tabla 2..... | 15 |
| Tabla 3..... | 16 |
| Tabla 4..... | 17 |
| Tabla 5..... | 20 |
| Tabla 6..... | 28 |
| Tabla 7..... | 57 |
| Tabla 8..... | 58 |
| Tabla 9..... | 59 |
| Tabla 10..... | 59 |
| Tabla 11..... | 60 |
| Tabla 12..... | 61 |
| Tabla 13..... | 82 |
| Tabla 14..... | 83 |
| Tabla 15..... | 84 |
| Tabla 16..... | 85 |
| Tabla 17..... | 86 |
| Tabla 18..... | 87 |
| Tabla 19..... | 87 |
| Tabla 20..... | 88 |
| Tabla 21..... | 88 |
| Tabla 22..... | 89 |
| Tabla 23..... | 89 |
| Tabla 24..... | 89 |
| Tabla 25..... | 90 |
| Tabla 26..... | 90 |
| Tabla 27..... | 91 |
| Tabla 28..... | 92 |
| Tabla 29..... | 93 |
| Tabla 30..... | 93 |
| Tabla 31..... | 94 |
| Tabla 32..... | 95 |
| Tabla 33..... | 95 |
| Tabla 34..... | 96 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1: MIPYMES por cantones de la provincia de Esmeraldas. Tomado de "Directorio de Empresas", por INEC, 2014. | 17 |
| Figura 2: MIPYMES por cantones de la provincia de Esmeraldas. Tomado de "Directorio de Empresas", por INEC, 2014. | 18 |
| Figura 3. Tipo de empresa..... | 47 |
| Figura 4. Necesidad del servicio de limpieza..... | 48 |
| Figura 5. Frecuencia de contratación de servicios de limpieza..... | 48 |
| Figura 6. Períodos de contratación de limpieza interna de la empresa | 49 |
| Figura 7. Períodos de contratación de limpieza externa | 49 |
| Figura 8. Calificación del servicio de limpieza actual | 50 |
| Figura 9. Frecuencia del servicio actual de limpieza | 51 |
| Figura 10. Operarios que intervienen en la prestación actual del servicio de limpieza | 51 |
| Figura 11. Rango de costos del actual servicio de limpieza | 52 |
| Figura 12. Percepción de confianza en el servicio de limpieza actual..... | 53 |
| Figura 13. Características de valor del servicio de limpieza..... | 53 |
| Figura 14. Consideración de creación de empresa de servicios de limpieza | 54 |
| Figura 15. Preferencias de contratación | 55 |
| Figura 16. Disposición a pagar por servicio de limpieza interna..... | 55 |
| Figura 17. Disposición a pagar por el servicio de limpieza externa | 56 |
| Figura 18. Disposición a pagar por un servicio de limpieza todo incluido..... | 57 |
| Figura 19. Matriz FODA de la empresa de servicios de limpieza | 66 |

RESUMEN

A pesar de las cifras oficiales que determinan que ha disminuido en los últimos años en Ecuador, el desempleo sigue siendo uno de los problemas más preocupantes a nivel nacional. En el Cantón de Esmeraldas las cifras de desempleo son aún mayores, lo cual conlleva a otros problemas sociales como la pobreza, desnutrición, empleo informal, delincuencia, entre otros.

El crear una microempresa para el servicio de limpieza en el Cantón Esmeraldas contribuirá con la mejora de la oferta laboral existente en el cantón, aportando a disminuir el empleo informal y cubrir la demanda insatisfecha existente en el sector. Por lo tanto, el objetivo de la presente investigación es desarrollar un estudio de factibilidad que permita definir la viabilidad de una microempresa prestadora de servicios especializada en limpieza enfocada al sector empresarial privado en el cantón Esmeraldas.

Los resultados determinan que existe una demanda insatisfecha en el servicio de limpieza en el Cantón, lo cual es respaldado por entrevistas realizadas al grupo objetivo del proyecto. Es de anotar que el resultado del estudio de factibilidad determina que el proyecto es rentable y viable, por lo tanto, se recomienda invertir en una microempresa que preste estos servicios de limpieza.

ABSTRACT

Unemployment is one of the most worrying problems in Ecuador. Although according official numbers, the unemployment rate has declined in recent years at country level. However, in the Esmeraldas canton, unemployment rates are worrisome which leads to other social problems such as poverty, malnutrition, informal employment, and delinquency, among others.

A new cleaning service company in Esmeraldas will contribute to the improvement of the existing labor supply in the canton, reduce the informal employment and meet the unsatisfied demand in the sector. The objective of this investigation is to develop a feasibility study that allows to define the viability of a microenterprise service provider specialized in cleaning, focused on the private business sector in Esmeraldas.

The results indicate that there is an unmet demand in the cleaning service in the canton of Esmeraldas, which is supported by interviews with the project's target group. It is noteworthy that the result of the feasibility study determines that the project is profitable and viable, therefore it is recommended to invest in a microenterprise that provides these cleaning services.

Introducción

Es muy común en la actualidad ver una serie de emprendimientos que se constituyen como pequeñas empresas y que ofrecen servicios innovadores, contrario a lo oferta actual de la industria que proporciona servicios básicos, lo que hace que pierda su atractivo. No obstante, encontrar un nicho de mercado en determinado sector geográfico significa innovar (por muy básico que parezca el servicio) debido a que en esa localidad no existe mucha incursión en dicha línea de negocios (U. S. Small Business Administration, 2016).

Si bien es cierto ofrecer un servicio de limpieza puede considerarse básico en estos tiempos, resulta ser muy especializado y uno de los servicios más solicitados por el sector privado. Cubrir este nicho de mercado en sectores donde no hay una empresa que lo ofrezca, o que sus servicios sean regulares y hasta en cierto modo por la poca incursión en esa industria, es una oportunidad rentable y de crecimiento a largo plazo (Alarcón, 2015).

En la actualidad se evidencia una evolución de los servicios de limpieza, esto gracias a que, con la expansión de los mercados, mejoras en los sistemas educativos y el creciente auge de emprendimientos, se puede contar con una óptima capacitación del factor humano, sumado a esto la accesibilidad a las herramientas necesarias para el cumplimiento de sus funciones. El objetivo general es ofrecer un servicio que beneficie a ambas partes [ganar-ganar], lo que se traduce a contribuir de forma formidable con la calidad de vida de los integrantes de la empresa, sus clientes [por ende a la sociedad] (Prieto, 2013).

El servicio de limpieza implica actividades diversas, ya sea al interior o exterior de un inmueble, esta actividad debe ser realizada con las precauciones del

caso, equipo de protección, prevención de riesgos, manejo de desechos, entre otros. Por ello se incluye en su definición que es especializado, debido a que no se trata simplemente de limpiar, es de asegurar asepsia y protección tanto al agente que lo realiza como al aglomerado que ha de utilizar las instalaciones (Ayuso, 2012).

Servicios de limpieza es un término que se emplea con regularidad, sin embargo, trae implícito consigo muchos factores intangibles. Por ello su evaluación final o de sus resultados resulta más complejo de lo que parece. No obstante, se requiere de estándares técnicos y de una gestión adecuada para lograr la satisfacción en los clientes (Escudero, 2013).

Dentro de la tendencia actual del mercado se considera como clave principal velar por el bienestar de los ciudadanos [personal o clientes], este es un factor que se considera mucho en los negocios actuales dedicados especialmente a ofrecer servicios relacionados con la integridad física y condiciones ambientales de la sociedad. Generalmente el hecho se evidencia más en empresas del sector privado que proponen soluciones viables y sostenibles a las necesidades detectadas, desarrollan estrategias que permitan un adecuado funcionamiento de sus entidades de forma integral, uno de esos es las condiciones de higiene y limpieza para crear ambientes y climas laborales más eficientes y productivos (Escudero, 2013).

En ciertas zonas del Ecuador es evidente la creciente incursión de empresas [sea por creación o por expansión], situación que no es diferente en el distrito 08D01 de Esmeraldas, ciudad y capital de la provincia del mismo nombre, esta cuenta con un mayoritario porcentaje de empresas privadas, los mismos que constituyen en el sector burocrático de la provincia.

En los últimos años la gestión de las empresa ha generado nuevos enfoques, estos relacionados generalmente a incrementar su productividad y una adecuación en sus horarios de trabajo, por ende los establecimientos de las instituciones privadas generan mayor afluencia de sus clientes lo que la frecuencia de visitas también tiende a incrementar; razón por la cual se hace necesario y además relevante contar instalaciones y ambientes óptimos para sus funciones (Alarcón, 2015).

Es entonces donde se considera el marketing de servicios, caracterizado por promover una óptima relación entre los clientes y la empresa, convirtiendo al servicio al cliente en catapulta para empresas que logran una cualificación alta en este aspecto. Sin duda para generar confianza y fidelidad en los clientes, se debe considerar no sólo el trato con el personal sino además el ambiente en que se desenvuelven es aquí donde el servicio de limpieza adquiere su mayor valor (Alarcón, 2015).

Estudiar la factibilidad de una empresa de servicios de limpieza para empresas privadas consiste en analizar todos los indicadores existentes que promuevan y justifiquen la propuesta, en el presente caso, considerando aspectos generales se cree necesario incursionar en esta industria de servicios especializados en la zona determinada, puesto que se considera existe un nicho que resulta factible cubrir.

Capítulo I: Aspectos Generales del Trabajo

Antecedentes

Antes de plantear el contenido del presente trabajo es preciso considerar documentos previos de diversos autores que han de ser un aporte al tema planteado, por ello se expone los siguientes antecedentes:

Reina & Reina (2014) plantearon un “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de Limpieza, en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha”, donde expusieron la necesidad de cubrir sectores de la ciudad a los que no llegan las empresas existentes, emplea la investigación cuantitativa, realiza un estudio de mercado, analiza el impacto que se ganaría y luego un estudio financiero, lo que le permite llegar a la conclusión de rentabilidad positiva con cálculos de Tasa interna de retorno [TIR] de 24,95% y Valor Actual Neto [VAN] % 19.705,49.

Chávez & Landínez (2012) quienes realizaron un estudio titulado: “Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa de servicios de outsourcing de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Bogotá, localidad Chapinero”, en el estudio plantearon la reciente incursión de pequeñas empresas en este tipo de servicios, emplea un estudio descriptivo lo que le permite ejecutar estudios como: ambiente externo, mercadeo y ventas, técnico, administrativo, legal y financiero. Concluye con un análisis de sensibilidad donde expone resultados optimistas y pesimistas, y los impactos social y económico cuyo contenido se resume a un proyecto viable y sostenible por su demanda, expansión y generación de plazas de trabajo.

Mendoza & Moreira (2013), autoras del trabajo “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la presentación de servicios de limpieza cuidado y mantenimiento para los hogares en la ciudad de Santo Domingo 2012” plantean la creación de la empresa al considerar que el rol de la mujer se ha expandido por ende las labores del hogar necesitan ser cubiertas por personal contratado, para el trabajo sustentan que la limpieza se ha convertido en un servicio prioritario para el sector de estudio por ende emplearon la investigación científica y de campo que corroboran su planteamiento.

Ayala & Rivera (2013) estudiaron también el área de servicios de limpieza pero enfocados a la diversidad por ende el “Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa de prestación de servicios domiciliarios, limpieza y mantenimiento de los hogares de la ciudad de Ibarra” se plantea como factible debido a que su ventaja diferencial es ofrecer más canales del servicio, para su efecto emplearon la investigación de campo con método descriptivo, además el uso de la investigación documental y bibliográfica, de acuerdo a lo expuesto estas determinan “la factibilidad de conformar una micro empresa de prestación de servicios como respuesta al diagnóstico establecido en el proyecto” (p.1).

Ríos (2016) expone “Creación de la empresa “CEMAJO S.A” dedicada a dar servicio de limpieza a empresas de Guayaquil”, en cuyo contenido explica cómo el servicio de limpieza se ha diversificado, en este caso se evidencia la necesidad de personal que realice la actividad en el mercado empresarial. Emplea el análisis situacional y del entorno, posterior a esto un estudio de mercado que le permiten desarrollar un plan de marketing y de viabilidad económica y financiera. Los

resultados obtenidos indican un crecimiento potencial por lo que se considera como factible.

Planteamiento y formulación del problema de estudio

Planteamiento del Problema

Según datos publicados por el INEC en la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, a diciembre de 2016, en la provincia de Esmeraldas [norte del Ecuador], se evidencia un alto índice de desempleo lo que lo coloca en el primer lugar a nivel nacional siendo su población desempleada de 20.966 habitantes lo que constituye el 8,86% de su población económicamente activa, por ende existen factores que permiten plantear soluciones al desempleo y al mismo tiempo que cubran nichos de mercado(INEC, 2017).

El cantón Esmeraldas es una de las localidades que presenta un nicho de mercado atractivo, además del índice de desempleo se evidencia la demanda de servicios de limpieza y existe poca incursión en esta actividad. Lo que se traduce en una oportunidad de emprendimiento, especialmente en el servicio para empresas privadas, las mismas que son la mayoría en el cantón y son las más enfocadas a mantener ambientes de trabajo favorables para su personal y usuarios.

En este sentido se puede plantear como solución a los factores presentes, la creación de una micro empresa que contribuirá con el fortalecimiento del sector formal local, generando nuevas plazas de trabajo y cubriendo la demanda existente que se ha determinado del servicio de limpieza del sector empresarial privado.

Con la externalización de esta actividad se ha incrementado la demanda, la misma que las empresas existentes en la rama no logran abastecer el sector, por lo

que se considera factible la creación de una nueva empresa que cubra nichos de este mercado que están poco o nada atendidos.

El beneficio que una empresa externa realice la limpieza en una institución privada es la seguridad de cumplimiento de normas vigentes en cuanto al manejo de desechos, promoviendo los cuidados del medio ambiente en general, lo que garantiza que el SSA [Salud, Seguridad y Ambiente] se cumpla de acuerdo a lo estipulado y con personal que se ha de capacitar previamente para el cargo.

La propuesta permite que tanto las empresas privadas que requieren el servicio, como la empresa de limpieza obtengan ganancias, las primeras optimizan tiempos y procesos con una pequeña inversión del recurso económico y las segundas logran mantener estándares de bioseguridad, atención al cliente, generar plazas de trabajo, cubrir una demanda lo que permitirá su futura expansión y generar utilidades.

Formulación del Problema

¿Crear una empresa especializada en servicios de limpieza dirigida al sector privado permitirá mejorar los índices de desempleo, cubrir un nicho de mercado poco atendido y asegurar el cumplimiento de la normativa vigente SSA en el Distrito 08D01 Esmeraldas?

Sistematización del problema

- ¿Qué acciones permiten conocer la situación actual de la demanda de servicios de limpieza en el cantón Esmeraldas?

- ¿Cómo desarrollar un diagnóstico situacional del entorno frente a la propuesta de factibilidad de creación de una empresa proveedora de servicios de limpieza para empresas en el Distrito 08D01 Esmeraldas?
- ¿De qué forma se pretende contribuir a satisfacer la demanda existente?

Delimitación

Se presenta el proyecto de estudio de factibilidad para determinar si es viable la creación de una micro empresa que ofrezca servicio de limpieza a entidades privadas en el Distrito 08D01 – Esmeraldas, por ende, es preciso determinar generalidades que permiten la delimitación adecuada de la investigación, para su efecto se expone la tabla 1 que contiene especificaciones relevantes del trabajo.

Tabla 1

Delimitación del Proyecto

| <i>Campo</i> | <i>Comercio y Finanzas</i> |
|---------------------|--|
| <i>Área</i> | Sector Servicios |
| <i>Tema</i> | Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicio de limpieza para el sector privado en el Cantón Esmeraldas |
| <i>Problema</i> | Falta de empresas proveedoras del servicio de limpieza para entidades privadas en el cantón Esmeraldas |
| <i>Objeto</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento del sector formal • Disminución de tasa de desempleo • Cobertura de nicho de mercado existente con poca intervención |

| | |
|--------------------|---------------------|
| <i>Orientación</i> | Sector Privado |
| <i>Tiempo</i> | Año 2017 |
| <i>Lugar</i> | Esmeraldas– Ecuador |

Justificación

El presente proyecto de investigación está basado en los conocimientos adquiridos en los estudios realizados del pre grado en el transcurso de la *Carrera de Comercio y Finanzas Internacionales*; en el cual se realizará la descripción del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa orientada a ofrecer servicios de limpieza para el sector empresarial privado del cantón Esmeraldas, la misma que proporcionará información de calidad para la toma de decisiones.

Crear una microempresa contribuirá con la mejora de la oferta laboral existente en el cantón Esmeraldas, lo que aporta a disminuir el empleo informal. Al mismo tiempo se propone cubrir espacios poco o nada atendidos por las empresas similares existentes. De forma relevante se puede mencionar que al constituir una entidad dedicada a este tipo de servicios asegura a los clientes [empresas privadas] que se cumplirán las normativas exigidas por los organismos reguladores correspondientes.

Además de lo expuesto genera mayor valor agregado al sector, se consideran los aspectos expuestos para mejorar la calidad de los futuros empleados. En la parte de la comunidad se generan ambientes más limpios y por ende más sano, se contribuye mediante la capacitación del personal al manejo seguro de desechos tanto para ellos como para la comunidad en general, esto permite prevenir riesgos,

colaborar con la clasificación adecuada de desechos que aporta a la conservación del medio ambiente.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un estudio de factibilidad que permita definir la viabilidad para la creación de una microempresa prestadora de servicios especializada en limpieza, cuyo enfoque es para el sector empresarial privado en el cantón Esmeraldas.

Objetivo Específicos

- Determinar factores clave del sector servicios de limpieza que inciden en la demanda actual en el Distrito 08D01 Esmeraldas mediante matrices de análisis de entorno.
- Identificar las condiciones de la competencia y del mercado de las empresas de servicio de limpieza según la percepción de los usuarios del servicio.
- Comprobar la rentabilidad generada por el proyecto luego del estudio técnico, administrativo y financiero.

Capítulo II: Fundamentación Teórica

Marco teórico

Microempresa.

Para poder realizar un estudio de factibilidad se debe diferenciar lo que implica crear una microempresa y una empresa. A continuación, se detallan las definiciones de cada una, para dar a entender detalladamente, el objetivo de este proyecto.

La Unión Europea a inicios del 2005, considera una microempresa a la empresa que tiene menos de 10 trabajadores, a aquella que cuente con menos de 50 trabajadores y con un volumen de ventas menor a 7 millones de euros, se la considera como una empresa pequeña y aquella que mantenga entre 49 a 250 trabajadores su volumen de ventas es inferior a 40 millones de euros, se la considera una empresa mediana (González Alvarado, 2005, p. 110).

De acuerdo con Rivero, Ávila y Quintana (2001), una microempresa es una unidad socioeconómica pequeña de producción, comercio o prestación de servicios, cuya creación no requiere de mucho capital y por su tamaño, existe un uso productivo y eficiente de los recursos. Para esto Monteros (2005) señala que:

Una microempresa es una asociación de personas que, utiliza sus conocimientos y recursos que opera en forma organizada: tales recursos pueden ser, humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos y/o servicios que se suministran a consumidores, obteniendo un margen de utilidad. (Monteros, 2005, pp.40-41)

Respecto a las citas anteriores, una microempresa es aquella que entidad considerada el inicio de toda empresa con el único fin de crecer y expandirse hasta abarcar grandes cantidades de recursos y mano de obra. Una vez definido la microempresa se procede a establecer, la definición de una empresa. Con ello, se puede

Romero (2005) define la empresa es “el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela” (p.9).

En el texto de Munch Galindo (1994), expresa que las empresas “son una fuente de ingresos para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios. Además, promueven el desarrollo económico de la sociedad, contribuyen al sostenimiento de servicios públicos y fomentan el desarrollo de habilidades tales como la formación de capital y la inversión” (p.26).

Para García (2001), define la empresa como “una entidad en la cual mediante la organización de elementos humanos, materiales técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de objetivos determinados” (p.3).

En base a las citas anteriores, se puede establecer que, el presente proyecto, está enfocado a la creación de una microempresa que cubra aquellos nichos de mercado especificados en el capítulo anterior.

Importancia de la microempresa

La importancia en el Ecuador de que las personas se conviertan en microempresarios se basa en la generación de un propio puesto de trabajo, sin

dependencia de alguna otra entidad. Generalmente, la creación de una microempresa es la dirección más común hacia el autoempleo, con tendencia a crecer hasta convertirse en una entidad que genere más plaza de trabajo. En base a esto, se argumenta el perfil del microempresario que debe cumplir, para poder llevar a cabo este tipo de propuesta.

Para Barrios (2015), el microempresario es aquella persona que tiene la capacidad de iniciar un negocio e identifica varias necesidades que no hayan sido satisfechas, mediante algún tipo de modificación y presentar un aspecto diferenciador, que reúna los recursos necesarios para producir bienes y servicios capaces de satisfacer la necesidad de la demanda o a su vez, diferenciarse de la competencia con el propósito de obtener un beneficio.

Referente a la cita anterior, se detalla, que la persona encargada de llevar a cabo la creación de la microempresa y su respectivo estudio de factibilidad debe tener capacidad y voluntad para el desarrollo de conocimientos y habilidades constantes, y de aprender nuevas formas de planeamiento empresarial para ejecutar las decisiones con liderazgo. La resiliencia en esta persona debe ser, fundamental ante cualquier impacto negativo que sufra la microempresa.

La creación de esta microempresa es de gran importancia en la economía ecuatoriana, es especial, para aquellos sectores en los que la demanda de un servicio de limpieza queda insatisfecha. Adicionalmente, desde otro punto de vista, la microempresa es una salida laboral para el desempleo que se registra actualmente en la ciudad de Esmeraldas.

Clasificación de las empresas

Como se definió en los párrafos anteriores, una empresa es importante porque genera fuentes de empleo, ingresos para varias personas y al país y fomentan el desarrollo de nuevas tecnologías y aspectos teóricos. En la siguiente tabla, se detalla la clasificación de las empresas en el Ecuador:

Tabla 2

Clasificación de las empresas

| Clasificación de las empresas | Tipo | Descripción |
|--------------------------------------|------------------------------|--|
| Según la actividad | Comerciales | Se dedican a la compra y venta de productos terminados. |
| | | Se clasifican en: Mayoristas Minoristas Comisionistas |
| | Industriales | Son aquellas que se dedican a la producción de bienes, mediante la transformación de materias primas |
| | | Se clasifican en: Extractivas Manufactureras |
| | Servicio | Son aquellas que brindan un servicio a la comunidad. |
| | | Se clasifican en Transporte Turismo Educación, etc. |
| Según su forma Jurídica | Empresas individuales | Son aquellas que tienen un solo dueño. |
| | Sociedades | Están constituidas por varias personas. |
| | | Sociedad anónima Sociedad colectiva Sociedad en comandita Sociedad de responsabilidad limitada |
| Según su tamaño | Microempresa | De 1 a 10 empleados |
| | Pequeña | De 11 a 50 empleados |
| | Mediana | De 51 a 250 empleados |
| | Grande | De 250 empleados en adelante |
| | Multinacional | A nivel internacional |

| | | |
|-------------------------|----------------|---|
| Según el capital | Privada | Cuando el capital es de accionistas particulares |
| | Pública | Cuando el capital es del estado |
| | Mixta | Cuando el capital es de accionistas particulares y del estado |

Nota: Tomado de "Las empresas y su clasificación", por Solórzano Castro (2012)

Clasificación de las PYMES

Al pertenecer una microempresa, al sector de las Pymes, es necesario conocer, de acuerdo con su actividad, la descripción de cada una de estas. El estudio de factibilidad será realizado en la ciudad de Esmeraldas, de esa manera, los datos y su clasificación será en base a esta provincia, la cual se detalla a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 3

Clasificación de las PYMES en Esmeraldas

| Sectores económicos | Número |
|--|---------------|
| Comercio | 6704,4 |
| Construcción | 362,4 |
| Servicios | 5617,2 |
| Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca | 4711,2 |
| Manufactureras | 724,8 |

Nota: Tomado de " Directorio de empresas 2014", por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2014)

Las microempresas en la ciudad de Esmeraldas según el Directorio de empresas de INEC (2014), el 2.2% de las empresas nacionales se encuentran ubicadas en la provincia de Esmeraldas. De este total, se puede detallar la siguiente tabla:

Tabla 4

Distribución de empresas en Esmeraldas 2014

| Establecimientos económicos | Número de empresas |
|------------------------------------|---------------------------|
| Microempresas | 16.750 |
| Pequeñas | 1.202 |
| Medianas | 168 |
| Grandes | 53 |

Nota: Tomado de " Directorio de empresas 2014", por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2014)

Como se puede observar en la tabla anterior, el 99,7% del total de las empresas localizadas en esta provincia, son MYPYME. De esta cifra, 16.750 establecimientos económicos corresponden a microempresas, 1.202 y 168 a pequeñas y medianas empresas. Del número de las pymes, el 92,44%, corresponden a al conjunto de microempresas en esta provincia.

MIPYME por cantones de la provincia de Esmeraldas

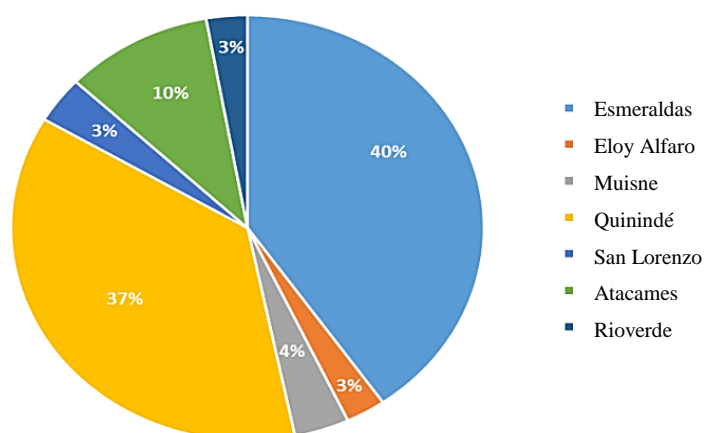


Figura 1: MIPYMES por cantones de la provincia de Esmeraldas. Tomado de "Directorio de Empresas", por INEC, 2014.

En la figura 1, se observa que el mayor número de MYPYMES en la provincia de Esmeraldas, están concentradas en los cantones Esmeraldas con el 40% y Quinindé con el 37%.

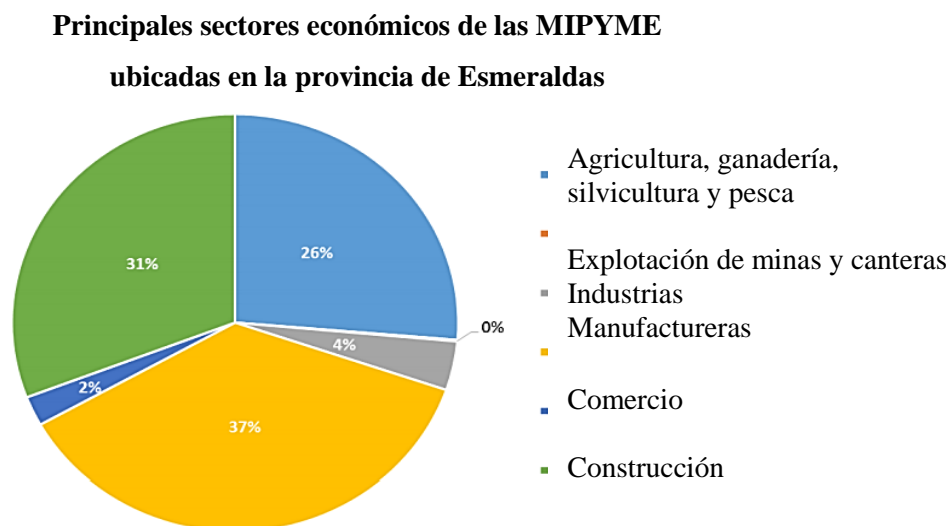


Figura 2: MIPYMES por cantones de la provincia de Esmeraldas. Tomado de "Directorio de Empresas", por INEC, 2014.

De acuerdo con el directorio de empresas del INEC, las MIPYMES de Esmeraldas, se concentran principalmente en el sector de comercio, abarcando un 37% del total de los sectores económicos. Sin embargo, el segundo sector con más participación es el de servicios con un 31%, el cual, el presente proyecto comprende.

Para el año 2015, de acuerdo con INEC (2015), la estructura de empresas en Ecuador ubica a la provincia de Esmeraldas con el 2,13% del total de la concentración de las empresas, posicionándola en el puesto 13 de las 24 provincias.

Se ha podido observar que la mayoría de las PYMES en el cantón Esmeraldas, pertenecen al grupo de las microempresas, por lo que la competencia, podría ser un factor por tomar en cuenta para su estudio de factibilidad. Para poder

llevar a cabo la creación de una microempresa, es fundamental tener en cuentas aspectos básicos de su administración, tales como, qué y para que se desea implementar un nuevo aspecto empresarial, lo que se desea lograr en un tiempo futuro, a donde va dirigida sus bienes o servicios y para qué tipo de necesidad insatisfecha. Por ello, se detalla a continuación varios aspectos teóricos importantes para la creación y dirección de una microempresa.

La administración en una microempresa

La administración es un proceso sistemático de realizar cualquier tipo de cosas, mediante las acciones de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de una determinada organización y el empleo de todos los demás recursos, para posteriormente alcanzar con eficiencia las metas ya establecidas de la organización (Castillo Ramírez, 2015, p. 4).

De acuerdo con Chiavenato (2009), la administración, “es un proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización y de aplicar los demás recursos para alcanzar las metas establecidas”. De igual manera Morales Castro (2009), expresa que la administración, es una actividad que se desarrolla en cualquier tipo de empresa con el propósito de poder alcanzar resultados óptimos. De acuerdo con estos conceptos, es necesario añadir, las características de la administración, en la que hace referencia Mendoza (2012), en la siguiente tabla:

Tabla 5

Distribución de empresas en Esmeraldas 2014

| Características | Descripción |
|------------------------|---|
| Universalidad | Existe en cualquier grupo social y es susceptible de aplicarse lo mismo en una empresa industrial, el ejército, un hospital, una escuela, etc. |
| Valor instrumental | Dado que su finalidad es eminentemente práctica, la administración resulta ser un medio para lograr un fin y no un fin en sí misma: mediante ésta se busca obtener un resultado |
| Unidad temporal | Aunque para fines didácticos se distingan diversas fases y etapas en el proceso administrativo, esto no significa que existan aisladamente. Todas las partes del proceso administrativo existen simultáneamente |
| Amplitud del ejercicio | Se aplica en todos los niveles o subsistemas de una organización formal |
| Especificidad | Aunque la administración se auxilie de otras ciencias y técnicas, tiene características propias que le proporcionan su carácter específico |
| Interdisciplinariedad | La administración es afín a todas aquellas ciencias y técnicas relacionadas con la eficiencia en el trabajo |
| Flexibilidad | Los principios administrativos se adaptan a las necesidades propias de cada grupo social en donde se aplican. La rigidez en la administración es inoperante |

Nota: Tomado de "Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza, cuidado y dedicada a la prestación de servicios de limpieza, cuidado y mantenimiento para los hogares, en la ciudad de Santo Domingo, 2012 (Tesis de Pregrado)", por Mendoza (2012)

En coincidencia con los autores anteriores, para llevar a cabo la creación de una microempresa, es necesaria una planeación con todos los detalles y acciones a seguir hasta obtener el resultado de su constitución. Posteriormente, la organización y dirección es la parte en la que se dividen las responsabilidades y con ello, se controlará y evaluará, todas las decisiones y actividades que se realicen en la

microempresa. Este tipo de procesos administrativos permite cumplir la meta establecida por la microempresa, por lo tanto, para dar una mejor explicación se detallan cada una de las sub partes fundamentales, a continuación.

Planificación

La planificación es aquel proceso que se realiza por adelantado respecto a que, cómo y cuándo hacer. Esta sistematización, dirige al microempresario, a minimizar todos los tipos de riesgos que existan en este mercado y de esa manera arrochelar eficientemente las oportunidades.

Organización

La organización es tomada como referencia para elaborar y diseñar, el organigrama de la microempresa, de esta manera, se detalla la autoridad y sus respectivas responsabilidades, para que, a través de canales de comunicación, se puedan coordinar la operatividad necesaria para alcanzar la meta ya establecida.

Dirección

Direccionar las acciones establecidas es la siguiente fase en la creación de una microempresa. En esta etapa, se debe guiar aquellos esfuerzos que los colaboradores internos realizan, en la ejecución de los planes. Adicionalmente, se orienta y capacita a los mismos, para que desempeñen de una forma eficaz y eficiente, sus actividades y responsabilidades.

Control

Una vez realizada las tres fases anteriores, se debe verificar que el proceso de actividades marche de forma correcta, tal y como se ha planteado por escrito. Asegurarse del cumplimiento de las labores y actividades de la microempresa, es

importante para establecer nuevas normas o política internas que mejoren el desempeño y los resultados actuales.

Elementos que requieren las microempresas

De acuerdo con el texto de Puchol (2010), los elementos que debe tener una empresa son aquellos recursos fundamentales para llegar las metas establecidas; una vez realizado esta parte, se contribuye en el adecuado funcionamiento de la organización en los que se puede clasificar de la siguiente manera:

Recursos humanos

Este recurso es considerado como uno de los más fundamentales para todo tipo de organización, por motivo que, de este recurso, depende el funcionamiento eficiente de los demás recursos con los que cuente la organización. Además, cuenta con una de las características más ventajosas de todas, las cuales son la creatividad y el aporte de ideas para el mejor desarrollo de la empresa. (Puchol, 2010)

Recursos Materiales

Se refiere a aquellos bienes que posee la empresa que de carácter tangible. Tales bienes, que se puede poseer son, edificios, equipos y herramientas que aporten al crecimiento de la microempresa. (Puchol, 2010)

Recursos Financieros

Estos recursos son conocidos como aquellos elementos monetarios que la microempresa tenga a su disposición, ya sean de carácter propio públicos, es decir, estos recursos pueden provenir del flujo de dinero en efectivo, aportaciones de inversionistas, utilidades, o también, de préstamos a acreedores y proveedores, créditos bancarios, créditos privados, etc. (Puchol, 2010)

Recursos Técnicos

Estos recursos son aquellos instrumentos que ayudan a la microempresa, a mejorar y optimizar la coordinación de las actividades y demás recursos, tales como el sistema de producción, sistema en finanzas, sistemas en ventas, entre otros. (Puchol, 2010)

Empresa de servicios

Este tipo de empresas, se encuentran enfocadas, en brindar un servicio a las personas, profesionistas y empresas, con el fin de cubrir las necesidades que no la obtienen al comprar un bien. Varias características que debe presentar una empresa de servicio para su creación son las siguientes:

Por su actividad económica será una organización del sector Terciario y de acuerdo con su forma jurídica, puede ser de un solo dueño o societaria hasta dos o más propietarios. Por la dimensión en la que estará sujeta, es una microempresa al estar formada con un límite de 10 trabajadores y de igual forma, el capital inicial será limitado. En base a este capital, será una microempresa privada porque no tendrá ningún tipo de financiamiento público. De acuerdo con los aspectos geográficos, será de carácter local, debido a que el servicio que ofrezca la microempresa está únicamente direccionado, en el cantón de Esmeraldas.

Profesionistas

En este conjunto, comprende aquellas oficinas que necesitan un servicio de limpieza de manera rápida y poco constante. Una de las ventajas, es al no brindar un servicio constante para este grupo, se puede mejorar las rutas del servicio de la microempresa.

Empresas

En este grupo, se incluyen mejorar el servicio actual que tienen las empresas con las demás empresas de servicio. Tal y como se refirió en el capítulo anterior, a este grupo pertenecen las empresas financieras, bancarias, agencias de publicidad, entre otras.

Características de los servicios

Inseparabilidad

A diferencia de las empresas comerciales, que compran y venden productos finales, las empresas de servicio, se comercializan al mismo tiempo, es decir se compra y se vende al momento de su producción y su consumo, por lo que sus actividades se vuelven inseparables. (Alarcón, 2015)

Perecedero

En comparación a las empresas industriales y comerciales, la actividad de las empresas de servicio, no se pueden conservar, no cuenta como un inventario y a la vez, es una comercialización que no se puede almacenar. (Alarcón, 2015)

Intangibilidad

Los servicios que ofrece una empresa son intangibles, es decir que no se los puede ver, no se puede tocar, no se pueden oler. Por lo que las empresas de servicio tendrán que tangibilizar el servicio por medio de la infraestructura de la empresa, la preparación de sus empleados, los equipos que utilizan, entre otros. (Alarcón, 2015)

Heterogeneidad

Se relaciona con la estandarización que se presenta al momento de ofrecer y brindar algún tipo de servicio, a excepción de los bienes que mantienen un orden uniforme y presentación, el servicio depende de quién los ofrece y de esa manera, medir su calidad. Este último factor, puede variar de acuerdo con las situaciones, clientes, y la misma venta que realice el vendedor. (Alarcón, 2015)

Factores que impulsan al crecimiento de los servicios

Existen varios motivos por el cual las empresas de servicios se expanden, estos se podrían resumir en el crecimiento de las tecnologías de la información, el internet y la innovación. (Ayala & Rivera, 2013)

Estrategias de marketing para microempresas en el sector de servicios

Una de las formas de atraer clientes, mantener a los actuales y considerar ganar una participación notable en el mercado de servicios de limpieza, es la razón de muchos empresarios para diseñar un servicio de calidad que agregue valor a sus clientes y les permita diferenciarse de los demás (Ayala & Rivera, 2013). A continuación, se detallan las estrategias necesarias para la creación de la microempresa:

Productividad del servicio

Se han observado varias teorías para el crecimiento económico respecto a la productividad de un producto. Primero, se debe definir la diferencia entre la productividad y producción.

Torres (2008) plantea que la productividad “es una medida de lo bien que se han combinado y utilizado los recursos para cumplir los resultados específicos

logrados” (p.28). Para Toro Álvarez (1990), la productividad desde el punto de vista económico se define “como la proporción existente entre los resultados obtenidos y los recursos aplicados a su obtención” (p.257).

Respecto a la producción, López (2001) expresa que, “es el estudio de las técnicas de gestión empleadas para conseguir la mayor diferencia entre el valor agregado y el costo incorporado, consecuencia de la transformación de recursos en productos finales” (p.55).

De acuerdo estos conceptos básicos entre productividad y producción, se puede deducir que la productividad, para el caso de la microempresa en el área de servicios de limpieza, sería el tiempo y los recursos que se utiliza para cubrir una necesidad de un cliente, en comparación con otras empresas del mismo sector. En base a esta aclaración, se detalla los siguientes enfoques para una que esta microempresa tenga un índice de productividad eficiente:

- El uso de tecnología para que el cliente compruebe que se utilizan recursos de calidad para su satisfacción.
- Incrementar el número de servicios que se brinda a medida, proponiendo metas de entrega para ciertos días y meses.
- Mantener ciertos tiempos de entrega fijo, ofreciendo al cliente un servicio eficaz.

Diferenciación del servicio

Una de las estrategias principales aplicadas en el área de marketing, es hacer que el producto o el servicio, se diferencia de la competencia, una vez logrado ello,

los clientes consideraran como mejor opción, la adquisición de este y seguidamente, se dará un incremento en las ventas. En contraparte, si no se logra diferenciar el servicio o el producto como nuevo en el mercado, los clientes lo consideraran como un servicio homogéneo y tenderán a acudir a un precio menor que ofrezca el mismo tipo de trabajo. Uno de los puntos de vista para hacer que el cliente elija el servicio, puede ser desde la oferta y entrega del mismo.

- **Oferta del servicio:** Es conocido como el valor agregado que la empresa impone sobre este, y el cliente no esperaba recibir, aludiendo a la calidad del trabajo sin detalles, y de esa manera, parecer un servicio innovador.
- **Entrega del servicio:** Se refiere a las cualidades que tienen los colaboradores internos al entrar en contacto con el cliente, seguimiento de protocolos, normas y procedimientos para la satisfacción total del cliente.

Proyecto de inversión

En este trabajo, se puede igualar la creación de la microempresa de servicios de limpieza en el cantón Esmeraldas, como un proyecto de inversión, pues comprende los mismos aspectos y aspectos a tomar en cuenta al momento de llevar a cabo lo planeado. Sin embargo, se debe detallar que es proyecto.

De acuerdo con Nassir Sapag (2008), en su texto, expresa que un proyecto “es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana” (p.2). Respecto a esta cita, cumple con todas las definiciones que se ha dado anteriormente. La microempresa a crear es una organización que tiende a mejorar la tasa de desempleo en el cantón

Esmeraldas, proporcionar al mercado su servicio y de esa manera contribuir al país por medio de los impuestos.

Etapas de un proyecto

Las etapas para la creación de un proyecto son fundamentales para evitar todo tipo de riesgos en su respectiva puesta en marcha. Cada etapa, se relaciona con una prestación y un tipo de validación basada en un documento específico. Mediante indicadores y factores de rentabilidad, en cada una de las etapas, se puede conocer que tan beneficiosos puede ser este proyecto.

Tabla 6

Etapas del proyecto

| ETAPAS | FASES | NIVEL DE ANALISIS |
|---------------------------|--|--|
| IDEA | Definición del tipo de negocio a invertir y determinar el objetivo general del proyecto. | Visión del microempresario |
| PRE INVERSIÓN | Formulación y evaluación del proyecto | Perfil |
| | | Pre factibilidad |
| | | Factibilidad |
| | Marco lógico | Ingeniería |
| TOMA DE DECISIONES | | |
| INVERSIÓN | Gestión de recursos | Fuentes de financiamiento |
| | Elaboración de trámites legales | Legalización de trámites diversos |
| | Ejecución y puesta en marcha | Plan de acciones |
| OPERACIÓN | Administración de la inversión | Optimización del funcionamiento del proyecto |
| EVALUACIÓN | Evaluación de resultados | Análisis de resultados con la proyección de ventas |

Nota: Tomado de "Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza, cuidado y dedicada a la prestación de servicios de limpieza, cuidado y mantenimiento para los hogares, en la ciudad de Santo Domingo, 2012 (Tesis de Pregrado)", por Mendoza (2012)

En el estudio previo de factibilidad, se lleva a cabo para obtener información sobre el proyecto, sin tener que realizar investigaciones de campo para conocer el ámbito de aplicación del mismo. Es decir, genera ideas de alternativas que tienen y las condiciones que lo rodean.

En la etapa de factibilidad, se realiza el estudio de mercado, el estudio de la disponibilidad de insumos, la localización y el tamaño que tendrá la empresa, y la ingeniería del proyecto. Adicionalmente, se toma en cuenta la inversión y el financiamiento, las proyecciones financieras, y las evaluaciones económicas, sociales y financieras de la misma.

Criterios de evaluación financiera

Los criterios de evaluación financiera son aquellas técnicas de medición que dan a conocer la rentabilidad del proyecto de una forma individual, mejorando el grado de incertidumbre de las personas. Los principales métodos que se utilizan son el valor actual neto y la tasa interna de retorno (VAN y TIR). Otro importante indicador es la razón beneficio – costo.

El Valor Actual Neto o VPN por sus siglas en inglés, Net Present Value, es un indicador que calcula el valor presente tomando en cuenta varios factores de riesgos y el costo de oportunidad, es decir, el dinero que una inversión generará en el futuro, teniendo en cuenta que el valor real del dinero cambia con el tiempo (Empresa Actual, 2010).

De acuerdo con Urbano (2015), el van es aquella diferencia entre el dinero que entra a la empresa y aquella cantidad que se invierte en un mismo bien o servicio, para dar a conocer si realmente, este proyecto va a generar beneficios a la

empresa. En la siguiente fórmula se detalla los términos y normas para poder aprobar el proyecto.

$$VA = + \frac{D}{(1+i)} + \frac{D}{(1+i)^2} + \frac{D}{(1+i)^3} + \dots \frac{D}{(1+i)^n}$$

$$VAN = VA - \text{Inversión}$$

La letra D, representa el valor de los flujos de cada para cada uno de los ejercicios, estos pueden ser mensuales o anuales. La letra i, es la tasa de interés que se espera obtener o la tasa de retorno de una inversión de riesgo y duración similar. La letra N, es el número de periodos que se estima en el funcionamiento de la empresa o el tiempo en meses o años de vida útil. Para conocer si un proyecto es rentable, se debe restar el valor neto con la inversión inicial. Cabe resaltar que el valor neto es la suma de todos los flujos tomando en cuenta la tasa de interés.

Una de las principales ventajas que tiene este indicador, es que permite introducir ciertas variables que pueden afectar la inversión, tales como el riesgo del negocio en el mercado, futuros impuestos que perjudiquen las utilidades de la microempresa y la inflación. Sin embargo, no es recomendable, utilizar demasiadas variables, por lo que puede convertir un proyecto rentable en rechazado por los accionistas.

De igual forma, una de sus desventajas al utilizar este indicador, es la complejidad de la elaboración de hipótesis para el cálculo de las ventas a futuro o proyección de ventas, el número de vida útil que tendrá el proyecto, entre otras. Todas estas hipótesis, se dan para poder escoger una tasa más adecuada para el descuento del dinero procedente de las operaciones.

La regla de decisión que tiene este indicador se basa en tres partes. Si el VAN del proyecto, es positivo significa que se ha cumplido con la tasa y además se ha conseguido sacar una ganancia adicional, por lo que se acepta inmediatamente el proyecto, mientras que, si este valor es negativo, se lo rechaza. Si el VAN que se obtiene se encuentra en cifras cercanas a 0, se puede optar por llevar a cabo el proyecto o rechazarlo, pues es la decisión es indiferente relacionada con el valor adicional que genere.

Una de las alternativas que se relacionan con el VAN es el período de recuperación, la cual se relaciona con una fecha específica de corte, por ejemplo, puede ser hasta de tres años en adelante, y aquellos proyectos que no estén sujetos a este tiempo en recuperar lo invertido, simplemente se rechazan (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2012, p.139).

La TIR según Sapag (2011), entrega un resultado que conduce a la misma regla de decisión que la obtenida a través del VAN. Sin embargo, este indicador no sirve para comparar proyectos por lo que una TIR mayor no es mejor, que una TIR menor, debido a que la conveniencia se mide en función de la cuantía de la inversión realizada. De acuerdo con Moreno Brieva (2013), la TIR es utilizada al momento de evaluar un proyecto, pero presenta varios inconvenientes, que debe tomar en cuenta el Evaluador de un Proyecto, a la hora de considerar como una herramienta de apoyo para la toma de decisiones.

De acuerdo con Urbano (2015), la TIR, es una tasa de descuento que se tiene en un proyecto y que permite que el VAN sea como mínimo igual a la inversión. Al hablar del TIR, se puede deducir que se está hablando de la máxima Tasa de

descuento para cualquier tipo de proyecto, la cual puede tener para que se apruebe por su rentabilidad.

Para poder conocer la regla de decisión de la TIR, es necesario tener presente el tamaño de la inversión y los flujos de caja neto una vez proyectados. Cuando se obtiene la TIR o tasa de descuento, se analiza su regla de aprobación; si la tasa es muy alta, da a entender que el proyecto no es rentable, sin embargo, si la tasa es menor, incluso que se aproxime a cero, el proyecto será rentable.

De acuerdo con las citas anteriores, el VAN y la TIR son herramientas financieras complementarias que ayudan a la toma de decisiones para un tipo de inversión o creaciones de microempresas, asegurando el 100% de las ganancias en los proyectos que se lleven a cabo.

La relación beneficio costo, según Váquiro (2010), toma los ingresos y egresos presentes netos del estado resultado, para poder determinar, cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. Esta relación, es un indicador que mide el grado de desarrollo y el bienestar que un proyecto, para este caso, la creación de una microempresa puede generar posteriormente.

Según lo expresa Agroproyecto (2013), la relación beneficio costo, es aquel coeficiente de la división del valor actualizado de los beneficios del proyecto, es decir los ingresos, entre el valor actualizado de los costos, es decir, los egresos, a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable o conocida también como tasa de actualización o tasa de evaluación.

Los criterios de decisión respecto a este indicador, se considera, que, si el valor de la relación beneficio costos es mayor o igual a 1.0, el proyecto es aceptable,

pues al tener un valor igual a 1.0, significa que la inversión inicial se recuperó satisfactoriamente después de haber sido evaluado a una tasa de determinada. Sin embargo, si el resultado es menor a 1, el proyecto no presenta rentabilidad, debido a que la inversión jamás se pudo recuperar en el periodo establecido.

Ahora es importante determinar ciertos términos que serán utilizados a lo largo del presente trabajo, tales como el costo de oportunidad, los costos fijos, variables, entre otros indicadores.

Según Susano (2016), el costo de oportunidad es el costo que se origina al tomar una determinación que provoca la renuncia de otro tipo de alternativa que pudiera ser considerada al llevar a cabo la decisión. El mayor problema para establecer los criterios de decisión de los microempresarios radica en la determinación del nivel de riesgo entre una u otra industria y conocer el costo de oportunidad asociada a ese riesgo. Un claro ejemplo que otorgan Ross, Westerfield y Jaffe (2012), es si una empresa podría tener un activo que piensa arrendar, vender o emplear en alguna otra parte de sus operaciones, si el activo se usa en un nuevo proyecto, los ingresos potenciales provenientes de usos alternativos se pierden, y estos se pueden visualizar significativamente como costos, a los que se le denomina costos de oportunidad.

Los costos fijos que pueden intervenir en la creación de una microempresa causan invariabilidades con cualquier tipo de ventas, tales como alquiler de locales, oficinas, sueldos, entre otros.

Los costos variables, son aquellos que se ajustan de acuerdo con la producción que va a generar la microempresa una vez ya creada, y varían de acuerdo con el nivel de ventas que tenga a medida que transcurren ciertos periodos. Estos

gastos pueden ser, comisión de vendedores, servicios básicos en caso de ser utilizadas como parte principal en la producción, entre otros.

Otro de los indicadores para la evaluación del proyecto, es la TMAR, la cual, según Eco-finanzas (2008), es la tasa mínima aceptable de rendimiento o de ganancia esperada para la inversión propuesta. Adicionalmente, es la tasa de interés a la que un inversionista asumirá por el pago de intereses para redimir un valor en deuda que pueden ser reinvertidos durante el vencimiento de dicho valor.

El cálculo de la tasa de redescuento se emplea el costo de capital y la tasa de riesgo del país en que se aplique el proyecto, o también puede ser considerada la inflación según la situación económica del país. La fórmula de para la tasa de redescuento es la siguiente:

$$i = (1 + K_p) * (1 + f) - 1$$

K_p = Costo de capital

f = tasa de inflación o riesgo país

i = tasa de redescuento

Marco legal

Cualquier compañía que se constituya en el Ecuador deberá regirse al marco legal de dicho país. La Superintendencia de Compañías en su artículo 18 establece que organizará bajo su responsabilidad un registro de sociedades (Congreso Nacional, 1999), siendo este el organismo técnico de máxima autoridad, que posee autonomía administrativa y económica.

Además, esta entidad está encargada de vigilar y controlar “la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley” (Superintendencia de Compañías, 2010).

Para estos efectos tendrá como base “las copias que, según la reglamentación que expida, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil” (Ley de Compañías, 1999, p. 4). Estas copias que deben ser remitidas a la Superintendencia por los funcionarios previamente descritos, no estarán sujetas a ningún derecho o gravamen para los efectos de conformación del registro.

De similar manera, en este Reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías “se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban” (Congreso Nacional, 1999, p. 4).

Esta multa no deberá superar la cantidad fijada en el Art. 457 de la Ley de Compañías. En caso de que se produjera cualquier reincidencia, el Superintendente estará en capacidad de requerir a la Corte Suprema de Justicia la destitución del funcionario.

En el Art. 19 de la Ley de Compañías se encuentra información acerca de la inscripción en el Registro Mercantil, esta señala que surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio.

Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías, en el libro de matrículas de comercio. Para inscribir la escritura pública en el

Registro Mercantil se acreditará la inscripción de la compañía en la Cámara de la Producción correspondiente (Ley de Compañías, 1999, p. 5).

Constitución de Compañías

De manera general se debe cumplir con los siguientes pasos para constituir una compañía:

- ✓ Definir el tipo de compañía a constituir.
- ✓ Determinar el nombre o razón social de la empresa.
- ✓ Reservar el nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- ✓ Abrir una cuenta de integración de capital en una institución bancaria¹.
- ✓ Acta constitutiva, estatutos de la compañía, y asentar en escritura pública la constitución de la empresa en una notaría.
- ✓ Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- ✓ Retirar resolución aprobatoria o en su defecto, el oficio con las correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido de 48 horas.
- ✓ Publicar los datos indicados por la Superintendencia de Compañías en un periódico de vasta circulación y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- ✓ Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.

¹ El monto mínimo para Cía. Ltda es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares.

- ✓ Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
- ✓ Remitir a la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de estos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
- ✓ Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos conceda el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- ✓ Una vez recibida la documentación anteriormente mencionada de la Superintendencia de Compañías, entregar todo en el Servicio de Rentas Internas (SRI) para la obtención del RUC.
- ✓ De la misma manera, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), entregar copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliar a sus trabajadores.
- ✓ Además, se debe obtener el permiso de funcionamiento, cuya emisión está a cargo del Municipio donde se localiza la compañía, así como el permiso respectivo del Cuerpo de Bomberos (Crear una empresa en Ecuador, 2015).

MIPYMES

El marco legal en el que se desenvuelve la microempresa en el país, está sujeto al código orgánico de la producción, comercio e inversiones que entró en vigencia el 29 de Diciembre de 2010 en la ciudad de Quito y da a conocer en su artículo 2 sobre la realización de actividades productivas que son consideradas un “proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado” (Asamblea Nacional, 2010).

La economía popular y solidaria hace presencia en poder mejorar la productividad ecuatoriana de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva (Asamblea Nacional, 2010)

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el libro III del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción propuestas en la Asamblea Nacional define a las pequeñas empresas en su Art. 53.- “La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales”. (Asamblea Nacional, 2010, p. 26)

En el Capítulo II De los Órganos de Regulación de las MIPYMES, se especifica en el Art. 54 que es el Consejo Sectorial de la Producción, el organismo encargado de coordinar las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y

Mediana Empresa en conjunto con los ministerios sectoriales dentro del ámbito de sus competencias (Asamblea Nacional, 2010, p. 26).

Entre las competencias del ente regulador se encuentran:

- Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES.
- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.
- Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, p. 26).

El Capítulo IV se enfoca en el registro único de pymes, en su artículo 56 se involucra el Ministerio que presida el Consejo Sectorial de la Producción quien es el encargado de administrarlo mientras que los Ministerios sectoriales estarán obligados a entregar la información necesaria que se requiera para su creación y actualización permanente.

Este registro permitirá identificar y categorizar a las empresas MIPYMES de producción de bienes, servicios o manufactura, de conformidad con los conceptos, parámetros y criterios definidos en este código.

De igual manera, generará una base de datos que permitirá contar con un sistema de información del sector, de las MIPYMES que participen de programas públicos de promoción y apoyo a su desarrollo, o que se beneficien de los incentivos de este código, para que el órgano competente pueda ejercer la rectoría, la definición de políticas públicas, así como facilitar la asistencia y el asesoramiento adecuado a las MIPYMES.

Actividades Complementarias

Para poder establecer el marco legal de este estudio no solamente se debe conocer la legislación correspondiente al tipo de empresa que constituye (en este caso, microempresa) sino que también es fundamental identificar la actividad a la que se dedica.

En la página web del Ministerio del Trabajo² se muestra la siguiente definición: “Se denominan actividades complementarias, aquellas que realizan personas jurídicas, con su propio personal, ajenas a las labores propias o habituales del proceso productivo de la empresa usuaria. Constituyen actividades complementarias de la usuaria las de vigilancia-seguridad, alimentación, mensajería y limpieza” (Ministerio del Trabajo, 2017).

Dado que este proyecto busca estudiar la factibilidad de una empresa cuya actividad comercial es el servicio de limpieza, se debe tener en cuenta los requisitos y regulaciones que rigen para este tipo de actividades denominadas complementarias.

En el caso de esta compañía el ente regulador de sus actividades será el Ministerio del Trabajo, el cual es el encargado de autorizar el funcionamiento de las

² Para más información véase: <http://www.trabajo.gob.ec/actividades-complementarias/>

empresas constituidas con la única finalidad de ofrecer el servicio de actividades complementarias. Esta institución también es la encargada de controlar y vigilar constantemente a las direcciones regionales de trabajo; y estas a su vez, tienen la responsabilidad de organizar y registrar las empresas dedicadas a actividades complementarias.

La autorización para la realización de actividades complementarias, con vigencia en todo el territorio nacional, tendrá validez de dos años la primera vez que se la obtenga, de cinco años adicionales en la primera renovación y transcurrido este período, será de tiempo indefinido.

Requisitos para la autorización de empresas de actividades complementarias

En la página web del Ministerio del Trabajo también se puede observar los requisitos necesarios para la constitución de este tipo de compañías en específico. Entre los cuales podemos mencionar algunos:

- Copia notariada del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia certificada del nombramiento del representante legal, debidamente registrado.
- El certificado de existencia legal obtenido en la Superintendencia de Compañías.
- Copia certificada de la escritura de constitución o reforma de los estatutos de la compañía.

- El objeto social de la compañía deberá ser exclusivamente la prestación de servicios complementarios como: alimentación, vigilancia, limpieza o mensajería.
- El objeto social de la compañía podrá abarcar una o varias de las actividades complementarias, mencionadas anteriormente.
- El capital social no debe ser menor de diez mil dólares, pagado en numerario.

Responsabilidad solidaria

Otra regulación referente a este tipo de actividades es la de responsabilidad solidaria. Esta establece que la persona que recibe el servicio de la actividad complementaria será responsable solidaria del cumplimiento de las obligaciones laborales. Esto se realizará “sin perjuicio de la responsabilidad principal del obligado directo y dejando a salvo el derecho de repetición” (Ministerio del Trabajo, 2017).

Pago de utilidades

Respecto al pago de utilidades, el Ministerio del Trabajo garantiza la participación de los trabajadores de las empresas contratistas³ en el porcentaje legal de las utilidades líquidas de las empresas contratantes⁴ que se beneficiaron del servicio complementario. Esto se debe realizar de acuerdo con el tiempo anual de la prestación de sus servicios, siempre y cuando las utilidades de la compañía usuaria superen las utilidades de la empresa que realiza actividades complementarias, caso contrario los trabajadores solo percibirán las utilidades de la empresa a la que están afiliados.

³ Compañías que ejecutan el servicio.

⁴ Compañías que solicitan el servicio.

Capítulo III: Metodología

Métodos de la investigación

En este capítulo se presenta la metodología que emplea para el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicio de limpieza para el sector privado en el cantón Esmeraldas, está diseñada en base a criterios de productividad de servicios, planeación estratégica y de evaluación de proyectos.

Para el desarrollo del tema planteado, se involucran varios métodos de investigación de mercado, los cuales se derivan de los métodos de investigación exploratorio y descriptiva, se basará en el texto de Hernández Sampieri (2014), y en los métodos de enfoque cuantitativo y cualitativo en las definiciones de métodos para metodologías de un proyecto (SINNAPS, 2015)

El método de investigación exploratorio se realiza cuando el “objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, 2014, p.25), indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones.

Al usar el método descriptivo resulta “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2014, p.35), en este caso el método descriptivo empleado a la investigación se enfoca a la necesidad de servicios de limpieza del cantón de Esmeraldas en el sector privado.

En la elaboración de esta investigación se considera un enfoque cuantitativo que también se lo conoce como matemático, una de sus principales características de este método es el uso de números y la interpretación de gráficos y tablas “El método

cuantitativo está basado en una investigación empírico-analista. Basa sus estudios en números estadísticos para dar respuesta a unas causas-efectos concretas” (SINNAPS, 2015)

Se utiliza un enfoque cualitativo que permite recolección de datos sin medición numérica basados en la observación, en ellas se utilizan técnicas como lo son entrevistas - encuesta que son factibles para la realización del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicio de limpieza para el sector privado en el cantón Esmeraldas ya que esta es considerada como un método que “recoge información basada en la observación del estudio” (SINNAPS, 2015)

Fuentes de información

Se realizará encuestas que serán dirigidas a las empresas privadas con técnicas de preguntas cerradas en base a ellas se conseguirá una factibilidad o no factibilidad para la creación de la microempresa de servicio de limpieza para el sector privado en el cantón Esmeraldas.

Población y muestra

El cantón Esmeraldas perteneciente a la provincia de Esmeralda cuenta con 9 parroquias, en base a datos del INEC sobre el presente informe: Directorio de Empresas y Establecimientos 2012, (INEC, 2012) a nivel de la provincia de Esmeralda incluido el cantón Esmeralda cuenta con 3.655 empresas con un aporte económico de 2,032% a la economía ecuatoriana.

La población guarda relación al universo que compone la delimitación del problema de investigación. Dado que este estudio se encuentra enfocado en brindar un servicio destacable para las empresas privadas en el cantón de Esmeraldas, además de buscar brindar un servicio que sea satisfactorio para el cliente, en bases de

encuestas dirigidas al sector privado con obtener un resultado y poder determinar factores como lo es nivel de calidad de servicio, en su necesidad de servicios de limpieza y beneficios.

El propósito reside en realizar contacto con personas involucradas en el tema (sector privado). Sin desmerecer que una encuesta a un gran número de personas brindaría una perspectiva muy útil, se podrá encontrar respuestas que sean beneficiosas y no beneficiosas para el proyecto, se llegó a realizar las respectivas encuestas con técnicas de preguntas cerradas.

En este estudio la población corresponde a la cantidad total de MIPYMES registradas en la ciudad de Esmeraldas, que en este caso son 3.655 establecimientos. Dado que la población es finita se procede a realizar un muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que en este tipo de muestreo todos los elementos del universo poblacional tienen la misma probabilidad de ser escogidos, de manera que se garantice la objetividad y representatividad del estudio (Ochoa, 2015). Para esto se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N Z^2 pq}{N - 1 d^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

- n es la muestra obtenida de la fórmula.
- N corresponde a la población.
- Z corresponde a la distribución de Gauss (0,05 = 1,96)
- p es la probabilidad a favor (0,5)
- q es la probabilidad en contra (1-p = 0,5)
- d corresponde al margen de error permisible (0,05)

Reemplazando los valores en la fórmula y haciendo el procedimiento:

$$n = \frac{(3655)(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(3655)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 348$$

Por tanto, el tamaño muestral corresponde a un valor de 348 establecimientos registrados como MIPYMES, localizados en el cantón de Esmeraldas. Por lo que se realizarán 348 encuestas a los involucrados en supervisar y encargarse de este tipo de tareas, que comúnmente corresponde al personal de servicios generales dentro del área administrativa de una empresa.

Capítulo IV: Análisis de resultados

En este estudio se realizaron encuestas a 348 Jefes de Servicios Generales de MIPYMES del cantón Esmeraldas, que representan a la población de interés. Los resultados de este sondeo serán tabulados y analizados a continuación.

Tabulación de las encuestas

1.- Tipo de empresa:

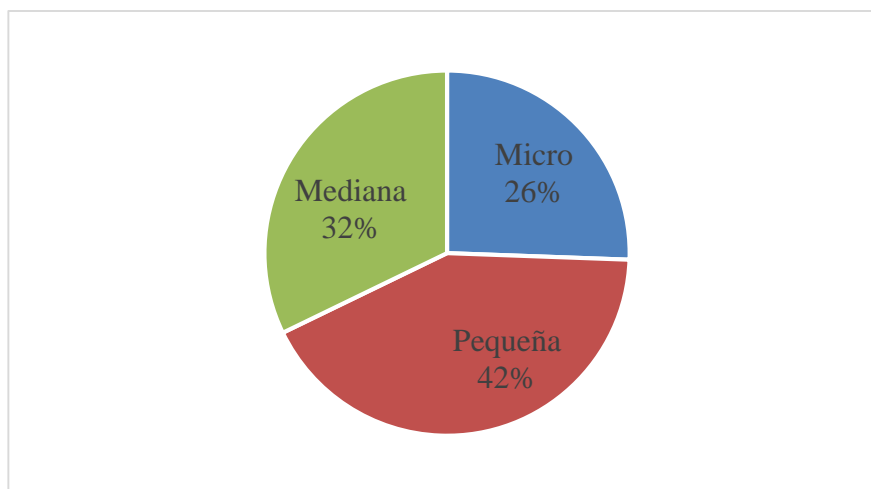


Figura 3. Tipo de empresa

Análisis: El 26% de los encuestados correspondían a microempresas, el 32% pertenecían a medianas empresas y el 42% a pequeñas empresas.

2.- ¿Considera necesario el servicio de limpieza en su empresa?

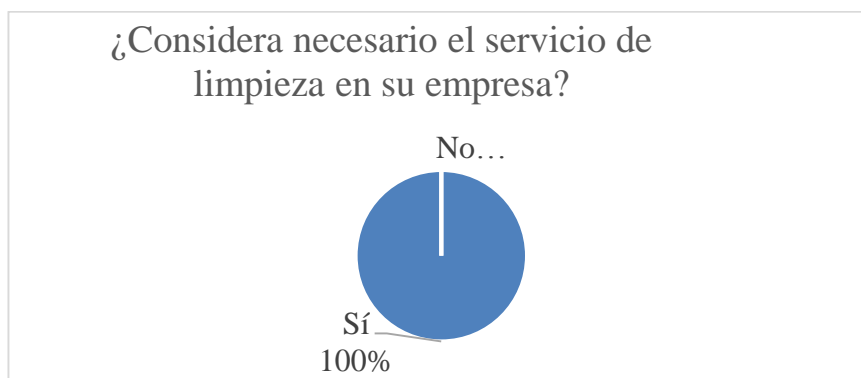


Figura 4. Necesidad del servicio de limpieza

Análisis: El 100% de los encuestados confirma que es necesario el servicio de limpieza en sus empresas.

3.- ¿Con qué frecuencia contrata servicios de limpieza para su empresa?

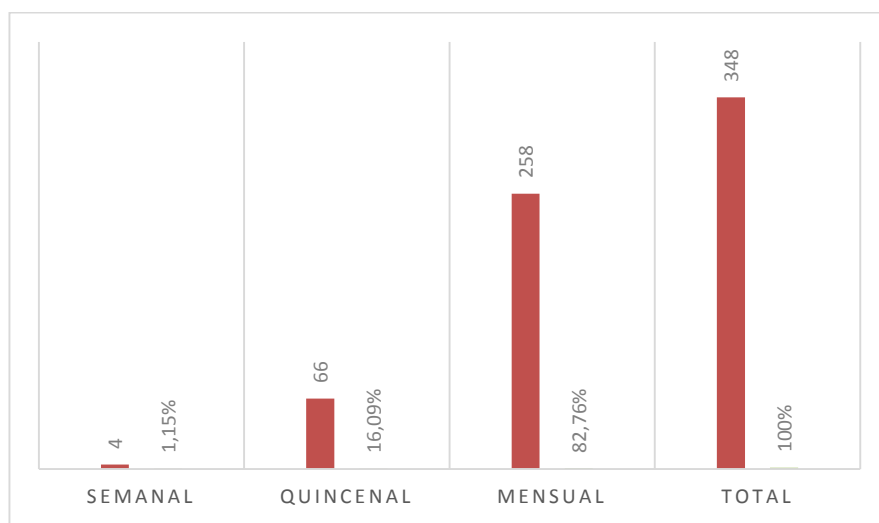


Figura 5. Frecuencia de contratación de servicios de limpieza

Análisis: El 82,76% de los encuestados afirmó contratar servicios de forma mensual lo que comprueba la alta demanda de este servicio en las MIPYMES del cantón Esmeraldas, el 16,09% confirmó que su período de contratación es de forma quincenal y en menor porcentaje con un 1,15 de forma semanal.

4.- ¿En qué períodos realiza la contratación de limpieza del área interna en su empresa?

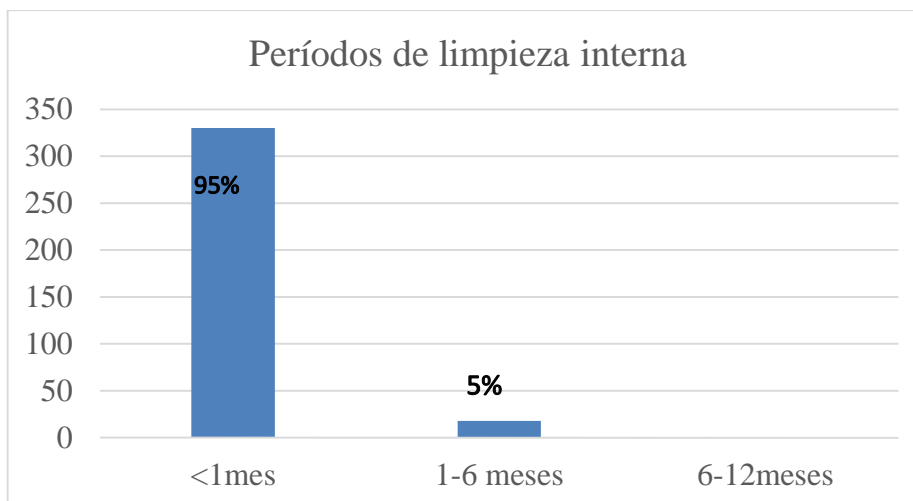


Figura 6. Períodos de contratación de limpieza interna de la empresa

Análisis: La mayor parte de los encuestados (aproximadamente el 95%), realiza la contratación de limpieza interna de la empresa en períodos menores a 1 mes, lo que confirma una gran demanda en la contratación del servicio en la categoría de limpieza del área interna de la empresa.

5.- ¿En qué períodos realiza la contratación de limpieza del área externa en su empresa?

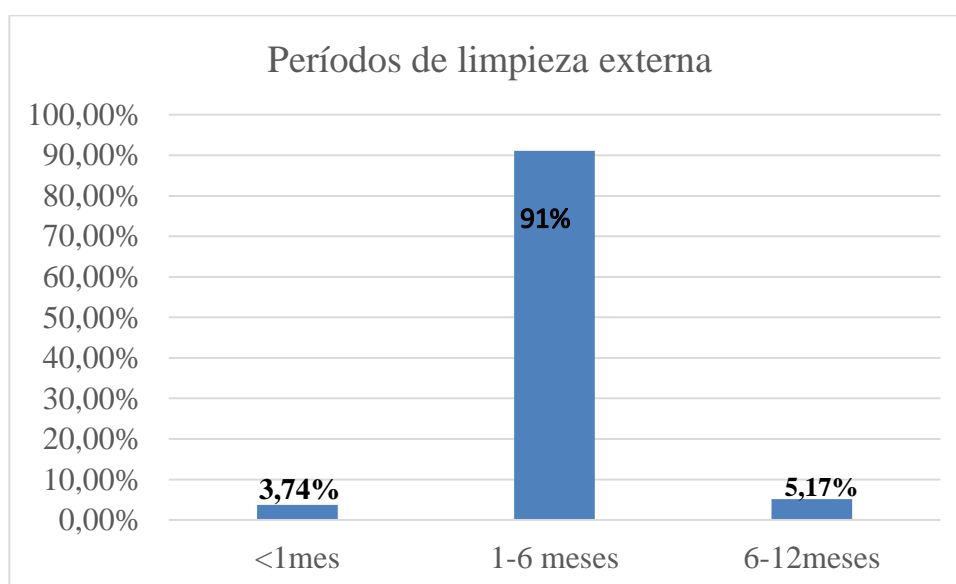


Figura 7. Períodos de contratación de limpieza externa

Análisis: Se observa que la limpieza del área externa de las MIPYMES no es demandada con gran frecuencia ya que el 91% de los encuestados respondió que la frecuencia con la que realizaban la contratación de estos servicios es de 1 a 6 meses.

6.- Cómo calificaría el actual servicio de limpieza en su empresa:

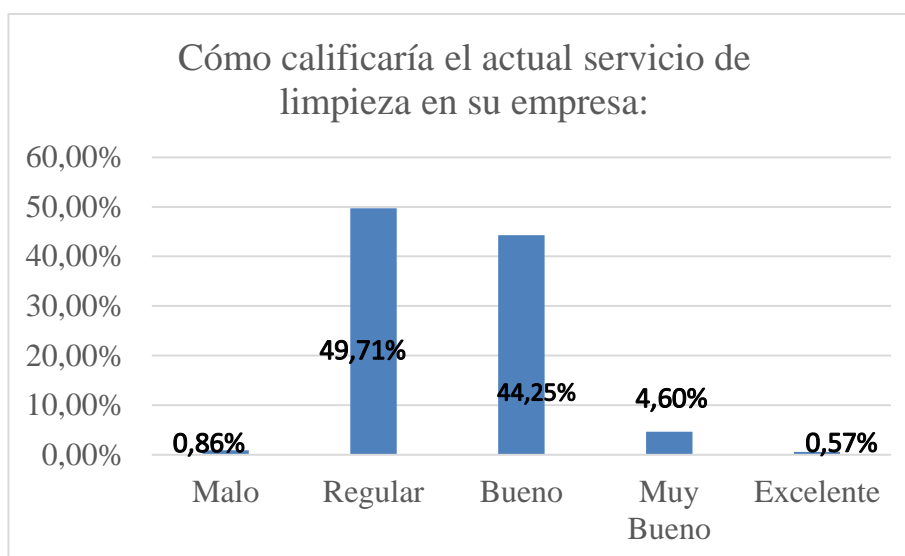


Figura 8. Calificación del servicio de limpieza actual

Análisis: Se confirma una demanda insatisfecha por parte de las MIPYMES dado que la gran parte de los encuestados ha manifestado que el servicio con el que cuentan en la actualidad posee una calidad regular o buena.

7.- ¿Con qué frecuencia recibe el servicio de limpieza de su actual proveedor?

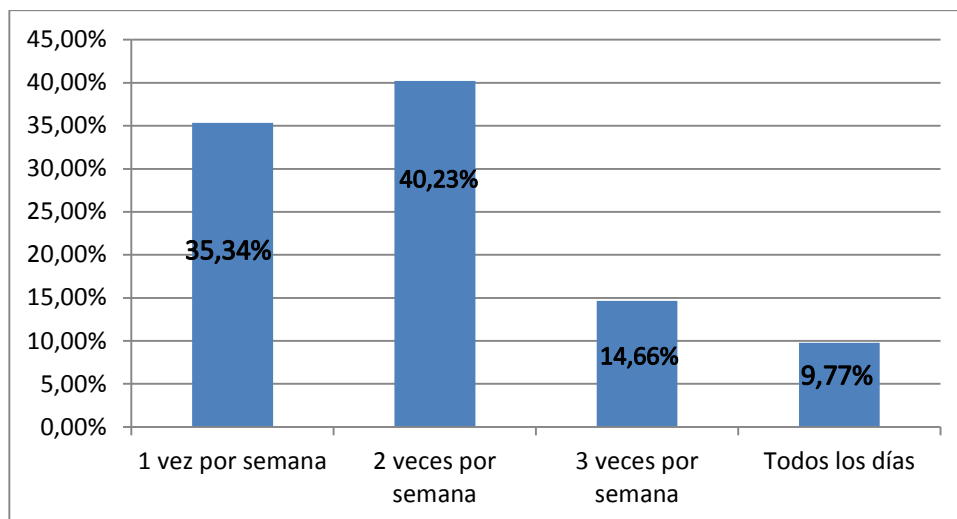


Figura 9. Frecuencia del servicio actual de limpieza

Análisis: Se observa que el servicio de limpieza que mayormente contratan las empresas tiene una frecuencia de 2 veces por semana (40,23%), seguido de cerca por la frecuencia del servicio de 1 vez por semana (35,34%). Los servicios de limpieza con mayor periodicidad (todos los días y 3 veces por semana) son menos contratados por las entidades que forman parte de este estudio.

8.- ¿Cuántas personas intervienen en la prestación del actual servicio de limpieza en su empresa?

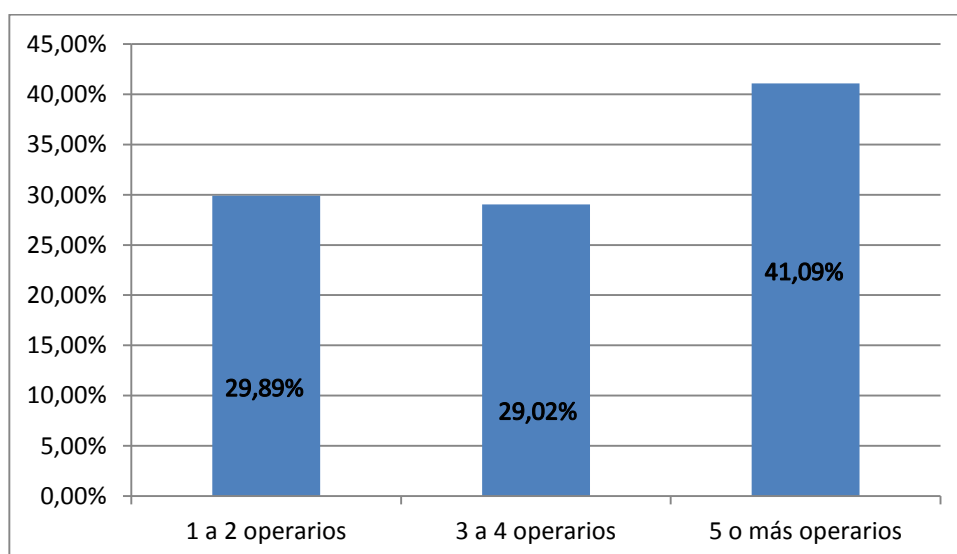


Figura 10. Operarios que intervienen en la prestación actual del servicio de limpieza

Análisis: el 41,09% de las empresas encuestadas confirman que en el servicio de limpieza del cual disponen actualmente participan 5 o más operarios. Sin embargo, este porcentaje no dista mucho del resto de alternativas (3 a 4 operarios con el 29,09% y 1 a 2 operarios con el 29,89%).

9.- ¿Qué rango de costo tiene el actual servicio de limpieza?

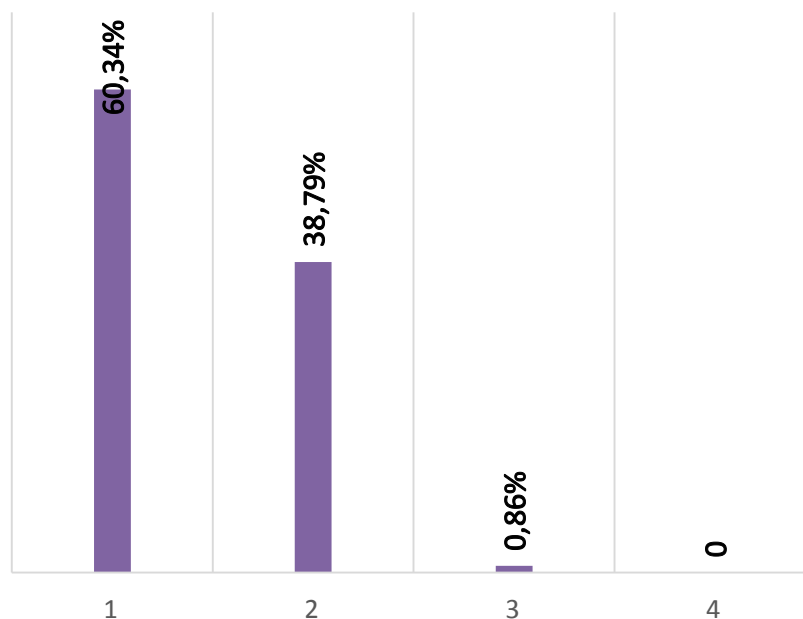


Figura 11. Rango de costos del actual servicio de limpieza

Análisis: La mayor parte de los encuestados orientaron sus respuestas hacia los rangos #1 y #2, confirmando que el pago por estos servicios oscila entre \$100 y \$200, para la mayor parte de los encuestados (alrededor del 60%) mientras que el 38% confirmó pagar entre \$201 y \$300.

10.- ¿Usted tiene confianza en las empresas que realizan el servicio de limpieza dentro de su empresa?

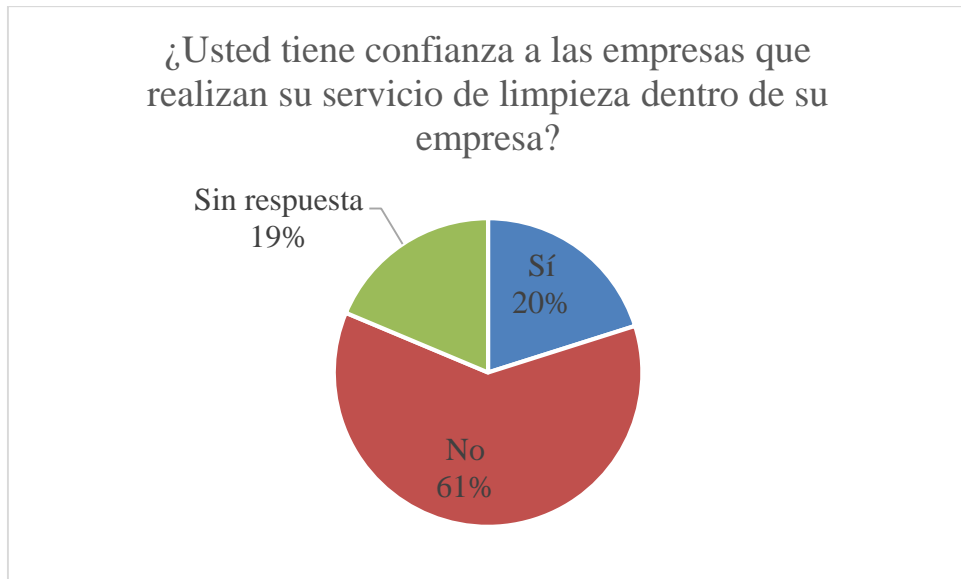


Figura 12. Percepción de confianza en el servicio de limpieza actual

Análisis: Las empresas de servicio de limpieza no infunden mucha confianza en los encuestados puesto que el 61% niega tener confianza en las mismas, solo el 20% afirma confiar en estas empresas, mientras que el 19% prefiere no responder.

11.- ¿Qué características valora más al momento de contratar un servicio de limpieza?

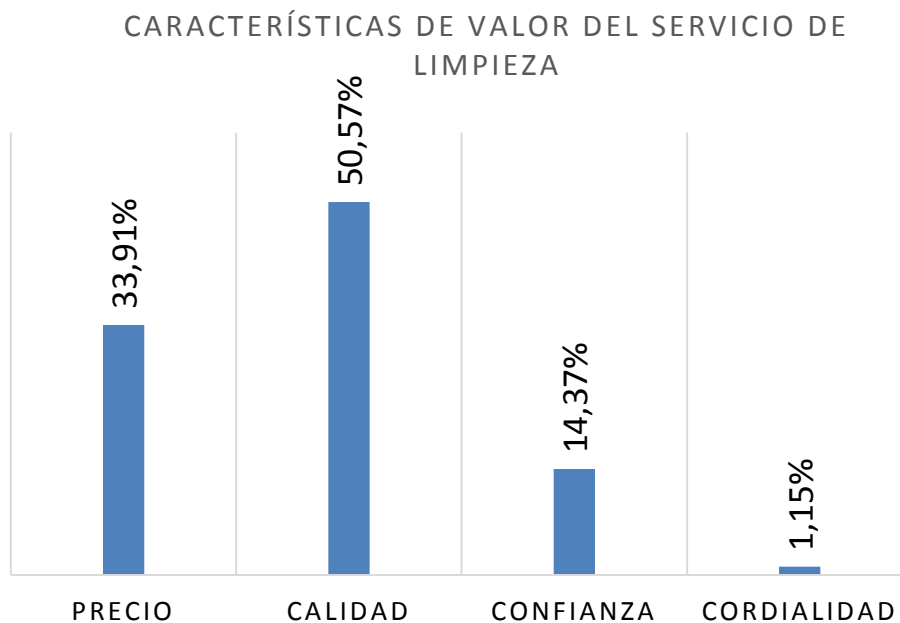


Figura 13. Características de valor del servicio de limpieza

Análisis: La característica más valorada en la oferta de un servicio de limpieza es la calidad, seguida del precio, en tercer lugar, está la confianza mientras que la cordialidad en los trabajadores es el rasgo menos importante para considerar en la contratación.

12.- ¿Cree usted que sería beneficioso la creación de una microempresa que brinde servicios de limpieza con las características anteriormente mencionadas en el cantón Esmeraldas?

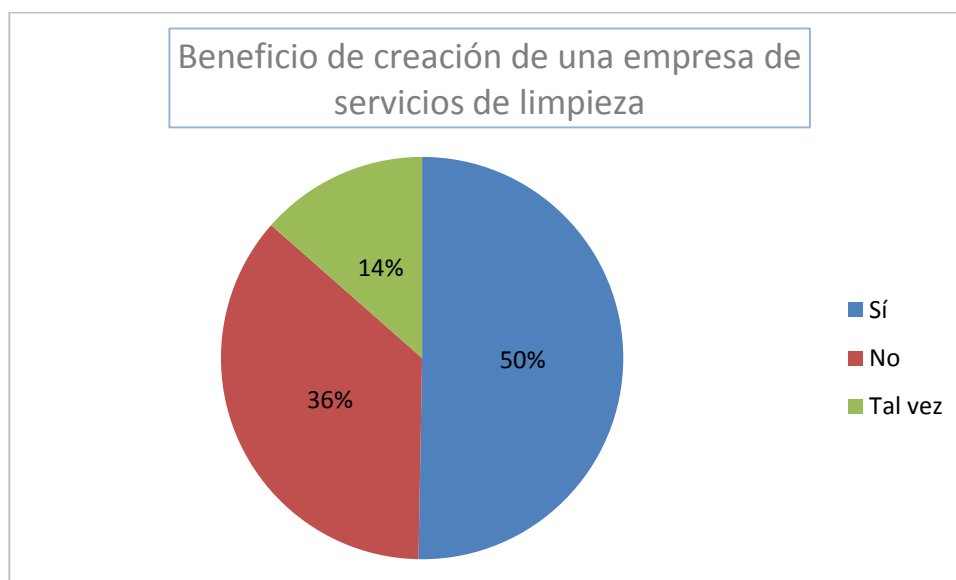


Figura 14. Consideración de creación de empresa de servicios de limpieza

Análisis: La gran parte de los encuestados (50%) confirmó el beneficio de la creación de una empresa que preste servicios de limpieza para las MIPYMES del cantón Esmeraldas.

13.- Prefiere contratar:

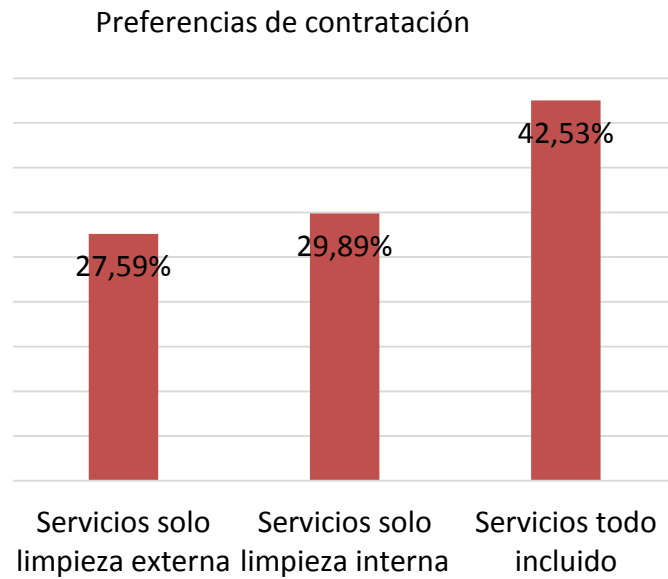


Figura 15. Preferencias de contratación

Análisis: La mayor parte de los encuestados prefiere contratar servicios todo incluido (42,53%), aunque no difiere por mucho de los que solo prefieren contratar los servicios por separado de limpieza interna (29,89%) y externa (27,59%).

14.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza del área interna con la participación de 2 operarios, 2 veces por semana?

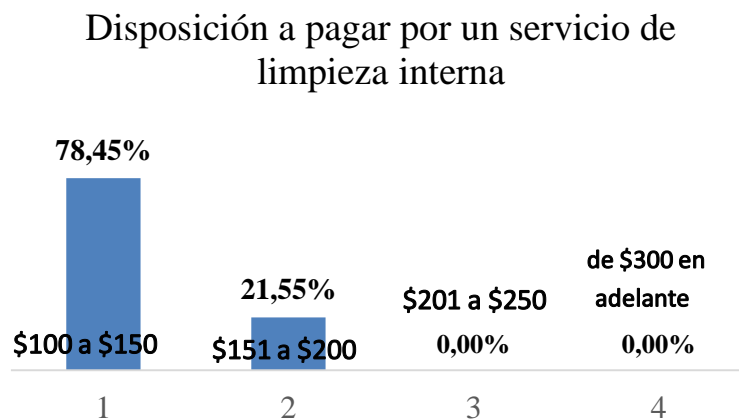


Figura 16. Disposición a pagar por servicio de limpieza interna

Análisis: La mayor parte de los encuestados tienen una disposición a pagar de entre \$100 a \$150 por un servicio de limpieza del área interna solamente.

15.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de limpieza del área externa con la participación de 2 operarios, 2 veces por semana?

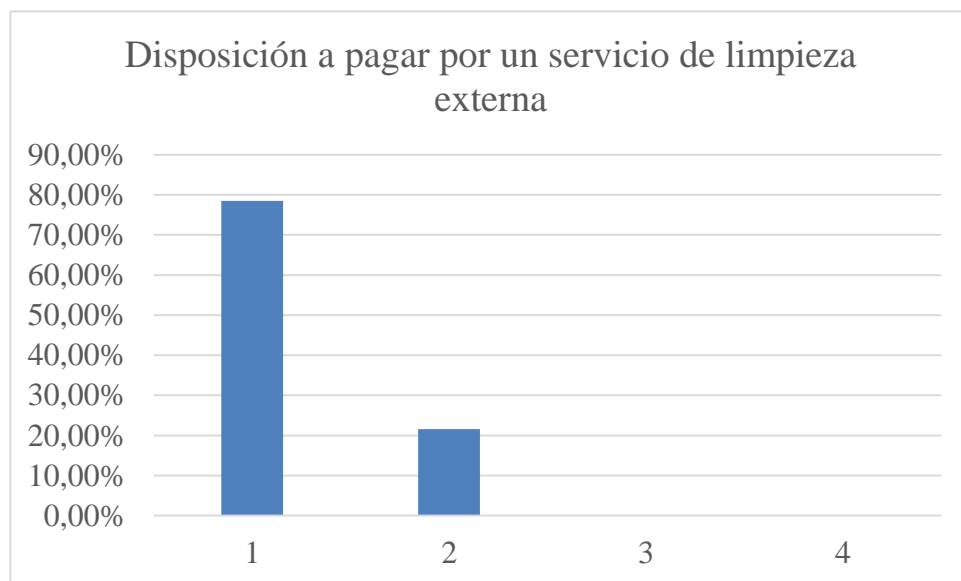


Figura 17. Disposición a pagar por el servicio de limpieza externa

Análisis: La mayor parte de los encuestados tienen una disposición a pagar de entre \$100 a \$150 por un servicio de limpieza de áreas externas solamente.

16.- ¿Cuánto estaría a pagar por un servicio de limpieza todo incluido con la participación de 5 operarios, 2 veces por semana?

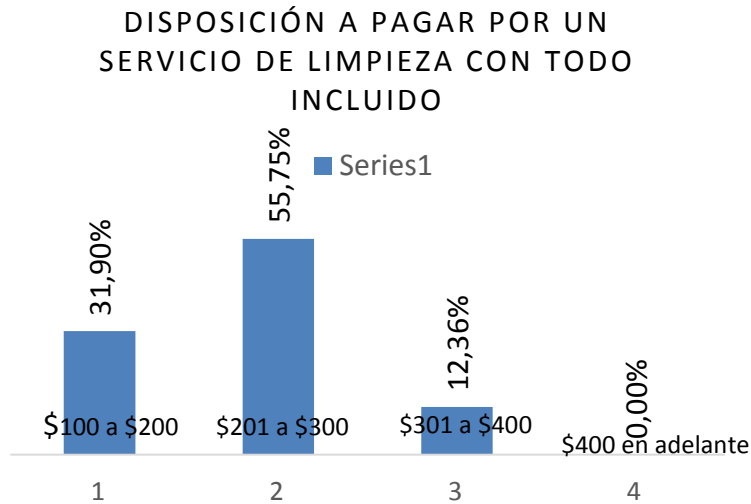


Figura 18. Disposición a pagar por un servicio de limpieza todo incluido

Análisis: La mayor parte de los encuestados están dispuestos a pagar entre \$201 a \$300 por un servicio de limpieza con todo incluido, el 31,90% está dispuesto a pagar entre \$101 a \$200. Lo que daría indicios del precio que se podría proponer para este tipo de servicios.

Cálculo de la demanda

Para el cálculo de la demanda se toma en cuenta el total de la población por el porcentaje de aceptación que es tomado de la pregunta N° 12 de la encuesta en relación con la aceptación del servicio como se aprecia en las siguientes tablas. Población 3.655 empresas.

Tabla 7

Demanda

| | | | |
|--------------------------------|------------|--------------|-----------------|
| Aceptación del servicio | 50% | 3.540 | EMPRESAS |
|--------------------------------|------------|--------------|-----------------|

Demanda potencial

Para el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta la pregunta N° 3 de la encuesta que hace referencia ¿Con qué frecuencia contrata servicios de limpieza para su empresa? obteniendo así la demanda en número de servicios.

Tabla 8

Demanda Potencial

| POBLACIÓN | FRECUENCIA | POBLACIÓN OBTENIDA | CANTIDAD DE CONSUMO | DEMANDA POTENCIAL EN NÚMERO DE SERVICIO |
|------------------|-------------------|---------------------------|----------------------------|--|
| 3.540 | 1,15% | 41 | 52 | 2.117 |
| 3.540 | 16,09% | 570 | 24 | 13.670 |
| 3.540 | 82,76% | 2.930 | 12 | 35.156 |
| TOTAL | 100,00% | 3.540 | | 50.943 |

La cantidad de consumo se determina de acuerdo a las opciones de la encuesta de la frecuencia de uso del servicio por parte de las empresas, de esta manera se define de forma semanal que tiene 52 semanas en el año, de forma quincenal 24 quincenas al año, de forma mensual 12 meses al año, datos que influyen en la cantidad de consumo.

Demanda proyectada

Para la demanda proyectada se toma en cuenta la tasa de crecimiento del sector empresarial que es del 3,00% de forma anual (INEC, 2016), su cálculo se aprecia en la siguiente tabla para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

En dónde;

C_n = Valor Futuro

C_o = Valor inicial

I = Tasa de crecimiento 3%

n = Numero de periodos

Tabla 9

Demanda proyectada

| AÑO | CANTIDAD |
|------------|-----------------|
| 2017 | 26.299 |
| 2018 | 27.088 |
| 2019 | 27.901 |
| 2020 | 28.738 |
| 2021 | 29.600 |

Oferta

Para el cálculo de la oferta se toma en cuenta la pregunta número 10 de la encuesta que hace referencia ¿Usted tiene confianza en las empresas que realizan el servicio de limpieza dentro de su empresa? en la cual se obtuvo un porcentaje del 20,11 que si se sienten satisfechos al utilizar el servicio obteniendo así la siguiente oferta.

Por medio del análisis de la oferta se determina las condiciones que la economía quiere instalar a disposición del mercado un bien o servicio. Para el cálculo de la oferta se toma en cuenta los servicios que cubre la competencia por medio de la encuesta que se mencionó anteriormente y se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 10

Oferta

| CÁLCULO DE LA OFERTA | N° SERVICIOS DE FORMA ANUAL QUE CUBREN |
|--|---|
| Empresas competidoras de servicio de limpieza. | 712 |
| OFERTA | 712 SERVICIOS |

Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta el porcentaje del crecimiento del sector de servicios en relación al Producto Interno Bruto que es del 2,60 de forma anual, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula.

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

En dónde;

C_n = Valor Futuro

C_o = Valor inicial

I = Tasa de crecimiento 2,60%

n = Numero de periodos

Tabla 11

Proyección de la oferta

| AÑO | CANTIDAD |
|------------|-----------------|
| 2017 | 712 |
| 2018 | 730 |
| 2019 | 749 |
| 2020 | 769 |
| 2021 | 789 |

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia de la proyección de la demanda y la oferta obteniendo así una demanda insatisfecha positiva que demuestra que el proyecto es viable para su ejecución.

Tabla 12

Demanda insatisfecha

| Demanda Insatisfecha | | | |
|-----------------------------|----------------|---------------|--|
| | DEMANDA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA EN NÚMERO DE SERVICIOS |
| 2017 | 26.299 | 712 | 25.587 |
| 2018 | 27.088 | 731 | 26.358 |
| 2019 | 27.901 | 750 | 27.151 |
| 2020 | 28.738 | 769 | 27.969 |
| 2021 | 29.600 | 789 | 28.811 |

Capítulo V: Aspectos de la Empresa y del Sector

Análisis Técnico

El estudio técnico de un proyecto permite analizar las diferentes opciones para llevar a cabo los servicios, identificar los equipos necesarios, los insumos, el equipo de profesionales o técnicos especializados, la ubicación y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, “los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita” (Rosales, 2005, p. 115).

Los factores relacionados con la parte técnica del proyecto son eventualmente los que ejercen mayor presión sobre los componentes de los costos y las inversiones que deberán realizarse a la hora de poner en marcha el proyecto. El estudio técnico también tiene el rol de proporcionar información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes para el estudio de viabilidad financiera (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008).

Perfil del Negocio

La compañía ofrece servicios de limpieza especializados para satisfacer los requerimientos y necesidades de las MIPYMES del cantón Esmeraldas. Estos servicios ofrecen características diferenciadas de la competencia, como se mencionará más adelante en este capítulo.

Requerimientos de ubicación

Dado que la demanda del producto está muy relacionada con la ubicación adecuada, esta debe atender factores como: tamaño, facilidades, orientación geográfica, renta, tráfico peatonal o vehicular, estacionamiento, competencia tanto directa como indirecta, etc. (Castellanos, 2010)

Para poder realizar una prestación adecuada del servicio e incurrir en el menor costo posible por traslado del mismo, la ubicación de la compañía debe ser estratégica. Para estos fines, se plantea el alquiler de un local en la zona céntrica del cantón Esmeraldas, cerca de las instituciones bancarias, debido a la alta afluencia de personas y por lo tanto lograr una promoción visual de la compañía.

Requerimientos de equipo humano

Para desempeñar las funciones de limpieza del sector empresarial, se necesitará personal calificado por lo que inicialmente se contratará servidores experimentados en brindar este servicio a este tipo de instituciones. Además, se realizarán pruebas psicométricas para contar con las aptitudes y valores alineados con las políticas y objetivos de la compañía.

Para asegurar el cumplimiento adecuado de las tareas de limpieza, se capacitará además a los servidores para difundir el conocimiento de manejo del equipo y de los insumos de limpieza, además de los valores y normas de comportamiento que deberán demostrar en la prestación de sus servicios, garantizando una grata experiencia en el cliente.

Equipos e insumos de limpieza

La inversión en los insumos de limpieza a utilizar y una unidad para transportar al personal y sus instrumentos de trabajo constituirá un costo importante. Entre el equipo especializado de limpieza se encuentran: las máquinas hidro limpiadoras, pulidoras de pisos, aspiradoras y líquidos especiales para equipos tecnológicos.

También es imprescindible contar con un equipo básico de limpieza compuesto por: escoba y recogedor; trapeador y un par de cubetas; trapos, paños,

esponjas y fibras, cepillo y limpia cristales, entre otros, que comprenderán únicamente productos higiénicos amigables con el medio ambiente. Para mantener seguros a los empleados que llevarán a cabo las tareas de limpieza la indumentaria comprenderá: gorra, guantes, mascarillas, batas y señalamientos.

Misión

Ofrecer un servicio de limpieza de alta calidad con el mejor precio del mercado, asegurando la completa satisfacción de nuestros clientes al mantenerlas áreas de la empresa limpias respetando el medio ambiente.

Visión

Al 2020 ser una empresa líder de servicios de limpieza en el cantón Esmeraldas y para el 2025, ser la empresa líder en la prestación de estos servicios de toda la provincia.

Políticas

Para llevar a cabo el cumplimiento a cabalidad del servicio ofrecido se plantean las siguientes políticas.

- Responsabilidad en el cumplimiento a cabalidad de las actividades de limpieza.
- Utilizar productos de limpieza de la mejor calidad y amigables con el medio ambiente
- Mantener en todo momento una postura respetuosa y cordial con los clientes.

- Mantener una comunicación continua y fluida entre nuestros asociados y nuestros clientes, asegurando la máxima satisfacción por el servicio ofrecido.

Ventajas Competitivas

La empresa ofrece paquetes de limpieza por separado y en conjunto, reconociendo que los servicios de limpieza de áreas internas por lo general no son llevados a cabo con la misma frecuencia que los de limpieza de áreas externas, según las necesidades específicas de las diferentes empresas. Además, utilizamos productos especializados y amigables con el medio ambiente, así como el control de las tareas realizadas por parte del personal de limpieza, generando confianza y fidelidad del cliente.

Al tener definido el mercado, se puede entender de forma clara las necesidades de los clientes, preparar los procesos de operación personalizada del servicio y responder de forma más rápida que la competencia y adaptarse más rápidamente a los cambios en la demanda.

Análisis FODA

El análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) es una herramienta que permite conformar una matriz de referencia de la situación actual de la organización permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso para lograr tomar decisiones alineadas con los objetivos y políticas anteriormente estipuladas.



Figura 19. Matriz FODA de la empresa de servicios de limpieza

Fortalezas: son todas aquellas aptitudes especiales con que cuenta la empresa, las cuales le permiten posicionarse adecuada y estratégicamente respecto a su competencia. Estas están conformadas por los recursos de los que se disponen, capacidades y habilidades que se poseen, tareas y funciones que se desarrollan efectivamente, entre otras.

Oportunidades: son todos los factores externos que generan expectativas positivas, explotables y favorables que se deben descubrir en el entorno en el que se desenvuelve una compañía.

Debilidades: son ciertos atributos que representan una propuesta perjudicial e inducen a una posición desfavorable respecto a la competencia. Estos son

generalmente, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, tareas o funciones que no se desarrollan adecuadamente, entre otras.

Amenazas: son diferentes situaciones o escenarios externos determinados por el entorno y que pueden afectar o infligir daños incluso contra la permanencia de una organización en el mercado.

Es importante conocer que luego de realizar el primer análisis FODA, es pertinente realizar análisis consecutivos de manera periódica teniendo como referencia el primero, y luego el anterior con el objetivo de conocer e identificar la aparición de nuevas oportunidades y amenazas, el aumento en los atributos que constituyen las fortalezas o reducción en los factores que constituyen las debilidades. Esto es recomendable debido a que las condiciones externas e internas son dinámicas y algunos atributos se modifican al transcurrir el tiempo, mientras que otros resisten cambios mínimos.

Análisis de Mercado

En este apartado se determina el espacio que ocupa el servicio de limpieza en un mercado específico como lo es el conformado por las MIPYMES del cantón Esmeraldas. Es decir, las necesidades que tienen los consumidores actuales y potenciales del producto o servicio en un área delimitada.

Este análisis identifica, además, a las empresas proveedoras y las condiciones en que se está suministrando el bien, así como la definición del precio y la forma en la que la empresa proveedora hace llegar el servicio a sus clientes.

En general, se dice que el estudio de mercado contribuye a identificar si existe un número suficiente de clientes que, en determinadas condiciones, presentan

una demanda que justifica la inversión en un proyecto durante cierto período de tiempo.

Dentro del estudio de factibilidad, el estudio de mercado sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, financieros y económicos para determinar la viabilidad de un negocio.

Demanda del servicio

Analizar la demanda de un producto o servicio nos permite reconocer qué nivel de satisfacción está generando en el cliente, si se están cubriendo sus expectativas y si éste, frente a la competencia, tiene una ventaja competitiva.

La empresa debe estar siempre atenta a circunstancias ambientales que potencialmente puedan modificar el nivel de demanda de los consumidores y estar dispuesta a tomar las ventanas de oportunidad o de reacciones a eventos que afecten su futuro desempeño.

Como se vio en la Tabla 4 los encargados de la contratación del servicio de limpieza de las MIPYMES consideran a este como un servicio 100% necesario para el correcto funcionamiento de sus actividades. Estos, además, confirmaron contratar con gran frecuencia y alta periodicidad, este tipo de servicios, especialmente el de limpieza de áreas internas ya que este tipo es importante para mantener un ambiente higiénico y seguro para los trabajadores.

Se confirma una demanda insatisfecha del 94,83%, según la calificación obtenida en las encuestas respecto al servicio de limpieza del que actualmente hacían uso las MIPYMES de la muestra. Este gran porcentaje ni siquiera alcanzó las calificaciones más altas de las categorías (“Muy bueno” y “Excelente”) demostrando en su gran mayoría la insatisfacción por el servicio recibido.

El hecho de que el 61% de los contratantes no estén completamente seguros de la confianza que brinda su actual proveedor de servicios de limpieza y que el 19% prefiera no responder, indica también insatisfacción con su proveedor de servicios, el cual debe ser una entidad confiable para sus clientes.

Además, que el 96,84% de la muestra considere beneficioso la creación de una microempresa orientada a la prestación de servicios de limpieza, corrobora una amplia acogida de una nueva empresa que brinde las características deseadas por los contratantes a un precio adecuado.

Los datos recopilados en las encuestas referentes a la contratación del servicio serán usados en el estudio de factibilidad para realizar estimaciones más concretas respecto a los ingresos por la prestación de los servicios.

Características del Servicio por ofertar

Cualidades diferenciadoras

Para poder ingresar al mercado abarcando un amplio porcentaje del mismo, el servicio contará con las características abordadas durante las encuestas como:

Calidad: Se hará uso de productos de limpieza profesional, amigables con el medio ambiente y los más idóneos para cuidar el mobiliario del cliente, garantizando una limpieza integral de altos estándares.

Confianza: El equipo encargado de la realización de las tareas de limpieza es seleccionado cuidadosamente por lo que se garantiza plena confianza en la prestación de los servicios.

Cordialidad: De la misma manera, el equipo encargado de ejecutar el servicio es monitoreado constantemente para cumplir con normas de respeto y

cordialidad en el desempeño de sus funciones. Así mismo, se asegura el cumplimiento de valores como honestidad, tolerancia y orientación al servicio.

Supervisión: Para asegurar el cumplimiento de las condiciones y características acordadas anteriormente, se ofrece visita a los clientes con la periodicidad necesaria para cada caso, con el fin de solucionar cualquier incidencia que pudiera derivarse del servicio de limpieza, y así lograr una mayor satisfacción de los clientes.

Paquetes del servicio

El servicio de limpieza se podrá solicitar tanto por separado como de manera conjunta, de la siguiente manera:

Limpieza interna: incluye los servicios de limpieza de oficinas y despachos que consisten en eliminar la suciedad que se va acumulando en el mobiliario, los baños y los puestos de trabajo. En este tipo de limpieza se suele utilizar aspiradoras, plumeros y productos higiénicos de limpieza especiales para mobiliario, pisos, ventanas y paredes.

En las oficinas también se cuenta con equipos tecnológicos que requieren una limpieza específica y especial. Partes de estos equipos como los teclados, los ratones y los teléfonos comúnmente representan focos de enfermedades contagiosas como resfriados o cualquier tipo de virus por lo que se debe limpiar cuidadosamente con productos antibacteriales que provean de una solución a estos problemas y que no consistan en productos químicos que puedan ser agresivos tanto para evitar el deterioro del material de los equipos y mobiliarios como para evitar problemas respiratorios en las personas que laboran en el área

Limpieza externa: se refiere a la limpieza de las partes exteriores, esta incluye barrer y fregar los pavimentos, servicio de limpieza de garajes, zonas de comunidades de vecinos, empresas, centros, zonas comerciales y urbanizaciones.

Este servicio consiste comúnmente en barrer, aspirar y fregar el polvo y la suciedad de la zona con una máquina hidro limpiadora o barredora-fregadora. Además, es importante eliminar todas las manchas de grasa, marcas de rodamientos en el suelo, limpiar profundamente las zonas de acceso de los peatones y rampas de acceso de vehículos.

Otro de los servicios que incluye la limpieza de áreas externas es el de limpieza de grafitis en fachadas o diferentes mobiliarios urbanos ya sea correspondiente a locales comerciales, edificios, colegios, estadios, empresas, escaparates, entidades financieras o urbanizaciones, el cual es un problema persistente en nuestra sociedad.

Este servicio es muy recomendable cuando se quiere mantener una reputación o cuidar la imagen pública y se puede utilizar para cualquier tipo de superficie en la que se haya realizado el grafiti: mármol, metal, monumentos, ladrillo, cualquier tipo de piedras, entre otros.

Cabe resaltar que el servicio de limpieza externa no es solamente una necesidad del sector empresarial sino también de las urbanizaciones, comunidades de vecinos, entre otras que suelen tener varias zonas comunes como patios internos, parqueadero, piscinas, pistas deportivas, áreas recreativas, lagos, zonas infantiles, gimnasio, etc. (Limpiezas Sil, 2016) Por lo que podría aprovecharse este nicho de mercado en un futuro para expandir la compañía.

Determinación del Precio

En esta sección se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del servicio de limpieza, tomando en cuenta los precios que constan en los servicios ofrecidos por la competencia, así como los precios a los que los clientes están dispuestos a pagar.

Mecanismo de formación de precios

Entre los mecanismos que existen, se tiene varias maneras de fijar los precios en un mercado. Estos deben corresponderse con las características particulares de un servicio y con el tipo de mercado en el que se desenvuelvan. Entre las modalidades están:

- Precio dado por el mercado interno.
- Precio dado por servicios similares importados.
- Precios fijados por el gobierno.
- Precio estimado en función del costo incurrido en la prestación del servicio.
- Precio estimado en función de la demanda (a través de los coeficientes de elasticidad).
- Precios del mercado internacional para servicios de exportación (Carrasquero, 2004).

El mecanismo de formación de precios que se utilizará en este estudio es el de los fijados por el mercado interno. Se conoce como mercado interno a un mercado que opera dentro de límites acotados, y que a su vez está rodeado por un mercado más grande como el de las MIPYMES para el área delimitada en el cantón Esmeraldas.

Fijación del precio

Para realizar la fijación de precios es necesario señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio por la prestación del servicio. Una vez que se ha escogido un precio, este es el que se debe utilizar para las estimaciones financieras del proyecto.

Los precios fijados por la competencia oscilan en rangos de \$100 a \$200 hasta \$201 a \$300 para el rango más alto por el servicio ofertado. Dado que este servicio se otorgará con garantías de cumplimiento de calidad y satisfacción, se ofertará también en el rango de precios más alto existente en el mercado para el servicio de limpieza todo incluido con la participación de cinco operadores de limpieza.

Los precios mencionados en el párrafo anterior están basados en la investigación de campo realizada en el presente estudio, es decir en las encuestas donde se puede determinar que, de \$100 a \$200 hay un porcentaje de 60,34%, de empresas que adquieren el servicio de limpieza, de \$201 a \$300, hay un 38,79% de empresas que también adquieren el servicio de limpieza, pero de \$301 a \$400, con 0,86% y \$401 en adelante con un 0% no hay demanda por adquirir el servicio.

En cuanto a los paquetes de limpieza de áreas específicas (interiores y exteriores) se ofertará también en el rango más alto de disponibilidad de pago (\$101 a \$150) por parte de los clientes de acuerdo con las especificaciones obtenidas en la encuesta.

Canales de Distribución

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan o comercialicen tangibles o intangibles, se interesan en las decisiones de la plaza (también llamada canal, sitio,

entrega, cobertura, etc). Los canales de distribución de un servicio son las formas por la cual la compañía lo hace llegar hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene el servicio. Estos pueden ser: directo, a través de intermediarios, entre otros.

Dado que en este proyecto se plantea un servicio *in situ*, se necesita un canal de distribución directo, sin intermediarios. Es decir, la prestación del servicio de limpieza se realizará de manera directa, por la compañía prestadora del servicio hacia la compañía contratante del mismo debido a la inseparabilidad del servicio del proveedor para mantener un mejor control, lograr obtener una diferenciación en el servicio percibido, recopilar información directa de los clientes y poder atender correctamente sus necesidades.

Conclusiones del Estudio de Mercado

La limpieza e higiene es algo importante y solicitado en todos los lugares, ya sean públicos o privados, para mantener los estándares de una convivencia adecuada en la sociedad. En este capítulo se analizó el servicio de limpieza que suelen ofrecer las empresas, las características principales y más deseables, los precios, entre otros, para aclarar todas las dudas sobre el proceder de este mercado.

Al observar los resultados de la investigación de mercados de una manera completa, se puede inferir que el servicio de limpieza para las MIPYMES es muy demandado en el cantón Esmeraldas con una alta frecuencia (1 a 6 meses). Así mismo, se intuye una predisposición a contratar este servicio tanto de manera separada (limpieza de áreas internas y externas) como de manera conjunta.

Respecto al precio, se determinó que este puede estar estipulado entre \$101 a \$150 por separado, mientras que de manera conjunta puede alcanzar el rango de

\$100 a \$200, que es el precio de la competencia y por lo tanto lo que los clientes están dispuestos a pagar por un servicio con todas las características anteriormente mencionadas.

De la misma manera se determinó que el canal adecuado sería el de prestación directa, por lo que es necesario definir además en el estudio de viabilidad técnica del siguiente capítulo, la ubicación adecuada para evitar incurrir en altos costos de traslado del servicio.

Plan de Marketing

Análisis de las fuerzas de Porter

Una de las herramientas más utilizada para realizar el análisis de los factores competitivos de las empresas es el análisis de las fuerzas de Porter, que permite determinar la rentabilidad del mercado en el que se encuentra, enfocándose en el hecho de que la capacidad de la empresa no dependerá únicamente de los factores externos como la competencia, sino de una combinación de fuerzas internas y externas (Arévalo Barbósa & Casa Yépez, 2011).

Es así como el modelo de las 5 fuerzas de Porter analiza los siguientes escenarios:

- Amenaza de Competidores nuevos
- Amenaza de Productos Sustitutos
- Poder de negociación de Proveedores
- Poder de negociación de los Clientes
- Competencia en el Mercado

Amenaza de Competidores Nuevos

El ingreso de competidores nuevos afecta la estabilidad del mercado pues reduce la participación de la empresa e incluso puede llegar a afectar factores como precio del servicio o costos. Que tan representativa sea esta amenaza dependerá de las barreras de ingreso que presente el sector.

Como el análisis previo mostró el servicio de limpieza está poco desarrollado en la zona de estudio puesto que existe un gran porcentaje de la demanda insatisfecha. En la actualidad existen 5 empresas activas en Esmeraldas, según información proporcionada por la Superintendencia de Compañías. De las cuales 3 existen desde el 2016: MERCALIMPSE S.A, RAPICLEAN S.A, INRAWI C.A.

Es por esto que es importante que la empresa genere estrategias de diferenciación de la competencia con la finalidad de competir frente a estos nuevos competidores.

Amenaza de productos Sustitutos

La existencia de productos sustitutos para nuestro servicio dependerá de la línea de negocios en el que se desarrolle la empresa, pues estos brindarán una función similar que nuestros productos, pero con diferente tecnología de producción.

En el presente caso, una amenaza de productos sustitutos va de la mano con la aparición en el mercado de maquinaria para limpieza. Con el reciente avance de la tecnología, el surgimiento de fregadoras, maquinaria de limpieza a vapor ha hecho que el servicio de limpieza como tal pueda verse afectado. En ese sentido, será importante estar adaptado a los cambios y tendencias en productos y adoptarlos como parte de una innovación constante en el servicio sugerido.

Poder de negociación de Proveedores

En el presente caso los proveedores son parte importante del servicio de limpieza pues nos entregan todos los materiales necesarios para realizarlo de la manera adecuada.

En el mercado del servicio de limpieza, existen un número considerable de proveedores tanto de productos como de maquinaria necesaria, por lo que se estima que el poder de negociación de los mismos es mínimo y que si bien no es un factor que pueda llegar a afectar por temas de falta de producto, la calidad de los mismos si es importante en la industria. Entre estos, se encuentran empresas como DIMABRU, SPARTAN, DISTRIBUIDORA GÉNESIS, PROQUIMEC, etc. La presencia de gran cantidad de distribuidores permite tener un poder de negociación favorable.

Poder de negociación de los clientes

La demanda es un factor importante puesto que, en un mercado competitivo afecta directamente al precio del bien o servicio ofertado. El poder de los consumidores dependerá de la situación del mercado particular.

En el presente caso como se mostró con la Investigación de Mercado la demanda insatisfecha representa un gran porcentaje, no solo por la falta de oferta sino por los altos estándares de calidad que buscan los clientes, debido a esto se puede decir que los clientes cuentan con un poder medio alto dentro de los servicios de limpieza debido al grado de calidad que se espera en el presente servicio y la competencia y facilidad de entrada al mercado de otros competidores.

Competencia en el Mercado

La rivalidad con los competidores del mercado se verá afectada por las fuerzas previamente nombradas, puesto que dependerá de la capacidad de la empresa de diferenciarse y brindar servicios de calidad el poder posicionarse por encima de sus competidores. Dentro del mercado de limpieza, es un poco complicado generar diferenciación por el giro de negocio, lo que produce que el nivel de competencia sea alto. De las otras fuerzas se generan oportunidades para ganar un mejor espacio, entre estas, aprovechar las tendencias en tecnología de limpieza, el alto grado de competencia entre proveedores de insumos de limpieza y la demanda insatisfecha como medios para ganar espacio en el mercado y competir contra grandes empresas ya establecidas.

Marketing Operativo

Dentro del Marketing Operativo es muy importante fijar las estrategias necesarias para incentivar al cliente a demandar el servicio ofrecido. Por esta razón, se vuelve necesario esquematizar 7 variables conocidas como las 7 p's del marketing de retención del cliente, con la finalidad de evaluar cada arista del servicio y asegurar su éxito como producto en el mercado:

Personas

En este esquema, cualquier acción orientada a retener el cliente es clave, por ende, el servicio de limpieza siempre contará con un esquema post venta en donde el cliente podrá evaluar el servicio ofrecido y calificar la calidad de la limpieza, uso de insumos y organización de espacios a través de una encuesta en línea. Esto permitirá obtener una retroalimentación del cliente y hacer sentir la importancia de su criterio.

Producto

Aquí prevalece el diseño del producto respetando las cualidades individuales de cada cliente. Por ello, el diseño debe tomar en cuenta características como el tipo de negocio, tamaño, dificultad, etc. Por ello, una estrategia viable será la implementación en el largo plazo de distintos paquetes de servicios según la segmentación del cliente, mostrando alternativas entre frecuencia de limpieza, alcance y tipo (especialización).

Marca

La empresa de servicio de limpieza será identificada por el siguiente logotipo y slogan:



Esmerlimp Services, hace referencia al nombre del cantón en donde estará ubicada la microempresa y el slogan tierra verde, porque es una frase que llama mucho la atención de los esmeraldeños, por las tradiciones en esta provincia que dan empatía con el slogan.

Distribución

Poner a disposición de los clientes el servicio es otros de los aspectos relevantes en el marketing. Por ello, la estrategia clave será fuera de las instalaciones, donde un asesor podrá dirigirse al lugar donde se encuentre el cliente y darle

información sobre los servicios que la empresa brinda, también el canal de distribución será en las oficinas de la empresa, donde contaremos con un local para atender a todos clientes que quieran contratar los servicios, además aprovechando las tendencias en comunicación instantánea será ofrecer beneficios adicionales (como insumos de limpieza de regalo o cupos para limpieza gratis) para aquellos clientes que difundan el servicio otorgado a sus conocidos a través de sus redes sociales. Con ello, la noción del servicio de limpieza tendrá mayor difusión.

Precio

El precio es un gran instrumento para atraer clientes y un efectivo comunicador de la calidad del servicio. La estrategia en torno a precios se basa en otorgar cupones de descuentos ocasionales para mantener activa la demanda aún en épocas de bajo consumo.

Publicidad

La estrategia para darnos a conocer será por medio de vallas publicitarias, así como también por redes sociales debido a la alta tendencia que estos representan al momento de contratar un servicio o comprar un producto. Los eventos sociales también serán parte fundamental de la estrategia debido a que en Esmeraldas las fechas de celebraciones son muy recurrentes y será aprovechado para promocionar la empresa.

Comunicación

Mantener una comunicación instantánea permitirá generar oportunidades de crecimiento y expansión prolongada. Por ello, a través de las encuestas digitales de satisfacción al cliente será necesario establecer campos solicitando datos de contacto

tales como número de Whatsapp, Usuario en Twitter y Facebook. De esta manera será más fácil difundir promociones, descuentos y concursos en tiempo real con los clientes.

Procesos

Las estrategias orientadas a procesos buscarán diferenciar el servicio de limpieza en su manera de ofrecer el servicio de las demás empresas del mercado. Con esto en mente, el servicio de limpieza tanto interno como externo incluirá una bitácora de cómo está siendo llevado a cabo el servicio, además de retroalimentación a los usuarios acerca del estado de sus posesiones según la observación de los agentes de limpieza.

Evidencia Física

Como la percepción de la calidad del servicio también depende de las evidencias físicas, una estrategia a desarrollar en este ámbito será la implementación de calcomanías que indiquen la realización del servicio. De esta manera, el cliente se va familiarizando con la necesidad de contactar el servicio de limpieza cada cierto tiempo, además la presentación física de los operarios, es decir los uniformes será un overol azul y zapatos negro, con el logotipo en la parte de enfrente del uniforme.

Capítulo VI: Estudio de Factibilidad

Con el fin de determinar la viabilidad del proyecto se realiza un estudio de factibilidad del mismo, analizando la inversión necesaria, los ingresos, costos, punto de equilibrio, estado de resultados, flujo de caja e indicadores financieros.

Inversión

Es necesario determinar la magnitud de inversión del proyecto para dimensionar su tamaño, estas inversiones van a generar un beneficio a corto, mediano o largo plazo.

Las inversiones comprenden los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo el mismo que está calculado para los tres primeros meses. A continuación, se presenta de manera detallada las inversiones que son necesarias para el proyecto de la creación de una microempresa de servicio de limpieza para el sector privado en el Cantón Esmeraldas.

Tabla 13

Inversión Inicial

| DETALLE | VALORES |
|------------------------|------------------|
| Activos Fijos | 30.357,60 |
| Activos Diferidos | 892,50 |
| Capital de Trabajo | 12.917,45 |
| INVERSIÓN TOTAL | 44.167,55 |

Como se observa en la Tabla 22, se detallan cada una de las inversiones necesarias para el proyecto y para la implementación de microempresa de servicio de limpieza para el sector privado se necesitan \$44.167,55.

Balance Inicial

Tabla 14

Balance Inicial

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Activo Disponible | \$ 12.917,45 | \$ 17.172,95 | \$ 19.836,98 | \$ 29.069,36 | \$ 39.290,02 | \$ 55.776,10 |
| CAJA BANCOS | \$ 2.112,00 | \$ 6.016,32 | \$ 8.317,76 | \$ 17.175,77 | \$ 27.009,89 | \$ 43.096,86 |
| INV. UTILES DE OFICINA | \$ 25,62 | \$ 26,45 | \$ 27,31 | \$ 28,20 | \$ 29,12 | \$ 30,06 |
| INV. MATERIA PRIMA | \$ 9.672,00 | \$ 9.986,34 | \$ 10.310,90 | \$ 10.646,00 | \$ 10.992,00 | \$ 11.349,24 |
| INV. UTILES DE ASEO | \$ 54,08 | \$ 55,83 | \$ 57,65 | \$ 59,52 | \$ 61,45 | \$ 63,45 |
| ARRIENDO PREPAGADO | \$ 735,00 | \$ 758,89 | \$ 783,55 | \$ 809,02 | \$ 835,31 | \$ 862,46 |
| SEGURO PREPAGADO | \$ 318,75 | \$ 329,11 | \$ 339,81 | \$ 350,85 | \$ 362,26 | \$ 374,03 |
| ACTIVO FIJO | \$ 30.357,60 | \$ 24.982,16 | \$ 19.606,73 | \$ 14.231,29 | \$ 14.231,29 | \$ 14.231,29 |
| MUEBLES DE OFICINA | \$ 1.449,00 | \$ 1.449,00 | \$ 1.449,00 | \$ 1.449,00 | \$ 1.449,00 | \$ 1.449,00 |
| EQUIPOS DE OFICINA | \$ 203,70 | \$ 203,70 | \$ 203,70 | \$ 203,70 | \$ 203,70 | \$ 203,70 |
| MAQUINARIA Y EQUIPOS | \$ 8.303,40 | \$ 8.303,40 | \$ 8.303,40 | \$ 8.303,40 | \$ 8.303,40 | \$ 8.303,40 |
| VEHICULO | \$ 18.154,50 | \$ 18.154,50 | \$ 18.154,50 | \$ 18.154,50 | \$ 18.154,50 | \$ 18.154,50 |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | \$ 2.247,00 | \$ 2.247,00 | \$ 2.247,00 | \$ 2.247,00 | \$ 2.247,00 | \$ 2.247,00 |
| (-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE ACTIVOS | \$ 0,00 | \$ 5.375,44 | \$ 10.750,87 | \$ 16.126,31 | \$ 16.126,31 | \$ 16.126,31 |
| ACTIVO DIFERIDO | \$ 892,50 | \$ 714,00 | \$ 535,50 | \$ 357,00 | \$ 178,50 | \$ 0,00 |
| Gastos puesta en marcha | \$ 892,50 | \$ 892,50 | \$ 892,50 | \$ 892,50 | \$ 892,50 | \$ 892,50 |
| (-) AMORTIZACION ACUMULADA DE DIFERIDOS | \$ 0,00 | \$ 178,50 | \$ 357,00 | \$ 535,50 | \$ 714,00 | \$ 892,50 |
| TOTAL ACTIVOS | \$ 44.167,55 | \$ 42.869,11 | \$ 39.979,21 | \$ 43.657,66 | \$ 53.699,82 | \$ 70.007,39 |
| PASIVOS | | | | | | |
| Pasivo a largo plazo | \$ 30.917,28 | \$ 28.543,97 | \$ 26.034,20 | \$ 23.380,11 | \$ 20.573,41 | \$ 17.605,32 |
| Préstamo por pagar | \$ 30.917,28 | \$ 28.543,97 | \$ 26.034,20 | \$ 23.380,11 | \$ 20.573,41 | \$ 17.605,32 |
| TOTAL PASIVO | \$ 30.917,28 | \$ 28.543,97 | \$ 26.034,20 | \$ 23.380,11 | \$ 20.573,41 | \$ 17.605,32 |
| PATRIMONIO | \$ 13.250,26 | \$ 14.325,14 | \$ 13.945,01 | \$ 20.277,55 | \$ 33.126,41 | \$ 52.399,07 |
| Capital Social | \$ 13.250,26 | \$ 13.250,26 | \$ 13.250,26 | \$ 13.250,26 | \$ 13.250,26 | \$ 13.250,26 |
| Utilidades retenidas | \$ 0,00 | \$ 1.074,87 | \$ 694,75 | \$ 7.027,28 | \$ 19.876,14 | \$ 39.148,80 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | \$ 44.167,55 | \$ 42.869,11 | \$ 39.979,21 | \$ 43.657,65 | \$ 53.699,81 | \$ 70.004,39 |

Para determinar la constitución e inicio de operaciones de la creación de microempresa de servicio de limpieza, se registrarán los activos, pasivos y patrimonios en el balance inicial para garantizar el funcionamiento del proyecto.

Tabla 15

Rol de Pagos del primer año

Se determina el recurso humano necesario para el funcionamiento de la nueva microempresa que se dedicará al servicio de limpieza.

| CARGO | No. | Sueldo base mensual | Sueldo Unificado | 10mo 3ro | 10mo 4to | Aporte IESS | Mensual | AÑO 1 |
|----------------------------------|-----------|---------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|------------------|
| Administrador | 1 | 700,00 | 700,00 | 58,33 | 31,25 | 85,05 | 874,63 | 10.495,60 |
| Secretaria -Contador | 1 | 500,00 | 500,00 | 41,67 | 31,25 | 60,75 | 633,67 | 7.604,00 |
| TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA | 2 | 1.200,00 | 1.200,00 | 100,00 | 62,50 | 145,80 | 1.508,30 | 18.099,60 |
| Vendedor | 1 | 480,00 | 480,00 | 40,00 | 31,25 | 58,32 | 609,57 | 7.314,84 |
| Jefe de servicios | 1 | 480,00 | 480,00 | 40,00 | 31,25 | 58,32 | 609,57 | 7.314,84 |
| operarios | 8 | 375,00 | 3.000,00 | 250,00 | 250,00 | 364,50 | 3.864,50 | 46.374,00 |
| Bodeguero | 1 | 375,00 | 375,00 | 31,25 | 31,25 | 45,56 | 483,06 | 5.796,75 |
| Chofer | 1 | 450,00 | 450,00 | 37,50 | 31,25 | 54,68 | 573,43 | 6.881,10 |
| TOTAL ÁREA OPERATIVA | 12 | 2.160,00 | 4.785,00 | 398,75 | 375,00 | 581,38 | 6.140,13 | 73.681,53 |
| TOTAL: | 14 | 3.360,00 | 5.985,00 | 498,75 | 437,50 | 727,18 | 7.648,43 | 91.781,13 |

Se considera para la creación de microempresa de servicio de limpieza a 14 personas que comprenden al área administrativa y operativa para cubrir un porcentaje de la demanda, cumpliendo con el código laboral.

Tabla 16

Roles de Pago del segundo año al quinto año

| CARGO | No . | Sueldo base mensual | Sueldo Unificado | 10mo 3ro | 10mo 4to | Vacaciones | Aporte IESS | Fondos de Reserva | Mensual | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------------|-----------|---------------------|------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-------------------|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Administrador | 1 | 722,72 | 722,72 | 60,23 | 32,26 | 30,11 | 87,81 | 60,23 | 993,35 | 11.920,25 | 12.307,07 | 12.706,43 | 13.118,76 |
| Secretaria -Contador | 1 | 516,23 | 516,23 | 43,02 | 32,26 | 21,51 | 62,72 | 43,02 | 718,76 | 8.625,09 | 8.904,97 | 9.193,94 | 9.492,28 |
| TOTAL ÁREA ADMINISTRATIVA | 2 | 1.238,94 | 1.238,94 | 103,25 | 61,79 | 51,62 | 150,53 | 103,25 | 1.709,37 | 20.512,44 | 21.178,07 | 21.865,30 | 22.574,83 |
| Vendedor | 1 | 495,58 | 495,58 | 41,30 | 32,26 | 20,65 | 60,21 | 41,30 | 691,30 | 8.295,57 | 8.564,76 | 8.842,69 | 9.129,63 |
| Jefe de servicios | 1 | 495,58 | 495,58 | 41,30 | 32,26 | 20,65 | 60,21 | 41,30 | 691,30 | 8.295,57 | 8.564,76 | 8.842,69 | 9.129,63 |
| operarios | 8 | 387,17 | 3.097,35 | 258,11 | 258,11 | 129,06 | 376,33 | 258,11 | 4.377,07 | 52.524,86 | 54.229,29 | 55.989,03 | 57.805,88 |
| Bodeguero | 1 | 375,00 | 375,00 | 31,25 | 32,26 | 15,63 | 45,56 | 31,25 | 530,95 | 6.371,42 | 6.578,17 | 6.791,63 | 7.012,02 |
| Chofer | 1 | 450,00 | 450,00 | 37,50 | 32,26 | 18,75 | 54,68 | 37,50 | 630,69 | 7.568,27 | 7.813,86 | 8.067,42 | 8.329,21 |
| TOTAL ÁREA OPERATIVA | 12 | 2.203,32 | 4.913,50 | 409,46 | 387,17 | 204,73 | 596,99 | 409,46 | 6.921,31 | 83.055,69 | 85.750,85 | 88.533,46 | 91.406,37 |
| TOTAL: | 14 | 3.442,26 | 6.152,44 | 512,70 | 448,96 | 256,35 | 747,52 | 512,70 | 8.630,68 | 103.568,13 | 106.928,92 | 110.398,76 | 113.981,20 |

En la tabla anterior se determina los gastos de sueldos proyectados hasta un quinto año el sueldo cada año se incrementa en relación con una tasa de inflación promedio de 3,25% con el cual se trabaja en el proyecto.

Tabla 17

Depreciación activos fijos

Se detalla los valores de depreciación de forma anual para su cálculo se lo realiza en base al porcentaje de depreciación contable como se aprecia en la siguiente tabla.

| CONCEPTO | VALOR | % | VIDA ÚTIL (AÑOS) | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------------------|------------------|--------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MUEBLES DE OFICINA | 1.449,00 | 10,00% | 10 | 144,90 | 144,90 | 144,90 | 144,90 | 144,90 |
| EQUIPOS DE OFICINA | 203,70 | 10,00% | 10 | 20,37 | 20,37 | 20,37 | 20,37 | 20,37 |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | 2.247,00 | 33,33% | 3 | 748,93 | 748,93 | 748,93 | | |
| MAQUINARIA Y EQUIPOS DE TRABAJO | 8.303,40 | 10,00% | 10 | 830,34 | 830,34 | 830,34 | 830,34 | 830,34 |
| VEHICULOS | 18.154,50 | 20,00% | 5 | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 |
| TOTAL | 30.357,60 | | | 5.375,44 | 5.375,44 | 5.375,44 | 4.626,51 | 4.626,51 |

Estado fuentes y usos

A través del análisis de la tabla de fuentes usos se determina en qué porcentaje la inversión es aportación propia de aportación de terceros.

Tabla 18

Estado de fuentes y usos

| INVERSIÓN | VALOR USD. | % INV. TOTAL | RECURSOS PROPIOS | | RECURSOS TERCEROS | |
|------------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|
| | | | % | VALORES | % | VALORES |
| Activos Fijos | 30.357,60 | 68,73% | 30,0% | \$ 13.250,26 | 38,73% | 17.107,34 |
| Activos Diferidos | 892,50 | 2,02% | | | 2,02% | 892,50 |
| Capital de Trabajo | 12.917,45 | 29,25% | | | 29,2% | 12.917,45 |
| Inversión Total | 44.167,55 | 100,00% | 30,00% | 13.250,26 | 70,00% | 30.917,28 |

Se determina que el 70% es financiado a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), a una tasa de interés anual del 11, 50 condiciones que se aprecia a continuación.

Tabla 19

Condiciones para el crédito

| | | | |
|----------|------------------------------|---------------------|-----------|
| 1 | Monto | 30.917,28 | |
| 2 | Período | anual | semestral |
| 3 | Interés | 11,50% | 5,75% |
| 4 | Plazo | 5 | años |
| 5 | Período de pago | Semestral = | 10 |
| 6 | Forma de amortización | Dividendo Constante | |

Como se puede apreciar se financiará un valor de \$30.917,28 los periodos de pago serán de forma semestral es decir en 10 semestres.

Tabla 20

Amortización del crédito bancario

| PERIODO | AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL | INTERÉS | DIVIDENDO | SALDO |
|--------------|--------------------------|------------------|------------------|-----------|
| 0 | | | | 30.917,28 |
| 1 | 2.373,31 | 1.777,74 | 4.151,06 | 28.543,97 |
| 2 | 2.509,78 | 1.641,28 | 4.151,06 | 26.034,20 |
| 3 | 2.654,09 | 1.496,97 | 4.151,06 | 23.380,11 |
| 4 | 2.806,70 | 1.344,36 | 4.151,06 | 20.573,41 |
| 5 | 2.968,08 | 1.182,97 | 4.151,06 | 17.605,32 |
| 6 | 3.138,75 | 1.012,31 | 4.151,06 | 14.466,57 |
| 7 | 3.319,23 | 831,83 | 4.151,06 | 11.147,34 |
| 8 | 3.510,08 | 640,97 | 4.151,06 | 7.637,26 |
| 9 | 3.711,91 | 439,14 | 4.151,06 | 3.925,35 |
| 10 | 3.925,35 | 225,71 | 4.151,06 | 0,00 |
| TOTAL | 30.917,28 | 10.593,27 | 41.510,56 | |

Los \$30.917,28 corresponden del préstamo, que se amortiza a una tasa capitalizable anual del 11,50% a un plazo de 5 años por la Corporación Financiera Nacional (CFN).

Capacidad Efectiva

La capacidad efectiva determinara la producción que se desea alcanzar en términos reales, debido a que la mayoría de empresas no operan a la máxima capacidad que es al 100%. Por ello se estimara la cantidad de empresas que se podrá atender en términos mensuales y anuales.

Tabla 21

Capacidad efectiva del servicio interno

CAPACIDAD EFECTIVA SERVICIO DE LIMPIEZA INTERNA (con dos personas)

| SERVICIOS | DESCRIPCIÓN (SERVICIO DE LIMPIEZA INTERNA) |
|-----------|--|
| 1 | 2 horas |
| 4 | Para 8 Horas (un día) |
| 88 | De forma mensual |
| 1.056 | De forma anual |

Tabla 22

Capacidad efectiva del servicio externo

CAPACIDAD EFECTIVA SERVICIO DE LIMPIEZA EXTERNA (con dos personas)

| SERVICIOS | DESCRIPCIÓN (SERVICIO DE LIMPIEZA INTERNA) |
|-----------|--|
| 1 | 2 horas |
| 4 | Para 8 Horas (un día) |
| 22 | 88 De forma mensual |
| 12 | 1.056 De forma anual |

Tabla 23

Capacidad efectiva del servicio completo

CAPACIDAD EFECTIVA SERVICIO DE LIMPIEZA COMPLETO INTERNO Y EXTERNO (con cuatro personas)

| SERVICIOS | DESCRIPCIÓN (SERVICIO DE LIMPIEZA INTERNA) |
|-----------|--|
| 1 | 4 horas |
| 2 | Para 8 Horas (un día) |
| 22 | 44 De forma mensual |
| 12 | 528 De forma anual |

Tabla 24

Capacidad efectiva de los servicios de limpieza

CAPACIDAD DE LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA

| SERVICIOS | CAPACIDAD EFECTIVA (SERVICIOS) | CAPACIDAD | | | | |
|---|--------------------------------|-----------|------|------|------|------|
| | | AÑOS | | | | |
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
| | | 80% | 85% | 90% | 95% | 100% |
| Servicio de limpieza interna | 1.056 | 845 | 898 | 950 | 1003 | 1056 |
| servicio de limpieza externa | 1.056 | 845 | 898 | 950 | 1003 | 1056 |
| Servicio de limpieza completo (interno y externa) | 528 | 422 | 449 | 475 | 502 | 528 |

Ingresos

Los ingresos del proyecto están relacionados a l número de servidos que se puede brindar de acuerdo con la capacidad utilizada, el precio se incrementa en relación con la tasa de inflación promedio del 3,25% con el cual e trabaja en las proyecciones del proyecto.

Tabla 25

Ingreso por ventas

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| SERVICIO DE LIMPIEZA | | | | | |
| SERVICIOS DE LIMPIEZA INTERNA | 845 | 898 | 950 | 1003 | 1056 |
| PRECIO (\$) UNITARIO | 50,00 | 51,62 | 53,30 | 55,03 | 56,81 |
| TOTAL | 42.240,00 | 46.336,36 | 50.654,09 | 55.203,25 | 59.994,31 |
| SERVICIO DE LIMPIEZA EXTERNA | 845 | 898 | 950 | 1003 | 1056 |
| PRECIO (\$) UNITARIO | 70,00 | 72,27 | 74,62 | 77,04 | 79,54 |
| TOTAL | 59.136,00 | 64.870,90 | 70.915,72 | 77.284,54 | 83.992,03 |
| SERVICIO DE LIMPIEZA COMPLETO | 422 | 449 | 475 | 502 | 528 |
| PRECIO (\$) UNITARIO | 120,00 | 123,89 | 127,91 | 132,07 | 136,35 |
| TOTAL | 50.688,00 | 55.603,63 | 60.784,90 | 66.243,89 | 71.993,17 |
| INGRESOS TOTALES | 152.064,00 | 166.810,88 | 182.354,71 | 198.731,68 | 215.979,50 |

Costos operacionales

Se determina los costos de forma anual que influyen de forma directa para brindar los servicios de limpieza.

Tabla 26

Costos operacionales

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| COSTOS DE VENTAS | 113.199,87 | 126.327,97 | 132.980,22 | 139.932,30 | 147.196,69 |
| COSTOS PRODUCCIÓN (SERVICIO) | 38.688,00 | 42.441,95 | 46.399,03 | 50.568,50 | 54.959,98 |
| COSTOS SUELDO OPERATIVO | 73.681,53 | 83.055,69 | 85.750,85 | 88.533,46 | 91.406,37 |
| DEPRECIACION MAQUINARIA | 830,34 | 830,34 | 830,34 | 830,34 | 830,34 |

Proyecciones de gastos

En la siguiente tabla se determina los gastos que influyen en la implementación del servicio, dichas proyecciones están realizadas en base a una tasa de inflación promedio del 3,25%

Tabla 27

Proyección de Gastos Anuales

| GASTOS | 37.242,90 | 39.435,02 | 39.823,16 | 39.419,50 | 39.713,94 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| GASTOS UTILES DE OFICINA | 102,48 | 105,81 | 109,24 | 112,78 | 116,44 |
| GASTOS UTILES DE ASEO | 216,30 | 223,32 | 230,57 | 238,05 | 245,77 |
| GASTOS SERVICIOS BÁSICOS | 1.045,80 | 1.079,74 | 1.114,77 | 1.150,95 | 1.188,30 |
| GASTOS REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO | 245,68 | 253,65 | 261,88 | 270,38 | 279,16 |
| GASTOS SUELDOS Y SALARIOS | 18.099,60 | 20.512,44 | 21.178,07 | 21.865,30 | 22.574,83 |
| GASTO ARRIENDO | 4.410,00 | 4.553,10 | 4.700,85 | 4.853,40 | 5.010,89 |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | 945,00 | 975,67 | 1.007,33 | 1.040,01 | 1.073,76 |
| GASTOS SEGUROS | 245,68 | 253,65 | 261,88 | 270,38 | 279,16 |
| GASTOS UNIFORMES | 735,00 | 758,85 | 783,48 | 808,90 | 835,15 |
| GASTOS COMBUSTIBLE | 2.361,74 | 2.438,38 | 2.517,51 | 2.599,20 | 2.683,55 |
| GASTOS DOCUMENTACIÓN COMERCIAL | 693,00 | 715,49 | 738,71 | 762,68 | 787,43 |
| DEPRECIACIÓN MUEBLES DE OFICINA | 144,90 | 144,90 | 144,90 | 144,90 | 144,90 |
| DEPRECIACIÓN VEHICULOS | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 |
| DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA | 20,37 | 20,37 | 20,37 | 20,37 | 20,37 |
| DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION | 748,93 | 748,93 | 748,93 | | |
| AMORTIZACIÓN | 178,50 | 178,50 | 178,50 | 178,50 | 178,50 |
| GASTOS FINANCIEROS | 3.419,02 | 2.841,32 | 2.195,28 | 1.472,80 | 664,85 |

Estado de Pérdidas y Ganancias

Una vez que se hayan proyectado los ingresos, costos y gastos totales, es posible diseñar el Estado de Resultados el mismo que ayudará a determinar la utilidad del proyecto a ejecutarse.

Tabla 28

Estado de Pérdidas y Ganancias

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| INGRESOS (SERVICIOS DE LIMPIEZA) | 152.064,00 | 166.810,88 | 182.354,71 | 198.731,68 | 215.979,50 |
| SERVICIOS DE LIMPIEZA INTERNA | 42.240,00 | 46.336,36 | 50.654,09 | 55.203,25 | 59.994,31 |
| SERVICIOS DE LIMPIEZA EXTERNA | 59.136,00 | 64.870,90 | 70.915,72 | 77.284,54 | 83.992,03 |
| SERVICIOS DE LIMPIEZA COMPLETA | 50.688,00 | 55.603,63 | 60.784,90 | 66.243,89 | 71.993,17 |
| (-)COSTOS DE VENTAS | 113.199,87 | 126.327,97 | 132.980,22 | 139.932,30 | 147.196,69 |
| COSTOS PRODUCCIÓN | 38.688,00 | 42.441,95 | 46.399,03 | 50.568,50 | 54.959,98 |
| COSTOS SUELDO OPERATIVO | 73.681,53 | 83.055,69 | 85.750,85 | 88.533,46 | 91.406,37 |
| DEPRECIACION MAQUINARIA | 830,34 | 830,34 | 830,34 | 830,34 | 830,34 |
| (-)GASTOS | 37.242,90 | 39.435,02 | 39.823,16 | 39.419,50 | 39.713,94 |
| GASTOS UTILES DE OFICINA | 102,48 | 105,81 | 109,24 | 112,78 | 116,44 |
| GASTOS UTILES DE ASEO | 216,30 | 223,32 | 230,57 | 238,05 | 245,77 |
| GASTOS SERVICIOS BÁSICOS | 1.045,80 | 1.079,74 | 1.114,77 | 1.150,95 | 1.188,30 |
| GASTOS REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO | 245,68 | 253,65 | 261,88 | 270,38 | 279,16 |
| GASTOS SUELDOS Y SALARIOS | 18.099,60 | 20.512,44 | 21.178,07 | 21.865,30 | 22.574,83 |
| GASTO ARRIENDO | 4.410,00 | 4.553,10 | 4.700,85 | 4.853,40 | 5.010,89 |
| GASTOS DE PUBLICIDAD | 945,00 | 975,67 | 1.007,33 | 1.040,01 | 1.073,76 |
| GASTOS SEGUROS | 245,68 | 253,65 | 261,88 | 270,38 | 279,16 |
| GASTOS UNIFORMES | 735,00 | 758,85 | 783,48 | 808,90 | 835,15 |
| GASTOS COMBUSTIBLE | 2.361,74 | 2.438,38 | 2.517,51 | 2.599,20 | 2.683,55 |
| GASTOS DOCUMENTACIÓN COMERCIAL | 693,00 | 715,49 | 738,71 | 762,68 | 787,43 |
| DEPRECIACIÓN MUEBLES DE OFICINA | 144,90 | 144,90 | 144,90 | 144,90 | 144,90 |
| DEPRECIACIÓN VEHICULOS | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 | 3.630,90 |
| DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA | 20,37 | 20,37 | 20,37 | 20,37 | 20,37 |
| DEPRECIACION EQUIPOS DE COMPUTACION | 748,93 | 748,93 | 748,93 | | |
| AMORTIZACIÓN | 178,50 | 178,50 | 178,50 | 178,50 | 178,50 |
| GASTOS FINANCIEROS | 3.419,02 | 2.841,32 | 2.195,28 | 1.472,80 | 664,85 |
| = UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMP. Y PARTICIPACIÓN | 1.621,23 | 1.047,89 | 9.551,33 | 19.379,88 | 29.068,87 |
| - 15% de Participación Trabajadores | 243,18 | 157,18 | 1.432,70 | 2.906,98 | 4.360,33 |
| = UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS | 1.378,04 | 890,70 | 8.118,63 | 16.472,90 | 24.708,54 |
| - 22% Impuesto a la Renta | 303,17 | 195,95 | 1.786,10 | 3.624,04 | 5.435,88 |
| = UTILIDAD NETA | 1.074,87 | 694,75 | 6.332,53 | 12.848,86 | 19.272,66 |

Flujo de fondos

Para el cálculo del estado de flujo de caja se identifican también la inversión requerida y el crédito que se solicita para el desarrollo del proyecto, obteniendo así flujos netos de efectivo que intervendrán en la aplicación de los indicadores financieros

Tabla 29

Flujo de Efectivo

| Años | Utilidad neta | +Depreciación y Amortización | Inversión | Préstamo | Amortización del K | Valor de desecho | Flujo |
|------|---------------|------------------------------|------------|-----------|--------------------|------------------|-----------------|
| | | | (-) | (+) | (-) | | de efectivo (=) |
| 0 | | | -44.167,55 | 30.917,28 | | | -13.250,26 |
| 1 | 1.074,87 | 5.553,94 | | | 4.883,09 | | 1.745,72 |
| 2 | 694,75 | 5.553,94 | | | 5.460,79 | | 787,89 |
| 3 | 6.332,53 | 5.553,94 | | | 6.106,83 | | 5.779,63 |
| 4 | 12.848,86 | 4.805,01 | | | 6.829,31 | | 10.824,56 |
| 5 | 19.272,66 | 4.805,01 | | | 7.637,26 | 4.978,05 | 21.418,46 |

Indicadores financieros

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Resulta necesario calcular la tasa de descuento, conocida también como costo de capital o TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento), y para ello se ha determinado los siguientes porcentajes que se han desarrollado en el estudio de factibilidad.

Tabla 30

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

| PRESTAMO | TASA ACTIVA | RECURSOS PROPIOS | RIESGO | INFLACION |
|----------|-------------|------------------|--------|-----------|
| 70,00% | 11,50% | 30,00% | 10,00% | 3,25% |

$$TMAR = \%REC.TERCEROS(\%TASA ACTIVA) + \%REC.PROPIOS(\%RIESGO + \%INFLACION + \%RIESGO * \%INFLACION)$$

$$TMAR = 70,00\%(11,50\%) + 30,00\%(10,00\% + 3,25\% + 10,00\% * 3,25\%)$$

$$TMAR = 12,02\%$$

Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utiliza la siguiente formula misma que se aprecia a continuación.

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

El valor Actual Neto (VAN) es un indicador que permite analizar la factibilidad del proyecto, en la propuesta del servicio es positivo de \$ 12.061,27 como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 31

Valor Actual Neto (VAN)

| AÑOS | FNC | (1+i)^n | VALOR ACTUAL |
|--------------|------------|---------|------------------|
| 0 | -13.250,26 | | -13.250,26 |
| 1 | 1.745,72 | 1,12 | 1.558,35 |
| 2 | 787,89 | 1,25 | 627,84 |
| 3 | 5.779,63 | 1,41 | 4.111,24 |
| 4 | 10.824,56 | 1,57 | 6.873,43 |
| 5 | 21.418,46 | 1,76 | 12.140,67 |
| TOTAL | | | 12.061,27 |

Tasa Interna de Retorno (TIR)

El cálculo de la TIR permite definir la factibilidad del proyecto, como se demuestra en la siguiente tabla que se obtiene una tasa de **31,86%**, por lo cual es viable la ejecución del servicio de limpieza.

Tabla 32

Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR = 31,86%

Periodo de Recuperación de la Inversión

En la siguiente tabla se detalle el periodo de recuperación de la inversión que para el proyecto actual se recupera en un quinto año.

Tabla 33

Periodo de la recuperación de la inversión

| AÑOS | FNC | FNC ACTUALIZADO | FNC ACTUALIZADO ACUMULADO |
|-------------|------------|------------------------|----------------------------------|
| 0 | -13.250,26 | -13.250,26 | -13.250,26 |
| 1 | 1.745,72 | 1.558,35 | -11.691,91 |
| 2 | 787,89 | 627,84 | -11.064,07 |
| 3 | 5.779,63 | 4.111,24 | -6.952,83 |
| 4 | 10.824,56 | 6.873,43 | -79,40 |
| 5 | 21.418,46 | 12.140,67 | 12.061,27 |

Balance general proyectado

Se detalla el balance general por los cinco años de proyección del servicio de limpieza.

Tabla 34

Balance General Proyectado

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Activo Disponible | 12.917,45 | 17.172,95 | 19.836,98 | 29.069,36 | 39.290,02 | 55.776,10 |
| CAJA BANCOS | 2.112,00 | 6.016,32 | 8.317,76 | 17.175,77 | 27.009,89 | 43.096,86 |
| INV. UTILES DE OFICINA | 25,62 | 26,45 | 27,31 | 28,20 | 29,12 | 30,06 |
| INV. MATERIA PRIMA | 9.672,00 | 9986,34 | 10310,90 | 10646,00 | 10992,00 | 11349,24 |
| INV. UTILES DE ASEO | 54,08 | 55,83 | 57,65 | 59,52 | 61,45 | 63,45 |
| ARRIENDO PREPAGADO | 735,00 | 758,89 | 783,55 | 809,02 | 835,31 | 862,46 |
| SEGURO PREPAGADO | 318,75 | 329,11 | 339,81 | 350,85 | 362,26 | 374,03 |
| ACTIVO FIJO | 30.357,60 | 24.982,16 | 19.606,73 | 14.231,29 | 14.231,29 | 14.231,29 |
| MUEBLES DE OFICINA | 1.449,00 | 1.449,00 | 1.449,00 | 1.449,00 | 1.449,00 | 1.449,00 |
| EQUIPOS DE OFICINA | 203,70 | 203,70 | 203,70 | 203,70 | 203,70 | 203,70 |
| MAQUINARIA Y EQUIPOS | 8.303,40 | 8.303,40 | 8.303,40 | 8.303,40 | 8.303,40 | 8.303,40 |
| VEHICULO | 18.154,50 | 18.154,50 | 18.154,50 | 18.154,50 | 18.154,50 | 18.154,50 |
| EQUIPOS DE COMPUTACIÓN | 2.247,00 | 2.247,00 | 2.247,00 | 2.247,00 | 2.247,00 | 2.247,00 |
| (-)DEPRECIACIÓN ACUMULADA DE ACTIVOS | 0,00 | 5.375,44 | 10.750,87 | 16.126,31 | 16.126,31 | 16.126,31 |
| ACTIVO DIFERIDO | 892,50 | 714,00 | 535,50 | 357,00 | 178,50 | 0,00 |
| Gastos puesta en marcha | 892,50 | 892,50 | 892,50 | 892,50 | 892,50 | 892,50 |
| (-) AMORTIZACION ACUMULADA DE DIFERIDOS | 0,00 | 178,50 | 357,00 | 535,50 | 714,00 | 892,50 |
| TOTAL ACTIVOS | 44.167,55 | 42.869,11 | 39.979,21 | 43.657,66 | 53.699,82 | 70.007,39 |
| PASIVOS | | | | | | |
| Pasivo a largo plazo | 30.917,28 | 28.543,97 | 26.034,20 | 23.380,11 | 20.573,41 | 17.605,32 |
| Préstamo por pagar | 30.917,28 | 28.543,97 | 26.034,20 | 23.380,11 | 20.573,41 | 17.605,32 |
| TOTAL PASIVO | 30.917,28 | 28.543,97 | 26.034,20 | 23.380,11 | 20.573,41 | 17.605,32 |
| PATRIMONIO | 13.250,26 | 14.325,14 | 13.945,01 | 20.277,55 | 33.126,41 | 52.399,07 |
| Capital Social | 13.250,26 | 13.250,26 | 13.250,26 | 13.250,26 | 13.250,26 | 13.250,26 |
| Utilidades retenidas | 0,00 | 1.074,87 | 694,75 | 7.027,28 | 19.876,14 | 39.148,80 |
| TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 44.167,55 | 42.869,11 | 39.979,21 | 43.657,65 | 53.699,81 | 70.004,39 |

Conclusiones del estudio de Factibilidad

De acuerdo con la evaluación financiera para el proyecto se puede concluir que es recomendable invertir en el proyecto, debido que genera una alta rentabilidad y factibilidad. Como primera estimación de rentabilidad se determinó que todos los flujos de caja son positivos, es decir que es aconsejable invertir en el proyecto.

Además, esta aproximación se reafirma con los indicadores financieros. El valor Actual Neto es de \$ 12.061,27, que implica que el beneficio que se obtiene por la inversión en toda su vida útil es alto. Es decir, el patrimonio se incrementará en dicho monto.

Como la tasa interna de retorno (TIR) es mayor a la tasa de descuento (TMAR), se determina que el proyecto se encuentra en la capacidad de generar el 31,86% más de lo que se exige de la inversión. Por lo tanto, se podrán pagar tanto préstamo como los intereses de los mismos y obtener un monto para posibles reinversiones. Es decir, es conveniente invertir el proyecto.

Conclusiones

- En el presente trabajo se desarrolló un estudio de factibilidad que permitió definir la viabilidad para la creación de una microempresa prestadora de servicios especializada en limpieza, cuyo enfoque es para el sector empresarial privado en el cantón Esmeraldas. Para lo cual, se realiza una investigación de mercado por el método de investigación exploratorio y descriptivo y un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo).
- Se determinaron factores claves del sector servicios de limpieza que inciden en la demanda actual en el Distrito 08D01 Esmeraldas, mediante matrices de análisis de entorno. Para cual se realizó un análisis técnico y análisis de mercado. Al observar los resultados de la investigación de mercados, se puede inferir que el servicio de limpieza para las MIPYMES es muy demandado en el cantón Esmeraldas con una alta frecuencia.
- Con respecto al estudio de factibilidad, es rentable y viable, por tanto es recomendable realizar la inversión. Esto basado en que los indicadores de VAN, TIR, retorno sobre patrimonio y periodo de recuperación del capital. El valor Actual Neto es de \$ 12.061,27, que implica que el beneficio que se obtiene por la inversión en el horizonte de tiempo. EL TIR determina que en el proyecto se genera el 19,84% más de lo que se exige de la inversión, por lo cual se obtienen mayores beneficios.

Recomendaciones

- Potenciar los impactos positivos, tanto sociales como económicos, del proyecto, creando un servicio de calidad y satisfacción para los clientes.
- Realizar una campaña de publicidad con el fin de posicionar la marca en el mercado y potenciar la capacidad productiva.
- Realizar un estudio de mercado más amplio, en el que se permita incrementar el margen de utilidad, una vez empezado el proyecto para determinar los valores reales del mismo y la aceptación de los clientes
- Las políticas de crédito deben ser aplicadas y analizadas de manera constante ya que el mercado está en constante cambio y por ende la empresa debe estar actualizada acorde a los cambios en el mercado.
- El flujo de caja y análisis de indicadores debe ser realizado de manera constante, con el fin de coordinar los cobros a clientes y pago a proveedores, de manera que no exista falta de liquidez y problemas en la empresa.

Bibliografía

- Agroproyecto. (5 de Agosto de 2013). *Agro Proyectos*. Recuperado el 16 de Junio de 2017, de <http://www.agroproyectos.org/relacion-beneficio-cost/>
- Alarcón, C. (2015). *Marketing de servicios en las empresas de servicios especializados en la ciudad de*. Obtenido de Unicersidad de Medellín:
<http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/1284/Marketing%20de%20servicios%20en%20las%20empresas%20de%20servicios%20especializados%20en%20la%20ciudad%20de%20Medell%C3%ADn.pdf?sequence=1>
- Arévalo Barbósa & Casa Yépez, J. G. (2011). Proyecto para la prestación de servicios de limpieza en hogares del sector norte de la ciudad de Quito .
(*Bachelor's thesis*)., 68-90.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Registro Oficial, Quito.
- Ayala, O., & Rivera, N. (10 de julio de 2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una micro empresa de prestación de servicios domiciliarios, limpieza y mantenimiento de los hogares de la ciudad de Ibarra*. Obtenido de Repositorio Digital de la Universidad Técnica del Norte:
<http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1634>
- Ayuso, D. (2012). *Gestión de enfermería y los servicios generales de organizaciones sanitarias*. México: Ediciones Díaz de Santos.
- Barrios, A. (1 de Junio de 2015). *Importancia de la microempresa*. Recuperado el 14 de Junio de 2017, de Slide Share:
<https://es.slideshare.net/AdrianaBarrios6/importancia-de-la-microempresa>

- Carrasquero, D. (26 de Octubre de 2004). *Estudio de mercado y de factibilidad de producto*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/estudio-de-mercado-y-de-factibilidad-de-producto/>
- Castellanos, C. (29 de Enero de 2010). *El empresario.mx*. Obtenido de Analiza la demanda de tu producto o servicio:
<http://elempresario.mx/emprendedores/analiza-demanda-tu-producto-servicio>
- Castillo Ramírez, A. (15 de Octubre de 2015). *Universidad Autónoma de San Luis Potosí*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de Facultad de Ingeniería:
<http://www.ingenieria.uaslp.mx/Documents/Apuntes/Principios%20de%20Adm%C3%B3n.pdf>
- Castro, I. (24 de Octubre de 2012). *Las empresas y su clasificación*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de Slide Share: <https://es.slideshare.net/masolc/las-empresas-y-su-clasificacin-14872053>
- Chávez, E., & Landínez, O. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE OUTSOURCING DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ LOCALIDAD CHAPINERO*. . Obtenido de Universidad de la Salle:
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3755/00781096.pdf?sequence=1>
- Chiavenato, I. (2009). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mc Graw Hill.
- Congreso Nacional. (5 de Noviembre de 1999). Ley de Compañías. *Codificación de la Ley de Compañías*. Ecuador.
- Diario El Comercio. (26 de febrero de 2016). *La tasa de desempleo del 2015 regresó al nivel del 2007 en Ecuador*. Obtenido de Portal Web de Diario El

Comercio: <http://www.elcomercio.com/datos/desempleo-ecuador-negocios-mercadolaboral.html>

Eco-finanzas. (2008). *Eco-Finanzas*. Recuperado el 16 de Junio de 2017, de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/T/TASA_DE_REDESCUENTO.htm

Empresa Actual. (3 de Noviembre de 2010). *Empresa Actrual*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <http://www.empresaactual.com/escuela-financiera-el-valor-actual-neto-van-o-npv/>

Escudero, M. (2013). *Política de productoservicio (Marketing en la actividad comercial)*. Editex.

García Del Junco, J. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Madrid: Mc Graw Hill.

Gobierno de España. (2015). *Crear una empresa en Ecuador*. Recuperado el 31 de Julio de 2017, de Ministerio de Empleo y Seguridad Social: <http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/ecuador/trabajar/contenidos/CrearEmpresa.htm>

González Alvarado, T. (Julio - Septiembre de 2005). Problemas en la definición de microempresa. *Venezolana de Gerencia*, 10(31), 423.

Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.). México: Mc Graw Hill.

INEC. (2012). *Directorio de empresas y establecimientos 2012*. Informe de censos de la poblacion .

INEC. (2014). *Universidad Andina*. Recuperado el 14 de Junio de 2017, de <http://portal.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Preguntas%20PyME%2034%20V1.pdf>

- INEC. (2015). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 14 de Junio de 2017, de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf
- INEC. (2017). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. Resultados Junio de 2017 e Históricos*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/empleo-junio-2017/>
- Latorre, A., Rincón, D., & Arnal, J. (2003). *Bases Metodológicas de la Investigación Educativa*. Barcelona.
- Limpiezas Sil. (2016). *Limpiezas SIL*. Recuperado el 07 de Agosto de 2017, de 8 Servicios de Limpieza, sus características y definiciones: <http://limpiezasil.com/servicios-limpieza-sus-caracteristicas-y-definiciones/>
- Lopez, C. (11 de Abril de 2001). *Gestiopolis*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/conceptos-basicos-produccion/>
- Mandoza, J., & Moreira, L. (diciembre de 2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la presentación de servicios de limpieza cuidado y mantenimiento para los hogares en la ciudad de Santo Domingo 2012*. Obtenido de Repositorio Institucional UNIANDES: <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/1580>
- Mendoza, J. (2012). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA, CUIDADO Y DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA, CUIDADO Y MANTENIMIENTO PARA LOS HOGARES, EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, 2012*. . Recuperado el 15 de Junio de 2017, de Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Facultad de

Dirección de Empresas:

<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1580/1/TUSDADM032-2013.pdf>

Mendoza, J. (2012). *Universidad Regional Autónoma de Los Andes*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de Facultad de Dirección de Empresas:

<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1580/1/TUSDADM032-2013.pdf>

Ministerio del Trabajo. (2017). *Actividades Complementarias*. Recuperado el 21 de julio de 2017, de Ministerio del Trabajo:

<http://www.trabajo.gob.ec/actividades-complementarias/>

Monteros, E. (2005). *Consultoría empresarial*. Obtenido de La Microempresa:

<http://consultoriaempresarialenlinea.blogspot.com/2016/11/la-microempresa.html>

Morales Castro, A. (2009). *Proyecto de Inversión, Evaluación y Formulación* (Primera ed.). Mc Graw Hill.

Moreno Brieva, F. (2013). La TIR como una herramienta de cuidado. *Gaceta Sansana, 1(2)*.

Munch Galindo, L. (1994). *Fundamentos de Administración* (Segunda Edición ed.). México: Trillas.

Namakforoosh, N. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: Limusa Noriega Editores.

Ochoa, C. (2015). *Muestreo probabilístico o no probabilístico*. Obtenido de Netquest: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-probabilistico-o-no-probabilistico-ii>

- Prieto, P. (2013). *GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO COMO ESTRATEGIA PARA RETENCIÓN DEL PERSONAL*. Obtenido de Universidad de Medellín:
<http://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/160/Gesti%C3%B3n%20del%20talento%20humano%20como%20estrategia%20para%20retenci%C3%B3n%20del%20personal.pdf?sequence=1>
- Puchol, L. (2010). *El libro de las actividades directivas* (Tercera ed.). Díaz de Santos S.A.
- Reina, V., & Reina, A. (25 de febrero de 2014). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de Limpieza, en el cantón Cayambe, provincia de Pichincha*. Obtenido de Repositorio Digital de la Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/2856>
- Ríos, J. (15 de abril de 2016). *CREACION DE LA EMPRESA "CEMAJO S.A" DEDICADA A DAR SERVICIO DE LIMPIEZA A EMPRESAS DE GUAYAQUIL*. Obtenido de Repositorio Digital de la Universidad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1333/1/TESIS%20SERVICIO%20DE%20LIMPIEZA%20CEMAJO%20S.A.pdf>
- Rivero, F., Ávila, M., & Quintana, L. (2001). *La promoción integral de la microempresa*. Madrid: Popular.
- Romero, R. (2005). *Mercadotecnia* (Tercera ed.). España: Palmir E.I.R.L.
- Rosales, R. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. UNED.
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (2012). *Finanzas Corporativas* (Novena ed.). (J. M. Chacón, Ed.) México.

- Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL . Recuperado el 15 de Diciembre de 2016
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). (L. S. Arévalo, Ed.) Colombia: Mc Graw Hill.
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación* (Segunda ed.). Pearson.
- Scribano. (2008). *El proceso de investigación social cualitativo*. Argentina: Prometeo.
- SINNAPS. (2015). *CARACTERÍSTICAS DEL MÉTODO CUANTITATIVO*. Recuperado el 18 de Julio de 2017, de <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/metodo-cuantitativo>
- Superintendencia de Compañías. (2010). *Supercias*. Recuperado el 31 de Julio de 2017, de Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros: <http://www.supercias.gob.ec/portalscvv/>
- Susano, W. (2016). *Academia*. Obtenido de http://www.academia.edu/7067911/Costo_de_Oportunidad_de_Capital_COK
- Toro Alvarez, F. (1990). *Desempeño y Productividad*.
- Torres, M. (26 de Julio de 2008). *LA PRODUCTIVIDAD: CONCEPTO Y FACTORES*. Recuperado el 15 de Junio de 2017, de Infocal: <http://infocalser.blogspot.com/2008/07/la-productividad-concepto-y-factores.html>
- U. S. Small Business Administration. (2016). *Empresas que recién se inician y empresas de alto crecimiento*. Obtenido de U. S. Small Business Administration de la WhiteHouse.gov [Agencia Federal para el Desarrollo de

la Pequeña Empresa]: <https://es.sba.gov/contenido/empresas-nuevas-y-de-alto-crecimiento>

Urbano Mateos, S. M. (16 de Noviembre de 2015). *Economía y finanzas*.

Recuperado el 15 de JUNIO de 2017, de

<https://www.economiafinanzas.com/que-son-van-tir/>

Váquiro C., J. (23 de Febrero de 2010). *Pymes Futuro*. Recuperado el 16 de Junio de

2017, de <http://www.pymesfuturo.com/costobeneficio.html>

WiKiLibro. (2012). *Colección de wikilibros de documentación docente*. Recuperado el 20 de Julio de 2017, de Wiki EOI:

http://www.eoi.es/wiki/index.php/Metodolog%C3%ADa_para_elaborar_planes_de_negocio_en_Proyectos_de_negocio

Anexos

Formato de encuesta

La presente encuesta, es para definir la viabilidad para la creación de una microempresa prestadora de servicios especializada en limpieza en el cantón de Esmeraldas, dirigida al sector privado.

1. ¿Tiene a su disponibilidad la contratación fija de un servicio de limpieza?
 - Si
 - No
 - Temporal
2. ¿En qué periodos realiza limpieza interna y externa en su empresa?
 - Menos de 1 mes
 - De uno a seis meses
 - De seis meses a un año
3. ¿Contrata servicios de limpieza para su empresa?
 - Semanal
 - Quincenal
 - Mensual
4. ¿Cree usted que sería beneficioso la creación de una microempresa que brinda servicios de limpieza en el cantón Esmeralda?
 - Si
 - No
 - Puede ser

5. En una escala del 1 al 10 ¿Cuál es su nivel de satisfacción con el servicio de limpieza que usted contrata?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muy malo Excelente

6. ¿Qué sugerencia en general daría usted a un servicio de limpieza para que mejore su calidad?

7. ¿Usted tiene confianza a las empresas que realizan su servicio de limpieza dentro de su empresa?

- Si
- No
- Sin respuesta



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Basurto Castro, María José**, con C.C: # **0803394485** autor/a del trabajo de titulación **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicio de Limpieza para el Sector Privado en el Cantón Esmeraldas** previo a la obtención del título de **Ing. Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **28 de Agosto del 2017**

f. 

Nombre: **Basurto Castro, María José**

C.C: **0803394485**



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Estupiñan Segura, Dayana Yamileth** con C.C: # **0952316255** autor/a del trabajo de titulación **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicio de Limpieza para el Sector Privado en el Cantón Esmeraldas** previo a la obtención del título de **Ing. Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **28 de Agosto del 2017**

f. 

Nombre: **Estupiñan Segura, Dayana Yamileth**

C.C: **0952316255**



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

| | | | |
|---|--|--|-----------|
| TEMA Y SUBTEMA: | Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicio de Limpieza para el Sector Privado en el Cantón Esmeraldas | | |
| AUTOR(ES) | Basurto Castro, María José; Estupiñan Segura, Dayana Yamileth | | |
| REVISOR(ES)/TUTOR(ES) | Santillán Pesantes, Jaime, Mgs | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Especialidades Empresariales | | |
| CARRERA: | Comercio y Finanzas Internacionales | | |
| TITULO OBTENIDO: | Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | Guayaquil, 28 de Agosto del 2017 | No. DE PÁGINAS: | 99 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Proyecto de factibilidad, Servicio de limpieza | | |
| PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS: | Finanzas, Proyecto y Servicios | | |
| RESUMEN/ABSTRACT | | | |
| <p>A pesar de las cifras oficiales que determinan que ha disminuido en los últimos años en el país, el desempleo sigue siendo uno de los problemas más preocupantes a nivel nacional. En el Cantón de Esmeraldas las cifras de desempleo son aún mayores, lo cual conlleva a otros problemas sociales como la pobreza, desnutrición, empleo informal, delincuencia. El crear una microempresa para el servicio de limpieza en el Cantón Esmeraldas contribuirá con la mejora de la oferta laboral existente en el cantón, aportando a disminuir el empleo informal y cubrir la demanda insatisfecha existente en el sector.</p> | | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593-0992235992, +593-0997686104 | E-mail: majosebasurto4@hotmail.com , yamilethestupinans@gmail.com | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):: | Nombre: David Coello Cazar | | |
| | Teléfono: +593-4-2209207 | | |
| | E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |