



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN SANTO DOMINGO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

Autora:

Tnlga. Gina Belén Molina Loor

Tutora:

Econ. Mercedes Fabiola Galárraga Carvajal,
MBA.

QUITO - ECUADOR

2020

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Gina Belén Molina Loor, declaro ser autora del trabajo de titulación con el nombre “Plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de limpieza en el cantón Santo Domingo”, como requisito para optar al grado de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en el D.M. de Quito, a los 19 días del mes de agosto del 2020, firmo conforme:

Autora: Gina Belén Molina Loor



Firma:

Número de Cédula: 131364884-0

Dirección: Santo Domingo de los Tsáchilas, Abraham Calazacón, Las Alhajas.

Correo Electrónico: uti.edu.ec@gmail.com

Teléfonos: 023780206 / 0996234140

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Investigación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN SANTO DOMINGO**” presentado por Gina Belén Molina Loor, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, D.M. 19 de agosto de 2020

Econ. Mercedes Fabiola Galárraga Carvajal, MBA.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN SANTO DOMINGO”** son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.



Tnlga. Gina Belén Molina Loor
C.I. 1313648840

PROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN SANTO DOMINGO”**, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, D.M. 19 de agosto de 2020

F: _____

Ing. Freddy Rodrigo Bravo Quezada, MBA.

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

F: _____

Ing. Jorge Aníbal Loya Simbaña. MSc.

VOCAL 1

F: _____

Ing. María Fernanda Becerra Sarmiento. MBA.

VOCAL 2

DEDICATORIA

A mi hijo Vinicio Abdiel Barreiro Molina, por ser mi más grande ilusión, el motor para continuar por este camino que no ha sido nada fácil, han habido tristezas, alegrías, tropiezos y caídas, pero cada vez me he levantado con más fuerzas para continuar.

Hijo mío, cada sonrisa, cada beso, cada abrazo, cada manifestación de afecto que me das es lo que realmente me ha hecho más fuerte, y a mi esposo por ser un hombre, comprensible y de buenos sentimientos, por haber atravesado todo este recorrido juntos de la mano.

A mis padres por cuidar siempre de mí y sobretodo de mi hijo mientras yo trabajaba para poder estudiar y cumplir con este objetivo.

Infinitamente gracias a todos quienes estuvieron ahí conmigo, especialmente a ti hijo por haber sido mi inspiración para culminar con este proyecto y ser un buen ejemplo para ti mi pequeño Abdiel.

La Autora

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo refleja los conocimientos adquiridos durante mi tiempo de estudio dentro de la “UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA”, quien ha sido el pilar fundamental para cumplir con un objetivo que hoy se hace realidad y la que forjará de hoy en adelante mis proyectos a futuro. A mis profesores: Gracias por su dedicación, por su apoyo, quienes, con sus conocimientos, experiencias y su amistad contribuyeron en mi formación profesional. A mis compañeros y amigos; Rodney, Vanessa, Mayra, Heidi, Geomara, Ana, Jorge, Cristóbal, Juan y Cristian y, por su apoyo y amistad incondicional, entre llantos, risas, bromas y disgustos hemos culminado con éxito. A la Economista Mercedes Galárraga, quien ha sido mi Tutora de proyecto quien me ha manifestado su amistad, seguridad y confianza para guiarme de la mejor manera durante el desarrollo de este proyecto. Gracias a todas las personas que ayudaron realización de este proyecto.

Gracias a todos

ÍNDICE DEL CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE FIGURAS	15
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)	xviii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	4
1. ÁREA DE MARKETING.....	4
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO.....	4
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	4
1.2.1. Especificación del Servicio o Producto.....	4
1.2.2. Aspectos innovadores.....	4
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO	4
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.	5
1.3.1.1. Categorización de sujetos.....	5
1.3.1.2. Estudio de Segmentación.....	6
1.3.1.3. Plan de muestreo	7
1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información.....	8
1.3.1.5. Diseño y recolección de información.	10
1.3.2. Demanda Potencial.....	31
1.3.3. Demandantes del servicio.....	32
1.3.4. Demanda Real en N° de servicios	33
1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE	35
1.4.1. Análisis del Micro Ambiente	35
1.4.1.1. Poder de Negociación de los Consumidores.....	36
1.4.1.2. Poder de Negociación de los Proveedores.....	36
1.4.2. Análisis Del Macro Ambiente	37
1.4.2.1. Análisis PESTEL	38
1.4.2.2. Análisis FODA	39
1.4.2.3. Matriz EFE.....	39
1.4.2.4. Matriz EFI.....	40
1.4.3. Proyección de la Oferta	41

1.4.4.	Demanda Potencial Insatisfecha.....	43
1.5.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ	44
1.5.1.	Plan de Medios	45
1.5.1.1.	Objetivos.....	45
1.5.1.2.	Target.....	45
1.5.1.3.	Estrategia	45
1.5.1.4.	Medios	46
1.5.1.5.	Presupuesto	46
1.5.1.6.	Cronograma	47
1.6.	SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR.....	47
1.7.	SEGUIMIENTO DE CLIENTES	48
1.8.	MERCADOS ALTERNATIVOS	50
	CAPITULO II	51
2.	ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	51
2.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN	51
2.2.	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	51
2.2.1.	Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.	51
2.2.2.	Descripción del Proceso de Servicio al Cliente.....	53
2.2.2.1.	Flujograma del proceso del servicio de limpieza.....	54
2.2.3.	Descripción de instalaciones, equipos y personas.	55
2.2.4.	Tecnología a aplicar	60
2.3.	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	61
2.3.1.	Ritmo de producción	61
2.3.2.	Nivel de inventario promedio.....	61
2.3.3.	Número de trabajadores.....	63
2.4.	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	63
2.4.1.	Capacidad de Producción Futura.....	63
2.5.	DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	65
2.5.1.	Especificación de Productos y grado de sustitución que pueden presentar.	
	65	
2.6.	CALIDAD.....	66

2.6.1.	Método de control de calidad	66
2.7.	NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN. .	68
2.7.1.	Seguridad e higiene ocupacional.	68
	CAPÍTULO III.....	72
3.	ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	72
3.1.	OBJETIVO DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	72
3.2.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	72
3.2.1.	Misión de la Empresa.	72
3.2.2.	Visión de la Empresa.....	72
3.2.3.	Objetivos y estrategias.....	73
3.3.	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	74
3.3.1.	Organización Interna	74
3.3.2.	Descripción de puestos.	76
3.4.	CONTROL DE GESTIÓN	81
3.4.1.	Indicadores de gestión.	81
	NECESIDADES DE PERSONAL	82
	CAPÍTULO IV.....	83
4.	ÁREA JURÍDICO LEGAL.....	83
4.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL	83
4.2.	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	83
4.3.	PATENTES Y MARCAS	93
4.4.	LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES	96
4.4.1.	Requisitos para la aprobación del reglamento de seguridad y salud.	96
4.4.2.	Patentes y permisos del GAD del Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.	97
4.4.3.	Permiso de funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas. 97	
	CAPÍTULO V	101
5.	ÁREA FINANCIERA.....	101
5.1.	OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO	101
5.2.	PLAN DE INVERSIONES.....	101

5.3.	PLAN DE FINANCIAMIENTO	103
5.4.	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	104
5.5.	CÁLCULO DE INGRESOS.....	114
5.6.	FLUJO DE CAJA	115
5.7.	PUNTO DE EQUILIBRIO	117
5.8.	ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	119
5.9.	EVALUACIÓN FINANCIERA	120
	CONCLUSIONES	126
	RECOMENDACIONES	128
	BIBLIOGRAFÍA	129
	ANEXOS	131

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Categorización de sujetos.....	5
Tabla 2 Dirección Conductual	6
Tabla 3 Dimensión Geográfica	6
Tabla 4 Dimensión Demográfica	6
Tabla 5 Métodos de Recolección	8
Tabla 6 Objetivo Estratégico.....	9
Tabla 7 Pregunta 1	14
Tabla 8 Pregunta 2	15
Tabla 9 Pregunta 3	16
Tabla 10 Pregunta 4	17
Tabla 11 Pregunta 5	19
Tabla 12 Pregunta 6	20
Tabla 13 Pregunta 7	21
Tabla 14 Pregunta 8	22
Tabla 15 Pregunta 9	23
Tabla 16 Pregunta 10	24
Tabla 17 Pregunta 11	25
Tabla 18 Pregunta 12	26
Tabla 19 Pregunta 13	27
Tabla 20 Pregunta 14	28
Tabla 21 Pregunta 15	29
Tabla 22 Proyección PEA Santo Domingo 2010-2025.....	31
Tabla 23 N° de Familias	32
Tabla 24 N° Demandantes reales	33
Tabla 25 N° Demanda en N°de servicios	34
Tabla 26 Análisis PESTEL	38
Tabla 27 Análisis FODA.....	39
Tabla 28 Matriz EFE.....	39
Tabla 29 Matriz EFI.....	40
Tabla 30 Oferta de Servicios de limpieza año 2019	42
Tabla 31 Proyección de la Oferta.....	42

Tabla 32 Demanda Potencial Insatisfecha.	43
Tabla 33 Presupuesto Plan de medios	47
Tabla 34 Cronograma de Plan de medios	47
Tabla 35 Ubicación de la empresa de servicios de limpieza en hogares.	55
Tabla 36 Distribución Física	56
Tabla 37 Descripción de equipos	57
Tabla 38 Descripción de equipos de cómputo y seguridad.....	58
Tabla 39 Descripción de muebles de oficina y enseres.....	59
Tabla 40. Descripción de las personas	60
Tabla 41 Ritmo de producción.	61
Tabla 42 Inventario de Insumos.	62
Tabla 43 Número de trabajadores	63
Tabla 44 Producción diaria, semanal, mensual y anual.	64
Tabla 45 Proyección de la producción a 5 años.	64
Tabla 46 Especificación de productos para la producción.	65
Tabla 47. Hoja de control de calidad	66
Tabla 48. Diagrama de Pareto ingreso de datos	67
Tabla 49 Diagrama de Pareto cálculo de los datos.	67
Tabla 50 Descripción del cargo de Gerente General.	76
Tabla 51 Descripción del cargo del Jefe de Servicios de Limpieza.....	77
Tabla 52 Descripción del cargo de Asistente de Gerencia.....	78
Tabla 53 Descripción del cargo de Contador/a.	79
Tabla 54 Descripción del cargo de Operador de Limpieza.....	80
Tabla 55 Indicadores de Gestión.....	81
Tabla 56 Necesidades de personal	82
Tabla 57 Plan de inversiones.....	102
Tabla 58 Plan de financiamiento.....	103
Tabla 59 . Detalle de los costos.....	105
Tabla 60 Proyección de los Costos.	107
Tabla 61 Detalle de Gastos Administrativos.....	108
Tabla 62 Detalle de los gastos de ventas.....	110
Tabla 63 Proyección de los gastos	111

Tabla 64. Nómina del personal administrativo	111
Tabla 65 Nómina de Mano de Obra Directa	112
Tabla 66 Nómina de la Mano de Obra Indirecta.....	112
Tabla 67. Depreciación	113
Tabla 68. Proyección de Depreciación USD.....	113
Tabla 69 Cálculo del costo unitario del servicio.....	114
Tabla 70 Estimación de los ingresos mensuales	114
Tabla 71. Proyección de ingresos.....	115
Tabla 72. Flujo de caja efectivo	116
Tabla 73 Datos para el cálculo del punto de equilibrio.....	117
Tabla 74. Estado de Pérdidas y Ganancias	119
Tabla 75 Calculando Valor Actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAI)	123
Tabla 76 Período de Recuperación	124
Tabla 77 Índice de rentabilidad.....	125
Tabla 78 Inflación	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Estructura de la PEA Santo Domingo	7
Figura 2 Ocupación	14
Figura 3 Número de integrantes en el hogar	15
Figura 4 Número de personas	16
Figura 5 Personas que hagan limpieza	17
Figura 6 Tiempo	19
Figura 7 Frecuencia de limpieza en el hogar	20
Figura 8 Personas alérgicas	21
Figura 9 Prestación de servicios	22
Figura 10 De acuerdo en solicitar los servicios de limpieza	23
Figura 11 Motivación	24
Figura 12 Horarios	25
Figura 13 Pagos por servicios	26
Figura 14 Medios de información	27
Figura 15 Ingresos mensuales	28
Figura 16 Aspectos más importantes en el servicio	29
Figura 17 Proyección PEA Santo Domingo 2020-2025	32
Figura 18 Demandantes Reales del servicio	33
Figura 19 Demanda real de servicios anual	34
Figura 20 Modelo de las cinco fuerzas de Porter	35
Figura 21 Oferta de Servicios	42
Figura 22 Demanda Insatisfecha	43
Figura 23 Logotipo y slogan de GIBEL CLEAN SERVICE S.A.	44
Figura 24 Distribución del servicio	48
Figura 25 CRM Freshsales	48
Figura 26 Mapa de procesos GIBEL CLEAN SERVICE S.A.	52
Figura 27 Flujograma de procesos del servicio de limpieza	54
Figura 28 Ubicación de GIBEL CLEAN SERVICE S.A.	55
Figura 29 Plano de la empresa de servicios de limpieza en hogares	56
Figura 30 Quejas y Reclamos por los clientes	68
Figura 31 Mapa Estratégico	73

Figura 32 Organigrama estructural	74
Figura 33 Organigrama Funcional	75
Figura 34 Punto de equilibrio.....	118
Figura 35 Tasas de inflación anual Tasas de inflación anual.....	131
Figura 36 Tasa de interés pasiva vigentes.....	132

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN EL CANTÓN SANTO DOMINGO.**

Autora: Gina Belén Molina Loor.

Tutora: Econ. Mercedes Fabiola Galárraga Carvajal, MBA.

RESUMEN EJECUTIVO

El Plan de Negocios estudia la Creación de una empresa que brindará servicios de sanitización especializado, asimismo presenta el diseño de la estrategia de negocios que aumente las posibilidades de un crecimiento sustentable del proyecto, estableciendo los factores principales del entorno que puedan integrar una fortaleza o amenaza para el mismo, también, estipular cómo se desarrollarán los procesos, la estructura organizacional que tendrá la empresa y cuán rentable es el proyecto en sí mismo. Para la elaboración de planes de negocio la Universidad Tecnológica Indoamérica establece la metodología a utilizar, específicamente la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; los métodos de recolección de datos que se utilizaron fueron fundamentalmente las encuestas como fuente de información primaria, y la información secundaria se basa en la revisión y análisis de documentación relacionada al giro de negocio. Dentro de los resultados importantes obtenidos en las encuestas realizadas en los hogares del cantón Santo Domingo la mayoría de la población sienten la necesidad de contar con un servicio de limpieza especializado que garantice la higiene y la salud de la familia ante la amenaza permanente del COVID-19, lo que demuestra la oportunidad de negocio en un nicho de mercado para la nueva empresa GIBEL CLEAN SERVICE S.A., en el análisis de la competencia se determinó que existen empresas que efectúan el mismo servicio que se propone, los cuales no representan una amenaza para la propuesta ya que ésta se encuentra direccionada a la demanda insatisfecha. Se pudo exponer a través del estudio financiero la factibilidad del proyecto de negocio mediante los indicadores de rentabilidad.

DESCRIPTORES: COVID-19, higiene, limpieza, sanitización, salud, prevención.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES
BUSINESS AND BUSINESS MANAGEMENT CAREER

TOPIC: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A CLEANING SERVICES COMPANY IN THE SANTO DOMINGO CANTON.

Author: Gina Belén Molina Loor.

Tutora: Econ. Mercedes Fabiola Galárraga Carvajal, MBA.

EXECUTIVE SUMMARY (ABSTRACT)

The Business Plan studies the Creation of a company that will provide specialized sanitation services, also presents the design of the business strategy that increases the possibilities of a sustainable growth of the project, establishing the main factors of the environment that may integrate a strength or threat for the same, also, stipulate how the processes will be developed, the organizational structure that the company will have and how profitable the project itself is. For the elaboration of business plans, the Indoamérica Technological University establishes the methodology to be used, specifically the Faculty of Administrative and Economic Sciences; The data collection methods used were mainly surveys as a primary source of information, and secondary information is based on the review and analysis of documentation related to the business line. Among the important results obtained in the surveys carried out in the homes of the Santo Domingo canton, most of the population feel the need to have a specialized cleaning service that guarantees the hygiene and health of the family in the face of the permanent threat of COVID-19, which shows the business opportunity in a market niche for the new company GIBEL CLEAN SERVICE S.A., in the competition analysis it was determined that there are companies that perform the same service that is proposed, which do not represent a threat to the proposal since it is directed to the unsatisfied demand. The feasibility of the business project through the profitability indicators was exposed through the financial study.

DESCRIPTORS: COVID-19, hygiene, cleaning, sanitation, health, prevention.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad en el Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, los servicios de limpieza se encuentran modernizados, por la presencia de la pandemia que apareció en el país desde febrero del 2020, muchos jefes de hogar no disponen del tiempo y los implementos adecuados para realizar una limpieza acorde a las recomendaciones sanitarias existentes en la actualidad.

Actualmente hay una incertidumbre en el entorno por la presencia del virus del COVID-19, lo que ha generado un incremento considerable en la demanda de un servicio de limpieza para los hogares en el cantón, naciendo la idea de crear una empresa de servicios de limpieza, satisfaciendo una gran necesidad de minimizar los riesgos de contaminación, manteniendo un hábitat saludable y seguro para las familias.

Esta oportunidad de negocio se justifica en la necesidad que tienen las familias de recibir un servicio oportuno y confiable, con una atención diferenciada y personalizada, brindando confianza, garantía y seguridad en todos los servicios de limpieza, para que nuestros clientes realicen sus actividades personales y profesionales,

A continuación, se muestra la distribución de los capítulos que se presentan en el actual proyecto:

CAPITULO I. ÁREA DE MARKETING: Se detallan todos lo relacionado con el estudio de mercado como son: definición y especificación del servicio, la segmentación del mercado objetivo; recopilación de la información para el estudio de mercado para establecer la demanda y oferta de los servicios de limpieza y determinación de la demanda insatisfecha del servicio que se propone.

CAPITULO II. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES): Se establecen los componentes del área de producción para la prestación de los servicios de limpieza y las técnicas de control de la calidad a aplicar y las políticas de seguridad e higiene que se deben emplear.

CAPITULO III. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN: Se precisa desde un análisis estratégico la estructura organizacional y de gestión para el desarrollo apropiado de las actividades de limpieza.

CAPITULO IV. ÁREA JURÍDICO LEGAL: Se conocen los aspectos y permisos legales que requiere la realización del presente proyecto, que permitirán iniciar las operaciones de la compañía de servicios de limpieza.

CAPITULO V. ÁREA FINANCIERA: Se desarrolla un estudio financiero para determinar la viabilidad económica del proyecto mediante el cálculo del VAN; TIR; Costo beneficio, determinando el periodo de recuperación de la inversión, como también el análisis del índice de rentabilidad.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Elaborar un Plan de negocios para la creación de una empresa que prestará servicio de limpieza especializado mediante el desarrollo de aspectos como el marketing, producción, organización, legalización y financiación que permitan un buen desempeño de la empresa en el mercado de la ciudad de Santo Domingo.

Objetivos específicos

- 1) Investigar la factibilidad comercial para la creación de una empresa de servicios de limpieza definiendo las características de los servicios que se ofertarán.
- 2) Determinar los procesos eficaces y eficientes en la prestación de servicios de limpieza para satisfacer las necesidades de nuestros clientes estableciendo las herramientas adecuadas a cada una de las actividades.
- 3) Definir la estructura organizacional y de gestión para el desarrollo adecuado de las actividades describiendo las funciones del personal acorde a las necesidades de la empresa.
- 4) Establecer la forma jurídica apropiada que permita la legalización de la empresa para el correcto funcionamiento e identidad de la compañía.
- 5) Realizar un estudio financiero estableciendo los niveles de inversión necesaria para la puesta en marcha de la empresa.

CAPITULO I

1. ÁREA DE MARKETING

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Investigar la factibilidad comercial para la creación de una empresa de servicios de limpieza definiendo las características de los servicios que se ofertarán.

1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

1.2.1. Especificación del Servicio o Producto.

La empresa de servicios de limpieza, proveerá lavados, fregados, barridos, purificaciones, blanqueos, baldeo, cepillado, enjuague, aspirado, secado, en los hogares, así como también servicio express y completo, optimizando y ofreciendo un servicio de excelencia para la total satisfacción de los clientes.

1.2.2. Aspectos innovadores.

La empresa de servicios de limpieza, se diferenciará de la competencia por atender al mercado de manera inmediata, realizando una desinfección profunda con termo – nebulización la misma que permite eliminar virus, bacterias y hongos en el medio ambiente y superficie con un personal altamente capacitado, y brindando excelente calidad de servicio, precios bajos y competitivos con el mercado.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

Mercado es cualquier arreglo que permita que los compradores y vendedores obtengan información y hagan negocios entre sí. (Michael, 2014)

Un mercado, son los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio. (Fisher & Espejo, 2003)

El Mercado es un lugar geográfico el mismo que está compuesto por la oferta y la demanda, donde se dan determinados tipos de bienes o servicios, a fin de realizar cuantiosas relaciones comerciales.

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.

El mercado objetivo al que se va a enfocar el plan de negocios es a los hogares, el sexo es indistinto a nivel de familias entre los veinticinco a sesenta años de edad en el Cantón Santo Domingo, nuestros principios y valores son la responsabilidad, respeto, confianza, equidad, honestidad y puntualidad.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Tabla 1 Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién Compra?	La familia.
¿Quién Usa?	Las personas que necesitan del servicio.
¿Quién Decide?	Jefes de familias.
¿Qué Influye?	Servicio, familiares, amigos, conocidos.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

El presente estudio de segmentación está enfocado en la prestación de servicios de limpieza a los hogares en el Cantón Santo Domingo.

Tabla 2 Dirección Conductual

Variable	Descripción
Tipo de Necesidad:	Social, Limpieza
Tipo de Compra:	Comparación
Relación con la Marca:	Si
Actitud Frente al Producto:	Positiva

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 3 Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	Nº. Habitantes
País	Ecuador	17'263.447
Región	Sierra	7'733.725
Provincia	Santo Domingo De Los Tsáchilas	379.378
Cantón	Santo Domingo	305.632

Fuente: INEC. Proyección, según cantones 2010 - 2020

Elaborado por: La autora

Tabla 4 Dimensión Demográfica

Variable	Descripción	Población
Edad	PEA	150.151
Sexo	Hombres	99.244
	Mujeres	50.907
Socioeconómico	Media Alta	S/D

Fuente: INEC Proyección, según cantones 2010- 2020

Elaborado por: La autora

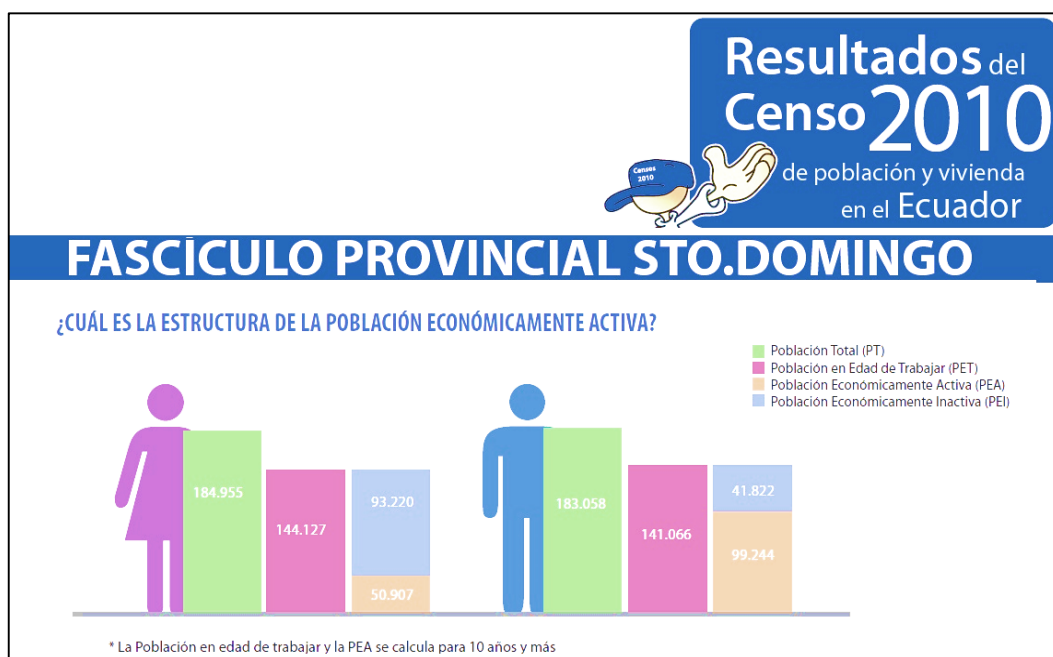


Figura 1 Estructura de la PEA Santo Domingo
Fuente: INEC Proyección, según cantones 2010-2020
Elaborado por: La autora

1.3.1.3. Plan de muestreo

Se toma la Población Económicamente Activa del año 2020 del Cantón Santo Domingo, según los indicadores y estadísticas del Territorio, hábitat y vivienda del Cantón Santo Domingo, el cual indica que según la proyección el año 2020 la población PEA es de 150.151 habitantes.

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

Equivalencias Datos

n = Tamaño de la muestra. **n** = Personas propietarias de vehículos

Z = Nivel de confiabilidad. **Z** = Para 95% de confianza, **Z** = 1,96

P = Probabilidad de ocurrencia. **P** = 0,50

Q = Probabilidad de no ocurrencia. **Q** = 0,50

N = Población o universo. **N** = 150.151 Tomado del INEC

e = Error de la muestra (5% - 7%). **e** = Permissible 5% = 0,05

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 150.151}{0,05^2(150.151 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 150.151}{(0,0025) * (150.150) + (3,8416) * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{144.205,0204}{376,3379}$$

$$n = 384 \text{ Encuestas}$$

1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información

Cada cuadro de necesidades se obtiene a partir de los objetivos planteados al inicio del capítulo se sugiere que sean al menos tres (3): 1. Uno que refiera el análisis del entorno/mercado o demanda 2. Que refiera el análisis del producto, características, factibilidad de la idea de negocio a través de artículos científicos. 3. Comercialización, propuesta estratégica.

En relación a los instrumentos de los cuadros de necesidades deben ser identificados por el estudiante, es decir, Bases de datos, facturas, documentos, cuestionario, encuesta entrevista y especificados para cada caso.

Objetivo Específico: Conocer las características del producto

Tabla 5 Métodos de Recolección

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuente	Instrumentos
¿Qué son los servicios de limpieza?	Secundaria	Internet	Bancos de Información
Tipos de Servicio de Limpieza?	Secundaria	Internet, Proveedores	Bancos de Información
Costo de Servicio de Limpieza?	Secundaria	Proveedores	Bancos de Información

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Objetivo Estratégico: Conocer el comportamiento del mercado

Tabla 6 Objetivo Estratégico

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuente	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Fuentes de Información
Gustos y Preferencias de los Consumidores	Primaria	Posibles Clientes	Cuestionario
Entidades que prestan el servicio de limpieza	Secundaria	Internet	Fuentes de Información
Factores críticos para el sector	Secundaria	Ministerio del Ambiente	Fuentes de Información

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

INFORMACIÓN SECUNDARIA

Para determinar el mercado potencial se utilizará datos del INEC, se conocer a la información acerca de todas las empresas que prestan servicios de limpieza para posterior a eso hacer un análisis de los factores críticos del sector.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Necesidad 1

DESARROLLO (levantamiento de información, determinar el mercado potencial)

Necesidad 2

DESARROLLO (levantamiento de información para conocer el listado de las entidades que prestan servicios de limpieza)

Necesidad 3

DESARROLLO (levantamiento de información de factores críticos en el mercado)

1.3.1.5. Diseño y recolección de información.

La presente encuesta será aplicada a 384 Jefes de familia del Cantón Santo Domingo, para conocer el nivel de aceptación que tendría el nuevo servicio de limpieza en los hogares de la población económicamente activa.

ENCUESTA SOBRE SERVICIO DE LIMPIEZA

INSTRUCCIONES:

Por favor, dedique un tiempo a completar esta encuesta, la información que proporcione será utilizada para una investigación sobre los servicios de limpieza.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por estudiantes de la “Universidad Indoamérica”

Esta encuesta dura aproximadamente 15 minutos.

1 Responda la siguiente pregunta sobre su ocupación.

- Estudiante ()
- Empleado Privado ()
- Empleado Público ()
- Trabajo independiente ()
- Otro.... ()

2 ¿Cuántas personas habitan en su vivienda? Enumere.

- Vive solo ()
- 2 Personas ()
- 3 Personas ()
- 4 Personas ()
- 5 Personas ()
- 6 o más Personas ()

3 ¿De qué está formado su vivienda? Enumere.

- Sala ()
Cocina ()
Comedor ()
Dormitorios ()
Baños ()
Garage ()

4 ¿Cuenta con alguna persona que haga la limpieza de su hogar? (arreglar las camas, lavar los platos, barrer, trapear, planchar, aspirar, limpiar ventanas, escritorios, etc.)

Sí () No ()

Si su respuesta es SI, muchas gracias la encuesta ha finalizado.

Si su respuesta es NO, siga con la siguiente pregunta.

5 ¿Cuenta usted con tiempo para hacer la limpieza de su hogar?

Sí () No ()

Si su respuesta es SI, muchas gracias la encuesta ha finalizado.

Si su respuesta es NO, siga con la siguiente pregunta.

6 ¿Con qué frecuencia hace la limpieza en su hogar, esto es arreglar las camas, lavar los platos, barrer, trapear, planchar, aspirar, limpiar ventanas, escritorios, etc.?

- Cada 2 días ()
Cada 4 días ()
Cada 8 días ()
Cada de 15 días ()

7 ¿Usted o algún miembro de su familia es alérgico a algún desinfectante?

Sí () No ()

8 ¿Conoce de alguna empresa que preste servicio de limpieza a hogares, especialmente a los hogares del Cantón santo domingo?

Sí ()

No ()

9 ¿Cuán estaría interesado usted en contratar el servicio de limpieza para su hogar? Del 1 al 5. Cuando uno significa que si está muy interesado y 5 nada interesado.

1 ()

2 ()

3 ()

4 ()

5 ()

10 El motivo para contratar este servicio se debe a:

Ahorro de tiempo ()

Servicio ()

Porque trabaja ()

Flexibilidad de horarios ()

11 ¿Cuál sería el horario de su preferencia para hacer la limpieza, tanto en su hogar?

Desde las 07:00 hasta las 17:00 ()

Desde las 17:00 hasta las 21:00 ()

12 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este servicio de limpieza para su hogar? Incluye todos los desinfectantes

USD 20.00 ()

USD 25.00 ()

USD 30.00 ()

USD 35.00 ()

USD 40.00 ()

13 ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre las promociones de este servicio?

- Televisión ()
- Vallas publicitarias ()
- Radio ()
- Redes sociales ()
- Volantes ()

14 ¿Cuáles son sus ingresos mensuales promedio de su hogar?

- 300 a 500 ()
- 600 a 800 ()
- 800 a 1000 ()
- Más de 1000 ()

15 Ya en el centro de servicio. ¿Qué es lo que le motiva a volver al mismo?

- Calidad y garantía de trabajos ()
- Precios competitivos ()
- Calidez en el trato al cliente ()
- Rapidez en el servicio ()

Muchas gracias por su colaboración.

Resultados obtenidos en las encuestas:

Con base en el tamaño de la muestra obtenida de 384 personas encuestadas en el Cantón Santo Domingo, se realizó el procesamiento, análisis e interpretación de los resultados, que se detallan a continuación:

1. Responda la siguiente pregunta sobre su ocupación.

Tabla 7 Pregunta 1

DETALLE	RESULTADO	%
Estudiante	80	21
Empleado Privado	120	31
Empleado Público	130	34
Trabajo independiente	54	14
TOTAL	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

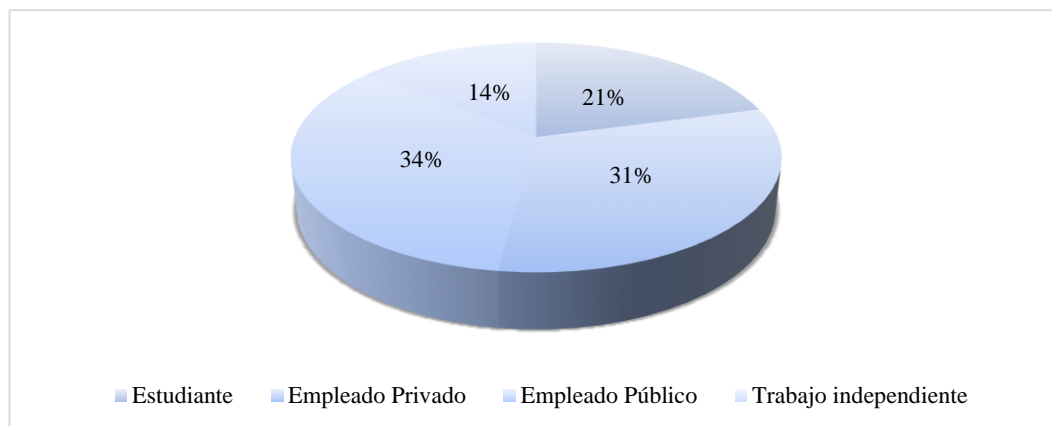


Figura 2 Ocupación

Fuente: Tabla 7

Elaborado por: La Autora

Análisis

En esta pregunta se evidencia que el 34% de personas son empleados públicos, el 31% empleado privado, un 21% estudiante, y un 14% trabajo independiente.

Interpretación

El resultado de esta pregunta, es que la mayor parte de la población tiene un trabajo estable que garantiza un ingreso, lo que es favorable para el proyecto ya que esta población puede demandar de los servicios que ofertará la empresa.

2. ¿Cuántas personas habitan en su vivienda? Enumere.

Tabla 8 Pregunta 2

Detalle	Resultado	%	Total Hab. Hogar	Promedio Hab. Hogar
Vive Solo	13	3,39%	13	0,03
2 Personas	17	4,43%	34	0,09
3 Personas	21	5,47%	63	0,16
4 Personas	238	61,98%	952	2,48
5 Personas	95	24,74%	475	1,24
Total	384	100,00%	1537	4,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

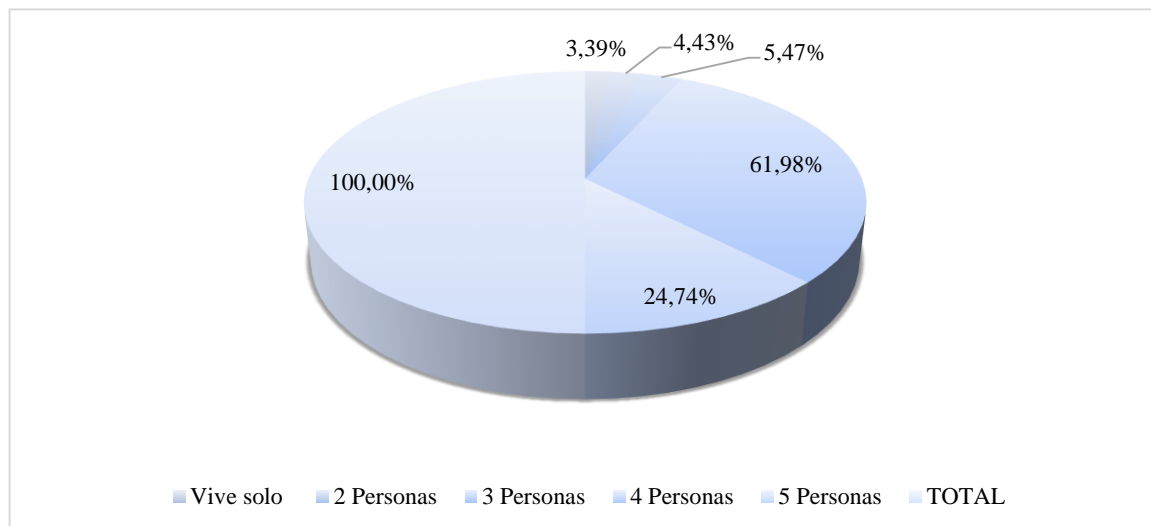


Figura 3 Número de integrantes en el hogar

Fuente: Tabla 8

Elaborado por: La Autora

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 61,98% de las familias está compuesto 4 personas, 24,74% por 5 personas, 5,47% por 3 personas, 4,43% por 2 personas, y el 3,39% viven solos.

Interpretación

Se concluye que la mayor parte de las familias están compuestas por cuatro integrantes, este dato es importante para conocer la cantidad de hogares que pueden demandar el servicio.

3. ¿De qué está formado su vivienda? Enumere.

Tabla 9 Pregunta 3

Detalle	Resultado	%
Sala	74	19
Cocina	74	19
Comedor	74	19
Dormitorios	68	18
Baños	64	17
Garage	30	8
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

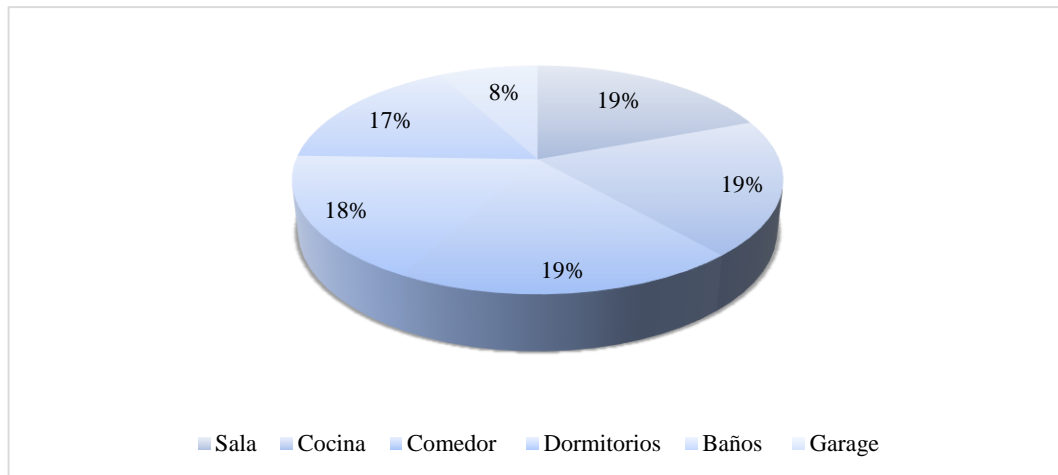


Figura 4 Número de personas

Fuente: Tabla 9.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 19% de las viviendas cuenta con cocina, comedor, y baños, el 18% de dormitorios, el 17% de baños, y el 8% de garaje.

Interpretación

Se concluye que la mayor parte de las viviendas cuentan con cocina, comedor, y baños, en segundo lugar, baños y en tercer lugar garaje, este dato es importante para determinar el número de cuartos con el que cuentan las viviendas.

4. ¿Cuenta con alguna persona que haga la limpieza de su hogar? (arreglar las camas, lavar los platos, barrer, trapear, planchar, aspirar, limpiar ventanas, escritorios, etc.)

Tabla 10 Pregunta 4

Detalle	Resultado	%
Sí	94	24
No	290	76
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

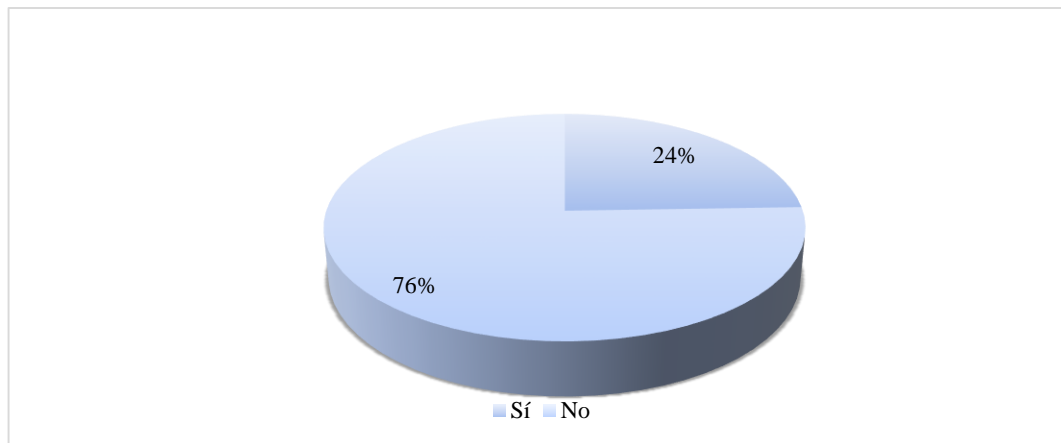


Figura 5 Personas que hagan limpieza

Fuente: Tabla 10.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 76% no cuentan con alguien que haga la limpieza en su hogar, y el 24% si cuentan con personas que hagan la limpieza.

Interpretación

Se concluye que la mayor parte de las personas NO cuentan con alguien que haga la limpieza en su hogar, tales como arreglar las camas, lavar los platos, barrer, trapear, planchar, aspirar, limpiar ventanas, escritorios, etc., mientras que

una minoría si cuentan con personas que hagan la limpieza, este dato es importante para determinar nuestros posibles clientes.

5. ¿Cuenta usted con tiempo necesario para hacer la limpieza de su hogar?

Tabla 11 Pregunta 5

Detalle	Resultado	%
Sí	290	76
No	94	24
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

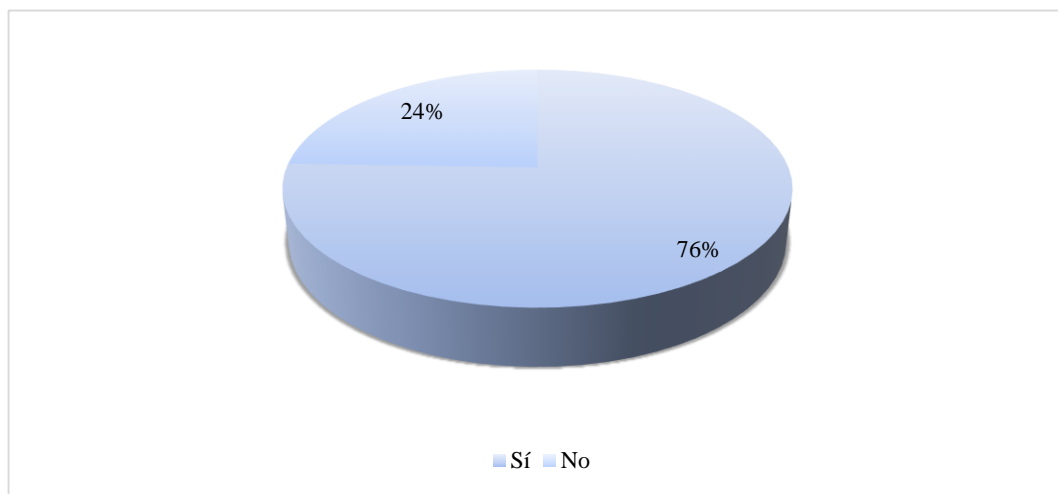


Figura 6 Tiempo

Fuente: Tabla 11.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 76% no tiene tiempo para hacer la limpieza en su hogar, y el 24% si tiene tiempo para hacer la limpieza, por carencia de personal.

Interpretación

Se concluye que la mayor parte de las personas NO cuentan con el tiempo suficiente para hacer la limpieza en su hogar, etc., mientras que otros si tienen tiempo para hacer la limpieza, este dato es importante para determinar nuestros posibles clientes, por falta de tiempo.

6. ¿Con qué frecuencia hace la limpieza general en su hogar

Tabla 12 Pregunta 6

Detalle	Resultado	%	Cant. Ventas	Cant. Mensual
Una vez al mes	9	2,34%	9	9
Dos veces al mes	22	5,73%	22	44
Tres veces al mes	35	9,11%	35	105
Cuatro veces al mes	250	65,10%	250	1000
Cinco veces o mas	68	17,71%	68	340
Total	384	100%	384	1498

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

$$\text{Consumo promedio} = \frac{\sum \text{USO MENSUAL}}{N} \quad \text{Consumo promedio} = \frac{1498}{384} \quad \text{Consumo promedio} = 3,90$$

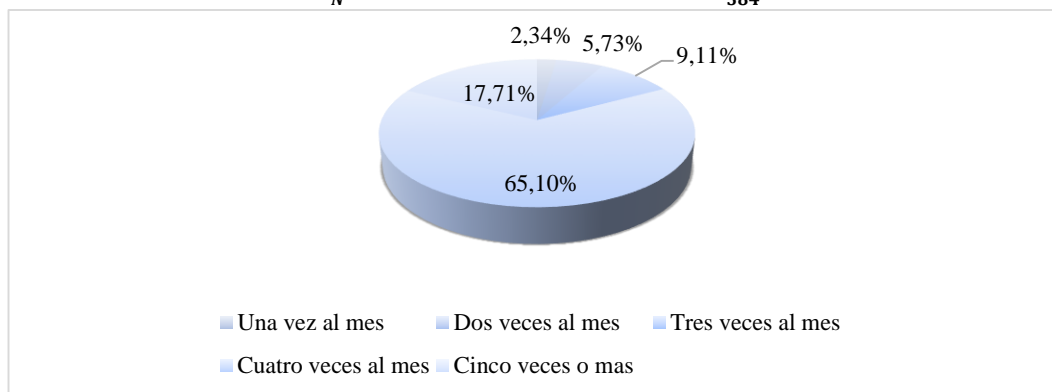


Figura 7 Frecuencia de limpieza en el hogar

Fuente: Tabla 12.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 65% hace la limpieza cuatro veces al mes en su hogar, el 17,71% cinco o más veces al mes, el 9,11% tres veces al mes, el 5,73% dos veces al mes, y el 2,34% una vez al mes

Interpretación

Se concluye que la gran mayoría de la población realiza la limpieza en su hogar, en un promedio general de 3,9 veces al mes, esto debido al cuidado en aspectos sanitarios que se han incrementado en los últimos meses por la pandemia, lo que para la empresa es favorable en el incremento de la demanda de este tipo de servicios..

7. ¿Usted o algún miembro de su familia es alérgico a algún desinfectante?

Tabla 13 Pregunta 7

Detalle	Resultado	%
Si	34	9
No	350	91
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

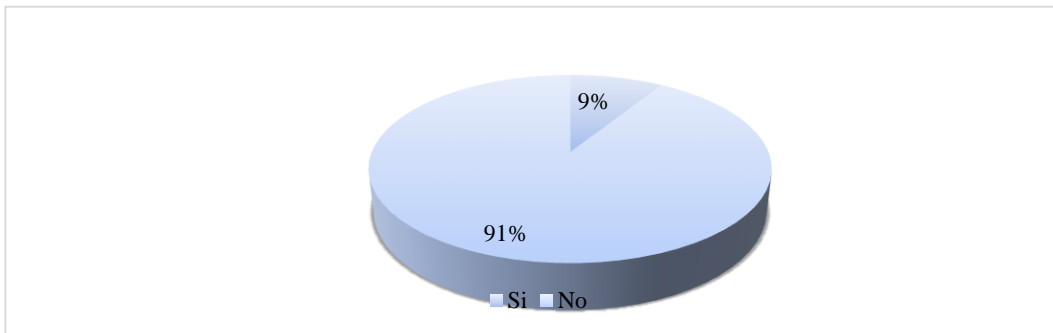


Figura 8 Personas alérgicas

Fuente: Tabla 13.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 91% de las personas no son alérgicos a los desinfectantes y el 9% si son alérgicos a los desinfectantes.

Interpretación

Se concluye que la mayoría de las personas no son alérgicos a los desinfectantes y en segundo lugar si son alérgicos a los desinfectantes, este dato es importante para conocer los riesgos al momento de utilizar los desinfectantes.

8. ¿Conoce de alguna empresa que preste servicio de limpieza a los hogares del Cantón santo domingo?

Tabla 14 Pregunta 8

Detalle	Resultado	%
Si	48	13
No	336	88
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

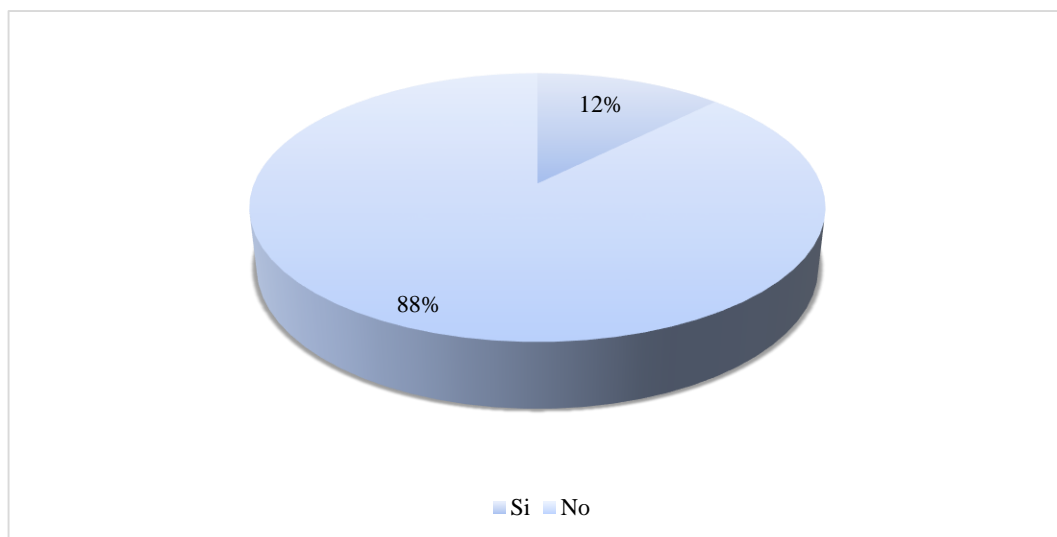


Figura 9 Prestación de servicios

Fuente: Tabla 14.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 88% no conocen empresas que presten este tipo de servicios (limpieza), y el 12% si conocen este tipo de empresas.

Interpretación

Se concluye que la mayor parte de las personas NO conocen empresas que presten el servicio de limpieza a hogares, mientras que otros si conocen este tipo de empresas, este dato es importante para determinar el mercado.

9. Estaría usted de acuerdo en utilizar los servicios limpieza para su hogar, especialmente a los hogares con desinfectantes para combatir el virus del COVID 19?

Tabla 15 Pregunta 9

Detalle	Resultado	%
Si	365	100,00%
No	0	0,00%
Total	365	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

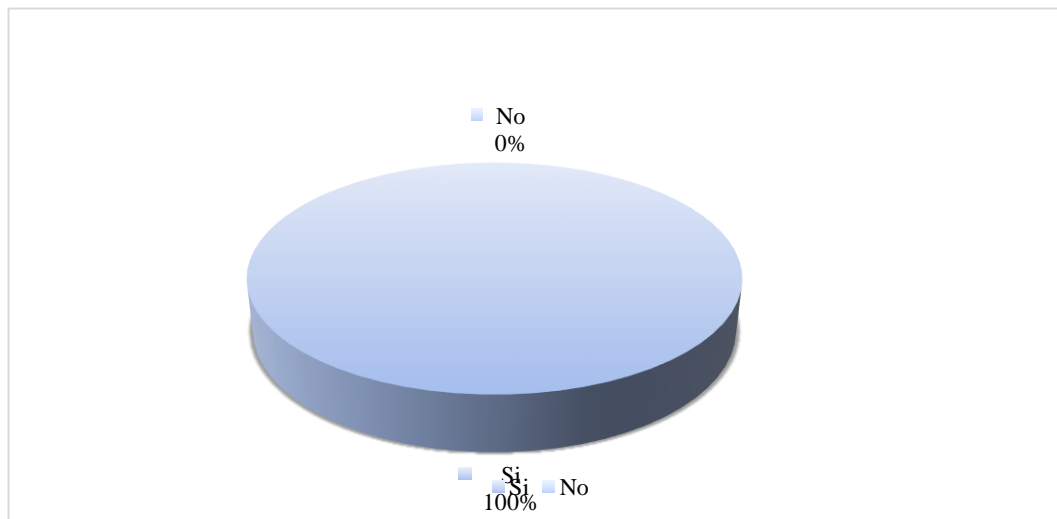


Figura 10 De acuerdo en solicitar los servicios de limpieza

Fuente: Tabla 15.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De acuerdo al resultado de la encuesta, el 100% están de acuerdo en utilizar los servicios limpieza para su hogar, especialmente a los hogares con desinfectantes para combatir el virus del COVID 19

Interpretación

De acuerdo al resultado se observa que hay un interés total de solicitar los servicios, especialmente por el uso de desinfectantes para combatir el virus del COVID 19, lo que es favorable para el nuevo proyecto generando un nicho de mercado muy amplio.

10. El motivo para contratar este servicio se debe a:

Tabla 16 Pregunta 10

Detalle	Resultado	%
Ahorro de tiempo	30	8
Servicio	60	15
Porque trabaja	214	56
Flexibilidad de horarios	80	21
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

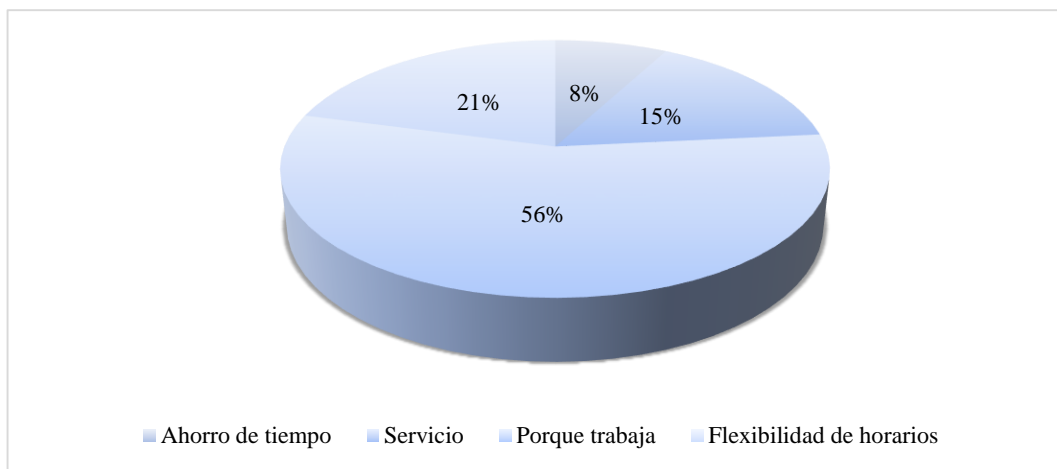


Figura 11 Motivación

Fuente: Tabla 16.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 56% de las personas contratarían este servicio porque trabajan, el 21% por la flexibilidad de horarios, el 15% por el servicio que den y el 8% por ahorro de tiempo.

Interpretación

Se concluye que la mayoría de las personas contratarían este servicio porque trabajan, en segundo lugar por la flexibilidad de horarios, en tercer lugar el servicio que den, y en cuarto lugar por el ahorro de tiempo, este dato es importante para determinar cuáles son las personas interesadas en contratar este tipo de servicio y el porqué.

11. ¿Cuál sería el horario de su preferencia para hacer la limpieza, tanto en su hogar?

Tabla 17 Pregunta 11

Detalle	Resultado	%
07:00 hasta las 17:00	280	73
17:00 hasta las 21:00	104	27
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

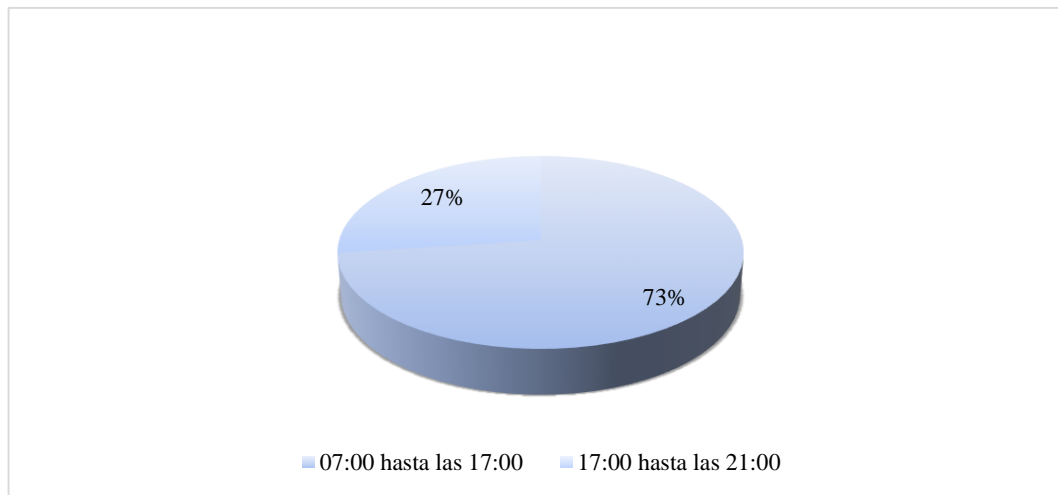


Figura 12 Horarios

Fuente: Tabla 17.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 73% de las personas están interesados en contratar el servicio de limpieza en horarios de 07 a 17 horas, y el 27% en horarios de 17 a 21 horas.

Interpretación

Se concluye que la mayoría de las personas están interesados en contratar el servicio de limpieza en horarios de 07 a 17 horas, y en segundo lugar en horarios de 17 a 21 horas, este dato es importante para determinar los horarios de atención.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada uno de estos servicios de limpieza para su hogar? Incluye todos los desinfectantes

Tabla 18 Pregunta 12

Detalle	Resultado	%
USD 20.00	190	49
USD 25.00	80	21
USD 30.00	93	24
USD 35.00	16	4
USD 40.00	5	1
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

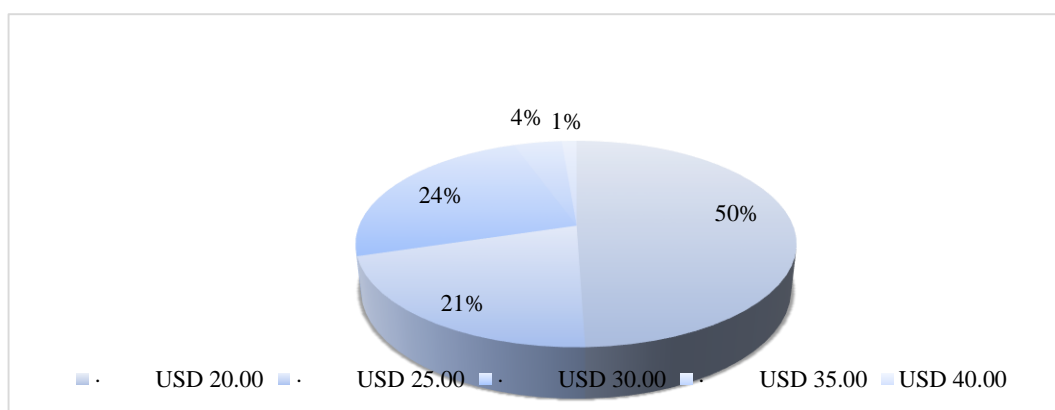


Figura 13 Pagos por servicios

Fuente: Tabla 18.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 50% de las personas estarían dispuesto a pagar por cada uno de estos servicios de limpieza el valor de \$20,00, el 24% el valor de \$ 30,00, el 21% el valor de \$ 25,00, el 4% el valor de \$ 35,00, y el 1% el valor de \$ 40,00.

Interpretación

Se concluye que la mayoría de las personas estarían dispuesto a pagar por cada uno de estos servicios de limpieza el valor de veinte dólares, en segundo lugar el valor de treinta dólares, en tercer lugar el valor de veinticinco dólares, el cuarto lugar el valor de treinta y cinco dólares, y en quinto lugar el valor de cuarenta dólares, este dato es importante para determinar cuáles son los valores promedios que se puede cobrar por este tipo de servicio.

13. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre las promociones de este servicio?

Tabla 19 Pregunta 13

Detalle	Resultado	%
Televisión	101	26
Vallas publicitarias	61	16
Radio	93	24
Redes sociales	121	32
Volantes	8	2
Total	384	100

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

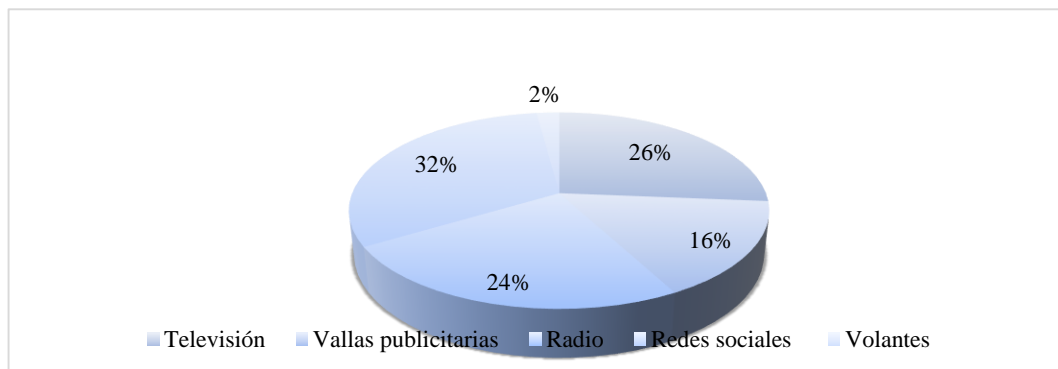


Figura 14 Medios de información

Fuente: Tabla 19.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 32% de las personas les gustaría recibir información de este servicio por medio de redes sociales, el 26% por televisión, el 24% radio, el 16% vallas publicitarias y el 2% volantes.

Interpretación

Se concluye que la mayoría de las personas les gustaría recibir información de este servicio por medio de redes sociales, en segundo lugar por televisión, en tercer lugar por radio, en cuarto lugar vallas publicitarias y en quinto lugar por volantes, este dato es importante para saber cómo comunicarnos con los clientes.

14. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales promedio de su hogar?

Tabla 20 Pregunta 14

Detalle	Resultado	%
300 a 500	67	17,45%
600 a 800	181	47,14%
800 a 1000	72	18,75%
Más de 1000	64	16,67%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

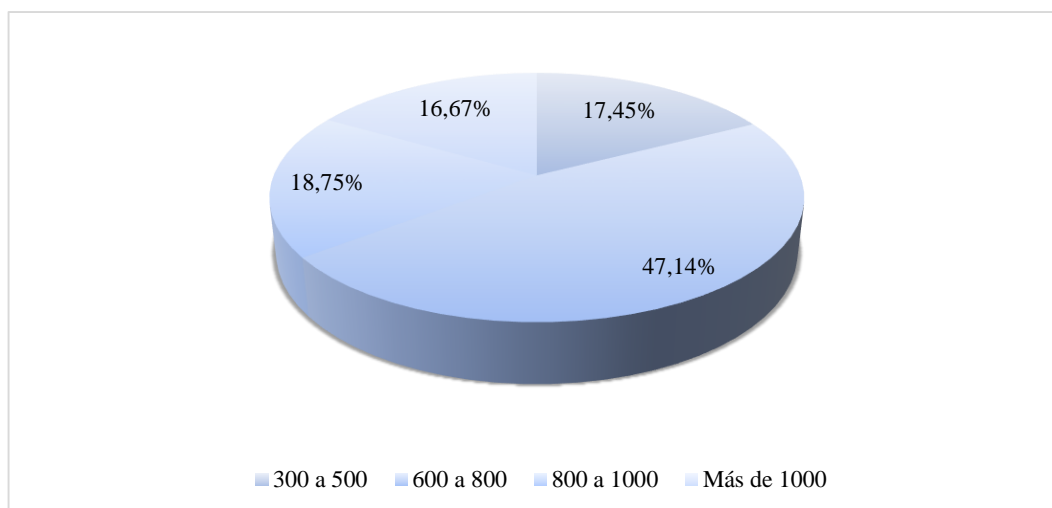


Figura 15 Ingresos mensuales.

Fuente: Tabla 20.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 48% de las personas tienen un ingreso mensual aproximado de 600 a 800 dólares mensuales, el 18,75% 800 a 1.000 dólares mensuales, el 17,45% de 300 a 500 dólares mensuales, y el 16,67% más de 1000 dólares mensuales.

Interpretación

El resultado en esta pregunta, ayuda a establecer un ingreso económico aproximado de la población del cantón, por lo que se considera que un 82,55% de la PEA de Santo Domingo, pueden demandar de los servicios de limpieza, ya que sus ingresos mensuales les permite costearlos.

15. Qué aspectos para usted son más importantes al momento de recibir los servicios de limpieza?

Tabla 21 Pregunta 15

Detalle	Resultado	%
Calidad y garantía de trabajos	68	17,71%
Precios competitivos	71	18,49%
Calidez en el trato al cliente	72	18,75%
Rapidez en el servicio	69	17,97%
Compromiso y honradez	104	27,08%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

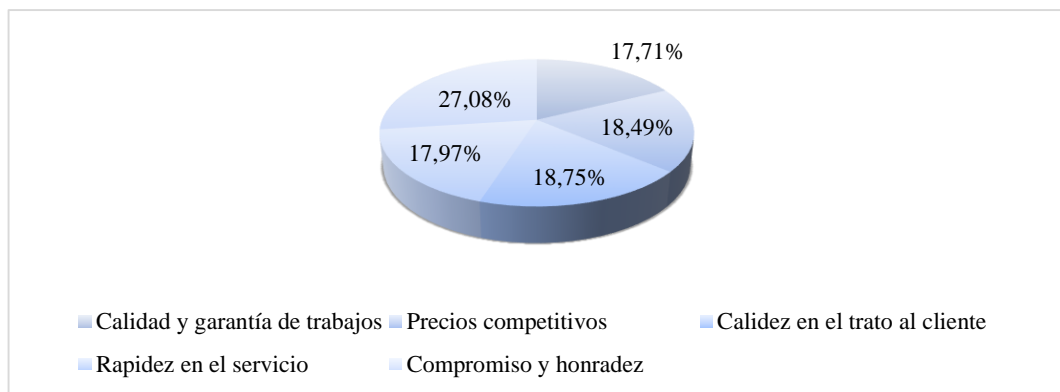


Figura 16 Aspectos más importantes en el servicio

Fuente: Tabla 20.

Elaborado por: La Autora.

Análisis

De las 384 personas a las que se aplicó la presente encuesta, se evidencia que el 27% de las personas manifestaron que los aspectos más importantes al recibir los servicios son el Compromiso y honradez, el 18,75% la calidez en la atención, el 18,49% los precios competitivos, y el 17,97% la rapidez en el servicio, y el 17,71% la calidad y garantía de trabajos.

Interpretación

De acuerdo a los resultados se interpreta que la población en general consideran en igual manera estos aspectos, resaltando principalmente el compromiso y la honradez, para lo cual la futura empresa establecerá un riguroso

proceso de selección que involucra pruebas de personalidad, y verificación de datos al personal que se contratará.

DESARROLLO DE INSTRUMENTOS

INFORMACIÓN SECUNDARIA

Con el fin de determinar la demanda potencial actual para el presente plan, se toma la población urbana del Cantón Santo Domingo, de acuerdo a la información extraída de la base de datos del INEC.

Como no se cuenta con datos históricos que permitan evidenciar una demanda potencial, se procede a calcular la demanda actual mediante un método no estadístico, con la aplicación de la tasa de crecimiento poblacional que al 2019 corresponde al 1,02% y se presenta el siguiente resultado:

1.3.2. Demanda Potencial

Tabla 22 Proyección PEA Santo Domingo 2010-2025

Año	PEA	T. C. P.	C. P.
2010	150.151		
2011	151.684	1,02%	1.533
2012	153.232	1,02%	1.548
2013	154.796	1,02%	1.564
2014	156.376	1,02%	1.580
2015	157.973	1,02%	1.596
2016	159.585	1,02%	1.613
2017	161.214	1,02%	1.629
2018	162.860	1,02%	1.646
2019	164.523	1,02%	1.662
2020	166.202	1,02%	1.679
2021	167.899	1,02%	1.697
2022	169.613	1,02%	1.714
2023	171.344	1,02%	1.731
2024	173.093	1,02%	1.749
2025	174.860	1,02%	1.767

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Censos y Estadísticas (INEC) – Proyecciones 2010-2020

Elaborado por: La autora

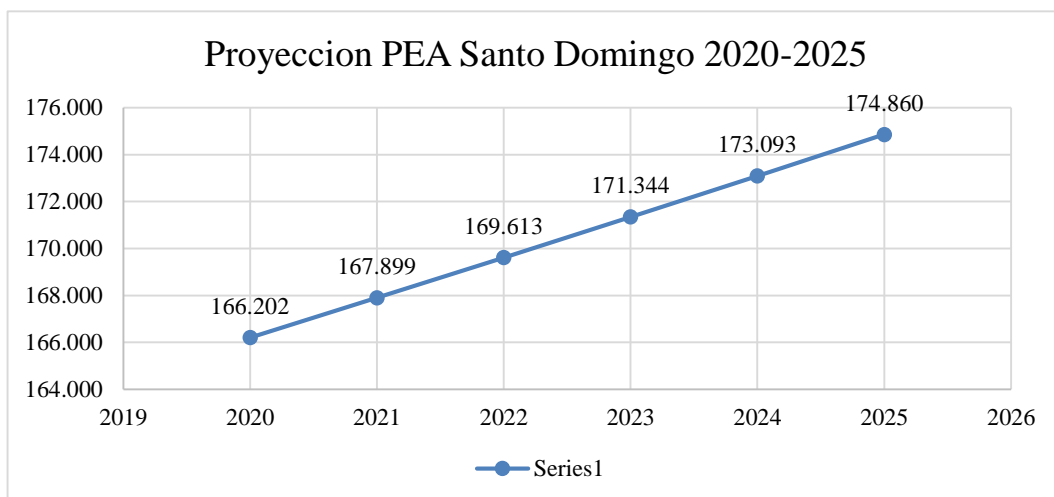


Figura 17 Proyección PEA Santo Domingo 2020-2025

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Censos y Estadísticas (INEC) – Proyecciones 2010-2020

Elaborado por: La autora

1.3.3. Demandantes del servicio

Para la determinar los hogares que demandan el servicio de limpieza, se basará en la proyección de la población económicamente activa desde el año 2020 al 2025 de la tabla 21 con los índices obtenidos en el INEC; y los resultados obtenidos en la pregunta N° 2 que establece el promedio de integrantes por cada hogar cuyo resultado es de 4 hab. Adicionalmente se tendrá en cuenta los resultados de las encuestas en la pregunta N° 14 se establece que el 82,55% generan ingresos económicos familiares superiores a los USD \$600; los mismos que pueden acceder al servicio ofertado, resaltando el nivel del 100% de aceptación en la totalidad de la población, información obtenida en la pregunta N° 9 de las encuestas, lo cual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 23 N° de Familias

Año	PEA	Promedio de Hab. por Familia	N° de Familias
2020	166.202	4	41.551
2021	167.899	4	41.975
2022	169.613	4	42.403
2023	171.344	4	42.836
2024	173.093	4	43.273
2025	174.860	4	43.715

Fuente: INEC, encuestas pregunta 2

Elaborado por: La autora

Tabla 24 N° Demandantes reales

AÑO	N° de familias	% Familias ingresos superiores USD \$600	Demandantes Reales
2020	41.551	82,55%	34.300
2021	41.975	82,55%	34.650
2022	42.403	82,55%	35.004
2023	42.836	82,55%	35.361
2024	43.273	82,55%	35.722
2025	43.715	82,55%	36.087

Fuente: Pregunta N° 14 encuestas, tabla 23

Elaborado por: La autora

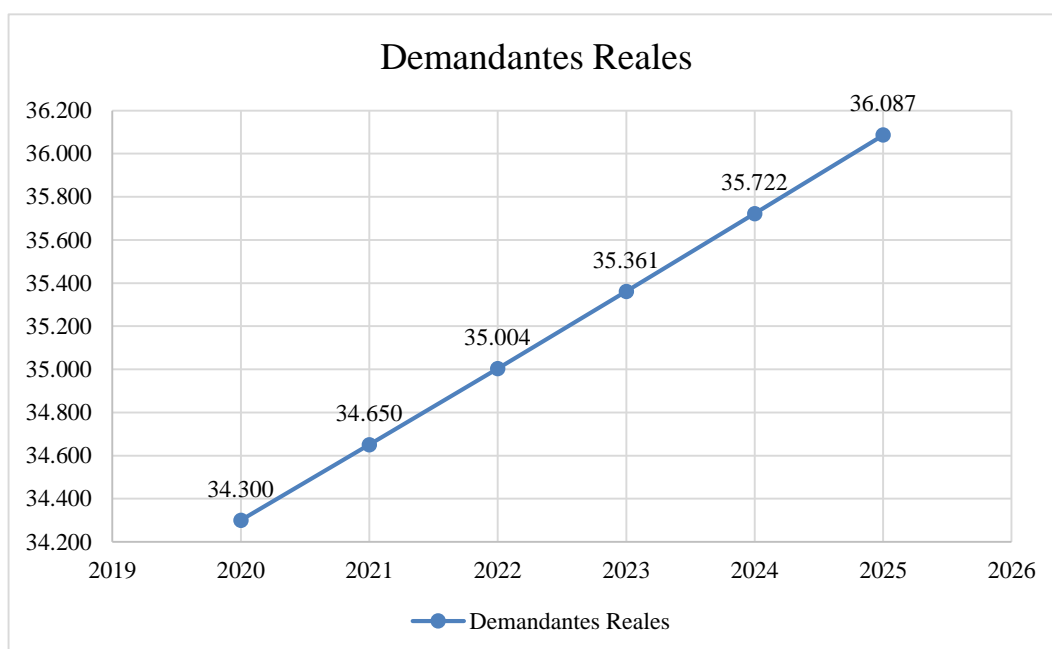


Figura 18 Demandantes Reales del servicio

Fuente: Pregunta N° 14 encuestas, tabla 22

Elaborado por: La autora

1.3.4. Demanda Real en N° de servicios

Para conocer el número de servicios de limpieza que demanda la población de Santo Domingo se harán los cálculos de acuerdo a los datos obtenidos en la tabla 22 de los demandantes reales, multiplicando por el promedio de limpiezas que realizan mensualmente la población en sus hogares, el mismo que es de 3,9 veces al mes, de acuerdo a el resultado obtenido en la pregunta N° 6 de las encuestas, y este resultado se lo proyectará para obtener la demanda anual de los servicios.

Tabla 25 N° Demanda en N° de servicios

AÑO	Demandantes Reales	N de veces Solicitud del servicio	N° de Servicios mensual	N° de Servicios anual
2020	34.300	3,9	133.770	1.605.237
2021	34.650	3,9	135.135	1.621.623
2022	35.004	3,9	136.515	1.638.177
2023	35.361	3,9	137.908	1.654.899
2024	35.722	3,9	139.316	1.671.793
2025	36.087	3,9	140.738	1.688.858

Fuente: Pregunta N° 6 encuestas, tabla 24

Elaborado por: La autora

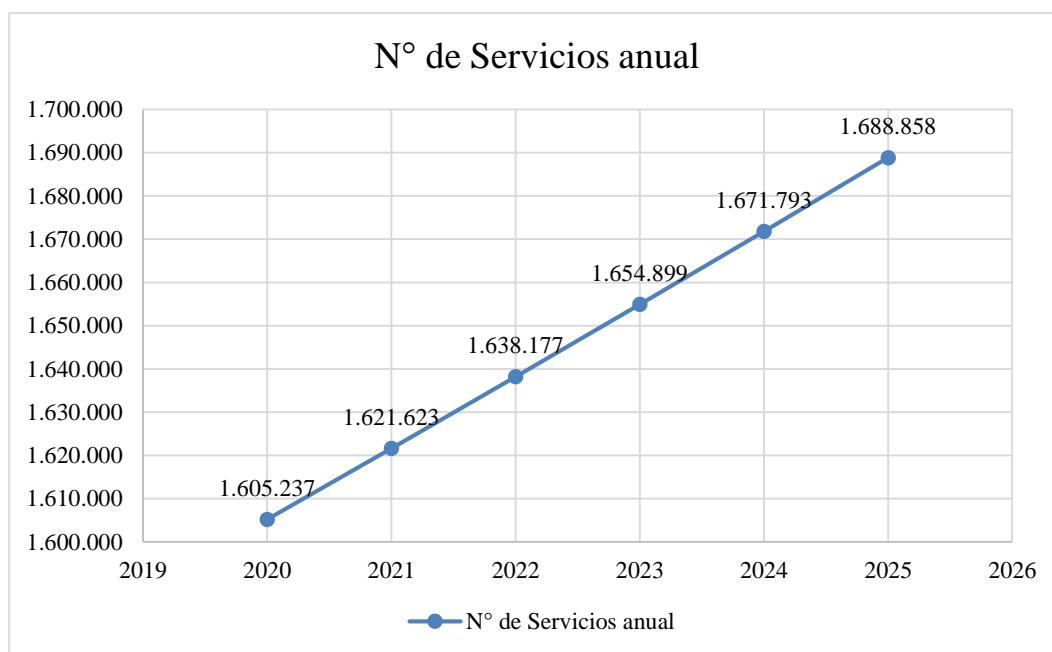


Figura 19 Demanda real de servicios anual

Fuente: Pregunta N° 14 encuestas, tabla 23

Elaborado por: La autora

De acuerdo a los cálculos elaborados se establece que para el año actual se demandan 1.605.237 servicios de limpieza al año.

1.4. ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.4.1. Análisis del Micro Ambiente

Afectan a la empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos. Son fuerzas que la empresa puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores, la empresa en sí, intermediarios, clientes y públicos. A partir del análisis del microambiente nacen las fortalezas y las debilidades de la empresa. (Porter, 2017)

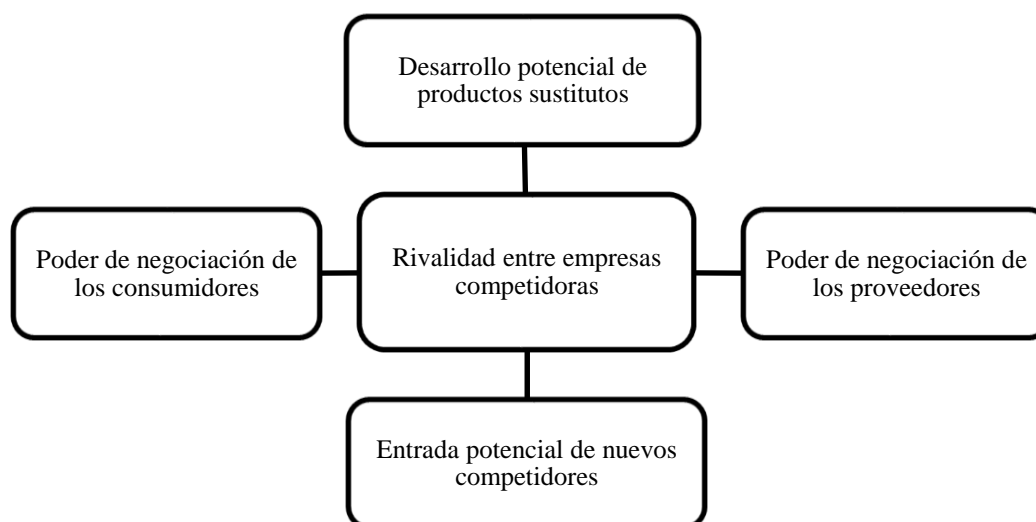


Figura 20 Modelo de las cinco fuerzas de Porter

Fuente: Michael E. Porter Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.

Elaborado por: La Autora

1.4.1.1. Entrada potencial de nuevos competidores

La existencia de nuevos competidores en el negocio servicio de limpieza depende de las barreras de entrada que existen en el medio, las cuales analizare a continuación:

Inversión y Capital de Trabajo: Para la creación de la empresa de servicio de limpieza se va a requerir de un espacio donde se instalen oficinas, bodegas, etc., que permita el fácil acceso a los clientes. Así mismo se requerirá un capital de trabajo para iniciar la compra de desinfectantes y otros durante un periodo de tiempo hasta lograr el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Posicionamiento de negocios similares instalados: Existen pocas empresas dedicadas a la prestación de servicios de limpieza que se encuentran posicionadas en el Cantón Santo Domingo que poseen una clientela constituyendo así una barrera de entrada.

Diferenciación del servicio: La empresa no utilizara esta barrera de entrada a los competidores para generar así innovaciones y una mejor acogida en el servicio a prestar.

1.4.1.2. Rivalidad entre empresas competidoras

En el Cantón Santo Domingo existen pocas empresas dedicadas a la prestación de servicios de limpiezas a oficinas, empresas, pero ninguna empresa presta este tipo de servicios a los hogares. Estas empresas están en más o menos condiciones y además no brindan un buen servicio.

1.4.1.1. Poder de Negociación de los Consumidores

Si logramos diferenciar el servicio que vamos a prestar respecto a la competencia no habrá poder de negociación con los compradores ya que estos estarán dispuestos a pagar un precio justo por un servicio de calidad y productos de garantía que la empresa les prestará.

1.4.1.2. Poder de Negociación de los Proveedores

Aquí analizaremos a nuestros proveedores de productos de limpieza que ofreceremos. Al haber varios proveedores sin existir una concentración de estos, esto reduce el poder de ellos en el desenvolvimiento del negocio.

1.4.1.3. Desarrollo potencial de productos sustitutos

Para esta empresa los productos sustitutos serán todos los productos de diversas marcas que actualmente existen en el mercado.

La estrategia a implementar para diferenciarnos de los otros es que ofreceremos buenas condiciones y un excelente servicio.

1.4.2. Análisis Del Macro Ambiente

Afecta a todas las organizaciones y un cambio en uno de ellos ocasionará cambios en la empresa; generalmente estas fuerzas no pueden ser controladas por los directivos de la empresa. Está compuesto por las fuerzas que dan forma a las oportunidades o presentan una amenaza para la empresa. Podemos hacer referencia al cambio de tecnología, las tendencias demográficas, las políticas gubernamentales, la cultura de la población, la fuerza de la naturaleza, las tendencias sociales, etcétera.

Para el análisis del macro ambiente tomaremos en cuenta el Análisis Pastel y el Análisis FODA de la empresa a crear.

1.4.2.1. Análisis PESTEL

Tabla 26 Análisis PESTEL

Factores Políticos	Factores Económicos
- Salvaguardias económicas impuestas por el Gobierno.	- Crecimiento del PIB
- Impulso de la matriz productiva.	- Tasa de Desempleo
- Impuestos a importaciones	- Inflación
	- Estabilidad Monetaria
Factores Sociales-Culturales	Factores Tecnológicos
- Densidad de la población	- Avances Tecnológicos
- Tendencias de consumo (protección a la salud humana)	- Desarrollo Tecnológico
- Aumento de plazas de trabajo	- Innovación
Factores Ecológicos	Factores Legales
- Disposiciones Ambientales	- Normas de Importaciones
- Desarrollo Ambiental	- Certificados INEN para productos de limpieza industriales
- Protecciones al ecosistema	

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.4.2.2. Análisis FODA

Tabla 27 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
* Conocimiento del Negocio	* Variedad Proveedores
* Alternativas de Servicio	* Incentivos tributarios y créditos empresariales
* Envío confiable de productos	* Tecnología Avanzada (Ozonificador)
* Personal Capacidad	* Crecimiento de la población
DEBILIDADES	AMENAZAS
* Empresa Nueva	* Incremento de precio de proveedores
* Falta de productos	* Impuestos
* Falta de Publicidad	* Políticas Gubernamentales
* Poco presupuesto	* Competencia

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

1.4.2.3. Matriz EFE

Tabla 28 Matriz EFE

Factores Externos	Ponderación	Calificación	Total Ponderado
OPORTUNIDADES			
Variedad de Proveedores	15%	3	0,45
Incentivos tributarios y créditos empresariales	20%	4	0,80
Tecnología Avanzada (Ozonificador)	20%	4	0,80
Crecimiento de la población	15%	3	0,45
AMENAZAS			
Incremento de precio de proveedores	5%	1	0,05
Impuestos	10%	2	0,20
Políticas Gubernamentales	10%	2	0,20
Competencia	5%	1	0,05
Totales	100%	20	3,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

El valor ponderado obtenido es de 3,00 lo que nos dice que la empresa aprovecha las oportunidades y evita las amenazas de manera adecuada con las estrategias establecidas.

1.4.2.4. Matriz EFI

Tabla 29 Matriz EFI

Factores Internos	Ponderación	Calificación	Total
			Ponderado
FORTALEZAS			
Conocimiento del Negocio	20%	4	0,80
Alternativas de Servicio	15%	3	0,45
Envío confiable de productos	15%	3	0,45
Personal Capacitado	20%	4	0,80
DEBILIDADES			
Empresa Nueva	5%	1	0,05
Falta de productos	10%	2	0,20
Falta de Publicidad	10%	2	0,20
Poco presupuesto	5%	1	0,05
Totales	100%	20	3,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Teniendo un total ponderado de 3.00 nos encontramos sobre el promedio, esto quiere decir que la empresa es sólida al interior, pero se debe mejorar las estrategias para subir este puntaje.

1.4.3. Proyección de la Oferta

La Comisión Research de IFMA ha presentado un estudio sobre Grandes cifras del sector de la limpieza. Según la asociación. “Este estudio pretende demostrar la situación actual del sector de las empresas de limpieza en nuestro país y se ha elaborado a partir de datos recientes contrastados y de fuentes como el INEC. El estudio se cerró a mediados de marzo de 2020, por lo que los autores y expertos consultados ya contemplaban en parte la grave situación sanitaria y económica que está generando el COVID 19.

Por un lado, en el estudio se plantea un escenario denominado pre-Covid-19, con datos analizados de 2019 y 2018 en el que ratifican que el sector caminaba hacia una tendencia positiva de recuperación del sector. La estrategia de las compañías había sido la de la diversificación y la internalización; en gran parte esto lo hicieron los grandes operadores.

Las cifras del informe sitúan al sector como “una de las diez principales actividades de servicios en términos de empleo en el Ecuador, ocupando al 2,5 por ciento de crecimiento de este sector. La conclusión del informe es que la limpieza proporciona un servicio vital para la nación, asegura los lugares de trabajo, hospitales, escuelas, transporte y espacios comunes, asegura el bienestar y la salud en cualquier espacio. Se convierte en crítico en la actual situación.

“Algunas de las tendencias que muestra el estudio, apuntan que la tecnología puede ser una herramienta clave para obtener un mayor ahorro en el servicio de limpieza.” Otras de las tendencias descritas en el informe son reducir costes e introducir nuevas variables tales como la contratación por resultados, la calidad del servicio, los índices medioambientales o la integración de servicios.

Para determinar la oferta se realizó una indagación a las empresas que realizan servicios de limpieza en la localidad de Santo Domingo referente a las ventas realizadas en el año 2019; y se detallan a continuación.

Tabla 30 Oferta de Servicios de limpieza año 2019

Oferentes	Cantidad de servicios al año
CLEANINGGEX S.A.	220.000
MASTER CLEAN	340.000
MANTLIMP S.A.	120.000
ASOCERCAR	90.000
TOTAL	770.000

Fuente: Empresas de servicios de limpieza

Elaborado por: La autora

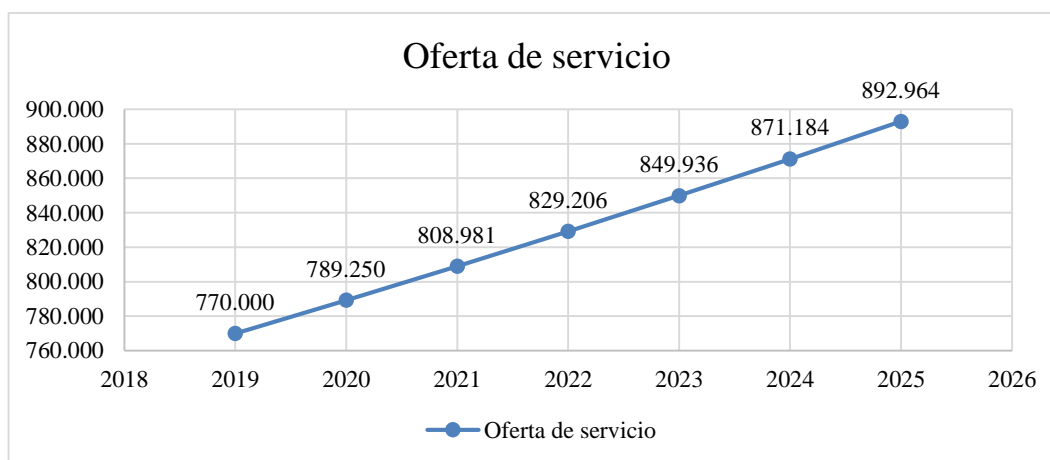
Con los datos obtenidos de las empresas que ofertan los servicios de limpieza en el Cantón Santo Domingo, se realiza la proyección del año presente y los 5 años posteriores y obtener los indicadores de oferta futura, por lo que se considera la tasa referencial del 2,5% de crecimiento en los estudios realizados “Sobre *Grandes Cifras Del Sector De La Limpieza*”, por la Comisión Research en marzo del 2020 (COMISIÓN RESEARCH, 2020)

Tabla 31 Proyección de la Oferta

Año	% Crecimiento del Sector de Limpieza	Oferta de Servicio
2019	2,50%	770.000
2020	2,50%	789.250
2021	2,50%	808.981
2022	2,50%	829.206
2023	2,50%	849.936
2024	2,50%	871.184
2025	2,50%	892.964

Fuente: Empresas de servicios de limpieza, Estudio Comisión Research

Elaborado por: La autora

**Figura 21** Oferta de Servicios

Fuente: Tabla 31

Elaborado por: La autora

1.4.4. Demanda Potencial Insatisfecha

La demanda insatisfecha se obtiene considerando los resultados obtenidos en las proyecciones realizadas de la oferta y la demanda, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 32 Demanda Potencial Insatisfecha.

AÑO	DEMANDA DE SERVICIOS	OFERTA DE SERVICIO	DEMANDA INSATISFECHA
2020	1.605.237	789.250	815.987
2021	1.621.623	808.981	812.642
2022	1.638.177	829.206	808.971
2023	1.654.899	849.936	804.964
2024	1.671.793	871.184	800.608
2025	1.688.858	892.964	795.894

Fuente: Tabla 28 y Tabla 31

Elaborado por: La autora

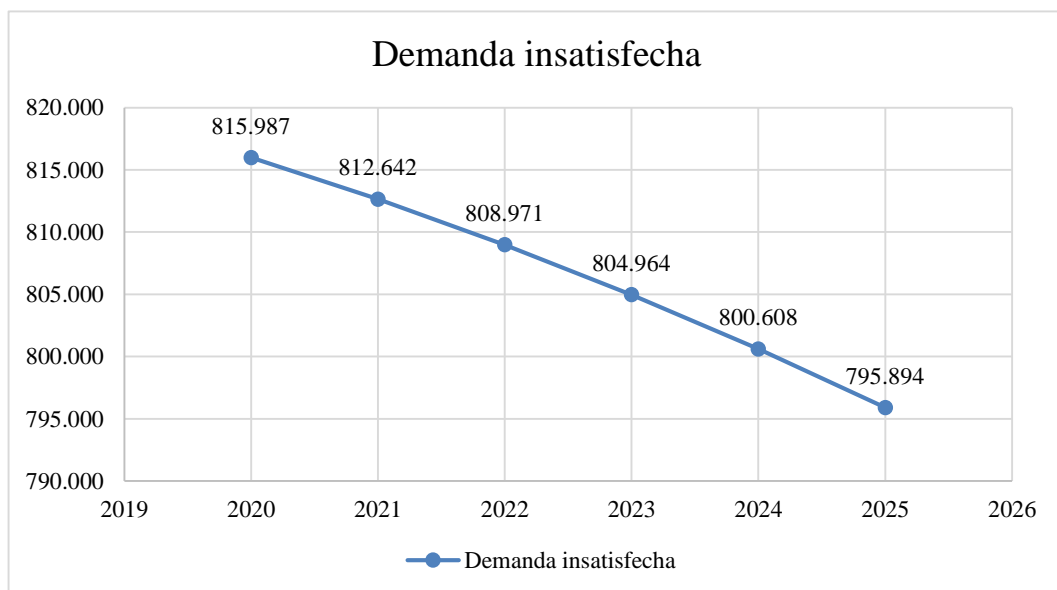


Figura 22 Demanda Insatisfecha

Fuente: Tabla 31

Elaborado por: La autora

De acuerdo a la información detallada en la tabla 31, la demanda insatisfecha se determina tomando en cuenta la demanda potencial detallada en la tabla 28, menos la oferta del servicio según datos de la tabla 31, dando como resultado para el año presente una demanda insatisfecha de 815.987 servicios de

limpieza ,. En la proyección a cinco años se observa que disminuye esta demanda insatisfecha por motivo que el índice de crecimiento de la oferta es mayor al índice de crecimiento de la demanda.

Según la información detallada se determina para el año actual una demanda insatisfecha de 815.987 servicios de limpieza. El decrecimiento de la demanda se analiza por el crecimiento de la oferta que existe en esta industria de servicios.

1.5. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD QUE SE REALIZARÁ

Los elementos más importantes que se incluyen en la estrategia promocional dentro de una organización comercial, industrial o de servicios son: la publicidad, ventas personales, promoción de ventas.

Para marcar diferencia entre la población, es necesario diseñar el logotipo de la empresa, a fin de que se muestre la nueva propuesta de los servicios de limpieza en el hogar que se ofrecerán en el cantón Santo Domingo, y se elige el logotipo que distinguirá a la empresa GIBEL CLEAN SERVICE S.A. entre la competencia, con el slogan” Los Expertos en limpieza”



Figura 23 Logotipo y slogan de GIBEL CLEAN SERVICE S.A.

Fuente: Creación DesignEvo

Elaborado por: La Autora

Con el fin de impulsar a la empresa se ha planteado varias estrategias de promoción y publicidad para lograr de esta manera un buen posicionamiento en el mercado y que nuestros clientes se sientan satisfechos.

- Creación una página web para brindar a nuestros clientes una información más completa y detallada del origen de la empresa, giro del negocio y de los servicios que la empresa va a ofertar para de esta manera lograr seguridad y confiabilidad plena en nuestros clientes.
- Publicidad mediante hojas volantes, trípticos, prensa escrita, radial.
- Creación de una línea call-center con el fin de dar a conocer todos los servicios que la empresa oferta y a su vez recibir sugerencias y reclamos por parte de nuestros clientes.

1.5.1. Plan de Medios

1.5.1.1. Objetivos

Dar a conocer los servicios de la empresa que está ofertando mediante la utilización de medios digitales, páginas web y redes sociales con el fin de lograr captar clientes que nos permitan obtener una mejor rentabilidad empresarial.

1.5.1.2. Target

Los servicios que la empresa ofrece se encuentran definidos para los hogares, por lo tanto, toda la información relacionada con la empresa será única y exclusivamente para ellos.

1.5.1.3. Estrategia

La empresa creara una página web que proporcione a nuestros clientes una información más completa y detallada del origen de la empresa, giro del negocio y de los servicios que la empresa va a ofertar, permitiendo así que nuestros clientes accedan a la empresa de forma dinámica y conozcan todo lo relacionado con los

servicios de limpieza para el hogar; para de esta manera lograr seguridad y confiabilidad plena en nuestros clientes.

La empresa implementara una publicidad mediante redes sociales, hojas volantes, trípticos, prensa escrita, y radial, con la finalidad de dar a conocer a la empresa.

Con el fin de lograr la satisfacción de nuestros clientes se creará una línea call-center mediante la cual se dará a conocer toda la información necesaria de la empresa para despertar el posible interés de nuestros clientes.

1.5.1.4. Medios

Los medios seleccionados serán digitales y físicos, estos se utilizarán para dar a conocer de forma periódica los servicios que la empresa ofrece a nuestros posibles clientes y son:

- ✓ Página WEB
- ✓ Redes Sociales
- ✓ Call Center
- ✓ Prensa escrita y Radial.
- ✓ Hojas volantes, trípticos

1.5.1.5. Presupuesto

Para llevar a cabo el Plan de medios se debe contara con un presupuesto que permita desarrollarlo positivamente y de manera adecuada con el fin de lograr los objetivos propuestos.

Tabla 33 Presupuesto Plan de medios

Medio	Cant	Costo Unitario	Total	Frecuencia	Costo Anual
Plan de Internet WIFI	1	25,00	25,00	Mensual	300,00
Página Web + Dominio + Hosting	1	210,00	210,00	Anual	210,00
Prensa Escrita	1	11,00	11,00	Mensual	132,00
Prensa Radial	2	8,00	16,00	Semanal	768,00
Hojas Volantes	5000	0,02	100,00	Anual	100,00
Trípticos	1500	0,22	330,00	Anual	330,00
Total					1840,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

1.5.1.6. Cronograma

Con el fin de cumplir el plan de medios se ha establecido el siguiente cronograma de desarrollo de actividades:

Tabla 34 Cronograma de Plan de medios

Actividad	Herramienta	Frecuencia	Responsable
Administración de Pagina WEB	Proveedor	Bimestral	Gerente General
Publicidad Redes Sociales	Internet	Diario	Asistente Administrativa
Prensa Escrita	Periódicos	Mensual	Asistente Administrativa
Prensa Radial	Radio	Semanal	Asistente Administrativa
Entrega de volantes y Trípticos	Volantes y Trípticos	Diario	Personal Operativo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

1.6. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN A UTILIZAR

Para brindar los servicios de la empresa no se utilizará intermediarios, sino que se hará de manera directa con los clientes una vez que se ha logrado el contacto con ellos mediante los medios tecnológicos escogidos para la empresa.

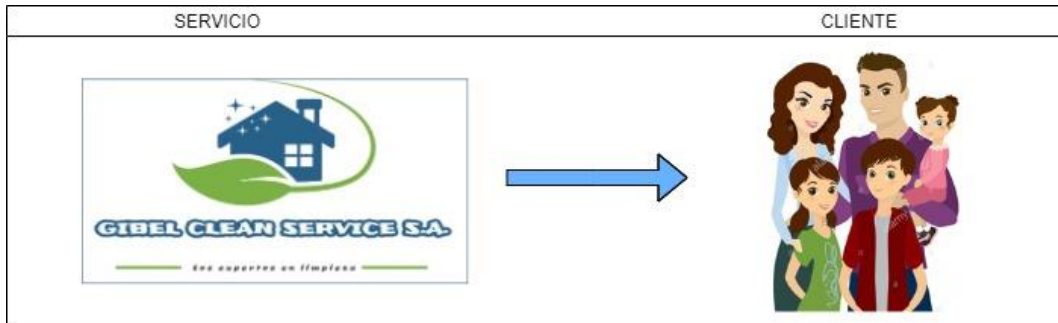


Figura 24 Distribución del servicio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

1.7. SEGUIMIENTO DE CLIENTES

Con el fin de mantener el vínculo con los clientes se pretende gestionar un seguimiento mediante la implementación del CRM Freshsales y brindar un servicio de moderno y tecnológico, para de esta manera lograr la fidelización y aumento de la cartera de clientes, con la ayuda de la herramienta de software que se describe a continuación.

Figura 25 CRM Freshsales

Fuente: Imagen tomada de Freshsales (Freshworks Company, 2020)

Elaborado por: La autora

Freshsales es un sistema crm pensado en organizar los procesos de venta, mediante los medios de comunicación tradicionales como, correo electrónico, chat, tickets, llamadas telefónicas, y formularios.

La interfaz de Freshsales es muy sencilla y fácil de navegar, permitiendo ayudar a los administradores a gestionar o llevar un mayor control de quienes manejan miles de clientes potenciales, cuenta con diferentes idiomas, este sistema crm es un excelente gestor de ventas, pues ofrece una visibilidad completa de los procesos de ventas.

Estas son algunas ventajas de Freshsales

- ✓ El seguimiento de correo electrónico le permite ver quien abrió sus correos y quien lo ignoró.
- ✓ La plataforma es muy sencilla y fácil de usar, pero con poderosas funcionalidades para la gestión de clientes y negocios, permite realizar un seguimiento de sus clientes mientras interactúan con su marca.
- ✓ No tiene que instalar o poseer un sistema de llamadas telefónicas, viene integrado con esta funcionalidad.
- ✓ Este crm gratis online le permite realizar seguimiento de eventos, incluso en conversaciones anteriores con sus clientes.
- ✓ La gestión de ventas de Freshales le permite personalizar seguimientos, analizar sus ganancias, pérdidas, tendencias, detectar cuellos de botellas, entre otros.
- ✓ El crm online gratuito de Freshsales se actualiza constantemente, y si necesita ayuda el equipo está listo para ayudarlo.
- ✓ Si necesita apoyo en su país, Freshsales dispone de una gama de socios para prestarle sus servicios.

Algunos de los problemas que resuelve Freshsales

A veces los grupos de venta utilizan diferentes herramientas para llevar a cabo su labor, por ejemplo, tienen un sistema de teléfono, una herramienta de marketing para enviar correos de sus campañas, una bandeja de entrada de correo electrónico para contactar a los clientes.

Precisamente Freshsales viene integrado con todas esas funciones, ayudando así a los equipos de venta a ganar velocidad. Además permite llevar un control de todos los movimientos que se realizan en el sistema. (Freshworks Company, 2020)

Identifica los clientes potenciales

Cuando esa lista de clientes va creciendo, gracias a la calificación de clientes potenciales de Freshsales los equipos de venta pueden identificar a los clientes que realmente estén en una intención de compra.

En la mayoría de los casos los equipos de venta recurren en búsqueda de información de sus clientes desde otras fuentes, pero esto puede ser un trabajo tedioso si se trata de muchos clientes, freshsales cuenta con el enriquecimiento automático de perfiles de clientes, estos datos son extraídos de su cuenta social e ingresada al sistema de CRM.

1.8. MERCADOS ALTERNATIVOS

En el caso de considerar mercados alternativos, la empresa podría considerar las siguientes opciones:

- 1.- Realizar los servicios de limpieza en oficinas e instituciones públicas o privadas.
- 2.- Realizar lavado express de todo tipo de vehículos livianos como autos, camionetas y furgonetas

CAPITULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Determinar los procesos eficaces y eficientes en la prestación de servicios de limpieza para satisfacer las necesidades de nuestros clientes estableciendo las herramientas adecuadas a cada una de las actividades.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

Con respecto a la realización del proceso de prestación servicio de limpieza en hogares que es lo que se va a proporcionar en la empresa es necesario especificar las actividades más sencillas y detallar el flujograma para cumplir las actividades y así obtener un mayor conocimiento de las actividades.

Para la transformación de los servicios de limpieza que se propone debe contar con los procesos generales que le permiten alcanzar la satisfacción del cliente a partir de sus propias necesidades. Por lo tanto, se toman en cuenta los procesos estratégicos, los operativos y los procesos de apoyo, donde la ejecución de los procesos estratégicos y de apoyo se orienta en función de los procesos operativos.

La Planeación estratégica: es proceso organizacional donde se define la dirección y el objetivo la empresa en el largo plazo. La estrategia debe enfocarse en

los clientes, y las dos opciones principales: de como servir; y cómo otorgarles mayor valor agregado

Gestión de la calidad es la política que obedece al modelo estratégico y son el resultado de las acciones que realiza la empresa para asegurar la calidad de servicios que ofrece mediante el cumplimiento de los requisitos que el cliente prefiere.

Entre los procesos operativos están el proceso de ventas de los servicios de manera general se define de la siguiente manera: Gestión técnico Servicio

Los procesos de apoyo que constituyen la base para el funcionamiento interno de la empresa y que al igual que los procesos estratégicos se encuentran en función del desarrollo de los procesos operativos. Entre los procesos de apoyo se encuentran: Gestión financiera; Marketing; y Gestión del Talento Humano, el mismo que se detalla a continuación.

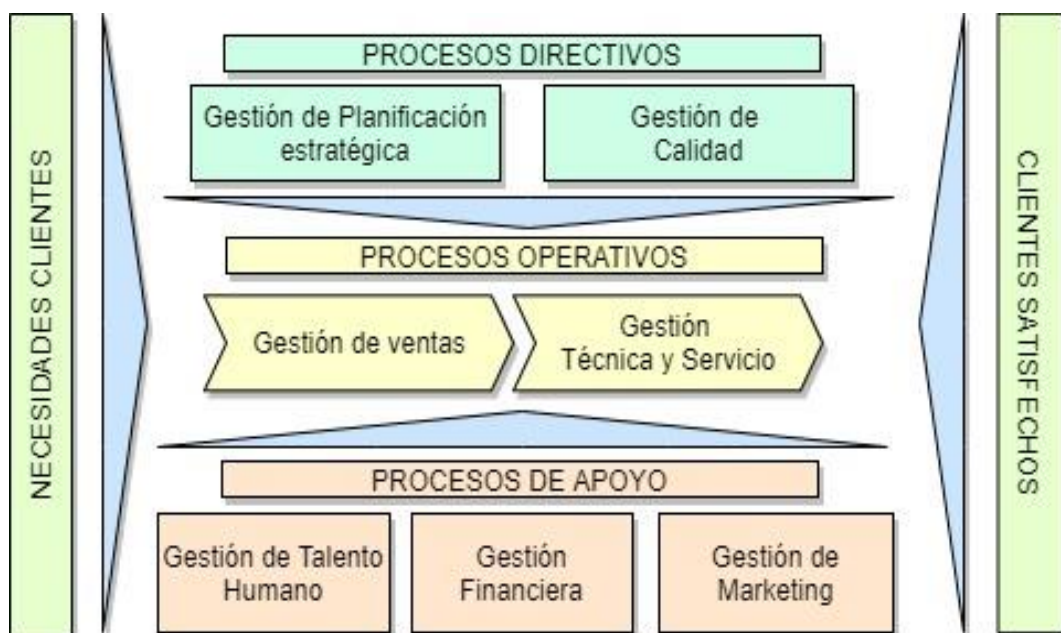


Figura 26 Mapa de procesos GIBEL CLEAN SERVICE S.A.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.2.2. Descripción del Proceso de Servicio al Cliente

Como se mencionó anteriormente, el proceso operativo que conforma el servicio de limpieza en hogares se lo realiza de la siguiente manera:

Recepción de la solicitud del servicio.- Este puede ser solicitada mediante llamadas telefónicas, mensajes por WhatsApp o redes sociales, siendo atendidos por el jefe de servicios, el mismo que se encarga de informar al cliente sobre los paquetes de servicio que promociona la empresa, sus costos y beneficios, describiendo en la base de datos la información personal del cliente.

Orden de trabajo del servicio.- Una vez que el interesado decide aceptar el servicio, el Jefe de servicios coordinará con los operadores de limpieza lo solicitado por el cliente, para ver la disponibilidad del horario, y agendar la atención que se le brindará al cliente.

Ejecución de la prestación del servicio. - Los operadores de limpieza asignados se movilizarán al lugar requerido por el cliente; una vez en el lugar inspeccionarán las áreas donde realizarán la limpieza; luego de la actividad de inspección procederán a limpiar y desinfectar la casa.

Control de Calidad.- Una vez culminada la limpieza se realiza una revisión de cumplimiento de las condiciones solicitados por el cliente, el mismo verificará el cumplimiento del servicio recibido, y dará su aceptación; caso contrario se realizaran nuevamente la limpieza en los lugares donde no haya la conformidad del cliente, escuchando sus observaciones.

Entrega del servicio.- Con la aceptación del cliente del servicio recibido, el jefe de limpieza realiza la factura correspondiente para la cancelación en efectivo, tarjeta de débito o crédito, o transferencia bancaria; verificado el pago se culmina con el proceso del servicio de limpieza.

2.2.2.1. Flujograma del proceso del servicio de limpieza

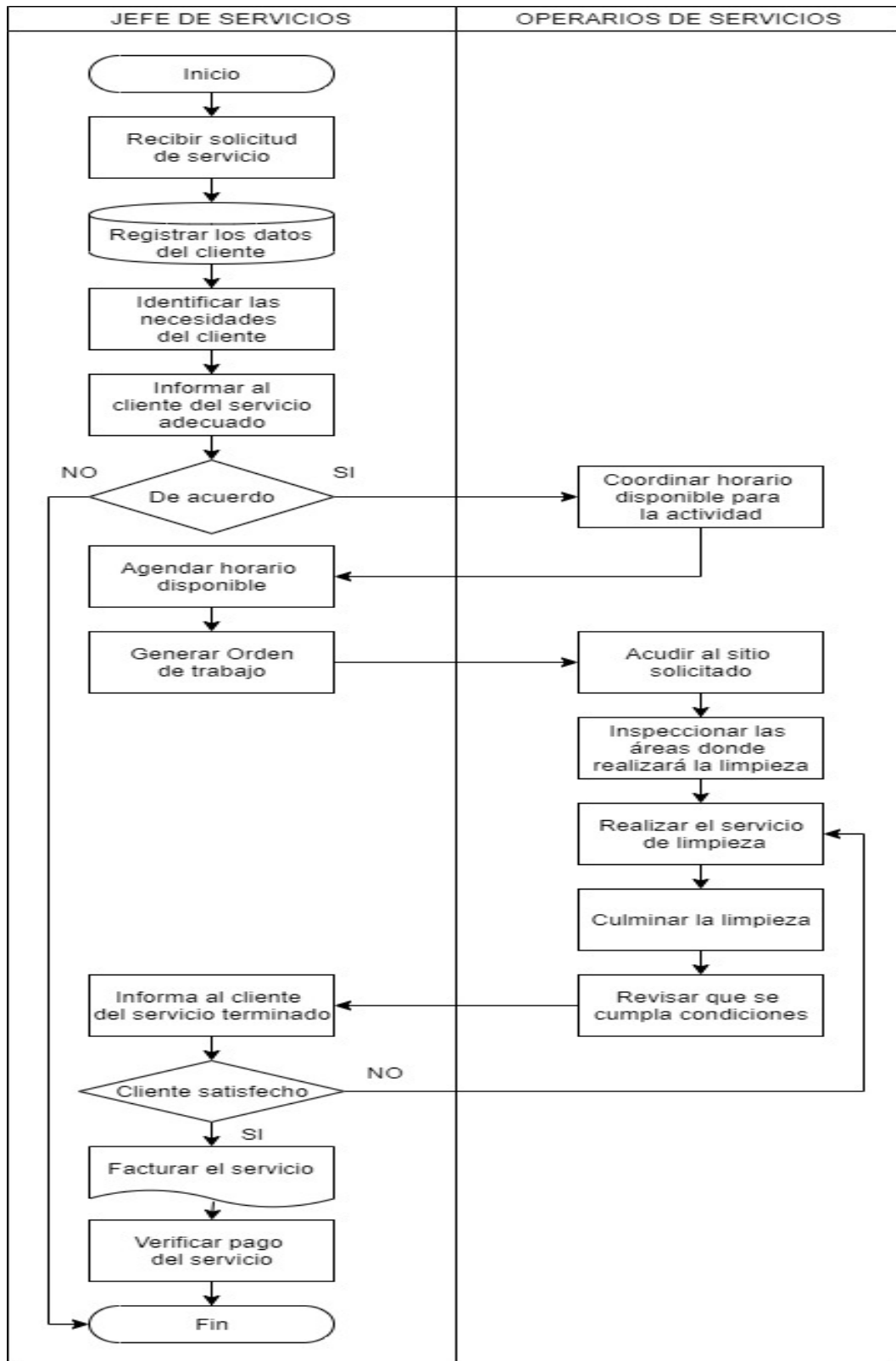


Figura 27 Flujograma de procesos del servicio de limpieza

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La autora

2.2.3. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Se tiene la siguiente ubicación:

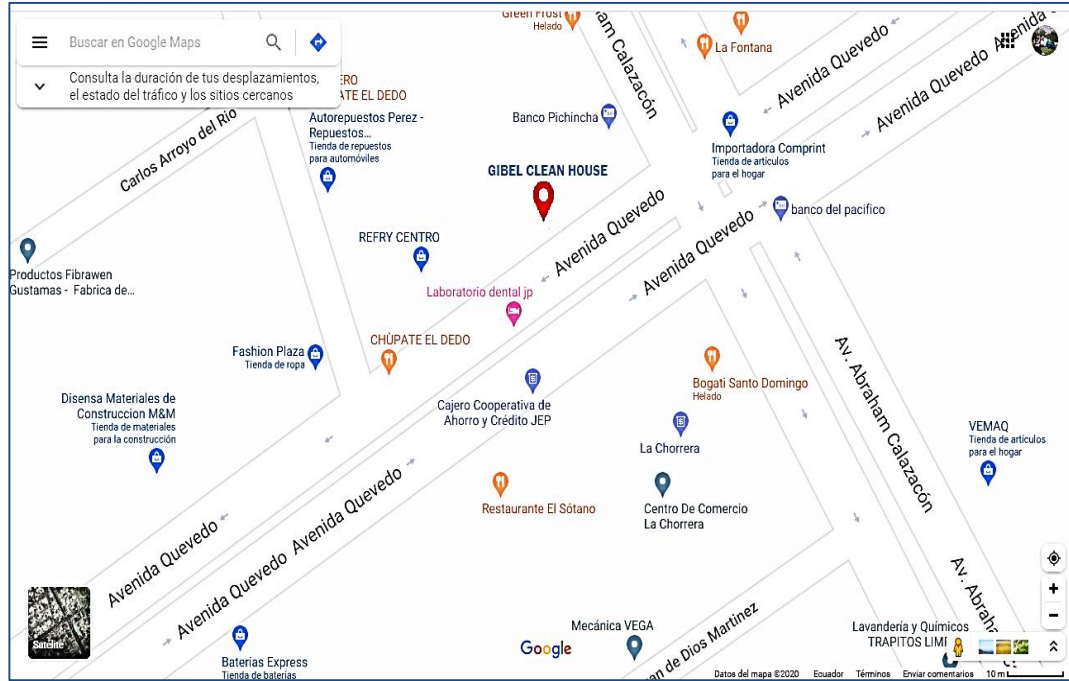


Figura 28 Ubicación de GIBEL CLEAN SERVICE S.A.

Fuente: Google Maps

Elaborado por: La Autora

Tabla 35 Ubicación de la empresa de servicios de limpieza en hogares.

Ubicación y descripción de la EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN HOGARES.

Ubicación	Santo Domingo.
Dirección	Av. Quevedo y Av. Abraham Calazacón.
Instalaciones	Local de un piso, con un área de 84 m ²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

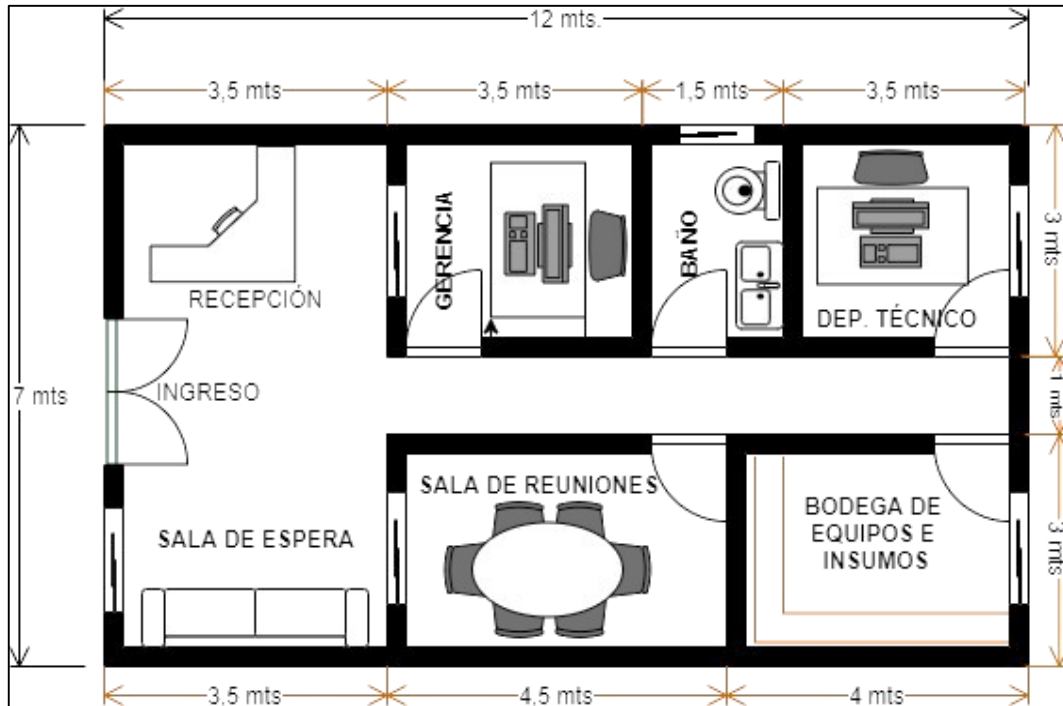


Figura 29 Plano de la empresa de servicios de limpieza en hogares

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 36 Distribución Física

Área o departamento	Espacio en m ²
Recepción	10,5 m ²
Sala de espera	14,0 m ²
Gerencia	7,0 m ²
Baño	4,5 m ²
Dep. Técnico	10,5 m ²
Bodega de equipos e insumos	12,0 m ²
Sala de reuniones	13,5 m ²
Pasillo o corredor	8,5 m ²
Total área	84,0 m²

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

El total del área de la empresa de servicios de limpieza en hogares es de 84 m², este local será alquilado para iniciar con la empresa. El siguiente plano describe la distribución de la empresa.

Tabla 37 Descripción de equipos

Actividades	Equipo	Especificaciones Técnicas	Costo
Limpieza en cualquier área		El aspirador DS 5.800 con filtro de agua. Potencia absorbida (W) 900 Filtro de agua (l) 2 Radio de acción (m) 10,2 Nivel de presión acústica accesorios (kg) 7,4 Dimensiones (la. × an. × al.) (mm) 535 x 289 x 345.	799,00
Barrido y el cepillo lateral en cualquier área		Barredora Electrica – KM 70/30. Accionamiento Manual Accionamiento – Potencia (V/W) 12 / 195 Máx. rendimiento de superficie (m ² /h) 2800 Ancho útil (mm) 480 Ancho útil con 1 cepillo lateral (mm) 700	\$ 699,00
Pulido de suelos lisos brillantes.		PULIDORA DE PISO, BDP 50/1500 C Ep. Ancho útil (mm) 510 Ancho útil al aspirar. (mm) 560 Máx. rendimiento de superficie (m ² /h) 900 Dimensiones (la. × an. × al.) (mm) 760 x 550 x 1250	\$ 499,00
Limpieza profunda o de mantenimiento de superficies		LAVA ALFOMBRAS, Puzzi 10/1 CA. Máx. rendimiento de superficie (m ² /h) 20 - 25 Caudal de aire (l/s) 54 Vacío (mbar/kPa) 220 / 22 Caudal de pulverización (l/min) Dimensiones (la. × an. × al.) (mm) 690 x 325 x 440	\$499,00
Generador de Ozono purificador de aire		Generador de Ozono purificador de aire: 400 mg/h, puede rápidamente descomponerse olor bacterias, gérmenes, y de salida de ozono formaldeh y de que hacen que el aire fresco y limpio. : matar virus, descomponerse sigue siendo agrochemical, fertilizantes tiempo de almacenamiento de alimentos y así sucesivamente, previene la intoxicación crónica, prolongar.	\$ 170,00

Fuente: (Products, 2019) (Anexo 3)

Elaborado por: La Autora






Tabla 38 Descripción de equipos de cómputo y seguridad.

Actividad	Equipo	Especificaciones técnicas	Costo
Mejorar rendimiento	AIO HP 	<ul style="list-style-type: none"> • Pantalla ancha de 21,5" Full HD IPS (1920x1080). • Procesador Intel® Core™ i3-8130U/2.2GHz. • 4GB de memoria DDR4-2400. • Disco duro de 1 TB 7200RPM SATA. • Gráficas Intel® UHD 620. • Unidad óptica de DVD. • Lector de tarjetas multimedia. • Windows 10 Home. 	\$875
Realizar Impresiones	MULTIFUNCION EPSON 	<p>TINTA CONTINUA L4160 DUPLEX-WIFI 33-15 PPM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inyección de tinta MicroPiezo® de 4 colores (CMYK). • Pantalla LCD a color 1.4". • Velocidad impresión Máxima 33ppm (N) ; 15 ppm(C). • Velocidad de copias 7.7cpm (N), 3.8 cpm(C). • Bandeja de entrada 100 hojas papel normal. • T504120-AL (Botella Negra Pigmentada/rinde 7500 páginas) 	\$345
Protección de equipos	UPS FORZA 	<p>Nivel de Protección 5 UPS Interactiva</p> <p>Capacidad: 2200VA/1200W</p> <p>Topología: Interactiva Forma de onda: Onda senoidal simulada Voltaje: 120V</p> <p>Tipo de entrada: NEMA 5-15P Tipo de salida: 8 x NEMA 5-15R</p> <p>Comunicación: USB Indicador visual: Indicador LCD de estado Software de gestión: Forza Tracker Garantía: 3 años (2 años en las baterías)</p>	\$225
Vigilancia y seguridad	Cámaras de seguridad 	<p>KIT BTG BOLIDE NVR 8 CANALES CON 4 CAMARAS IP 5MP 1080P</p> <p>Ultra HD combinada con la próxima generación de estándares de compresión - Codificación de video de alta eficiencia (HEVC / H.265) - que permite bitrates casi la mitad de las de otras cámaras que utilizan H.264 tecnología de compresión.</p>	\$896
Compartir WiFi	TPLINK 	<ul style="list-style-type: none"> * Punto de Acceso Inalámbrico N 450Mbps. * Velocidad de transmisión inalámbrica de 450 Mbps, provee una experiencia inalámbrica N fluida. * Es compatible con múltiples modos de operación: Punto de acceso, Cliente, Universal / Repetidor WDS, Puente Inalámbrico. * Fácil configuración de una conexión segura encriptada WPA al presionar el 	\$36

Fuente: (Products, 2019)

Elaborado por: La autora

Tabla 39 Descripción de muebles de oficina y enseres.

Actividad	Equipo	Especificaciones técnicas	Costo
Atención al cliente	<p>Escritorio de recepción</p> 	<p>Mostrador construido en madera acabado melamina color negro con sobre de color blanco</p> <p>Características técnicas: 160 cm de ancho x 120 cm x 60 cm de profundo x 120 cm de alto</p>	\$550
Rendimiento y producción	<p>Escritorio para oficina</p> 	<p>Escritorio recto, cubierta y patas en melamina con acabado en los cantos en pvc. de 1MM.</p> <p>Niveladores, lateral con pedestal fijo fondo de cubierta 60 CM</p> <p>Opción 1: frente 120CM, fondo 120CM</p> <p>Opción 2: frente 160CM, fondo 140CM</p>	\$240
Rendimiento y producción	<p>Silla ejecutiva</p> 	<p>OFFICE City 80 Silla de Oficina, Tela, Negro y Naranja, 52 x 62 x 129 cm Deportivo y moderno diseño</p> <p>Piel sintética - tejido - combinación</p> <p>Apoyacabezas integrado</p> <p>Mecanismo de inclinación, ajustable individual</p> <p>Base de acero cromado</p>	\$160
Para realizar llamadas	<p>PANASONIC</p> 	<p>INALAMB. 2x1 DECT 6.0 C-ID - BLANCO (1A) - - Base + 1 extensión.</p> <p>- Pantalla LCD de 1.4".</p> <p>- Identificador de llamadas.</p> <p>- Frecuencia 1.9Ghz con sistema DECT 6.0.</p> <p>- Memoria para 50 números.</p>	\$50
Almacenar documentos	<p>ARCHIVADOR</p> 	<p>Archivador F con tirador clásico</p> <p>3 personales + 1 archivo A4 / Folio 711 mm. 470 mm. 470 mm Completa flexibilidad para archivar tanto carpetas colgantes A4 como Folio y Folio prolongado.</p> <p>Tirador integrado o clásico. 71 cm. de altura.</p> <p>Disponen de cerradura interna, cierre con llave y tirador frontal.</p>	\$140

Fuente: (Products, 2019)

Elaborado por: La autora

Tabla 40. Descripción de las personas

Cargo	Tipo de Área	N° personas	Horas-hombre
Gerente	Área administrativa	1	8:00 horas
Asistente de Gerencia	Área administrativa	1	8:00 horas
Jefe de servicios	Área operativa	1	8:00 horas
Operadores de servicios	Área operativa	6	8:00 horas

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

2.2.4. Tecnología a aplicar

La tecnología que se aplicará está enfocada principalmente en los equipos que se empleará en el proceso del servicio, tomando en cuenta que la industria de servicios de limpieza a lo largo de todos estos años, han ido incorporando mejoras tecnológicas, que permite reducir tiempos y mejorar la productividad. Otras herramientas que han servido para modernizar el servicio y hacer el trabajo más sencillo son:

- Barredora eléctrica
- Pulidora de pisos.
- Lavadora de alfombras.
- Aspiradoras con filtros de agua.

En cuanto al área administrativa la tecnología utilizada es el computador de escritorio y la impresora y sistemas de gestión informáticos que optimizaran el trabajo, controlando el tiempo y coste de las reparaciones y hacer un seguimiento de clientes y vehículos.

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.3.1. Ritmo de producción

Las demandas de los servicios automotrices son cambiantes y obedecen a varios factores como estado del auto, situación económica, tipo de servicio requerido.

Tabla 41 Ritmo de producción.

Actividad	N° de personas	Tiempo promedio	Tiempo nominal	Ritmo de trabajo	Área promedio
Inspección áreas de limpieza	1	15 min.	60 min.	24 servicios	80m2
Ejecución del trabajo	6	90 min.	360 min.	24 servicios	80m2
Control de calidad	1	15 min.	60 min.	24 servicios	80m2
Total		120 min.	480 min.	24 servicios	80m2

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

El ritmo de producción general se establece en 2 horas por cada orden de trabajo, tomando en cuenta 8 horas diarias por cada operario, el mismo que atenderá 4 servicios al día, con 6 operadores se determina un ritmo de trabajo de 24 servicios de limpieza por día, considerando que el área promedio sea de 80m2.

2.3.2. Nivel de inventario promedio.

Para determinar una política de inventario que permita ser más eficientes en la ejecución de los requerimientos del cliente, poder mejorar el tiempo de despacho estableciendo una clasificación acorde a los servicios ofrecidos en la empresa de servicios de limpieza y permita conocer el nivel de existencia de sus referencias además de tener un detalle de aquellos repuestos que generan más ingresos, y de mayor rotación que se detalla a continuación:

Tabla 42 Inventario de Insumos.

DETALLE	CANTIDAD	COSTO
Limpiador Multi-usos	24	\$ 6,00
Limpiador Desinfectante	24	\$ 7,00
Anti-Sarro	8	\$ 24,00
Detergente Desengrasante "Q-Greaser"	8	\$ 12,00
Detergente Clorado	8	\$ 14,00
Detergente Desincrustante	8	\$ 18,00
Desinfectante de superficies	16	\$ 8,00
Escobas	3	\$ 2,00
Escobillas	3	\$ 1,50
Escobillones	3	\$ 3,00
Trapeadores con cubo	2	\$ 15,00
Recogedor de basura	3	\$ 2,00
Cepillos	3	\$ 1,00
Atomizadores	3	\$ 1,00
Paños	24	\$ 7,00
Cubos para agua	4	\$ 3,00
Guantes	48	\$ 1,00
Mascarillas	48	\$ 1,50

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Como se visualiza en la Tabla N° 42 el nivel de stock actual para el inicio de las operaciones, considerando que este inventario deberá ser ajustado para satisfacer la demanda para el período, más lo que se consumirá en el plazo de entrega de hacer el pedido.

2.3.3. Número de trabajadores.

El número de trabajadores que necesita GIBEL CLEAN SERVICE S.A. para brindar el servicio de Limpieza y desinfección se determina de la siguiente manera:

Tabla 43 Número de trabajadores

Cargo	Nº	Función	Tiempo	Contrato
Gerente	1	Administra la empresa planifica, organiza, direcciona, y controla de todas actividades de la empresa	8 horas diarias	No requiere contrato porque es el propietario de la empresa.
Asistente de Gerencia	1	Asiste a la gerencia atender el teléfono, pasar las comunicaciones al personal	8 horas diarias	Contrato a prueba con proyección a renovación
Contador	1	Reporta los ingresos y egresos mensuales al SRI, Formulario Impuesto a la Renta anual, Balances Financieros a la Superintendencia de Compañías	4 horas semanales	Contrato tácito por los servicios profesionales
Jefe de Servicios	1	Supervisar personal. Dirigir grupos de trabajo. Tomar decisiones. Inspeccionar. Redactar informes técnicos.	8 horas diarias	Contrato a prueba con proyección a renovación
Operadores de servicios de limpieza	6	Realiza la limpieza y desinfección en los domicilios que solicitan los clientes	8 horas diarias	Contrato a prueba con proyección a renovación

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La autora

2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.4.1. Capacidad de Producción Futura.

Para la determinación de la capacidad instalada de los servicios que va a ofertar en la empresa de servicios, hay que tomar en cuenta el personal con que se cuenta, y del cálculo obtenido en la tabla N° 37 estableciendo un promedio general de atención de un servicio cada 2 horas, se atenderá 6 hogares a la vez, por lo que se estima una atención diaria de 24 servicios de limpieza, para ello dispone lo siguiente:

Tabla 44 Producción diaria, semanal, mensual y anual.

	Diario	24
N° de Servicios de limpieza	Semanal	120
	Mensual	528
	Anual	6336

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La autora

Del cálculo obtenido en la tabla N° 44 se puede determinar que para el año presente se atenderá un promedio de 6.336 servicios de limpieza, lo que representaría el 100% de su capacidad instalada.

Tabla 45 Proyección de la producción a 5 años.

Periodos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Servicios	6336	6.463	6.592	6.724	6.858

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Para la determinación de la proyección de la producción de los 5 años siguientes se ha realizado en base a la tasa de crecimiento poblacional del 1,02% anual de acuerdo a las estadísticas del INEC. Para el inicio de las operaciones se estimará con 6.336 servicios de limpieza para el primer año.

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

2.5.1. Especificación de Productos y grado de sustitución que pueden presentar.

La producción de servicios de Limpieza depende básicamente de la mano de obra, en cuanto a los productos debe contar con insumos para la limpieza necesarios para la complementación del servicio, los mismos que se detallaran de manera general en el cuadro siguiente, adicional a esto se identificó lo proveedores que entregan un beneficio en precio y calidad adecuado.

Tabla 46 Especificación de productos para la producción.

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR
Limpiador Multi-usos	Baxter Multi-usos será el último y único producto que necesites. Limpia, desengrasa, desinfecta dejando un agradable aroma. Ideal para mesones, microondas, electrodomésticos, pisos y muchísimo más.	QUIMCASS
Limpiador Desinfectante	Desinfectante de alta concentración. Limpia y desinfecta dejando un agradable aroma. Su alta concentración lo hace ideal para trabajos pesados, siendo eficiente y ahorrador. Con base de Amonio Cuaternario	QUIMCASS
Anti-Sarro	Poderoso limpiador ácido de alta concentración, asegura la limpieza total y eliminación de suciedad, manchas e incrustaciones. Debe ser usado con guantas, mascarilla y gafas debido a su grado de concentración	QUIMCASS
Detergente Desengrasante "Q-Greaser"	Detergente altamente concentrado con poderosa acción desengrasante. Totalmente neutro y alcalino, sin color o aroma para evitar cualquier tipo de contaminación que pueda existir. Ideal para remover cualquier tipo de grasa. Para trabajos más suaves puedes diluir en agua gracias a su gran solubilidad.	QUIMCASS
Detergente Clorado	Eficaz detergente con el poder del cloro, aseguran una limpieza y desinfección profunda. Producto listo para usar, excelente para áreas en contacto con alimentos, pisos, baños y demás.	QUIMCASS
Detergente Desincrustante	Detergente de gran concentración ácida, capaz de remover manchas, incrustaciones y dejar todo limpio. Acción detergente para asegurar no solo el eliminar manchas sino la limpieza total del lugar.	QUIMCASS
Desinfectante de superficies	Desinfectante con base de <u>Amonio Cuaternario de Quinta generación</u> aseguramos el más alto poder de desinfección y Sanitización. Libre de químicos tóxicos o contaminantes. 100% biodegradable Elimina el 99.999% de las bacterias	QUIMCASS

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

En la gráfica se aprecia que para el abastecimiento y se ha tomado en cuenta a empresas que comercializan productos para la limpieza, dentro de los cuales tenemos el proveedor que se especializa en su línea de comercialización.

2.6. CALIDAD

Para Robbins & Decenzo (1996) el control puede definirse como "el proceso de regular actividades que aseguren que se están cumpliendo como fueron planificadas y corrigiendo cualquier desviación significativa" (p. 654). (Robbins & Decenzo, 1996)

El control es el proceso que se encarga de revisar o supervisar que las acciones tomadas se encuentren dentro de lo establecido y en cumplimiento con las disposiciones que para ello se dictaron.

2.6.1. Método de control de calidad

Para medir el control de calidad se utilizará la técnica de una hoja de control de calidad en la cual se medirá el nivel de satisfacción del cliente porque es una herramienta que ayuda a definir con mayor identidad cualquier problemática o defecto que se puede presentar en el servicio.

Tabla 47. Hoja de control de calidad

HOJA DE CONTROL DE CALIDAD			
Nombre del inspector:			
Fecha:	Día	Mes	Año
Tipo de servicio			
Limpieza express			
Limpieza profunda			
Resultados			
PREGUNTAS: ¿Usted está de satisfecho con?:		Si	No
La atención del personal administrativo			
La atención del asesor de servicios			
Los horarios de los servicios de limpieza			
Limpieza de las habitaciones			
Limpieza de los Sanitarios			
Limpieza de los patios y terrazas			
Limpieza del Garaje			
Revisado por:		Firma	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Diagrama de Pareto.

Para cumplir con el método de control de calidad se seleccionó el Diagrama de Pareto, lo cual permitirá identificar y separar los problemas de los no prioritarios, en cuanto a la calidad de los servicios y defectos. En una situación de problemas en un negocio se considera que el 80% se genera por el 20% de las causas.

Para entender se realiza la aplicación de un ejemplo que a continuación se detalla:

Tabla 48. Diagrama de Pareto ingreso de datos

Ranking	Causa / Problema / Fenómeno	Datos recolectados	ID en Gráfico
7	Causa 1.- La atención del personal administrativo	11	P1
6	Causa 2.- La atención del Jefe de limpieza	12	P2
5	Causa 3.- Los horarios de limpieza	19	P3
1	Causa 4.- La limpieza de las habitaciones	43	P4
2	Causa 5.- La limpieza de los Sanitarios	33	P5
3	Causa 6.- La limpieza de los patios y terrazas	28	P6
4	Causa 7.- La limpieza de los garajes	28	P7

Fuente: Diagrama de Pareto

Elaborado por: La Autora

Tabla 49 Diagrama de Pareto cálculo de los datos.

	Posición real (Causas y datos ordenados)	Fr	Frecuencia acumulada	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1	Causa 1 La atención del personal administrativo	43	43	25%	25%
2	Causa 2 La atención del Jefe de limpieza	33	76	19%	44%
3	Causa 3 Los horarios de limpieza	28	104	16%	60%
4	Causa 4 La limpieza de las habitaciones	28	132	16%	76%
5	Causa 5 La limpieza de los Sanitarios	19	151	11%	87%
6	Causa 6 La limpieza de los patios y terrazas	12	163	7%	94%
7	Causa 7 La limpieza de los garajes	11	174	6%	100%

Fuente: Diagrama de Pareto

Elaborado por: La Autora

En las tablas anteriores se ingresan los datos recolectados de las hojas de control para a continuación realizar los cálculos y determinar la frecuencia acumulada y el porcentaje que representa cada problema y su correspondiente porcentaje acumulado, con esta información se procede a graficar el diagrama de Pareto.

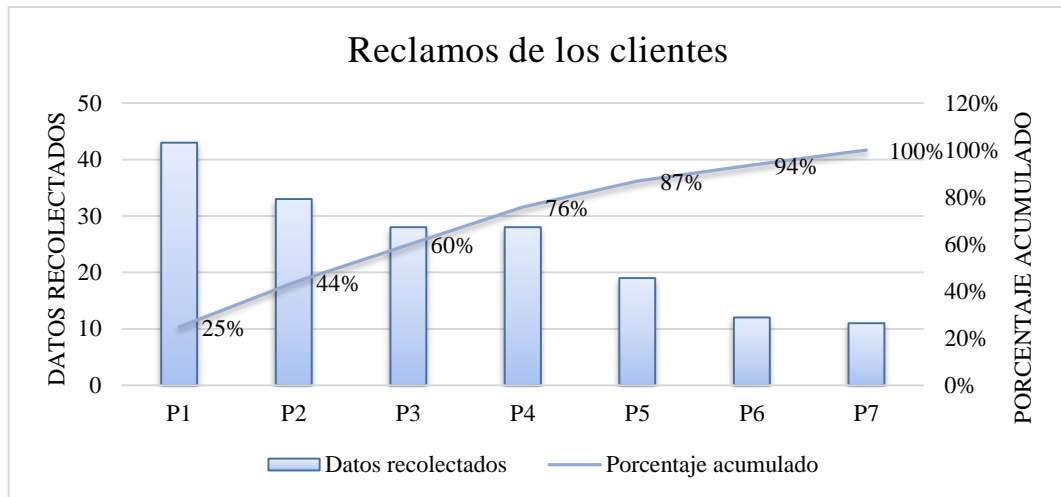


Figura 30 Quejas y Reclamos por los clientes
Fuente diagrama de Pareto
Elaborado por: La Autora

Una vez graficada la curva del 80 – 20 en la gráfica, se puede determinar que el 76% de los reclamos está concentrado en las primeras 4 causas, lo que indica que se debe realizar las acciones correspondientes para solucionar esos inconvenientes que serían de la atención por parte del personal administrativo y técnico, los horarios de limpieza en general de todas las áreas de las habitaciones. El otro porcentaje de las causas se puede realizar un nuevo análisis de Pareto y de esta forma se irá solucionando y mejorando la atención a los clientes.

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional.

En la legislación ecuatoriana en el Código de trabajo: Art. 434, Reglamento de higiene y seguridad enuncia lo siguiente: “En todo medio colectivo y permanente de trabajo que cuente con más de diez trabajadores. Los empleadores

están obligados a elaborar y someter a la aprobación del Ministerio de Relaciones Laborales por medio de la Dirección Regional del Trabajo, un reglamento de higiene y seguridad, el mismo que será renovado cada dos años”. (H. CONGRESO NACIONAL DEL ECUADOR, 2005)

“Si la empresa cuenta con 10 trabajadores o menos debe realizar un plan mínimo de prevención de riesgos. Dependiendo del tamaño de la empresa se deberán cumplir con diferentes responsabilidades estas están descritas en Mandatos legales Seguridad y Salud Acorde al tamaño de la empresa.” (EMPRESA, 2019)

Con este concepto podemos establecer que la empresa de servicios de limpieza cuenta con un total de 8 empleados por lo que se debe realizar un Plan mínimo de prevención de riesgos para de esta manera cumplir con los Normas legales de Seguridad y Salud ocupacional.

En el área de trabajo está expuesto a ciertos riesgos ya que se utilizan equipos eléctricos, por ello es indispensable tener buenas prácticas de seguridad ocupacional en la empresa, no solamente para minimizar los riesgos, sino para estar capacitado y actuar de manera efectiva ante cualquier evento de accidente, para ello hay que:

- Establecer los procedimientos e instructivos para una correcta aplicación de las normas.
- Capacitar al personal acerca de una correcta protección y normas de seguridad.
- Es importante destacar la importancia de la Seguridad y Salud Ocupacional y la prevención de accidentes dentro de la empresa para mejorar la eficiencia del personal.

Formato Modelo de Plan Mínimo de Prevención de Riesgos Laborales

El presente documento es un modelo de Plan Mínimo de Prevención de Riesgos Laborales que servirá de guía para la elaboración del mismo. Por favor tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- El presente modelo es aplicable para la gran mayoría de sectores laborales, los artículos e ítems presentados han sido obtenidos textualmente de diferentes cuerpos legales, revise y escoja los artículos e ítems que son aplicables a la realidad de su negocio.

- El punto de partida para elaborar el Plan Mínimo de Prevención de Riesgos es la Matriz de Riesgos Laborales MRL. Recuerde: Para elaborar un Plan Mínimo de Prevención de Riesgos, así como las diferentes matrices de riesgos laborales, es necesario contar plenos conocimientos de Seguridad y Salud Ocupacional y de los procesos laborales del centro de trabajo. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2020)

Base legal

Acuerdo Ministerial 220. Guía para elaboración de Reglamentos Internos de Seguridad y Salud en el Trabajo.

POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL DE GIBEL CLEAN SERVICE S.A.

GIBEL CLEAN SERVICE S.A., es una empresa dedicada a brindar servicios de limpieza en hogares, quien realiza un trabajo responsable especialmente para la industria de los servicios buscando la satisfacción de sus clientes y sus colaboradores, con puntualidad y calidad en la entrega de sus servicios.

Con este fin, la GIBEL CLEAN SERVICE S.A., se compromete a:

- Cumplir con la legislación vigente aplicable, así como con los compromisos adquiridos con las partes interesadas.
- Gestionar y prevenir los riesgos, laborales, de salud, ambientales y de calidad que se generan como parte de las actividades del trabajo ejecutado.
- Promover, la creación de una cultura basada en el compromiso con la seguridad, la salud y el ambiente, mediante la continua información y supervisión de las tareas propias de la ejecución de los trabajadores solicitados.
- Comunicar y promover la adopción de estos compromisos a sus colaboradores.
- Compromiso de optimizar los recursos económicos, técnicos, y humanos
- Mejora continua en seguridad, salud de los trabajadores
- Cumplir con la legislación vigente en Seguridad y Salud.

Gina Belén Molina Loor
Gerente General
GIBEL CLEAN SERVICE S.A.
C.I.: 1313648840

CAPÍTULO III

3. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Definir la estructura organizacional y de gestión para el desarrollo adecuado de las actividades describiendo las funciones del personal acorde a las necesidades de la empresa.

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1. Misión de la Empresa.

“GIBEL CLEAN SERVICE S.A.” es una empresa de servicios de limpieza, ubicada en el Cantón Santo Domingo, dedicada a la desinfección e higiene en los hogares, con personal altamente capacitado y técnico, equipos, tecnología innovadora y productos de alta calidad, para asegurar la satisfacción de nuestros clientes.

3.2.2. Visión de la Empresa

Ser líderes en los hogares de la ciudad de Santo Domingo, especializados por brindar servicios de limpieza con altos estándares de calidad, brindando confianza y ser reconocidos por nuestros clientes por nuestros altos valores de honestidad, seguridad y calidez.

3.2.3. Objetivos y estrategias

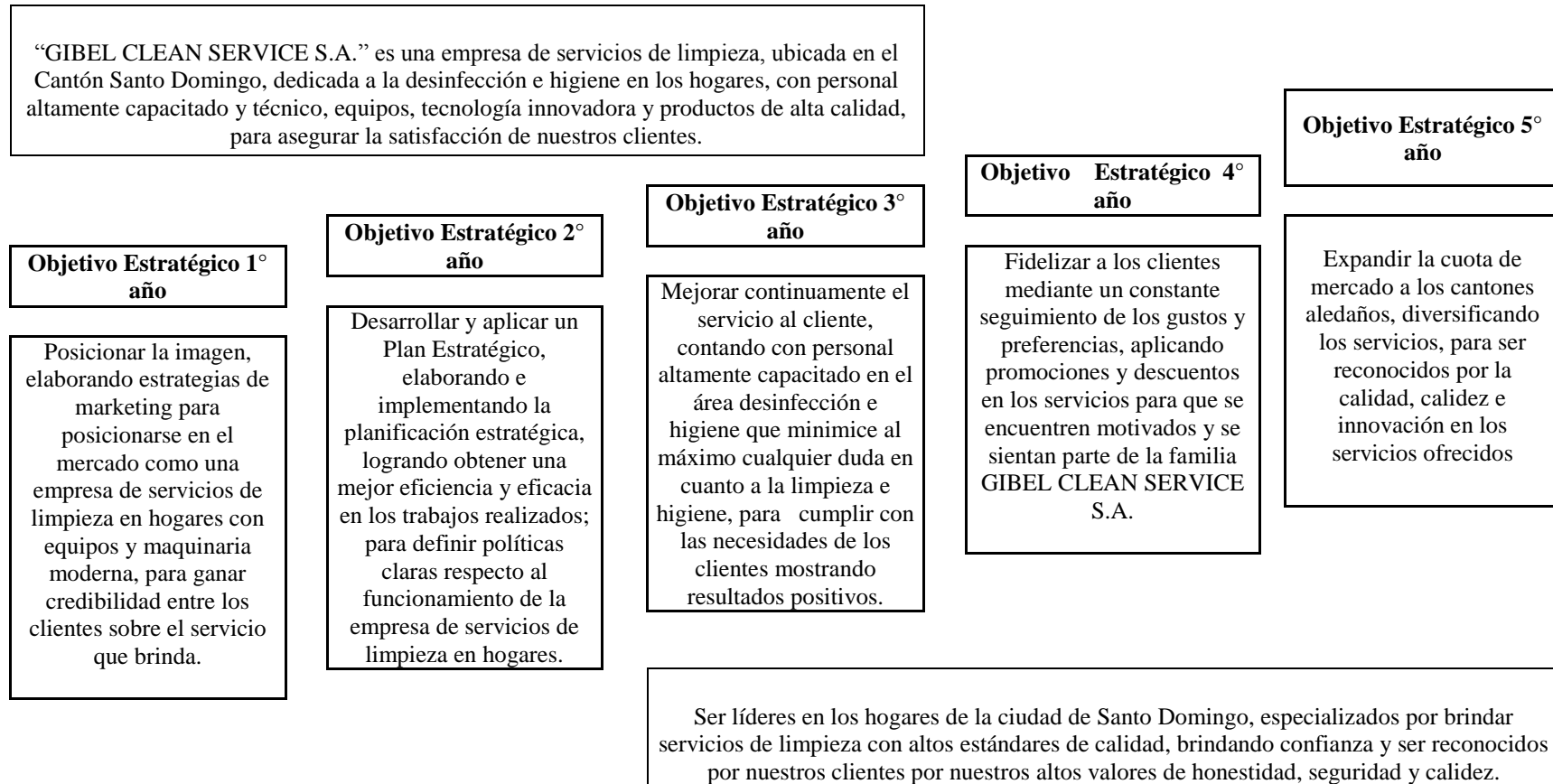


Figura 31 Mapa Estratégico
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

3.3.1. Organización Interna

“GIBEL CLEAN SERVICE S.A.” Organigrama Estructural

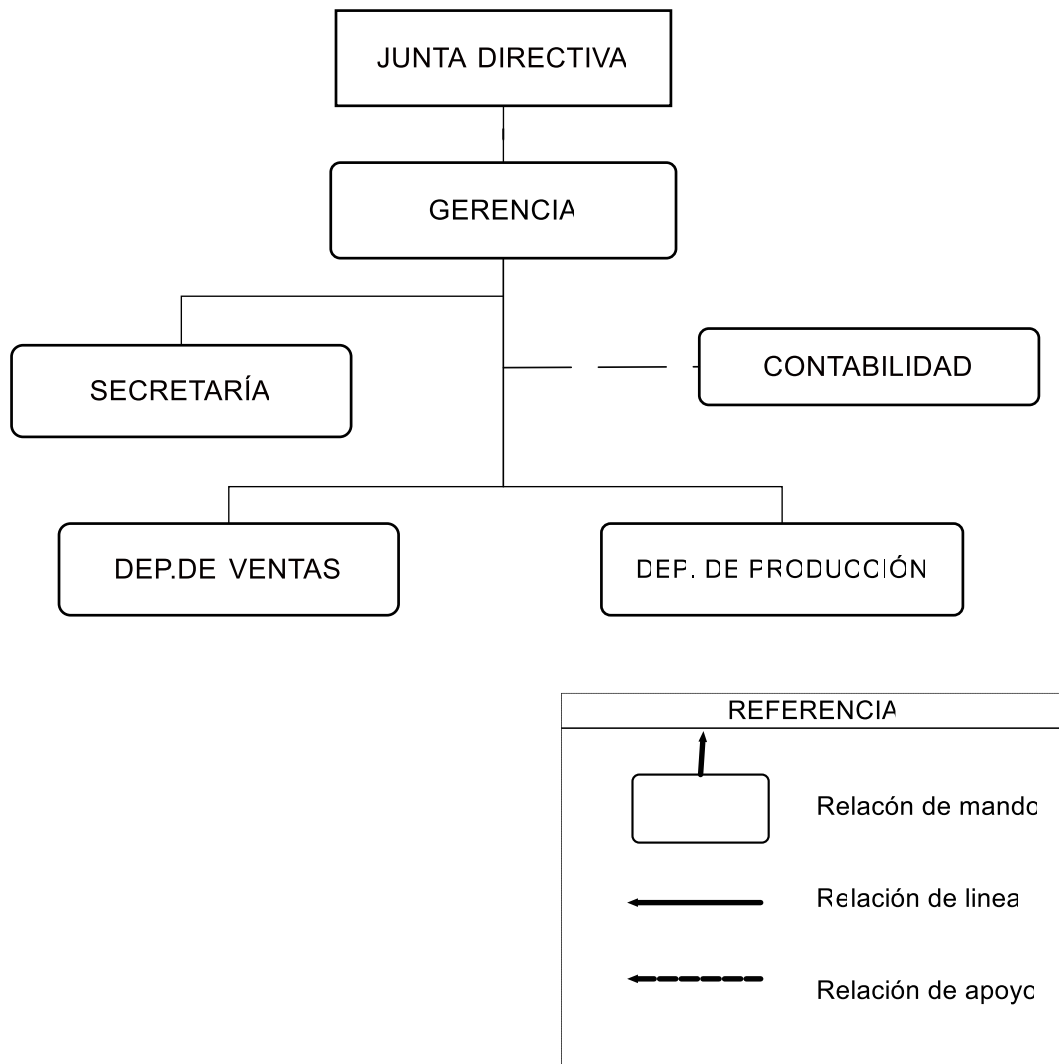


Figura 32 Organigrama estructural
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

**“GIBEL CLEAN SERVICE S.A.”
Organigrama Funcional**

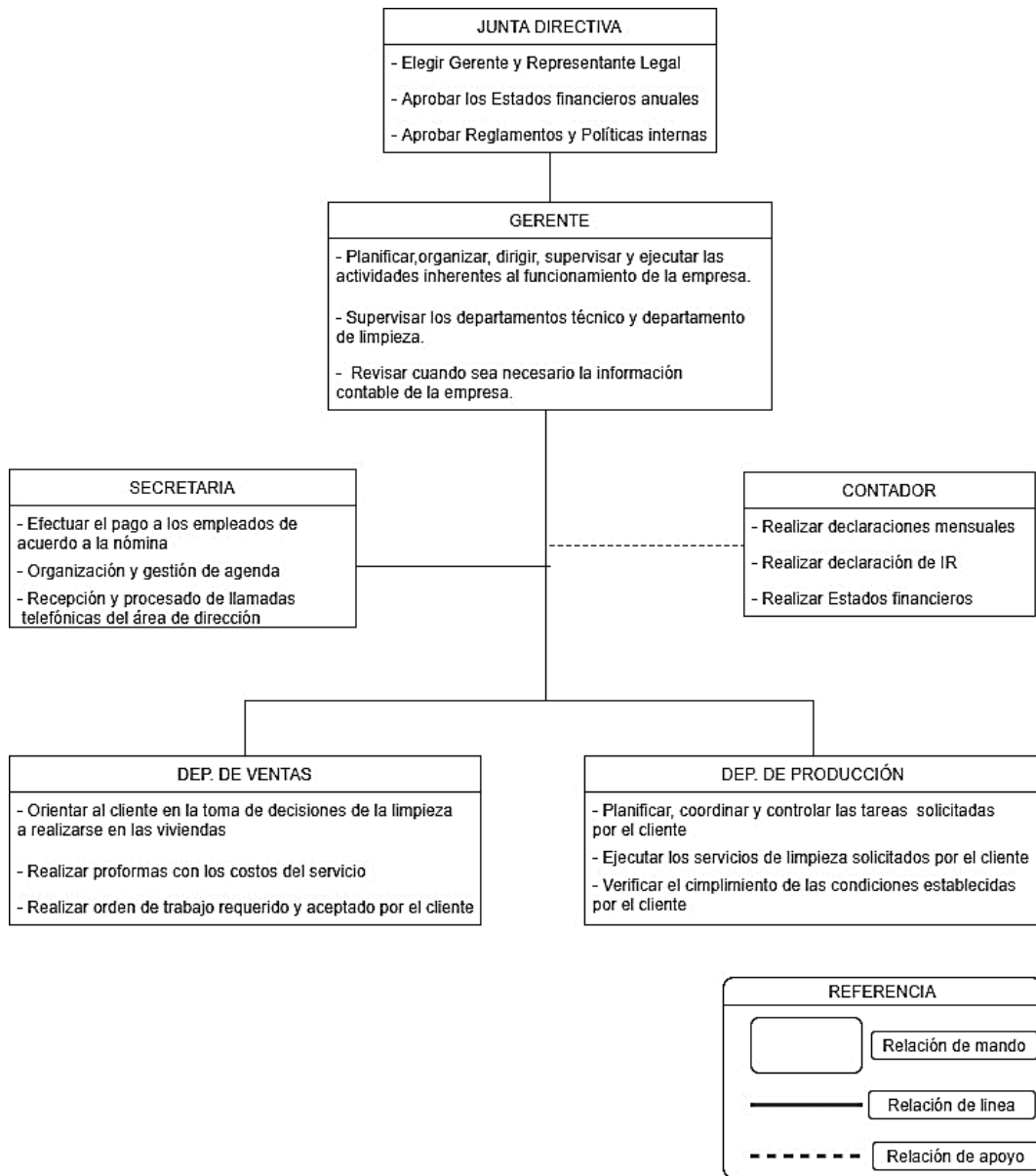


Figura 33 Organigrama Funcional
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: La Autora

3.3.2. Descripción de puestos.

Tabla 50 Descripción del cargo de Gerente General.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Cargo	Gerente General
Jefe inmediato superior	Junta Directiva
Supervisa a:	Jefe de Servicios de Limpieza, Operarios, Asistente de Gerencia
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Responsable de dirigir la empresa respetando la planificación, organización, dirección, y control de todas actividades de la empresa, con el propósito de garantizar su eficiencia e implementar técnicas estratégicas.	
III. FUNCIONES	
Ejecutar la Representación legal de la empresa tanto judicial como extrajudicialmente.	
Ampliar y puntualizar los objetivos de la organización y proyectar el crecimiento y desarrollo de la empresa a corto y largo plazo.	
Gestionar el progreso continuo organizacional, técnico y financiero.	
Avalar el cumplimiento a las normas, reglamentos, políticas públicas y reglamento interno.	
Examinar, calificar y vigilar periódicamente los resultados obtenidos en el desarrollo de las actividades en todas las áreas de la empresa de servicios de limpieza en hogares.	
Implantar excelentes relaciones laborales con entidades públicas, clientes, proveedores y trabajadores para mantener un buen funcionamiento de la empresa de servicios de limpieza en hogares.	
Tomar de decisiones en cuanto a medidas correctivas en todas las áreas de la empresa de servicios de limpieza en hogares.	
Negociar la adquisición de productos de limpieza con los proveedores.	
Atender y recomendar de los servicios que brinda de la empresa de servicios de limpieza en hogares.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Ingeniero/a Comercial, Economía, Administración de Empresa y otras carreras afines.
Experiencia	Experiencia de 2 años en cargos gerenciales similares.
Habilidades	Orientado al cambio y desarrollo de la organización Habilidades conceptuales Habilidades Técnicas Habilidades Humanas Liderazgo Alta motivación y dirección del personal Poseer espíritu competitivo y emprendedor Integridad moral y ética: Capacidad crítica y auto correctiva Trabajo en equipo
Formación	Conocimiento en servicios Conocimiento en Ventas

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla 51 Descripción del cargo del Jefe de Servicios de Limpieza.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Cargo	Jefe de Servicios de Limpieza
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a:	Operarios, Asistente de Gerencia.
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Planear las actividades del área técnica bajo su responsabilidad, coordinando y controlando el sistema de limpieza e higiene de las viviendas, a fin de garantizar un buen trabajo.	
III FUNCIONES	
Realizar el diagnóstico de fallas de limpieza y sugiere las respectivas correcciones a ejecutar.	
Orientar al cliente en la toma de decisiones de la limpieza a realizarse en las viviendas.	
Realizar proformas con los costos del servicio.	
Realizar orden de trabajo requerido y aceptado por el cliente.	
Planificar, coordinar y controlar las tareas solicitadas por el cliente.	
Designar el trabajo del personal a su cargo.	
Ayudar a ejecutar los trabajos solventando dudas que el personal operativo que no pueda resolver.	
Realizar la supervisión y control de los trabajos realizados por los operarios.	
Controlar el cumplimiento de normas y políticas de la empresa.	
Mantener el orden y limpieza en las instalaciones de la empresa.	
Llevar en orden registros y formularios de la organización.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Tecnólogo/a en Administración de Empresa y otras carreras afines
Experiencia	Experiencia de 2 años en cargos similares.
Habilidades	Orientado al cambio y desarrollo de la organización Habilidades conceptuales Habilidades Técnicas Habilidades Humanas Liderazgo Alta motivación y dirección del personal Poseer espíritu competitivo y emprendedor Integridad moral y ética: Capacidad crítica y auto correctiva Trabajo en equipo
Formación	Conocimiento en programas de limpieza e higiene. Conocimiento en el manejo de equipos y tecnologías de punta.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla 52 Descripción del cargo de Asistente de Gerencia.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Cargo	Asistente de Gerencia
Jefe inmediato superior	Gerente General, Jefe de Servicios de Limpieza.
Supervisa a:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Acudir directamente a la gerencia, su función es atender el teléfono, pasar las comunicaciones al personal estableciendo los canales de comunicación en todas las áreas de la organización, atender a los clientes brindando buena imagen de la empresa.	
III FUNCIONES	
Realizar las actividades encomendadas con ahínco y puntualidad.	
Recibir las órdenes de trabajo por parte del área operativa.	
Mantener reserva en todo lo que respectan a las actividades y negocios de la empresa.	
Llevar el control de los ingresos y gastos de la empresa.	
Verificar el cumplimiento de los proveedores respecto al despacho y precios de los insumos de limpieza.	
Informar a la gerencia de los compromisos y demás asuntos de la empresa.	
Recibir, redactar, enviar la correspondencia comercial y administrativa.	
Facturar y cobrar por los servicios prestados.	
Atender y organizar las llamadas telefónicas	
Mantener adecuadamente el archivo de la documentación de la empresa.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Tecnólogo/a en asistencia de Gerencia u otras carreras afines.
Experiencia	Experiencia de 2 años en cargos similares.
Habilidades	Autoestima positiva Personalidad equilibrada y proactiva Habilidades interpersonales Habilidad comunicativa y escucha activa Integridad moral y ética: Trabajo en equipo Capacidad de adaptación a los cambios. Capacidad de crear, innovar e implementar. Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades. Tacto y prudencia para manejar situaciones diversas. Espíritu de superación.
Formación	Contabilidad básica Técnicas de archivo Manejo de computación

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla 53 Descripción del cargo de Contador/a.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Cargo	Contador/a
Jefe inmediato superior	Gerente General
Supervisa a:	Asistente de Gerencia
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Es el encargado/a de organizar, resolver, e informar de las actividades económicas que realiza en la empresa en el mes ante los organismos de control tributario y societario.	
III FUNCIONES	
Realizar las declaraciones tributarias con puntualidad. Cancelar los valores tributarios de IVA, IRF Revisar y validar la información de ingresos y egresos de la empresa. Presentar los formularios de Anexos a los organismos de Control Presentar los formularios de pago de 13er sueldo 14to sueldo al Ministerio de Relaciones Laborales Mantener adecuadamente de la documentación contable de la empresa.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título profesional	Ingeniero/a en Contabilidad y Auditoría.
Experiencia	Experiencia de 2 años en cargos similares.
Habilidades	Autoestima positiva Personalidad equilibrada y proactiva Habilidades Técnicas Habilidades interpersonales Habilidad comunicativa y escucha activa Integridad moral y ética: Trabajo en equipo Capacidad de crear, innovar e implementar. Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades Tacto y prudencia para manejar situaciones diversas.
Formación	Conocimientos actualizados de reformas tributarias y afines.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Tabla 54 Descripción del cargo de Operador de Limpieza.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
Cargo	Operarios
Jefe inmediato superior	Jefe de Servicios de Limpieza
Supervisa a:	Ninguno
II. NATURALEZA DEL PUESTO	
Encargado de realizar la limpieza e higiene en las viviendas a fin de garantizar un trabajo de excelencia y confiable.	
III FUNCIONES	
Limpiar suelos, muebles y cristales. Generalmente esto se basa en barrer, fregar, quitar el polvo, entre otros. Pasar la aspiradora. Pasar la barredora eléctrica. Mantenimiento de equipos. Informar de los problemas detectados en el trabajo. Mantener en orden su herramientas y limpio su puesto de trabajo.	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:	
Título no profesional	Bachiller
Experiencia	Experiencia de 1 año de actividades similares.
Habilidades	Autonomía y buen desempeño en su trabajo Cumplimiento y Responsabilidad de las tareas asignadas. Sigue instrucciones en el trabajo. Habilidades operativas Habilidades interpersonales Trabajo en equipo Atención y concentración. Seguridad, seriedad y confianza. Respeto a las normas técnicas.
Formación	Conocimientos en servicios y atención al cliente. Conocimiento operación de equipos y herramientas.

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

3.4. CONTROL DE GESTIÓN

3.4.1. Indicadores de gestión.

Los Indicadores son herramientas de gestión que permiten determinar el grado de cumplimiento de las estrategias que se han planteado. Puede presentarse en forma cuantitativa o cualitativa.

Tabla 55 Indicadores de Gestión

ÁREAS	INDICADORES	TIEMPO	RESPONSABLE	METAS
GERENCIA	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de capacitaciones realizadas}}{\text{N}^\circ \text{ de capacitaciones Programadas}} \times 100$	Anual	Gerente	95%
	$\frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$	Trimestral	Gerente	25%
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ clientes satisfechos}}{\text{N}^\circ \text{ clientes encuestados}} \times 100$	Mensual	Gerente	98%
VENTAS	$\frac{\text{Ventas reales de servicios}}{\text{Presupuesto de ventas}} \times 100$	Mensual	Jefe de Limpieza	95%
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de clientes nuevos}}{\text{N}^\circ \text{ de clientes totales}} \times 100$	Mensual	Jefe de Limpieza	20%
	$\frac{\text{Ventas año actual}}{\text{Ventas año anterior}} \times 100$	Anual	Jefe de Limpieza	5%
PRODUCCIÓN	$\frac{\text{N}^\circ \text{ Servicios efectuados}}{\text{N}^\circ \text{ de operarios}} \times 100$	Mensual	Operarios	98%
	$\frac{\text{Tiempo real X limpieza}}{\text{Tiempo estimado X limpieza}} \times 100$	Mensual	Operarios	95%
	$\frac{\text{N}^\circ \text{ Limpiezas ejecutadas}}{\text{N}^\circ \text{ Limpiezas solicitadas}} \times 100$	Mensual	Operarios	95%

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

NECESIDADES DE PERSONAL

Tabla 56 Necesidades de personal

Año	Gerente	Jefe de Servicios de Limpieza	Asistente de Gerencia	Operarios
1	1	1	1	6
2	1	1	1	6
3	1	1	1	6
4	1	1	1	6
5	1	1	1	6

Fuente: Investigación Propia.

Elaborado por: La Autora

Durante los 5 periodos no habrá variación en la necesidad del personal. El personal operativo está dentro de la capacidad de producción que se proyecta para los primeros cinco años de operaciones, por lo tanto, no se aumentará el número de operarios cada año.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

4.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

Establecer la forma jurídica apropiada que permita la legalización de la empresa para el correcto funcionamiento e identidad de la compañía.

4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La formalización de un negocio se lo realiza mediante varios procesos ante los organismos del Estado que determinan la Constitución Jurídica de la misma con el propósito de cumplir obligaciones societaria y principalmente tributarias, mediante las cuales la organización tendrá existencia legal.

La empresa se la constituirá con el nombre de “GIBEL CLEAN SERVICE S.A.”, donde se ofrecerán los servicios de Limpieza y desinfección garantizando con equipos, personal adecuado y capacitado, donde se brindará además un asesoramiento integral de saneamiento sanitario para minimizar las probabilidades de infección y contagio del virus COVID 19, en la población del Cantón Santo Domingo.

La Sociedad Anónima está regulada a partir del Art. 143 de la Ley de Compañías donde indica que:

SOCIEDAD ANÓNIMA

Concepto.- La sociedad anónima es una compañía cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente hasta el monto de sus acciones. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de compañía anónima o sociedad anónima, o las correspondientes siglas.

Naturaleza.- Para efectos fiscales y tributarios esta compañía es una sociedad de capital.

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

Socios.- La sociedad anónima requiere al menos de dos accionistas al momento de su constitución. En aquellas en que participen instituciones de derecho público o derecho privado con finalidad social, podrán constituirse o subsistir con un solo accionista.

Puede continuar funcionando con un solo accionista, sin que por ello incurra en causal de disolución.

Responsabilidad.- Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones.

Constitución.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previa Resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción.

Capital.- Está integrado con los aportes de los accionistas. Debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante Notario Público y pagado por lo menos el veinte y cinco de cada acción y el saldo pagado en un máximo de dos años.

Capital autorizado.- La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. No podrá exceder del doble del capital suscrito. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

Capital mínimo.- El monto mínimo de capital, será el que determine la Superintendencia de Compañías. (800,00 USD actualmente). El capital de las compañías debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.

Acciones

Aportaciones.- Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en éste último caso, consistir en bienes muebles e inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía.

Aportaciones en especie.- En los casos en que la aportación no fuere en numerario, en la escritura se hará constar el bien en que consista tal aportación, su valor y la transferencia de dominio que del mismo se haga a la compañía, así como las acciones a cambio de las especies aportadas.

Los bienes aportados serán avaluados y los informes, debidamente fundamentados, se incorporarán al contrato.

En la constitución sucesiva los avalúos serán hechos por peritos designados por los promotores. Cuando se decida aceptar aportes en especie será indispensable contar con la mayoría de accionistas.

En la constitución simultánea las especies aportadas serán evaluadas por los fundadores o por los peritos por ellos designados. Los fundadores responderán solidariamente frente a la compañía y con relación a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

En la designación de los peritos y en la aprobación de los avalúos no podrán tomar parte los aportantes.

Estas disposiciones, relativas a la verificación del aporte que no consista en numerario, no son aplicables cuando la compañía esté formada solo por los propietarios de ese aporte.

Características de las acciones.- Las acciones serán nominativas.

- La compañía no puede emitir títulos definitivos de las acciones que no estén totalmente pagadas.
- Las acciones cuyo valor ha sido totalmente pagado se llaman liberadas.
- El derecho de negociar las acciones libremente no admite limitaciones.
- Acciones ordinarias o preferidas
- Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto.
- Las acciones ordinarias confieren todos los derechos fundamentales que en la ley se reconoce a los accionistas.
- Las acciones preferidas no tendrán derecho a voto, pero podrán conferir derechos especiales en cuanto al pago de dividendos y en la liquidación de la compañía.

Adquisición de acciones por la propia compañía.- La compañía anónima puede adquirir sus propias acciones por decisión de la junta general, en cuyo caso empleará en tal operación únicamente fondos tomados de las utilidades líquidas y siempre que las acciones estén liberadas en su totalidad.

Transferencia de la propiedad de las acciones.- La propiedad de las acciones se transfiere mediante nota de cesión firmada por quien la transfiere o la persona o casa de valores que lo represente. La cesión deberá hacerse constar en el título correspondiente o en una hoja adherida al mismo; sin embargo, para los títulos que estuvieren entregados en custodia en un depósito centralizado de compensación y liquidación, la cesión podrá hacerse de conformidad con los mecanismos que se establezcan para tales depósitos centralizados.

Inscripción de la transferencia de acciones.- La transferencia del dominio de acciones no surtirá efecto contra la compañía ni contra terceros, sino desde la fecha de su inscripción en el libro de Acciones y Accionistas.

Esta inscripción se efectuará válidamente con la sola firma del representante legal de la compañía, a la presentación y entrega de una comunicación firmada conjuntamente por cedente y cesionario; o de comunicaciones separadas suscritas por cada uno de ellos, que den a conocer la transferencia; o del título objeto de la cesión. Dichas comunicaciones o el título, según fuere del caso, se archivarán en la compañía. De haberse optado por la presentación y entrega del título objeto de la cesión, éste será anulado y en su lugar se emitirá un nuevo título a nombre del adquirente.

La Ley de Compañías prohíbe establecer requisitos o formalidades para la transferencia de acciones, que no estuvieren expresamente señalados en la ley, y cualquier estipulación estatutaria o contractual que los establezca no tendrá valor alguno.

Percepción de utilidades.- El certificado provisional y las acciones darán derecho al titular o accionistas a percibir dividendos en proporción a la parte pagada del capital suscrito a la fecha del balance.

Obligaciones.- Las Compañías Anónimas pueden emitir obligaciones, esto es, títulos valor que crean una obligación a cargo de la compañía emisora.

Las obligaciones son v alores de corto, mediano y largo plazo, emitidas por compañías anónimas que reconocen o crean una deuda a cargo de las mismas; se encuentran inscritas en el Registro del Mercado de Valores y están representadas por títulos impresos en papel de seguridad, en serie, con numeración continua y sucesiva o anotaciones en cuenta.

Administración

Junta General.- La Junta General formada por los accionistas legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Junta General de Accionistas.- En nuestra legislación y de conformidad con nuestra Ley de Compañías, Art. 230, la Junta General formada por los accionistas, legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía.

Atribuciones de la Junta General de Accionistas.- El Art. 231 de la Ley de Compañías establece que la Junta General tiene poderes para resolver todos los asuntos relativos a los negocios sociales y para tomar las decisiones que juzgue convenientes en defensa de la compañía.

Competencia de la junta general:

- a.** Nombrar y remover a los miembros de los organismos administrativos de la compañía, comisarios, o cualquier otro personero o funcionario cuyo cargo hubiere sido creado por el estatuto, y designar o remover a los administradores, si en el estatuto no se confiere esta facultad a otro organismo.
- b.** Conocer anualmente las cuentas, el b alance, los informes que le presentaren los administradores o directores y los comisarios acerca de los negocios sociales y dictar la resolución correspondiente. Igualmente conocerá los informes de auditoría ex terna en los casos que proceda. No podrán aprobarse

ni el balance ni las cuentas si no hubiesen sido precedidos por el informe de los comisarios.

- c. Fijar la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo o funcionario.
- d. Resolver acerca de la distribución de los beneficios sociales;
- e. Resolver acerca de la emisión de las partes beneficiarias y de las obligaciones,
- f. Resolver acerca de la amortización de las acciones,
- g. Acordar todas las modificaciones al contrato social; y,
- h. Resolver acerca de la fusión, transformación, escisión, disolución y liquidación de la compañía, nombrar liquidadores, fijar el procedimiento para la liquidación, la retribución de los liquidadores y considerarlas cuentas de liquidación.

Clases de juntas generales.-Las Juntas Generales de Accionistas son ordinarias o extraordinarias; adicionalmente pueden constituirse éstas como universales si concurre la totalidad del capital pagado.

Junta Ordinaria.- El Art. 234 de la Ley de Compañías establece que las juntas generales ordinarias se reunirá n por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para conocer anualmente las cuentas, el balance los informes de administradores, directores y los comisarios, igualmente conocerá de los informes de auditoría externa. Adicionalmente resolverá acerca de la distribución de los beneficios sociales y fijará la retribución de los comisarios, administradores e integrantes de los organismos de administración y fiscalización, cuando no estuviere determinada en los estatutos o su señalamiento no corresponda a otro organismo, y cualquier otro asunto del día, de acuerdo con la convocatoria.

La Junta General Ordinaria podrá deliberar sobre la suspensión y remoción de los administradores y más miembros de los organismos de administración creados por el estatuto, aun cuando el asunto no figure en el orden del día.

Junta Extraordinaria de Accionistas.- El Art. 238 de la Ley de Compañías establece como juntas extraordinarias aquellas que se reúnen en cualquier época, en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Junta Universal de Accionistas.- El Art. 238 de la Ley de Compañías establece que la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado, y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la Junta. Este tipo de Junta General es denominada Universal, por contar con la presencia de todo el capital pagado, y no requiere de una convocatoria por la prensa para su validez.

“Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente.” (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2018).

Según la Superintendencia de Compañías del Ecuador, la constitución de una empresa debe quedar registrada mediante escritura pública mediante el proceso simplificado de constitución electrónica utiliza un programa que permite procesar la información ingresada por los usuarios con la finalidad de generar el contrato de compañía, nombramientos de Representantes Legales, inscripción en el Registro Mercantil, obtención del Registro Único de Contribuyentes.

“Dicha información debe consignarse en formularios y para acceder a este servicio es necesario que previamente se REGISTRE en el portal web de la

Superintendencia de Compañías y Valores, en caso que el usuario no tenga sus datos ingresados” (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2018)

Para registrarse se debe ingresar los datos solicitados por el sistema; y, contar con los documentos necesarios para realizar el proceso simplificado de constitución electrónica.

“Los socios podrán escoger al Notario de su preferencia para presentar la documentación requerida. El Notario revisará la solicitud de creación de la compañía donde aprobará o rechazará la solicitud, una vez aprobada la misma, el Notario asignará fecha y hora donde deberá descargar e imprimir la Matriz preparada por el sistema, la que deberá ser suscrita por los socios con sus firmas autógrafas. Luego de ello, el Notario procederá a desmaterializar el documento, agregará su Firma Electrónica Avanzada en el formulario respectivo.” (Superintendencia de Compañías Valores y Seguros, 2018).

A continuación se detallará el proceso para la constitución de la sociedad:

Reserva un nombre.- Una vez que tenga elegido el Nombre de tu Empresa debes acudir a la Superintendencia de Compañías. Ahí mismo revisarán que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que has pensado para la tuya.

Elaborar los estatutos.- Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

Abrir una “cuenta de integración de capital”.- Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima.
- Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.
- 2 Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.
- Después debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

Elevar a escritura pública.- Debe ir a cualquier notario Público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

Aprobación del estatuto.- Debe llevar también la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

Publicación en el diario.- La Superintendencia de Compañías te va a entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea de tu agrado.

Obtener los permisos municipales.- Debe ir al Municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, donde deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

Inscripción de la compañía en el Registro Mercantil.- Con toda la documentación anterior, debe ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

Realizar la Junta General de Accionistas.- Debe realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

Obtener los documentos habilitantes.- Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregará los documentos para abrir el RUC de la empresa.

Inscribe el nombramiento del representante.- Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

Obtener el RUC.- El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.

- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

Obtención la carta para el banco.- Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías entregarán una carta dirigida al banco donde abrió la cuenta, para que puedan disponer del valor depositado.

4.3. PATENTES Y MARCAS

Para el registrar la patente y marca del nuevo empresa GIBEL CLEAN SERVICE S.A., se debe realizar un proceso en el organismo que proeje la propiedad intelectual como es el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales antes (IEPI), el mismo que tiene un costo de \$208,00 dólares americanos, este trámite se lo realiza online ingresando al portal web del SENADI.

El Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, SENADI, con el afán de mejorar el acceso a sus servicios, pone a disposición de todos los usuarios y ciudadanía en general, la implementación de su nuevo servicio en línea. (Anexo 6)

A continuación, una guía para su acceso correcto.

- Ingresar a la página web institucional www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccionar el botón de SENADI en Línea de la página principal.
- Si ya cuenta con casillero registrado en el SENADI, ingresar a la opción:
- Iniciar Sesión Mi Casillero Virtual

Se desplegará un formulario que debe completar con el usuario y contraseña que haya establecido cuando generó su casillero en SENADI (Ex IEPI).

En caso de no contar con un casillero de SENADI, ir desde el menú a la opción:

- Crear Cuenta en Mi Casillero Virtual.

Se desplegará el siguiente formulario:

- Llenar la Solicitud del Casillero Virtual con los datos requeridos. Al momento de Ingresar su información cumpla con todos los campos obligatorios.
- Se recibirá un mensaje a través del correo electrónico registrado en su solicitud, con el usuario y contraseña para acceder al sistema.

Retornar a la página web institucional del SENADI www.derechosintelectuales.gob.ec.

- Ir a la opción de Servicios en Línea.
- Ingresar a la opción Iniciar Sesión Mi Casillero Virtual
- Introducir el usuario y contraseña recibidos en el mensaje de correo antes mencionado.

La primera vez que ingrese al sistema Casillero Virtual se solicitará cambiar su contraseña como acción de seguridad. Luego de esta acción, usted ha creado un casillero virtual, por lo que, puede ya cerrar la aplicación. Recuerde que en este casillero recibirá todas las notificaciones generadas por los trámites ingresados.

- Ingresar nuevamente a la pestaña Solicitudes en Línea, del menú lateral ubicado a la parte izquierda del portal.
- Introducir el usuario y contraseña que usted registró y obtuvo de la aplicación de Casilleros Virtuales.
- Seleccionar el tipo de solicitud que desea ingresar
- Ingresar la información requerida considerando los campos obligatorios.

Toda la información a registrar debe ser clara y bajo los formatos establecidos en el formulario. Recuerde que la información ingresada por usted es la que será registrada en su trámite, si requiere un cambio de datos por alguna razón deberá hacerlo como un trámite de alcance o modificación al registro.

- Una vez completa la información, generar la vista previa de la solicitud.

- Si no existen cambios u observaciones a la solicitud, ingresar nuevamente a la misma con el botón de Editar y Generar Comprobante de Pago.
- Imprimir el comprobante de pago y acercarse a cualquier agencia del Banco del Pacífico para realizar el pago por el servicio.
- Una vez realizado el pago, ingresar nuevamente al módulo de Solicitudes en Línea.
- Identificar en la parte inferior la solicitud guardada y seleccionar el botón Iniciar Proceso.
- Ingresar el número de Depósito/Comprobante/CUR que se encuentra registrado en el comprobante de pago.
- Escanear el comprobante de pago o el registro de pago correspondiente, y adjuntarlo en formato PDF.
- Seleccionar aceptar.

Considere que una vez que usted inicia el proceso, el sistema automáticamente le asignará un número de trámite (Expediente) y otorgará la fecha y hora de recepción del mismo. (Esto se considerará para la prioridad del trámite), por lo que, deberá verificar la consistencia de dichos datos. www.derechosintelectuales.gob.ec (SENADI, 2019)

Las solicitudes generadas no requerirán la entrega física en las ventanillas del SENADI, a no ser que se requiera ingresar documentación que no pudo ser adjuntada al trámite en línea. Mientras que, para las solicitudes correspondientes a Búsquedas fonéticas es obligatorio entregar la solicitud en las ventanillas de Recepción de Documentos del SENADI.

Se podrá verificar el estado de la solicitud remitida en la parte inferior de su buzón electrónico, al ingresar a la opción Solicitudes en Línea del portal www.derechosintelectuales.gob.ec (SENADI, 2019).

4.4. LICENCIAS NECESARIAS PARA FUNCIONAR Y DOCUMENTOS LEGALES

4.4.1. Requisitos para la aprobación del reglamento de seguridad y salud.

“El formato del Reglamento Interno de Seguridad y Salud está descrito en el Acuerdo ministerial 220 R.O. 083 del 17 de agosto de 2005.

- Matriz de Identificación y Ponderación: resultado del examen inicial o diagnóstico de riesgos.
- Matriz de medidas preventivas
- Registro del responsable de prevención de riesgos laborales de la empresa
- Conformación e inscripción del comité, subcomité y/o delegado de Seguridad y Salud según la estructura y tamaño de la empresa.
- Registro de profesional de Seguridad y Salud responsable técnico de la elaboración del Reglamento.” (Trabajo, 2015)

4.4.1.1. Documentos habilitantes o necesarios para la aprobación del reglamento:

- Solicitud dirigida al Director Regional del Trabajo, requiriendo la aprobación. Auspiciada por un abogado.
- Tres ejemplares del proyecto de Reglamento.
- Hoja de datos generales de la empresa.
- Resultado del examen inicial de riesgos de la empresa.
- Nombramiento del Gerente, registrado en el Registro Mercantil o su matrícula de comercio.
- Certificación de aportes del IESS al día.
- Registro único de contribuyentes- RUC actualizado.
- Fotocopias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación. (Trabajo, 2015)

4.4.2. Patentes y permisos del GAD del Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.

Para la determinación de los requisitos y documentos necesarios para obtener la patente municipal se observa la base legal sobre la cual el GAD Santo Domingo, establece dichos requerimientos:

Personas jurídicas

- Declaración del impuesto a la renta y presentado a la superintendencia de compañía
- No adeudar al GADMSD
- Formulario de patente, describiendo el número de teléfono y correo electrónico
- Informe de uso de suelo
- Copia del RUC
- Formulario 1.5 por mil sobre los activos totales (persona natural obligada a llevar contabilidad y personas jurídicas)

Proceso para solicitar la patente.

Ingresar a la página web del municipio de Santo Domingo.

<https://online.santodomingo.gob.ec/>

Crear un usuario dentro de esta página.

Solicitar por medio de esta página el uso del suelo.

Pagar el uso de suelo con tarjetas de crédito dentro de esta misma página.

Acudir al municipio de forma presencial y coger un turno con la letra P, que es exclusivamente para patentes.

Trámite finalizado.

4.4.3. Permiso de funcionamiento otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos Cantón Santo Domingo, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.

Permisos

El permiso del Cuerpo de Bomberos es un requisito fundamental a la hora de sacar la patente municipal.

Proceso

El permiso debe hacerse la gestión a través de la página web del Cuerpo de Bomberos en el apartado que dice auto inspección. Con esto, el trámite que antes demoraba de una a dos semanas, ahora demora aproximadamente 30 minutos.

La obtención es gratuita, lo que tiene costo es la especie, 3 dólares y el permiso se retira en la estación del Cuerpo de Bomberos, ubicada en la Santa Martha. Andrade.

Seguridades mínimas

Las exigencias van a depender del tipo de negocio, de los metros cuadrados, del aforo de personas y aforo de gente que trabaja en el lugar, ahí se determina qué seguridades debe tener. Pero por lo general se pide mínimo un extintor y señalética de seguridad

Para obtener la tasa de servicio contra incendios otorgada Benemérito Cuerpo de Bomberos, comúnmente conocida como permiso de funcionamiento de Bomberos, las personas jurídicas incluyendo las organizaciones sociales deben presentar los siguientes requisitos:

- Si el trámite lo realiza personalmente quien es representante legal de la organización, debe presentar copia de cédula de identidad. En el caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con copia de cédula de quien autoriza y de la persona autorizada.
- Copia completa y actualizada del Registro Único de Contribuyentes (RUC) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
- En caso de ser persona jurídica se debe adjuntar copia del Nombramiento vigente de la persona que es Representante Legal.
- Copia de Consulta de Uso de Suelo otorgada por el GAD Municipal del Cantón Santo Domingo.
- Copia del último pago del Impuesto Predial con la dirección del establecimiento.
- Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.

- En caso de realizar venta de reparación de armas se debe adjuntar autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas

Luego de presentar estos requisitos en los Centros de Atención al Usuario del Benemérito Cuerpo de Bomberos del Cantón Santo Domingo, se recibe una orden de pago con la cual se puede cancelar en la oficina de recaudación. El valor a pagar varía en función del tipo de organización por lo que se debe consultar directamente a la entidad. Una vez realizado el pago, se debe presentar el comprobante en uno de los Centros de Atención al Usuario para que elaboren la Tasa de Servicio Contra Incendio correspondiente. (Cuerpo de Bomberos Santo Domingo, 2020).

**LEY DE COMERCIALIZACIÓN Y EMPLEO DE PLAGUICIDAS Y
PRODUCTOS AFINES
TITULO V
DE LA ROTULACIÓN Y PUBLICIDAD DE LOS PLAGUICIDAS**

Art. 19.- Los plaguicidas o productos afines de uso agrícola para su venta al público deberán expendirse únicamente en envases originales de fábrica o producidos localmente por los importadores, formuladores, fabricantes o distribuidores autorizados, debiendo llevar una etiqueta cuyos requisitos serán fijados por el respectivo Reglamento.

Art. 20.- Ninguna etiqueta, folleto o anuncio de propaganda relacionada con plaguicidas o productos afines contendrá términos que indiquen ser recomendados por cualquier dependencia del Ministerio de Agricultura y Ganadería; siendo prohibido hacer aseveraciones que induzcan a creer en la eficacia de un determinado producto para el control de pestes contra las cuales no haya sido adecuadamente ensayado y registrado. El Ministerio de Agricultura y Ganadería podrá decomisar o prohibir el uso de etiquetas, folletos o propaganda que no estén de acuerdo a las disposiciones de esta Ley y su reglamento, sin

perjuicio de las demás sanciones que correspondan a los responsables de la infracción.

TITULO VI

DEL EXPENDIO, USO, APLICACIÓN, MANEJO DE PLAGUICIDAS Y PRODUCTOS AFINES Y PROTECCIÓN DE OPERARIOS

Art. 21.- Los plaguicidas o productos afines se venderán al por mayor o al por menor para los fines indicados en su registro, únicamente en establecimientos autorizados para el efecto, cuyos propietarios permitirán y facilitarán las inspecciones de rigor por parte de los funcionarios del Ministerio de Agricultura y Ganadería debidamente identificados y autorizados. Estos establecimientos deberán contar con el asesoramiento de un Ingeniero Agrónomo en libre ejercicio profesional, debidamente colegiado, que responderá solidariamente con el dueño del establecimiento en el caso de adulteración, conservación o transporte inadecuados de los plaguicidas y productos afines que se venden.

Art. 22.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería recomendará el uso de plaguicidas y productos afines cuando no existan enemigos naturales de las plagas a controlar o cuando su población sea muy baja y de acción poco significativa, propendiéndose a la utilización de productos biodegradables.

Art. 23.- Prohíben se las aplicaciones aéreas en las que se utilicen plaguicidas y productos afines extremadamente tóxicos o peligrosos para el hombre, animales o cultivos agrícolas, aun cuando se usen en baja concentración en concordancia con lo dispuesto en la Ley y su reglamento.

Art. 24.- Será responsabilidad del empleador, velar por la salud y seguridad del personal que participe en alguna forma en el manejo de plaguicidas y productos afines de conformidad con las disposiciones de la Ley y su reglamento. (trabajo, 2004)

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

Realizar un estudio financiero estableciendo los niveles de inversión necesarios para la puesta en marcha de la empresa.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

El plan de inversiones está determinado mediante los activos tangibles que es la representación física que tiene la compañía para un periodo largo que le permitirá el funcionamiento y regulación del servicio que desarrolla la empresa de acuerdo a su uso y su vida útil. (Gitman, 2007).

En la siguiente tabla se detalla todos los componentes que constituirán los activos de la que serán parte de la inversión inicial de la compañía GIBEL CLEAN SERVICE S.A., con los respectivos gastos de constitución, que son los que se efectúan para obtener la personería jurídica, patentes y permisos locales, y todo lo relacionado a la inversión y puesta en marcha del proyecto.

Tabla 57 Plan de inversiones

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Total USD	TOTALES USD
	ACTIVOS FIJOS			44.055,00
	Muebles y enseres		3.150,00	
2	Escritorios para oficina	240,00	480,00	
1	Escritorio de recepción	550,00	550,00	
1	Mesa para reuniones	450,00	450,00	
3	Sillas para oficina	160,00	480,00	
3	Archivador	140,00	420,00	
4	Dispensador de agua	60,00	240,00	
1	Dispensador jabón liquido	20,00	20,00	
6	sillas giratorias	60,00	360,00	
1	Sofá	150,00	150,00	
	Equipo de Oficina		982,00	
1	Teléfono inalámbrico	50,00	50,00	
1	Cámaras de seguridad	896,00	896,00	
1	TPLINK Inalámbrico	36,00	36,00	
	Maquinaria y equipos		21.328,00	
8	Aspiradoras	799,00	6.392,00	
8	Barredoras Eléctricas	699,00	5.592,00	
8	Pulidoras de piso	499,00	3.992,00	
8	Lavadoras de alfombras	499,00	3.992,00	
8	Ozonificador de aire	170,00	1.360,00	
	Mobiliario para la producción		400,00	
4	Anaqueles para almacenamiento	100,00	400,00	
	Vehículos		15.000,00	
1	Camioneta Doble cabina	15.000,00	15.000,00	
	Equipos de computación		3.195,00	
3	Computadora de escritorio	875,00	2.625,00	
1	Impresora	345,00	345,00	
3	UPS protección equipos	75,00	225,00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN			2.700,00
1	Gastos de constitución	1.200,00	1.200,00	
1	Gasto de Instalación	1.000,00	1.000,00	
1	Patentes y Permisos de funcionamiento	500,00	500,00	

Cantidad	Descripción	Valor unitario USD	Total USD	TOTALES USD
	CAPITAL DE TRABAJO			25.856,15
	COSTO DEL PRODUCTO		17.932,65	
1	Materia prima	984,00	2.952,00	
6	Sueldos MOD	3.188,60	9.565,80	
1	Mano de Obra Indirecta	905,38	2.716,15	
1	Materiales indirectos	361,50	1.084,50	
1	Servicios Básicos	9,73	29,20	
1	Alquiler de inmueble	400,00	1.200,00	
220	Combustibles	128,33	385,00	
	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		6.465,50	
1	Sueldos Administrativos	1.977,23	5.931,70	
1	Servicios básicos	69,10	207,30	
1	Suministros de oficina	28,33	85,00	
1	Útiles de limpieza	80,50	241,50	
	GASTOS DE VENTAS		1.458,00	
1	Publicidad	486,00	1.458,00	
	TOTAL INVERSIÓN INICIAL			72.611,15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Se estableció un aporte del 25% por cada uno de los 4 accionistas que van a conformar esta sociedad, es decir, que como capital propio se contará con el 100% de la inversión para la creación de la nueva compañía GIBEL CLEAN SERVICE S.A.

A continuación, se presenta un cuadro detallando cómo será el financiamiento para poner en marcha el proyecto.

Tabla 58 Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos propios	\$ 72.611,15		100%
Efectivo	\$ 72.611,15	100%	
Total	\$ 72.611,15		100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

Para los costos que tendrá la empresa que se dividen en costos operativos de Mano de Obra directa como indirecta, también se detalla el valor del costo asignado de los insumos utilizados realizar la limpieza con sus respectivos valores, mensuales, trimestrales y anuales, como se detallan en la siguiente tabla;

Tabla 59 . Detalle de los costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Costo Unitario	Cantidad mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Costo mensual	Costo anual
Materia prima						
Limpiador Multi-usos	Galón	72	\$ 6,00	\$ 432,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Limpiador Desinfectante	Galón	72	\$ 7,00	\$ 504,00	\$ 168,00	\$ 2.016,00
Anti-Sarro	Galón	24	\$ 24,00	\$ 576,00	\$ 192,00	\$ 2.304,00
Detergente Desengrasante "Q-Greaser"	Galón	24	\$ 12,00	\$ 288,00	\$ 96,00	\$ 1.152,00
Detergente Clorado	Galón	24	\$ 14,00	\$ 336,00	\$ 112,00	\$ 1.344,00
Detergente Desincrustante	Galón	24	\$ 18,00	\$ 432,00	\$ 144,00	\$ 1.728,00
Desinfectante de superficies	Galón	48	\$ 8,00	\$ 384,00	\$ 128,00	\$ 1.536,00
Totales				\$ 2.952,00	\$ 984,00	\$ 11.808,00
Mano de Obra Directa						
Operario 1	Unidad	1	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 531,43	\$ 6.377,20
Operario 2	Unidad	1	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 531,43	\$ 6.377,20
Operario 3	Unidad	1	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 531,43	\$ 6.377,20
Operario 4	Unidad	1	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 531,43	\$ 6.377,20
Operario 5	Unidad	1	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 531,43	\$ 6.377,20
Operario 6	Unidad	1	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 531,43	\$ 6.377,20
Totales				\$ 9.565,80	\$ 3.188,60	\$ 38.263,20
Mano de Obra Indirecta						
Jefe de limpieza	Unidad	1	\$ 905,38	\$ 2.716,15	\$ 905,38	\$ 10.864,60
Totales				\$ 2.716,15	\$ 905,38	\$ 10.864,60
Materiales indirectos						
Escobas	Unidad	9	\$ 2,00	\$ 18,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Escobillas	Unidad	9	\$ 1,50	\$ 13,50	\$ 4,50	\$ 54,00
Escobillones	Unidad	9	\$ 3,00	\$ 27,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Trapeadores con cubo	Unidad	6	\$ 15,00	\$ 90,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Recogedor de basura	Unidad	9	\$ 2,00	\$ 18,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Cepillos	Unidad	9	\$ 1,00	\$ 9,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Atomizadores	Unidad	9	\$ 1,00	\$ 9,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Paños de limpieza industrial	Unidad	72	\$ 7,00	\$ 504,00	\$ 168,00	\$ 2.016,00
Cubos para agua	Unidad	12	\$ 3,00	\$ 36,00	\$ 12,00	\$ 144,00
Guantes	Unidad	144	\$ 1,00	\$ 144,00	\$ 48,00	\$ 576,00
Mascarillas	Unidad	144	\$ 1,50	\$ 216,00	\$ 72,00	\$ 864,00
Totales				\$ 1.084,50	\$ 361,50	\$ 4.338,00

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Costo Unitario	Cantidad mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Costo mensual	Costo anual
Servicios Básicos						
Agua	mt3	10	\$ 0,72	\$ 7,20	\$ 2,40	\$ 28,80
Energía eléctrica	Kw / hr	200	\$ 0,11	\$ 22,00	\$ 7,33	\$ 88,00
Totales				\$ 29,20	\$ 9,73	\$ 116,80
Arriendos						
Alquiler de inmueble	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 1.200,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Totales				\$ 1.200,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Combustibles						
Gasolina	Galón	220	\$ 1,75	\$ 385,00	\$ 128,33	\$ 1.540,00
Totales				\$ 385,00	\$ 128,33	\$ 1.540,00
Seguros						
Maquinaria y equipos	Unidad	1	\$ 853,12	\$ 213,28	\$ 71,09	\$ 853,12
Mobiliario para la producción	Unidad	1	\$ 16,00	\$ 4,00	\$ 1,33	\$ 16,00
Vehículos	Unidad	1	\$ 600,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Totales				\$ 869,12	\$ 217,28	\$ 869,12
Mantenimiento						
Maquinaria y equipos	Unidad	1	\$ 1.279,68	\$ 319,92	\$ 106,64	\$ 1.279,68
Mobiliario para la producción	Unidad	1	\$ 24,00	\$ 6,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Vehículos	Unidad	1	\$ 900,00	\$ 225,00	\$ 75,00	\$ 900,00
Totales				\$ 1.303,68	\$ 325,92	\$ 1.303,68
Depreciaciones de producción						
Maquinaria y equipos	Unidad	1	\$21.328,00	\$ 533,20	\$ 177,73	\$ 2.132,80
Mobiliario para la producción	Unidad	1	\$ 400,00	\$ 10,00	\$ 3,33	\$ 40,00
Vehículos	Unidad	1	\$15.000,00	\$ 375,00	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Totales				\$21.728,00	\$ 918,20	\$ 3.672,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de Costos

Una vez detallados los costos mensuales, se realizará la proyección anual de costos para los próximos 5 años, utilizando el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos 5 años hasta el 2019, (Anexo 1) que es 0,90% de acuerdo a los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su boletín técnico de diciembre 2019. (INEC, 2019)

Tabla 60 Proyección de los Costos.

Descripción	Costo mensual	Costos		Total año 1	Costos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Materia prima	\$ 984,00		\$ 11.808,00	\$ 11.808,00		\$ 11.914,27	\$ 11.914,27
Mano de Obra Directa	\$ 3.188,60		\$ 38.263,20	\$ 38.263,20		\$ 38.607,57	\$ 38.607,57
Materiales indirectos	\$ 361,50		\$ 4.338,00	\$ 4.338,00		\$ 4.377,04	\$ 4.377,04
Servicios Básicos	\$ 9,73		\$ 116,80	\$ 116,80		\$ 117,85	\$ 117,85
Combustibles	\$ 128,33		\$ 1.540,00	\$ 1.540,00		\$ 1.553,86	\$ 1.553,86
Mano de Obra Indirecta	\$ 905,38	\$ 10.864,60		\$ 10.864,60	\$ 10.962,38		\$ 10.962,38
Depreciaciones de producción	\$ 306,07	\$ 3.672,80		\$ 3.672,80	\$ 2.132,80		\$ 2.132,80
Seguros	\$ 71,09	\$ 853,12		\$ 853,12	\$ 860,80		\$ 860,80
Mantenimiento	\$ 108,64	\$ 1.303,68		\$ 1.303,68	\$ 1.315,41		\$ 1.315,41
Alquiler de inmueble	\$ 400,00	\$ 4.800,00		\$ 4.800,00	\$ 4.843,20		\$ 4.843,20
	\$ 6.463,35	\$ 21.494,20	\$ 56.066,00	\$ 77.560,20	\$ 20.114,59	\$ 56.570,59	\$ 76.685,19

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Costos		Total año 3	Costos		Total año 4	Costos		Total año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
	\$ 12.021,50	\$ 12.021,50		\$ 12.129,69	\$ 12.129,69		\$ 12.238,86	\$ 12.238,86
	\$ 38.955,04	\$ 38.955,04		\$ 39.305,63	\$ 39.305,63		\$ 39.659,38	\$ 39.659,38
	\$ 4.416,44	\$ 4.416,44		\$ 4.456,18	\$ 4.456,18		\$ 4.496,29	\$ 4.496,29
	\$ 118,91	\$ 118,91		\$ 119,98	\$ 119,98		\$ 121,06	\$ 121,06
	\$ 1.567,84	\$ 1.567,84		\$ 1.581,96	\$ 1.581,96		\$ 1.596,19	\$ 1.596,19
\$ 11.061,04		\$ 11.061,04	\$ 11.160,59		\$ 11.160,59	\$ 11.261,04		\$ 11.261,04
\$ 2.132,80		\$ 2.132,80	\$ 2.132,80		\$ 2.132,80	\$ 2.132,80		\$ 2.132,80
\$ 868,55		\$ 868,55	\$ 876,36		\$ 876,36	\$ 884,25		\$ 884,25
\$ 1.327,25		\$ 1.327,25	\$ 1.339,20		\$ 1.339,20	\$ 1.351,25		\$ 1.351,25
\$ 4.886,79		\$ 4.886,79	\$ 4.930,77		\$ 4.930,77	\$ 4.975,15		\$ 4.975,15
\$ 20.276,43	\$ 57.079,73	\$ 77.356,16	\$ 20.439,72	\$ 57.593,45	\$ 78.033,17	\$ 20.604,48	\$ 58.111,79	\$ 78.716,27

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

c) Detalle de Gastos

Tabla 61 Detalle de Gastos Administrativos

Detalle	Unidad de medida	Gastos mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor unitario	Gastos mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor mensual	Valor anual
Sueldos						
Gerente	Unidad	1	\$ 1.345,80	\$ 4.037,40	\$ 1.345,80	\$ 16.149,60
Asistente de Gerencia	Unidad	1	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 531,43	\$ 6.377,20
Contador	Unidad	1	\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL				\$ 5.931,70	\$ 1.977,23	\$ 23.726,80
Servicios Básicos						
Agua	mt3	15	\$ 0,72	\$ 10,80	\$ 3,60	\$ 43,20
Energía eléctrica	Kw / hr	150	\$ 0,11	\$ 16,50	\$ 5,50	\$ 66,00
Internet	megas	9.000	\$ 0,01	\$ 90,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	Plan	1	\$ 30,00	\$ 90,00	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL				\$ 207,30	\$ 69,10	\$ 829,20
Suministros de oficina						
Factureros	Unidad	5	\$ 7,50	\$ 37,50	\$ 12,50	\$ 150,00
Esferos	Unidad	12	\$ 0,35	\$ 4,20	\$ 1,40	\$ 16,80
Lapiceros	Unidad	12	\$ 0,40	\$ 4,80	\$ 1,60	\$ 19,20
Clips	Unidad	3	\$ 1,50	\$ 4,50	\$ 1,50	\$ 18,00
Carpetas archivadoras	Unidad	9	\$ 2,00	\$ 18,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Resmas de papel	Unidad	4	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 5,33	\$ 64,00
TOTAL			\$ 15,75	\$ 85,00	\$ 28,33	\$ 340,00

Detalle	Unidad de medida	Gastos mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor unitario	Gastos mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor mensual	Valor anual
Útiles de Limpieza						
Escobas	Unidad	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 1,33	\$ 16,00
Trapeadores	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Desinfectante caneca	Unidad	3	\$ 15,00	\$ 45,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Guantes	Unidad	12	\$ 1,75	\$ 21,00	\$ 7,00	\$ 84,00
Franelas	Unidad	2	\$ 1,75	\$ 3,50	\$ 1,17	\$ 14,00
Recogedor de basura	Unidad	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 1,00	\$ 12,00
Fundas de basura	Unidad	4	\$ 1,75	\$ 7,00	\$ 2,33	\$ 28,00
Basurero	Unidad	4	\$ 4,50	\$ 18,00	\$ 6,00	\$ 72,00
Jabón líquido galón	Unidad	6	\$ 5,00	\$ 30,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Papel higiénico paca x 48	Unidad	2	\$ 7,00	\$ 14,00	\$ 4,67	\$ 56,00
Gel antiséptico galón	Unidad	6	\$ 15,00	\$ 90,00	\$ 30,00	\$ 360,00
TOTAL			\$ 58,25	\$ 241,50	\$ 80,50	\$ 966,00
Depreciación						
Muebles y enseres	Unidad	1	\$ 3.150,00	\$ 78,75	\$ 26,25	\$ 315,00
Equipo de Oficina	Unidad	1	\$ 982,00	\$ 24,55	\$ 8,18	\$ 98,20
Equipos de computación	Unidad	1	\$ 3.195,00	\$ 266,22	\$ 88,74	\$ 1.064,89
TOTAL			\$ 7.327,00	\$ 369,52	\$ 123,17	\$ 1.478,09
Gastos de constitución						
Gastos de constitución	Unidad	1			\$	1.200,00
Gasto de Instalación	Unidad	1			\$	1.000,00
Patentes y Permisos de funcionamiento	Unidad	1			\$	500,00
TOTAL					\$	2.700,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La autora

Tabla 62 Detalle de los gastos de ventas

Detalle	Unidad de medida	Gastos mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor unitario	Gastos mensual requerida (Proyección de 3 meses)	Valor mensual	Valor anual
Publicidad						
Cuñas radiales	Unidad	66	\$ 8,00	\$ 528,00	\$ 176,00	\$ 2.112,00
Panfletos (hojas volantes)	Unidad	1500	\$ 0,02	\$ 90,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Prensa escrita	Unidad	4	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Trípticos	Unidad	1500	\$ 0,10	\$ 450,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Página Web	Unidad	3	\$ 50,00	\$ 150,00	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL				\$ 1.458,00	\$ 486,00	\$ 5.832,00
Total Gastos de Ventas				\$ 1.458,00	\$ 486,00	\$ 5.832,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de Gastos

Una vez detallados los gastos mensuales, se realizará la proyección anual de los gastos para los próximos 5 años, utilizando el promedio de la tasa de inflación anual de los últimos 5 años hasta el 2019, (Anexo 1) que es 0,90% de acuerdo a los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos en su boletín técnico de diciembre 2019. (INEC, 2019).

Tabla 63 Proyección de los gastos

Descripción	Gastos mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	\$ 2.155,17	\$ 25.862,00		\$ 25.862,00	\$ 26.094,76		\$ 26.094,76
Depreciación	\$ 123,17	\$ 1.478,09		\$ 1.478,09	\$ 1.478,09		\$ 1.478,09
Gastos de Venta	\$ 486,00		\$ 5.832,00	\$ 5.832,00		\$ 5.884,49	\$ 5.884,49
Gastos de constitución	\$ 2.700,00	\$ 2.700,00		\$ 2.700,00			
Total	\$ 2.764,34	\$ 27.340,09	\$ 5.832,00	\$ 33.172,09	\$ 27.572,85	\$ 5.884,49	\$ 33.457,34

Fijos	Gastos Variables	Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
			Fijos	Variables		Fijos	Variables	
\$ 26.329,61		\$ 26.329,61	\$ 26.566,58		\$ 26.566,58	\$ 26.568,97		\$ 26.568,97
\$ 1.478,09		\$ 1.478,09	\$ 1.478,09		\$ 1.478,09	\$ 1.478,09		\$ 1.478,09
	\$ 5.937,45	\$ 5.937,45		\$ 5.990,89	\$ 5.990,89		\$ 6.044,80	\$ 6.044,80
\$ 27.807,70	\$ 5.937,45	\$ 33.745,15	\$ 28.044,67	\$ 5.990,89	\$ 34.035,56	\$ 28.047,06	\$ 6.044,80	\$ 34.091,87

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Mano de obra**Tabla 64.** Nómina del personal administrativo

Cargo	Sueldo Base	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacaciones	Ap. Patr. IESS 12,15	Total mensual	Total proyección trimestral	Total anual
Gerente	\$ 1.200,00				\$ 145,80	\$ 1.345,80	\$ 4.037,40	\$ 16.149,60
Asistente de Gerencia	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 6.377,20
Contador	\$ 100,00					\$ 100,00	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Totales	\$ 1.700,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 194,40	\$ 1.977,23	\$ 5.931,70	\$ 23.726,80

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 65 Nómina de Mano de Obra Directa

Cargo	Sueldo Base	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacaciones	Ap. Patr. IESS 12,15	Total mensual	Total proyección trimestral	Total anual
Operario 1	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 6.377,20
Operario 2	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 6.377,20
Operario 3	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 6.377,20
Operario 4	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 6.377,20
Operario 5	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 6.377,20
Operario 6	\$ 400,00	\$ 33,33	\$ 32,83	\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 531,43	\$ 1.594,30	\$ 6.377,20
Totales	\$ 2.400,00	\$ 200,00	\$ 197,00	\$ 100,00	\$ 291,60	\$ 3.188,60	\$ 9.565,80	\$ 38.263,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 66 Nómina de la Mano de Obra Indirecta

Cargo	Sueldo Base	Décimo 3ro	Décimo 4to	Vacaciones	Ap. Patr. IESS 12,15	Total mensual	Total proyección trimestral	Total anual
Jefe de limpieza	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 32,83	\$ 29,17	\$ 85,05	\$ 905,38	\$ 2.716,15	\$ 10.864,60
Totales	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 32,83	\$ 29,17	\$ 85,05	\$ 905,38	\$ 2.716,15	\$ 10.864,60

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

En el cálculo de la mano de obra se considera los 6 operarios, la mano de obra indirecta se considera una persona y el personal administrativo, encargado de la dirección de la empresa 3 personas.

Depreciación

Tabla 67. Depreciación

Detalle del bien	Vida útil años	Valor	% de Depreciación	Depreciación anual
Muebles y enseres	10	\$ 3.150,00	10%	\$ 315,00
Equipo de Oficina	10	\$ 982,00	10%	\$ 98,20
Maquinaria y equipos	10	\$ 21.328,00	10%	\$ 2.132,80
Mobiliario para la producción	10	\$ 400,00	10%	\$ 40,00
Vehículos	10	\$ 15.000,00	10%	\$ 1.500,00
Equipos de computación	3	\$ 3.195,00	33,33%	\$ 1.065,00
Total		\$ 44.055,00		\$ 5.151,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 68. Proyección de Depreciación USD

Detalle del bien	Años										Valor total de la Depreciación	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Muebles y enseres	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00	3.150,00
Equipo de Oficina	98,20	98,20	98,20	98,20	98,20	98,20	98,20	98,20	98,20	98,20	98,20	982,00
Maquinaria y equipos	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	2.132,80	21.328,00
Mobiliario para la producción	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	400,00
Vehículos	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	15.000,00
Equipos de computación	1.065,00	1.065,00	1.065,00									3.195,00
Total	5.151,00	5.151,00	5.151,00	4.086,00	4.086,00	4.086,00	4.086,00	4.086,00	4.086,00	4.086,00	4.086,00	44.055,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.5. CÁLCULO DE INGRESOS

Para el cálculo de los ingresos se establecen los elementos que conforman los costos de producción, los mismos que se los calcula de acuerdo al número de servicios prestados al mes, y de esta manera establece el costo unitario del servicio, tal como se detalla a continuación:

Tabla 69 Cálculo del costo unitario del servicio

Descripción	Costos mensuales	Servicios Prestados	Costo unitario
Materia prima	984,00	528	1,86
Mano de Obra Directa	3.188,60	528	6,04
Materiales indirectos	361,50	528	0,68
Servicios Básicos	9,73	528	0,02
Combustibles	128,33	528	0,24
Mano de Obra Indirecta	905,38	528	1,71
Depreciaciones de producción	306,07	528	0,58
Seguros	71,09	528	0,13
Mantenimiento	108,64	528	0,21
Alquiler de inmueble	400,00	528	0,76
Total costos mensuales de producción	6.463,35	Costo unitario del servicio	12,24

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Una vez que se establece el costo unitario de producción de USD \$ 12,24; se regula el precio de venta unitario se considerando una utilidad del 104,11%, fijando el mismo en un valor de USD \$ 24,99 por cada servicio, detallado de la siguiente manera:

Tabla 70 Estimación de los ingresos mensuales

Descripción	Servicios al mes	Costo unitario del servicio	Costos total Mes	% de Utilidad	Precio venta del servicio	Ventas totales mensuales
Atenciones de limpieza	528	\$ 12,24	\$ 6.463,35	104,11%	\$ 24,99	\$ 13.192,34
TOTAL INGRESOS	528	\$ 12,24	\$ 6.463,35		\$ 24,99	\$ 13.192,34

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Proyección de los ingresos

Se realizará la proyección anual de los ingresos, proyectándose con el 1,02% que corresponde al índice de crecimiento poblacional, de acuerdo a las estadísticas publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (INEC, 2019).

Tabla 71. Proyección de ingresos

Descripción	AÑOS				
	2020 Periodo 1	2021 Periodo 2	2022 Periodo 3	2023 Periodo 4	2024 Periodo 5
Atenciones de limpieza	6.336	6.401	6.466	6.532	6.598
Ingreso por ventas	\$158.308,12	\$159.922,87	\$161.554,08	\$163.201,93	\$164.866,59
TOTAL INGRESOS	\$158.308,12	\$159.922,87	\$161.554,08	\$163.201,93	\$164.866,59

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a las cifras detalladas en la tabla 71, la estimación de ventas para el periodo 1 es de 6.336 servicios de limpieza, los mismos que generarán un ingreso total de USD \$158.308,12; con la proyección estimada en base al índice de crecimiento poblacional para el periodo 5 las ventas serán de 6.598 servicios de limpieza, los mismos que generarán un ingreso total de USD 162.866,59.

5.6. FLUJO DE CAJA

En la siguiente tabla se procede a presentar el flujo de caja de GIBEL CLEAN SERVICE S.A., donde se estructura la forma de distribución de los dineros que percibirá la empresa estableciendo de esta manera la rentabilidad y la forma de manejo de los recursos. Además, se presenta el flujo de caja proyectado para los cinco primeros años de funcionamiento destacando la utilización de los índices de inflación del país y el crecimiento poblacional de la provincia, debido a eso se observa un incremento en comparación a los años anteriores.

Tabla 72. Flujo de caja efectivo

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A INGRESOS OPERACIONALES		158.308,12	159.922,87	161.554,08	163.201,93	164.866,59
VENTA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA		158.308,12	159.922,87	161.554,08	163.201,93	164.866,59
B EGRESOS		108.281,40	106.531,63	107.490,42	108.457,83	109.197,24
Costo del servicio		73.887,40	74.552,39	75.223,36	75.900,37	76.583,47
Gasto de Venta		5.832,00	5.884,49	5.937,45	5.990,89	6.044,80
Gastos Administrativos		25.862,00	26.094,76	26.329,61	26.566,58	26.568,97
Gastos de constitución		2.700,00				
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)		50.026,72	53.391,23	54.063,66	54.744,10	55.669,35
D INGRESOS NO OPERACIONALES						
Capital Social	69.911,15					
	Parcial	69.911,15				
E EGRESOS NO OPERACIONALES						
15% Participaciones trabajadores		6.731,37	7.467,05	7.567,92	7.669,98	7.808,77
25% Impuesto a la Renta		9.536,11	10.578,32	10.721,21	10.865,81	11.062,42
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
Muebles y enseres	3.150,00					
Equipo de Oficina	982,00					
Maquinaria y equipos	21.328,00					
Mobiliario para la producción	400,00					
Equipos de computación	3.195,00					
Vehículos	15.000,00					
	Parcial	44.055,00	16.267,49	18.045,37	18.289,13	18.535,79
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)		25.856,15	-16.267,49	-18.045,37	-18.289,13	-18.871,19
G FLUJO NETO GENERADO (C-E)		25.856,15	33.759,24	35.345,86	35.774,53	36.798,16
H SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	25.856,15	59.615,39	94.961,25	130.735,78	166.944,09
I SALDO FINAL DE CAJA (G+H)		25.856,15	59.615,39	94.961,25	130.735,78	166.944,09

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora.

5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para la determinación del cálculo del punto de equilibrio se considera los valores totales de la proyección de los cinco años tanto para costos y gastos fijos y como también los ingresos de la compañía GIBEL CLEAN SERVICE S.A., a través de la siguiente fórmula para determinar el punto equilibrio en dólares.

Tabla 73 Datos para el cálculo del punto de equilibrio

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos	\$ 21.494,20	\$ 56.066,00	\$ 77.560,20
Gastos de Administración	\$ 25.862,00	\$ -	\$ 25.862,00
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 5.832,00	\$ 5.832,00
SUMAN	\$ 47.356,20	\$ 61.898,00	\$ 109.254,20
Ingresos totales			\$ 158.308,12
Números de Servicios			\$ 528,00
Precio unitario de venta			\$ 24,99
Costo de venta Unitario			\$ 12,24

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Punto de equilibrio en dólares

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - (\text{Costo de venta unitario} / \text{Precio de venta Unitario})}$$

$$PE = \frac{47.356,20}{1 - (24,99/12,24)}$$

$$PE = \frac{47.356,20}{0,51}$$

$$PE = \mathbf{92.842,90}$$

Punto de equilibrio en unidades de producto

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{(\text{Precio de venta Unitario} - \text{Costo de venta unitario})}$$

$$PE = \frac{47.356,20}{12,24 - 24,99}$$

$$PE = \frac{47.356,20}{12,74}$$

$$PE = \mathbf{3.716}$$

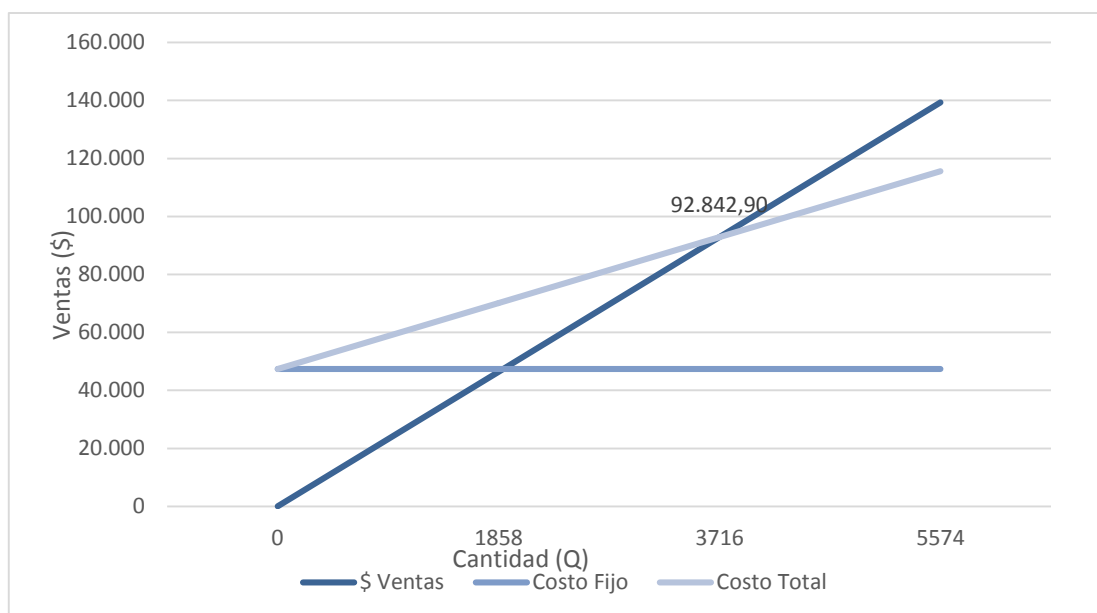


Figura 34 Punto de equilibrio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Una vez realizado el cálculo de acuerdo a la aplicación de la fórmula, es mismo que se establece para el punto de equilibrio unidades monetarias de USD \$ 92.842,90; y el punto de equilibrio de venta de 3.716 servicios de limpieza.

5.8. ESTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 74. Estado de Pérdidas y Ganancias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	\$ 158.308,12	\$ 159.922,87	\$ 161.554,08	\$ 163.201,93	\$ 164.866,59
(-) Costo de producción	\$ 77.560,20	\$ 76.685,19	\$ 77.356,16	\$ 78.033,17	\$ 78.716,27
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 80.747,92	\$ 83.237,68	\$ 84.197,92	\$ 85.168,76	\$ 86.150,32
(-) Gastos de venta	\$ 5.832,00	\$ 5.884,49	\$ 5.937,45	\$ 5.990,89	\$ 6.044,80
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 74.915,92	\$ 77.353,19	\$ 78.260,47	\$ 79.177,88	\$ 80.105,52
(-) Gastos Administrativos	\$ 30.040,09	\$ 27.572,85	\$ 27.807,70	\$ 28.044,67	\$ 28.047,06
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 44.875,83	\$ 49.780,34	\$ 50.452,77	\$ 51.133,21	\$ 52.058,45
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 44.875,83	\$ 49.780,34	\$ 50.452,77	\$ 51.133,21	\$ 52.058,45
(-) 15% Participaciones trabajadores	\$ 6.731,37	\$ 7.467,05	\$ 7.567,92	\$ 7.669,98	\$ 7.808,77
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 38.144,46	\$ 42.313,29	\$ 42.884,85	\$ 43.463,23	\$ 44.249,69
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 9.536,11	\$ 10.578,32	\$ 10.721,21	\$ 10.865,81	\$ 11.062,42
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA NETA	\$ 28.608,34	\$ 31.734,97	\$ 32.163,64	\$ 32.597,42	\$ 33.187,26

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

Con la finalidad de determinar la rentabilidad del proyecto, se realizará en términos económicos una evaluación financiera, para que desde el punto de vista de los dueños del proyecto y que puedan medir con anticipación la rentabilidad en el tiempo, para una buena toma de decisiones de la inversión.

a) Indicadores.

Los modelos que se aplicaran para evaluar económicamente y que se definen a continuación determinaran finalmente la viabilidad del proyecto y de donde se toma el valor del dinero en el tiempo.

1) Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto representa los beneficios que se obtienen después de recuperar la inversión inicial realizada en el proyecto, a más de los costes de oportunidad. Si el VAN es positivo el proyecto es aceptable; si es negativo ni se debe realizar el proyecto, ya que la inversión se perderá en el tiempo; y si es igual a cero, no se perderá y quedará a decisión del inversionista, ya que el poder adquisitivo se mantendrá en tiempo de la vida útil de la empresa.

Para el cálculo del VAN, se debe establecer la Tasa Mínima de Rendimiento (TMAR), que no es más que el rendimiento económico que está dispuesto a recibir el inversionista por el valor dado en el proyecto.

Para el cálculo se ha considerado el promedio de la tasa de inflación de los últimos 5 años de acuerdo a las cifras oficiales del INEC, (Anexo 1) las mismas que dan un promedio de 0,90% (INEC, 2019), ya que al considerar este parámetro se asegura que no perderá su valor adquisitivo el capital invertido; y además se debe considerar la tasa de interés pasivas efectivas referenciales por plazo vigente hasta junio del 2020, el mismo que se encuentra en 8,33% (Anexo 2) de acuerdo a la información económica del Banco Central del Ecuador” (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, 2020)

De acuerdo a Gabriel Baca Urbina, $TMAR = (\text{Tasa de inflación} + \text{Tasa de interés pasiva efectiva referencial por plazo})$. (Urbina, Ingeniería Financiera, 2016)

Esto se obtiene la Tasa Mínima de Rendimiento (TIMAR) con el siguiente cálculo:

$TMAR = \text{Tasa de inflación} + \text{Tasa de interés pasiva efectiva referencial por plazo}$

$$TMAR = 0,90\% + 8,33\% = 9,23\%$$

Con estos datos se procede a realizar el cálculo del VAN con la siguiente formula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t} - I_0$$

$$VAN = \frac{FINE\ 1}{(1+i)} + \frac{FINE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FINE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FINE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FINE\ 5}{(1+i)^5} - Inv.\ In.$$

$$VAN = \frac{33.759,24}{(1+9,23)} + \frac{35.345,86}{(1+9,23)^2} + \frac{35.774,53}{(1+9,23)^3} + \frac{36.208,31}{(1+9,23)^4} + \frac{36.798,16}{(1+9,23)^4} - 69.911,15$$

$$VAN = \frac{33.759,24}{1,0923} + \frac{35.345,86}{1,1931} + \frac{35.774,53}{1,3032} + \frac{36.208,31}{1,4235} + \frac{36.798,16}{1,5549} - 69.911,15$$

$$VAN = 30.906,56 + 29.624,75 + 27.450,37 + 25.435,52 + 23.665,54 - 69.911,15$$

$$VAN = 137.082,74 - 69.911,15$$

$$VAN = \$ 67.171,59$$

De acuerdo al cálculo se ha determinado que el VAN es positivo, lo que representa que el proyecto de inversión de la compañía GIBEL CLEAN SERVICE S.A., es viable, tomando en cuenta que la inversión inicial es de \$ 69.911,15 dólares y en la proyección de los 5 años de operaciones se obtiene un valor total actual neto de USD \$ 137.082,74 dólares obteniendo un rendimiento de \$ 67.171,59, recuperando lo invertido y generando ganancia.

2) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para conocer el porcentaje de beneficio o pérdida en una inversión se realiza el cálculo de la tasa interna de retorno que es un indicador porcentual que determina la tasa de interés que ofrece el proyecto.

Si la TIR es mayor que la TMAR, se acepta el proyecto.

Si la TIR es menor que la TMAR, se rechaza el proyecto

Para calcular la TIR se utiliza los flujos netos de efectivo y la ecuación siguientes:

$$\begin{aligned}VAN &= -I_0 \sum_{T=0}^n \frac{Ft}{(1+i)^t} \\&= -I_0 + \frac{F 1}{(1+TIR)} + \frac{F 2}{(1+TIR)^2} + \frac{F 3}{(1+TIR)^3} + \frac{F 4}{(1+TIR)^4} + \frac{F 5}{(1+TIR)^5} = 0 \\&= -69.911,15 + \frac{33.759,24}{(1+41,283961)} + \frac{35.345,86}{(1+41,283961)^2} + \frac{35.774,53}{(1+41,283961)^3} + \\&\frac{36.208,31}{(1+41,283961)^4} + \frac{36.798,16}{(1+41,283961)^5} \\&= -69.911,15 + 23.894,60 + 17.707,32 + 12.685,14 + 9.087,34 + \\&6.536,75 = 0\end{aligned}$$

TIR = 41,28%

Una vez realizado el cálculo, se obtiene una TIR del 41,28%, comparado el TMAR que es del 9,23%, en la cual se determina una rentabilidad mayor positiva a 5 años que ofrece al proyecto frente a los riesgos financieros.

3) Costo beneficio

Este Indicador es una herramienta de análisis del costo y el beneficio, da una visión clara de cuál es la utilidad del proyecto de inversión, por ende, esta herramienta financiera (B/C) también conocida como índice neto de rentabilidad es un cociente de la división entre el Valor Actual de los ingresos netos (VAI) con el Valor Actual de los Costos de inversión (VAC) del presente proyecto

La fórmula de la relación costo-beneficio es:

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{Vi}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ci}{(1+i)^n}}$$

Calculando Valor Actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAI) se tiene;

Tabla 75 Calculando Valor Actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAI)

Años	Ventas	Ventas Actualizadas	Costos	Costos Actualizados
1	158.308,12	144.930,99	77.560,20	71.006,32
2	159.922,87	134.037,62	76.685,19	64.272,86
3	161.554,08	123.963,01	77.356,16	59.356,61
4	163.201,93	114.645,64	78.033,17	54.816,53
5	164.866,59	106.028,59	78.716,27	50.623,81
Total		623.605,86		300.076,12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

Una vez obtenidos estos datos se tendrá:

$$B / C = \text{VAI} / \text{VAC}$$

$$B / C = 623.605,86 / 300.076,12$$

$$B / C = 2,08$$

De acuerdo con el resultado se ha determinado que le costó – beneficio del proyecto será rentable, ya que el índice es de 2,08 es decir por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de \$ 1,08 dólares.

4) Período de Recuperación

Este instrumento permite medir el tiempo en el que se recupera el costo de la inversión inicial, tomando en cuenta la inversión inicial, y los flujos de efectivo netos (FEN). Para este caso los flujos de ingresos no son iguales, se sumarán los flujos que se han generado hasta que se igualen a la inversión inicial, para mejor ilustración se expone en siguiente Figura.

Tabla 76 Período de Recuperación

Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	\$ -	\$ 33.759,24	\$ 35.345,86	\$ 35.774,53	\$ 36.208,31	\$ 36.798,16
Flujo acumulado	\$ -69.911,15	\$ -36.151,91	\$ -806,05	\$ 34.968,48	\$ 71.176,79	\$ 107.974,95
PRI anterior al cambio de signo		2		Años	Meses	Días
Flujo acumulado periodo 2		\$ 806,05		2	12 x 0,02	
Flujo de Caja periodo 3		\$ 35.774,53		2	0,27	
FAp1 / FCp2		0,02		2	0	30 x 0,27
PRI		2,02		2	0	8

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

La inversión que se realizara en la compañía GIBEL CLEAN SERVICE S.A., se recuperara en 2 años y 8 días, por lo que se representa un negocio rentable para los dueños del proyecto.

b) Razones financieras

1) Índice de Rentabilidad

Para conocer si una inversión tiene beneficio o pérdida en un ciclo o periodo determinado, calculamos el índice de rentabilidad, el mismo que se expresa en porcentaje del costo inicial de la inversión, tal beneficio se define con los ingresos obtenidos adicionando la ganancia por la venta recibida de dicha inversión.

Rentabilidad neta sobre ventas = (Utilidad Neta / Ventas Netas) * 100

Tabla 77 Índice de rentabilidad.

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad neta	\$ 44.875,83	\$ 49.780,34	\$ 50.452,77	\$ 51.133,21	\$ 52.058,45
Ventas	\$158.308,12	\$ 159.922,87	\$ 161.554,08	\$ 163.201,93	\$ 164.866,59
Resultado	28,35%	31,13%	31,23%	31,33%	31,58%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a este indicador se observa que la variación porcentual en el resultado es sostenible, lo que determina que existe una utilidad neta operacional de un 31% en relación a las ventas.

CONCLUSIONES

En el estudio de mercado se pudo conocer las necesidades de la población del Cantón Santo Domingo, referentes a la limpieza y desinfección de sus hogares, frente a la nueva realidad y la amenaza del COVID-19, determinando una demanda potencial en gran crecimiento y la oferta no cubre esta necesidad, lo que significa una gran oportunidad en la demanda insatisfecha, dado la aceptación de la población para la creación de GIBEL CLEAN SERVICE S.A.

En el área de producción y operaciones se definió en base a los procesos y actividades que realiza el sistema de prestación de servicios, los requerimientos mínimos de infraestructura, maquinaria, equipos y mano de obra. Para organizar de mejor manera la capacidad instalada de prestación de servicios de limpieza, lo que permitió determinar que con 6 puestos de trabajo, el tiempo de servicio es de 2 horas; y la demanda insatisfecha ya que se atenderá un promedio de 24 servicios de limpieza diarios.

El área de organización y gestión la empresa desde el inicio de sus operaciones dispondrá de una política que identifique dentro de la industria, es decir se definió la Visión, Misión, Objetivos y Estrategias Competitivas. Se determinó el organigrama estructural y funcional; los procesos administrativos requeridos delimitando claramente las responsabilidades de los órganos o cargos; estableciendo además los indicadores de gestión para medir el cumplimiento de las metas.

En el área jurídica legal se identificaron los requerimientos legales que se deben cumplir. La Empresa se constituirá como una Sociedad Anónima, ya que es la que más se adapta a las condiciones y requerimientos del proyecto, constituida por 4 accionistas, cuyo aporte monetario individual será de USD \$ 18.152,79, y otorgará el desarrollo del direccionamiento administrativo.

En el área financiera se determinó que la inversión inicial necesaria para la puesta en marcha del proyecto es de USD \$ 72.611,15, la misma que se financiará

en un 100% por recursos propios (futuros accionistas); para el primer año de operación del proyecto se estima ventas por alrededor de USD \$ 158.308,12, que permiten cubrir los costos totales y obtener una utilidad de USD \$ 28.608,34; el flujo de fondos del proyecto entrega resultados favorables hacia la factibilidad de la compañía GIBEL CLEAN SERVICE S.A., se obtiene un VAN de USD \$67.171,59; una TIR de 41,28%; cifras interesantes para invertir, una relación B/C de USD \$ 1,08 por dólar invertido y un PLAYBACK de 2 años y 8 días. La evaluación financiera justifica la inversión en el estudio, pues la empresa generará utilidades a lo largo de su vida útil.

RECOMENDACIONES

En función de los resultados hallados Estudio de Mercado se recomienda crear en las ideas innovadoras en el servicio de limpieza y poner en marcha el desarrollo de las mismas, evaluando y analizando el concepto y la esencia del cuidado de la salud, creando la cultura de Sanitización minimizando los impactos generados por la presencia del COVID 19, a través de paquetes comerciales dirigidos a segmentos empresariales y familiares.

Tener en cuenta, los tiempos de atención en cada servicio de limpieza con sus respectivas condiciones, con el fin de optimizar tiempos y proyectar mayor número de servicios diarios. Tomar en cuenta los posibles servicios adicionales que la empresa puede generar, con la estrategia de crear relaciones duraderas y estables con el cliente.

Capacitar a los empleados sin distinción, operarios y administrativos, creando una cultura organizacional de trabajo en equipo para el logro de los objetivos. Contar con el personal mínimo sugerido por el estudio, con buenos procedimientos de selección para garantizar una buena calidad de los servicios de la empresa, para asegurar la consecución de las metas organizacionales.

Obtener todos los permisos administrativos, municipales y ambientales, para el funcionamiento correcto de la empresa GIBEL CLEAN SERVICE S.A., para evitar inconvenientes que pueden presentarse a futuro.

La puesta en marcha del proyecto debe realizarse en los plazos establecidos en la planificación para garantizar el TIR y el VAN propuestos, con nivel de utilidades previstos para el primer año, para asegurar el nivel de rentabilidad del proyecto y garantizar el tiempo de recuperación de la inversión inicial de los accionistas.

BIBLIOGRAFÍA

- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Julio de 2020). Tasas Vigentes. Obtenido de documentos/Estadísticas/SectorMonFinTasasInteres: <https://contenido.bce.fin.ec>
- COMISIÓN RESEARCH. (14 de abril de 2020). Estudio de grandes cifras del sector limpieza. Obtenido de [facilitymanagementservices: https://www.facilitymanagementservices.es/actualidad/un-estudio-sobre-el-sector-limpieza-augura-su-crecimiento-tras-la-crisis-del-covid-19_20200414.html](https://www.facilitymanagementservices.es/actualidad/un-estudio-sobre-el-sector-limpieza-augura-su-crecimiento-tras-la-crisis-del-covid-19_20200414.html)
- CONAUTO. (5 de 08 de 2019). www.conauto.com.ec. Obtenido de <http://www.conauto.com.ec>: <http://www.conauto.com.ec>.
- Cuerpo de Bomberos Santo Domingo. (6 de Agosto de 2020). Cuerpo de Bomberos Santo Domingo. Obtenido de <https://bomberossantodomingo.gob.ec/index.php/10-articulos-cbsd/34-requisitos>
- EMPRESA, M. L. (2019). www.enquitoecuador.com. Obtenido de <http://www.enquitoecuador.com>
- Fisher, & Espejo. (2003).
- Freshworks Company. (2020). Freshsales. Obtenido de CRM: https://www.freshworks.com/company/about/?source=freshsales&medium=referral&campaign=fsales_footer_main
- Gitman, L. (2007). Principios de Administración Financiera. Mexico: Pearson Educacion.
- H. CONGRESO NACIONAL DEL ECUADOR. (16 de Diciembre de 2005). CODIGO DEL TRABAJO. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial del Ecuador.
- INEC. (Diciembre de 2019). Boletin_tecnico_12-2019-IPC.pdf. Obtenido de documentos/web-inec/Inflacion/2019/Diciembre-2019: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- INEC. (Diciembre de 2019). [ecuadorencifras.proyecciones](https://www.ecuadorencifras.gob.ec). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Michael. (2014).
- Porter, M. E. (2017). Ser Competitivo. España: Ediciones Deusto.
- Products, A. P. (15 de 09 de 2019). <https://www.amazon.com/>. Obtenido de <https://www.amazon.com/>.

Robbins, S., & Decenzo, D. (1996). Fundamentos de administración, concepto y aplicaciones. Mexico: Pearson.

SENADI. (2019). www.derechosintelectuales.gob.ec .

Superintendencia de Compañías Valores y Seguros. (2018).

<https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>.

trabajo, M. d. (16 de Abril de 2004). Ministerio de trabajo. Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/LEY-DE-COMERCIALIZACION-Y-EMPLEO-DE-PLAGUICIDAS.pdf>

Trabajo, M. d. (20 de 09 de 2015). www.trabajo.gob.ec. Obtenido de www.trabajo.gob.ec: <http://www.trabajo.gob.ec>

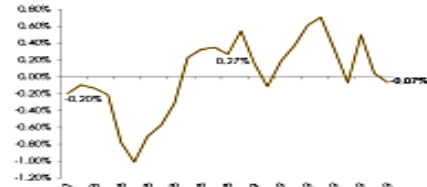
Urbina, G. B. (2016). Ingeniería Financiera. México: PATRIA.

ANEXOS

Anexo 1

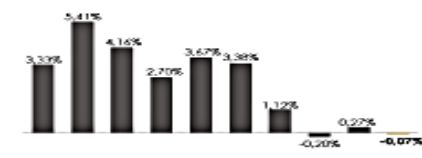
A continuación, se muestra la evolución de la inflación anual:

Gráfico 2. Evolución de la inflación anual



Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Gráfico 3. Inflación anual en los meses de diciembre



Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

La **inflación acumulada** en diciembre de 2019 se ubicó en **-0,07%**; el mes anterior fue de **-0,06%**; y, la de diciembre de 2018 se ubicó en **0,27%**.

2. Incidencia en la inflación mensual por división de consumo

En la canasta del IPC existen doce divisiones de consumo. Las tres divisiones que más incidieron en la inflación mensual de diciembre de 2019 son las siguientes: Alimentos y bebidas no alcohólicas (-0,0533%); Restaurantes y hoteles (-0,0065%); y, Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (-0,0039%).

Gráfico 4. Incidencia por divisiones de consumo



Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

A continuación se detallan los productos de mayor incidencia dentro de cada una de estas tres divisiones.

Tabla 2. Productos con mayor incidencia a la variación mensual de la división de Alimentos y bebidas no alcohólicas

Producto	Ponderación	Incidencia Mensual	Inflación Mensual
Aceite	0.0153	-0.0181%	-2.47%
Papa	0.0046	-0.0086%	-3.57%
Yogurt	0.0038	-0.0067%	-4.45%
Cebolla pajeña	0.0029	-0.0079%	-4.47%
Pan corriente	0.0158	-0.0073%	-9.4%
Gaseosa	0.0085	-0.0070%	-1.20%
Hieladas	0.0021	-0.0066%	-5.38%
Limon	0.0014	-0.0040%	-6.80%
Plátano verde	0.0029	-0.0034%	-2.25%
Limón	0.0014	-0.0033%	-4.67%

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

La división de Alimentos y bebidas no alcohólicas está compuesta por 115 productos y representan el 22,45% de la ponderación de la canasta del IPC.

Tabla 3. Productos con mayor incidencia a la variación mensual de la división de Restaurantes y hoteles

Producto	Ponderación	Incidencia Mensual	Inflación Mensual
Alojamiento en hoteles	0.0015	-0.0040%	-7.83%
Almuerzo ejecutivo	0.0144	-0.0013%	-0.18%
Comida tradicional preparada	0.0039	-0.0004%	-0.18%
Almuerzo popular	0.0482	-0.0004%	-0.02%
Hamburguesa y sánduche	0.0024	-0.0001%	-0.10%

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

La división de Restaurantes y hoteles está formada por 11 productos y representa el 7,96% de la ponderación de la canasta del IPC.

Figura 35 Tasas de inflación anual Tasas de inflación anual

Fuente: Boletín técnico IPC 12-2019

Elaborado por: La Autora

Tabla 78 Inflación

Año	Inflación
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
Total	4,50%
Inflación Promedio	0,90%

Fuente: Boletín técnico IPC 12-2019

Elaborado por: La Autora

Anexo 2

contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm

Tasas de Interés

Julio - 2020

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.08	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.50	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.46	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero**	8.34	Productivo Agrícola y Ganadero**	8.53
Comercial Ordinario	9.24	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.12	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.65	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.84	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.57	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.78	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.38	Educativo	9.50
		Vivienda de Interés Social³	4.99
Inmobiliario	9.97	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero**	18.87	Microcrédito Agrícola y Ganadero**	20.97
Microcrédito Minorista ^{1*}	26.00	Microcrédito Minorista ^{1*}	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*}	23.51	Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*}	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*}	20.90	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*}	23.50
Microcrédito Minorista ^{2*}	23.23	Microcrédito Minorista ^{2*}	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*}	21.73	Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*}	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*}	20.13	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*}	25.50
Inversión Pública	7.35	Inversión Pública	9.33

1. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector financiero privado y de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 y mutualistas).

2. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 2, 3, 4 y 5).

3. De acuerdo a la Resolución 555-2019-F de 23 de diciembre de 2019, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

*Resolución 437-2018-F de 26 de enero de 2018 de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

** Conforme Resolución 496-2019-F de 28 de febrero de 2019, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera crea los segmentos de la cartera Productivo Agrícola y Ganadero; y, Microcrédito Agrícola y Ganadero, aplicable para todo el Sistema Financiero Nacional.

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	6.24	Depósitos de Ahorro	1.12
Depósitos monetarios	0.92	Depósitos de Tarjetahabientes	1.03
Operaciones de Reporto	1.50		

3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO

Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.98	Plazo 121-180	6.13
Plazo 61-90	5.89	Plazo 181-360	7.01
Plazo 91-120	6.24	Plazo 361 y más	8.33

4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 133-2015-M)

Figura 36 Tasa de interés pasiva vigentes

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La Autora