



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE LIMPIEZA, EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA
DEL CARCHI.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero(a) en
Administración de Empresas y Negocios

Autor(a)

Villarreal Álvarez María José

Tutor(a)

Msc. Borja Galéas Carlos Marcelo

QUITO – ECUADOR

2023

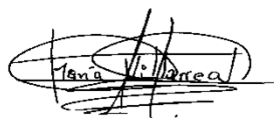
**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, María José Villarreal Álvarez, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”, como requisito para optar al grado de Ingeniería en Administración de empresas y Negocios, 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 la ciudad de Quito, a los 25 días del mes de enero de 2023, firmo conforme:



Autor: María José Villarreal Álvarez
Número de cédula: 0401890231
Dirección: Ecuador, Pichincha, Quito.
Correo Electrónico: majusvillarreal0304@hotmail.com
Teléfono: 0958635640

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI” presentado por María José Villarreal Álvarez, para optar por el Título de Ingeniería 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.

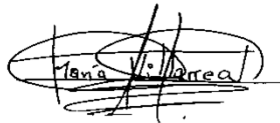
Quito, 23 de enero del 2023

.....
Carlos Marcelo Borja Galeas, Msc

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 Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 23 de enero del 2023

A handwritten signature in black ink, enclosed within a hand-drawn oval. The signature is stylized and appears to read 'María José Villarreal Álvarez'.

María José Villarreal Álvarez

CI. 0401890231

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI.”, previo a la obtención del Título de Ingeniería 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, 23 de enero del 2023

.....

Econ. Mercedes Galarraga C, MBA

.....

Ing. María Fernanda Becerra, MSC

.....

Ing. Andrés Palacio Fierro, MSC

DEDICATORIA

Este proyecto de grado, se la dedico a todas las personas con discapacidad, que nada es imposible, para cumplir nuestros sueños.

Además, se la dedico a mis padres Wilson y Olga, a mis hermanos Jorge, Lenin y Stalin, y a mi cuñada Verónica y a mis sobrinos Daniela y Axel, por su apoyo incondicional.

También se lo dedico a mi abuelita Alicia y a mi tío Gerardo Cabrera, que falleció en la pandemia.

María José Villarreal

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por darme la vida, salud y sobre todo la sabiduría necesaria para culminar esta etapa de mi vida.

A mi papá y a mi mamá por su apoyo y su dedicación, a la distancia estuvieron siempre presente. De igual manera agradezco a mi hermano Jorge, con sus consejos y con su apoyo económico y psicológico. También a mis otros hermanos y toda mi familia, en especial a mi tía Mónica por sus enseñanzas.

Finalmente, a mi tutor de tesis que ha sido de gran ayuda para culminar mi carrera profesional y a cada uno de mis profesores durante toda la carrera con sus enseñanzas y conocimientos.

María José Villarreal

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
INTRODUCCIÓN	1
Descripción de Capítulos	2
Objetivos del Trabajo De Titulación	3
CAPÍTULO 1.....	4
1. Mercado y Comercialización.....	4
1.1 Objetivo del Capitulo.....	4
1.2 Antecedentes Investigativos del Producto	4
1.2.1 Fundamentación del Producto	4
1.2.2 Características del Servicio	5
1.3 Mercado	6
1.3.1 Público Objetivo del Servicio.....	6
1.3.2 Demanda Potencial.....	21
1.4 Análisis del Macro y Micro ambiente.....	23
1.4.1 Análisis del Micro Ambiente.....	23
1.4.2 Análisis del Macro Ambiente	24
1.4.3 Proyección de la Oferta	24
1.5 Demanda Potencial Insatisfecha	25
1.6 Diseño de la Marca	25
1.6.1 Nombre de la Marca	25
1.6.2 Logotipo	25
1.6.3 Eslogan	26
1.7 Estrategias de Marketing.....	26
1.7.1 Producto.....	27
1.7.2 Precio	27
1.7.3 Plaza	27
1.7.4 Promoción.....	27
1.8 Publicidad que se Realizará	27
1.9 Canales de Distribución	27

1.10 Seguimiento de Clientes	28
1.11 Mercados Alternativos	28
CAPÍTULO II.....	29
2. Operaciones	29
2.1 Objetivo del Capitulo	29
2.2 Descripción del Proceso.....	29
2.2.1 Descripción de Proceso de Transformación del Bien o Servicio	29
2.2.2 Descripción de Instalaciones, Equipos y Personas.....	32
2.2.2 Tecnología a Aplicar	37
2.2.3 Factores que Afectan las Operaciones.....	38
2.3 Capacidad de Producción.....	38
2.3.1 Capacidad de Producción Futura.....	38
2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción	39
2.4.1 Especificación de Materias Primas y Grado de Sustitución que Pueden Presentar	39
2.5 Calidad	39
2.5.1 Método de Control de Calidad	39
2.6 Normativa y Permisos que Afectan la Instalación del Negocio	41
2.6.1 Seguridad e Higiene Ocupacional.....	41
3. Organización y Gestión	43
3.1 Objetivo del Capítulo.....	43
3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos	43
3.2.1 Visión de la Empresa.....	43
3.2.2 Misión de la Empresa	43
3.2.3 Objetivos y Estrategias	43
3.3 Organización Funcional de la Empresa	47
3.3.1 Organización Interna.....	47
3.3.2 Descripción de Puestos.....	48
3.4 Control de Gestión	50
3.4.1 Indicadores de Gestión	50
3.5 Necesidades de Personal	52
CAPITULO IV	53
4. Jurídico Legal	53

4.1	Objetivos del Capítulo	53
4.2	Determinación de la Forma Jurídica	53
4.3	Registros de Marcas	55
4.4	Licencias Necesarias para Funcionar y Documentos Legales	56
CAPITULO V		59
5.	Evaluación financiera	59
5.1	Objetivos del Capítulo	59
5.2	Plan de Inversión.....	59
5.3	Cálculo de Costos y Gastos Mano de Obra	61
5.3.1	Mano de Obra	61
5.3.2	Depreciación.....	61
5.3.3	Proyección de la Depreciación	62
5.3.4	Detalle de Costos	64
5.3.5	Proyección de Costos	65
5.3.6	Detalle de Gastos	67
5.3.7	Proyección Gastos	68
5.4	Plan de Financiamiento.....	72
5.4.1	Forma de Financiamiento	72
5.5	Cálculo de Ingresos.....	73
5.5.1	Proyección de Ingresos.....	74
5.6	Punto de Equilibrio	76
5.7	Estado de Resultados Proyectado	78
5.9.1	Indicadores	80
Conclusiones		83
Referencias.....		84
Anexo 1. Amortización de Préstamo		86
Anexo 2. Distribución Horario de Jornada por Empleado en Cada Cliente		88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del servicio	5
Tabla 2 Categorización de sujetos	6
Tabla 3 Dimensión conductual	6
Tabla 4 Dimensión geográfica	7
Tabla 5 Dimensión demográfica.....	7
Tabla 6 Métodos de recolección	8
Tabla 7 Población objeto de mi servicio.....	9
Tabla 8 Canales de oferta del servicio	9
Tabla 9 Tipo de empresa.....	12
Tabla 10 Frecuencia de limpieza	13
Tabla 11 Importancia de la limpieza.....	14
Tabla 12 Empresa similar	15
Tabla 13 Contratación del servicio	16
Tabla 14 Aspecto de relevancia	17
Tabla 15 Modalidad del servicio.....	18
Tabla 16 Disposición a pagar.....	19
Tabla 17 Tipo de limpieza	20
Tabla 18 Horario de limpieza	21
Tabla 19 Demanda Potencial	22
Tabla 20 Proyección de la demanda método no estadístico (TCE)	22
Tabla 21 Matriz EFE.....	24
Tabla 22 Proyección Oferta	25
Tabla 23 Demanda Potencial Insatisfecha	25
Tabla 24 Descripción Logotipo	26
Tabla 25 Cronograma de medios	27
Tabla 26 Muebles y equipos de oficina	34
Tabla 27 Equipos de limpieza.....	35
Tabla 28 Insumos.....	36
Tabla 29 Materiales.....	37
Tabla 30 Capacidad Producción Futura	38
Tabla 31 Grado de Sustitución.....	39
Tabla 32 Hoja de Control.....	40

Tabla 33 Ministerio de Relaciones Laborales.....	41
Tabla 34 Matriz FODA.....	43
Tabla 35 Matriz EFE.....	45
Tabla 36 Matriz EFI.....	46
Tabla 37 Descripción del puesto Gerente General	48
Tabla 38 Auxiliar de Limpieza	49
Tabla 39 Asistente Administrativo-Financiero	50
Tabla 40 Indicadores de Gestión.....	51
Tabla 41 Necesidades de Personal.....	52
Tabla 42 Requisitos para construir una S.A.S.	53
Tabla 43 Constituir S.A.S.	53
Tabla 44 Registro de Marca.....	55
Tabla 45 Obtención RUC.....	56
Tabla 46 Patente Municipal de Tulcán	57
Tabla 47 Plan de Inversión	59
Tabla 48 Cálculo Mano de Obra.....	61
Tabla 49 Cálculos de depreciación	61
Tabla 50 Proyección de la Depreciación	63
Tabla 51 Detalle costos-servicio.....	64
Tabla 52 Proyección de Costos.....	66
Tabla 53 Gastos administrativos.....	67
Tabla 54 Gastos ventas	68
Tabla 55 Gastos financieros.....	68
Tabla 56 Proyección gastos de administración.....	69
Tabla 57 Proyección gastos de ventas	70
Tabla 58 Proyección de gastos financieros.....	71
Tabla 59 Plan de financiamiento.....	72
Tabla 60 Condiciones de crédito.....	73
Tabla 61 Determinación del precio de venta unitario	73
Tabla 62 Cálculo ingreso anual.....	73
Tabla 63 Proyección de ingresos	74
Tabla 64 Proyección de ingresos	75
Tabla 65 Punto de equilibrio.....	76

Tabla 66 Estado de resultados proyectados	78
Tabla 67 Flujo de caja.....	79
Tabla 68 TMAR.....	80
Tabla 69 VAN.....	80
Tabla 70 TIR.....	81
Tabla 71 Flujo efectivo neto	81
Tabla 72 Periodo de recuperación.....	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tipo de empresa	12
Figura 2 Frecuencia de limpieza	13
Figura 3 Importancia de la limpieza	14
Figura 4 Empresa similar	15
Figura 5 Contratación del servicio	16
Figura 6 Aspecto de relevancia.....	17
Figura 7 Modalidad de servicio	18
Figura 8 Disposición a pagar	19
Figura 9 Tipo de limpieza	20
Figura 10 Horario de limpieza	21
Figura 11 Logotipo de la marca	26
Figura 12 Canal de distribución directa	28
Figura 13 CRM a emplear.....	28
Figura 14 Mapa de procesos	29
Figura 15 Gestión de Planificación.....	30
Figura 16 Gestión de Compras	31
Figura 17 Servicio al Cliente	32
Figura 18 Distribución de instalaciones.....	33
Figura 19 Encuesta del servicio	41
Figura 20 Organigrama Estructural	47
Figura 21 Organigrama Funcional	48

ÍNDICE DE FÓRMULAS

Ecuación 1 Cálculo de Muestra	7
-------------------------------------	---

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y PRESTACIÓN DE
SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE TULCÁN, PROVINCIA DEL
CARCHI”**

AUTOR: María José Villarreal Álvarez

TUTOR: Borja Galeas Carlos Marcelo, Msc

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa MV CLEAN ofrece servicios de limpieza general para empresas en Tulcán, aprovechando la tendencia actual de reducción de costos en empresas y la necesidad de limpieza para garantizar la salud de los colaboradores. El plan de negocios incluye evaluación del mercado, detalles de operaciones, estructura organizacional y aspectos legales. Además, se realizará una evaluación financiera para determinar costos, financiamiento y proyección de ingresos. MV CLEAN se basa en brindar servicios de calidad a bajos costos, en lugar de la ejecución de autogestión de limpieza o contratación de servicios de limpieza en días determinados. Es importante mencionar que este plan de negocio incluye un análisis detallado del mercado para identificar potenciales clientes y demanda; además, se ha definido una estructura organizacional y filosofía empresarial para el correcto funcionamiento de la empresa.

DESCRIPTORES: Modelo, demanda, limpieza, servicios

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION AND PROVISION OF CLEANING SERVICES IN THE CITY OF TULCÁN, PROVINCE OF CARCHI”

AUTOR: María José Villarreal Álvarez

TUTOR: Borja Galeas Carlos Marcelo, Msc

ABSTRACT

The MV CLEAN company offers general cleaning services for companies in Tulcán, taking advantage of the current trend of cost reduction in companies and the need for cleaning to guarantee the health of employees. The business plan includes market assessment, details of operations, organizational structure and legal aspects. In addition, a financial evaluation will be carried out to determine costs, financing and income projection. MV CLEAN is based on providing quality services at low costs, instead of self-managing cleaning or contracting cleaning services on certain days. It is important to mention that this business plan includes a detailed analysis of the market to identify potential customers and demand; In addition, an organizational structure and business philosophy have been defined for the proper functioning of the company.

KEYWORDS: Model, demand, cleaning, services

INTRODUCCIÓN

Los servicios de limpieza han estado presentes en el mercado desde hace ya varias décadas, sin embargo, en los tiempos actuales han recobrado fuerza, dado que se ha incrementado la cultura de limpieza en todos los ambientes, esto como secuela resultante de la pandemia del año 2020 conocida como COVID 19, a partir de esto las predisposición de cuidado y limpieza incrementaron, dicho contexto no solo es aplicado en los hogares sino en las empresas, dado que por ley deben de cuidar de la salud de sus colaboradores, garantizándoles un ambiente propicio para trabajar.

En el ámbito empresarial, es importante considerar que muchas organizaciones tuvieron que prescindir de muchos de sus colaboradores, debido a la crisis económica que provocó la pandemia, donde las medidas de restricción establecidas por el gobierno obligaron al cierre temporal de estas.

Como medidas de reducción de costos muchas organizaciones comenzaron a despedir a empleados que no formaran parte de las actividades primordiales, como la limpieza que es una de las acciones más necesarias, la cual debe realizarse en los espacios que recorremos y, sobre todo, para el funcionamiento de las empresas, es por ellos que han optado por la ejecución de autogestión de limpieza, o la contratación de servicios de limpieza en días determinados, para evitar hongos, bacterias, parásitos y/o virus que puedan ser contaminantes y garantizar la salud de todos los colaboradores.

Dicho contexto da pie al desarrollo de una nueva oportunidad en el giro del negocio para el lanzamiento de la empresa MV CLEAN, la misma que oferta servicios de limpieza general para un target empresarial en Tulcán, brindando un servicio de calidad a bajos costos, aspecto importante a considerarse en la actualidad.

Descripción de Capítulos

Capítulo I.- Mercado y comercialización: este capítulo describe características de evaluación del mercado al que se va a dirigir los servicios de MV CLEAN, analizando las características del segmento, el macro y micro entorno, la demanda y los posibles potenciales clientes que pueden existir.

Capítulo II.- Operaciones: en esta sección se presentan, aspectos técnicos la organización definiendo de manera específica los procesos que ejecutarán, la capacidad de producción que tendrán, la determinación de los recursos necesarios y los métodos para controlar la calidad del servicio.

Capítulo III.-Organización y Gestión: por su parte el capítulo 3 se orienta en la descripción de los aspectos organizacionales y de gestión administrativa de la empresa MV CLEAN definiendo la estructura organizacional con la que contará y a su vez planteando la filosofía empresarial bajo la que se regirá.

Capítulo IV.- Jurídico Legal: en relación con este punto, se orienta en la especificación de todos los aspectos legales que abarcan la constitución de una organización, determinando los procesos a seguir para su creación, registro de marcas, y la obtención de permisos necesarios para el inicio de operaciones.

Capítulo V.-Evaluación Financiera: en este capítulo se desarrollará la evaluación financiera, donde se describirá los costos y gastos que derivaran de las operaciones de la empresa, así como la identificación de la manera de financiación para el inicio de operaciones, también se desglosa la proyección de ingresos, para posteriormente realizar la evaluación financiera a través de indicadores financieros.

Objetivos del Trabajo De Titulación

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios que determine la factibilidad de creación de una empresa de servicios de limpieza empresarial en la ciudad de Tulcán en la provincia del Carchi.

Objetivos Específicos

Identificar las preferencias y necesidades de un segmento determinado a través del análisis de mercado.

Describir las características técnicas y de operación garantizando un servicio de limpieza de calidad.

Diseñar un esquema organizacional y de gestión administrativa de acuerdo con los requerimientos del personal necesario.

Analizar los referentes legislativos y vigentes en el entorno legal para la constitución de la empresa.

Establecer la factibilidad financiera en la creación de la empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán.

CAPÍTULO 1

1. Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capitulo

Analizar el mercado objetivo en relación a los servicios de limpieza de oficinas de la ciudad de Tulcán provincia del Carchi, mediante la aplicación de encuestas y el análisis de estas, que permita el ingreso del servicio de acuerdo con la oferta y la demanda y sobre todo la aceptación en el mercado.

1.2 Antecedentes Investigativos del Producto

1.2.1 *Fundamentación del Producto*

En este caso el producto, se orienta hacia la oferta de un servicio de limpieza direccionado hacia el sector empresarial de la ciudad de Tulcán, buscando satisfacer las necesidades de las empresas al tener un servicio de calidad y a un precio accesible.

Según la Normativa Técnica Sanitaria sobre prácticas correctivas de higiene, en la resolución 57, registro oficial 609 del 16 octubre 2015, No ARCSA-DE-057-2015-GGG, Capitulo II Definiciones, Art 3; Para efectos de la presente resolución se consideran las siguientes definiciones:

“Limpieza.- Es el proceso o la operación de eliminación de residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables” (ARCSA, 2015).

Bajo el ámbito empresarial, los empleados que pueden trabajar en una oficina limpia y saludable suelen tener menos días de baja por enfermedad y son más productivos, y un servicio de limpieza externo le permite concentrarse en administrar su negocio y no en la eliminación diaria de suciedad, mugre y más de sus instalaciones.

El artículo publicado por la Organización Panamericana de la Salud, informa que es importante.

Prevenir la contaminación de superficies y mantener condiciones adecuadas de limpieza y desinfección en los espacios públicos, es fundamental para mitigar la transmisión del virus y proteger la salud de los trabajadores y del público en general. (OPS, 2020)

Es importante que los empleados tengan un espacio de trabajo limpio, debido a que una oficina sucia puede afectar negativamente la salud de los empleados y puede conducir a una baja productividad, a esto se le debe sumar que bajo el contexto actual en relación con los cuidados que deben existir para evitar que los contagios de COVID-19 se vuelvan a incrementar, y garantizando un espacio limpio e higiénico (PAHO, 2020).

1.2.2 Características del Servicio

Para conocer detalladamente la operatividad del servicio a brindarse por parte de la empresa MV CLEAN, se esquematiza la siguiente Tabla 1:

Tabla 1

Características del servicio

Servicio	Características
Limpieza y desinfección de áreas de oficina	Limpieza de áreas de circulación Limpieza de estaciones de trabajo Limpieza de sala de reuniones Limpieza de monitores y teclados Limpieza de cafetería
Limpieza y desinfección de baños	Limpieza y desinfección de lavabos Limpieza y desinfección de inodoros. Limpieza de griferías y espejos. Limpieza y desinfección de paredes de baños. Limpiezas de puertas de baños. Limpieza y desinfección de basureros
Limpieza y desinfección de ventanas y alfombras	Limpieza de persianas Aspirado de cortinas de oficinas Aspirado de alfombras de oficinas
Otros	Lavado y desengrasado de pisos de parqueadero Limpieza y mantenimiento de rejillas de desagüe Limpieza de gradas circulación y de emergencia Limpieza de ingresos de ascensores

Fuente. Investigación de Mercado ciudad de Tulcán

Elaborado por. La autora

Esta esquematización permitirá a los clientes disponer de una referencia para la identificación de los diferentes paquetes existentes que oferta la empresa MV CLEAN.

1.3 Mercado

El mercado a estudiar se encuentra en la ciudad de Tulcán.

1.3.1 Público Objetivo del Servicio

La oferta de servicio realizada por MV CLEAN está dirigida a empresas las cuales requieran de un servicio integral y externo para limpieza de sus oficinas, y así mantener un ambiente limpio y adecuado para sus operaciones. Es decir, que se encuentran dispuestas a pagar por un servicio, que está definido de acuerdo a la necesidad de la empresa.

Categorización de Sujetos. Basándose en la descripción del público objetivo del que dispone la empresa MV CLEAN, se determina la siguiente caracterización de sujetos:

Tabla 2

Categorización de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Administradores o gerentes de empresas
¿Quién usa?	Empresas privadas
¿Quién decide?	Administradores y gerente
¿Qué influye?	Administradores y gerentes

Fuente. Investigación de mercado ciudad de Tulcán.

Elaborado por. La autora

Estudio de Segmentación. Por otro lado, el respectivo análisis de la segmentación se orienta hacia la identificación de varias dimensiones de la población escogidas, en el primer esquema se muestra la dimensión conductual en la Tabla 3.

Tabla 3

Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Limpieza y seguridad (Biológica)
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	No
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente. Investigación de mercado ciudad de Tulcán.

Elaborado por. La autora

Por otro lado, en la Tabla 4 se esquematiza la dimensión geográfica sobre el la que se desarrollara el proyecto.

Tabla 4

Dimensión geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Carchi
Cantón	Tulcán
Habitantes	102.395

Fuente. (INEC, 2021)

Elaborado por. La autora

Tabla 5

Dimensión demográfica

Variable	Descripción
Tipos de clientes	Empresas
Tipo de empresa	Privada
Total de empresas	318

Fuente. Investigación de mercado ciudad de Tulcán.

Elaborado por. La autora

Bajo esta descripción se determina que el total de empresas existentes en Tulcán asciende a 318 entidades privadas, mismas que pueden constituirse en clientes potenciales de MV CLEAN.

Plan de Muestreo. Previo a la determinación de la metodología de muestreo, es importante especificar que la población de estudio para la presente investigación es de 318 empresas privadas, misma que se encuentran en Tulcán, posterior a esto y por factibilidad de costos se realiza la aplicación de muestreo probabilístico, a través de la aplicación de la formula finita según se muestra en la Ecuación 1.

Ecuación 1 Cálculo de Muestra

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * p * q)} \quad (1)$$

El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos.

Dónde:

N =	Población =	318
P =	Probabilidad de éxito =	0,5
Q =	Probabilidad de fracaso =	0,5
P*Q=	Varianza de la Población=	0,25
E =	Margen de error =	5,00%
NC (1- α) =	Confiabilidad =	95%
Z =	Nivel de Confianza =	1,96

$$\frac{1,96^2 * 318 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (318 - 1) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)} \quad (2)$$

$$\begin{aligned} & \frac{3,84 * 318 * 0,5 * 0,5}{1,15 + 0,96} \\ & = \frac{305,40}{1,75} \\ & 174 \end{aligned}$$

Al realizarse la aplicación de la respectiva fórmula, se obtiene como resultado la muestra de 174 empresas a encuestarse.

Instrumento para Recopilar Información. La estructura de recolección de información estará basada de acuerdo a las necesidades de la presente investigación, determinando la técnica e instrumento, el tipo de información y su fuente, como se muestra en la Tabla 6.

Tabla 6

Métodos de recolección

Necesidad de información	Tipo de información	Fuente	Técnica e instrumento
Determinar el Mercado Potencial de limpieza	Información primaria	INEC	Servicios agrupados
Frecuencia del servicio de limpieza	Información secundaria	Personas	Encuestas directas a gerentes de empresas y/o administradores

Productos sustitutos	Información secundaria	Proveedores	Entrevista con proveedores
Competidores	Información Primaria	Encuestas	Encuestas
Valor agregado al servicio de limpieza	Información Primaria	Personas	Encuestas

Fuente. Investigación de mercado ciudad de Tulcán.

Elaborado por. La autora

Tabla 7

Población objeto de mi servicio

Necesidad de información	Tipo de información	Fuente	Técnica e instrumento
Empresas Comerciales	Información primaria	INEC/SRI	Servicios agrupados
Empresas de Servicios	Información primaria	INEC/SRI	Servicios Agrupados
Empresas Unipersonales	Información primaria	INEC/SRI	Servicios Agrupados

Fuente. (INEC, 2021), (SRI, 2021)

Elaborado por. La Autora

Tabla 8

Canales de oferta del servicio

Necesidad de información	Tipo de información	Fuente	Técnica e instrumento
Radio	Información primaria	Local	Medio comunicación
Televisión	Información primaria	Local	Medio comunicación
Medios digitales	Información primaria	Redes sociales	Medios digitales

Fuente. Investigación propia de autora.

Elaborado por. La Autora

Diseño y Recolección de Información. En este caso el método para la recolección de información necesaria para evaluar el mercado existente recae sobre la aplicación de encuestas a la muestra determinada, cabe recalcar que la encuesta es una técnica de recopilación de información primaria, que evaluara directamente a los gerentes y administradores de las empresas de Tulcán.

Bajo este contexto, se determina que la encuesta estará conformada por un cuestionario, que abarca una serie de preguntas estratégicas para captar información importante sobre el mercado evaluado. El esquema de encuesta es el siguiente:

1.- ¿Tipo de empresa?

- Comercial
- Servicio
- Unipersonal
- Otro

2.- ¿Con que frecuencia realiza la limpieza de su empresa?

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

3.- ¿Que tan relevante considera el factor limpieza en una empresa?

- Muy importante
- Importante
- Poco importante
- Sin importancia
- Indiferente

4.- ¿Conoce usted una empresa que le ofrezca este servicio en la ciudad de Tulcán?

- Si
- No

5.- ¿Contrataría los servicios de una empresa de limpieza?

- Si
- No

6.- ¿Cree usted que es necesario mantener en condiciones adecuadas de limpieza en su oficina, para proteger la salud de sus clientes?

- Si
- No

7.- ¿Bajo qué modalidad preferiría contratar los servicios de limpieza?

- Por día
- Por semana
- Por mes

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza mensual?

- \$650-\$600
- \$550-\$500
- \$450-\$425

9. ¿Qué tipo de servicio de limpieza le gustaría?

- Limpieza Completa
- Limpieza Integral
- Limpieza Especifica

10. ¿Qué horario le gustaría que se realice la limpieza de su oficina?

- En la mañana
- Mediodía
- Tarde

Análisis e Interpretación de Resultados. Se presenta las tablas y los gráficos de la encuesta realizada, cada una con su respectivo análisis.

Entrevista:

1) ¿Tipo de empresa?

Tabla 9

Tipo de empresa

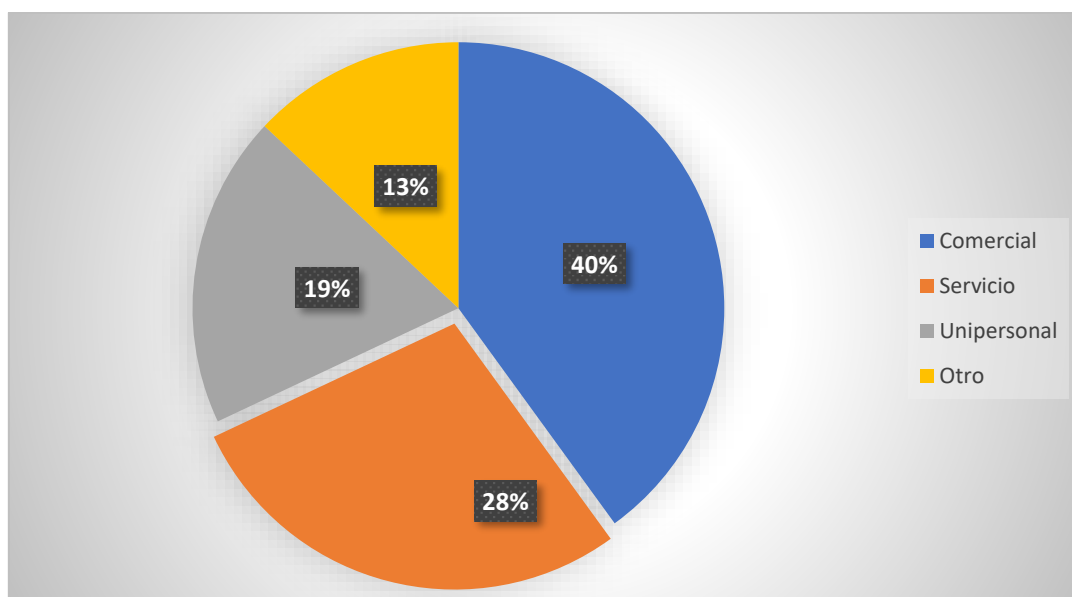
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
1	Comercial	69	40%
	Servicio	49	28%
	Unipersonal	34	19%
	Otras	22	13%
Total		174	100%

Fuente. Investigación de mercado ciudad de Tulcán.

Elaborado por. La Autora

Figura 1

Tipo de empresa



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, el 40% de las empresas encuestadas tiene una actividad comercial, el 28% sostiene que dispone de una actividad de servicios, el 20% indica que mantiene actividad unipersonal, mientras que el 13% restante expreso que tiene otro tipo de actividad.

2) ¿Con que frecuencia realiza la limpieza de su empresa?

Tabla 10

Frecuencia de limpieza

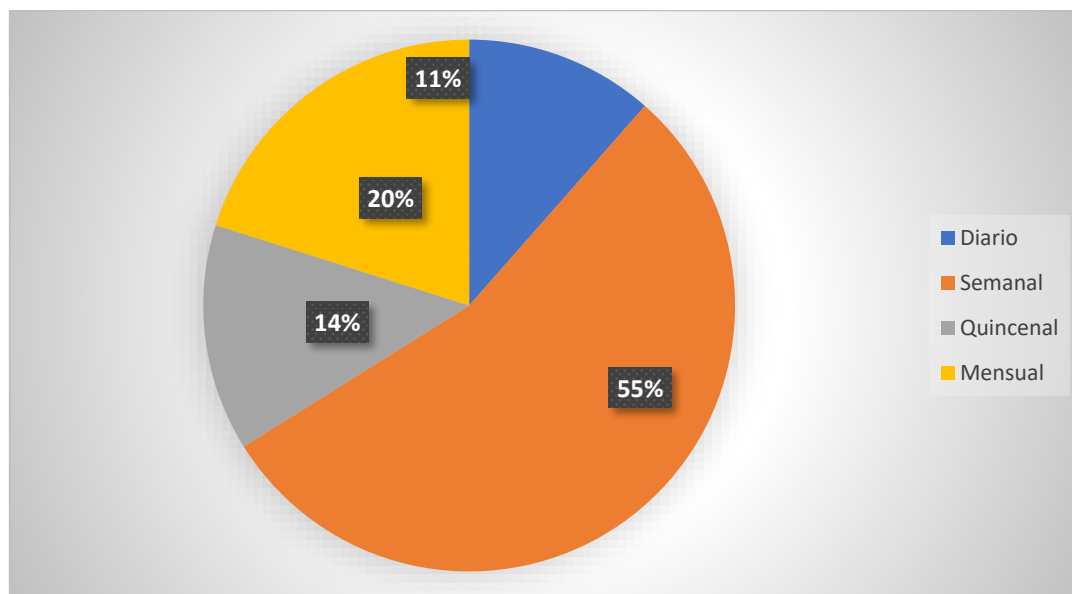
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
2	Diario	20	11%
	Semanal	95	55%
	Quincenal	24	14%
	Mensual	35	20%
Total		174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 2

Frecuencia de limpieza



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, se determina que el 55% de los encuestados expresaron que realizan su limpieza de forma semanal, el 20% expreso que la limpieza es realizada una vez al mes, el 14% sostuvo que realizan la limpieza de forma quincenal, mientras que el 11% restante sostiene que realiza la limpieza de manera diaria.

3) ¿Qué tan relevante considera el factor limpieza en una empresa?

Tabla 11

Importancia de la limpieza

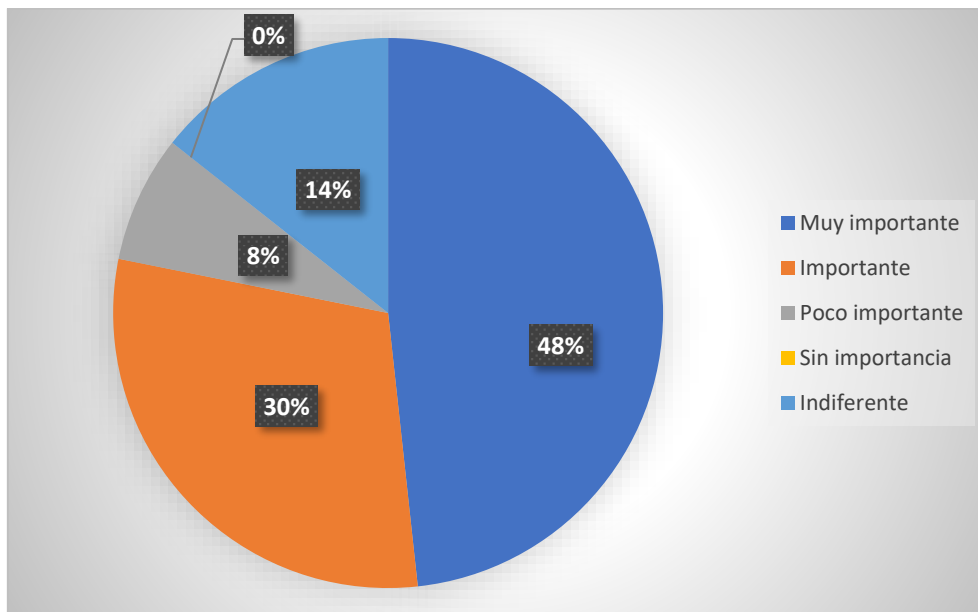
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
3	Muy importante	84	48%
	Importante	52	30%
	Poco importante	13	7%
	Sin importancia	0	0%
	Indiferente	25	14%
Total		174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 3

Importancia de la limpieza



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: Como se estipula en los resultados presentados, se obtiene que el 48% de las empresas encuestadas sostuvieron que el factor limpieza es muy importante para las empresas, el 30% es sostuvo que este factor es importante, mientras que el 7% expreso que este factor es poco importante, el 14% se mostró indiferente el 14% se mostró indiferente.

4) ¿Conoce usted una empresa que le ofrezca este servicio en la ciudad de Tulcán?

Tabla 12

Empresa similar

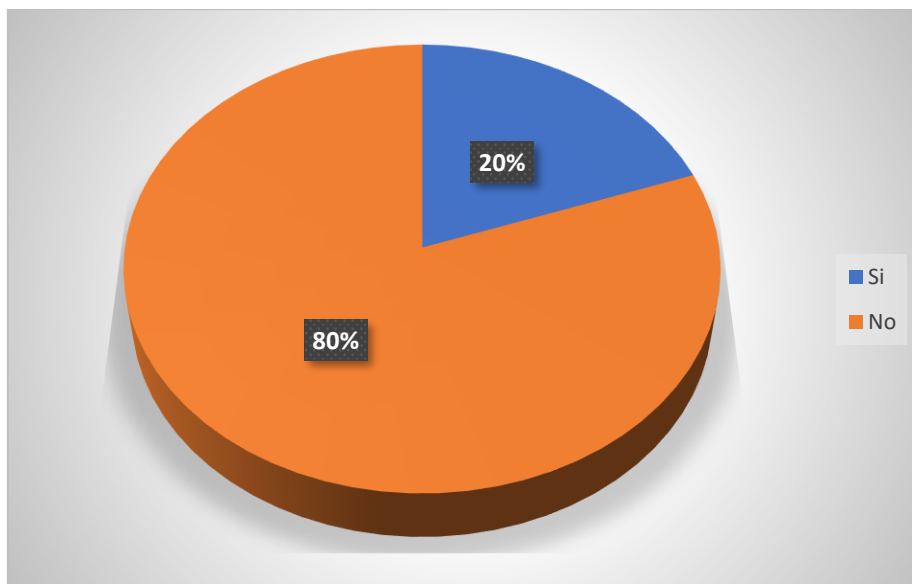
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
4	Si	34	20%
	No	140	80%
Total		174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 4

Empresa similar



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: Según se evidencia en la presentación de resultados de forma gráfica, se logra determinar que el 20% de los elementos participantes expresaron que si conocen una empresa que le ofrezca este servicio de limpieza, mientras que el 80% restante sostuvo que no una empresa que le ofrezcan este tipo de servicio de limpieza.

5) ¿Contrataría los servicios de una empresa de limpieza?

Tabla 13

Contratación del servicio

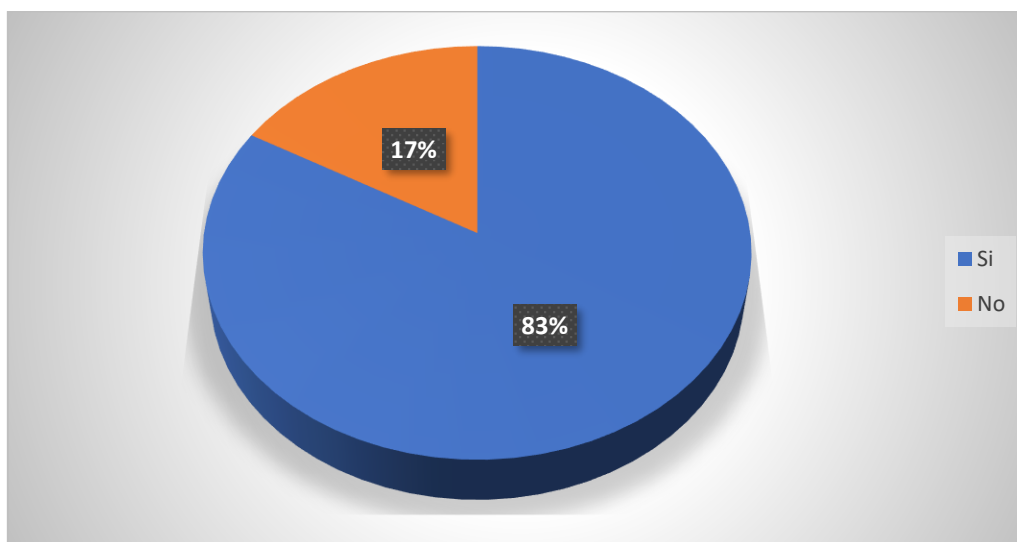
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
5	Si	145	83%
	No	29	17%
Total		174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 5

Contratación del servicio



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: De acuerdo con los resultados derivados de la información tabulada, se determina que el 83% de las empresas participantes en las encuestas sostuvo que si contrataría este servicio de una empresa de limpieza, mientras que el 17% restante manifestó que no contrataría este tipo de servicio de una empresa de limpieza.

6) ¿Cree usted que es necesario mantener en condiciones adecuadas de limpieza en su oficina, para proteger la salud de sus clientes?

Tabla 14

Aspecto de relevancia

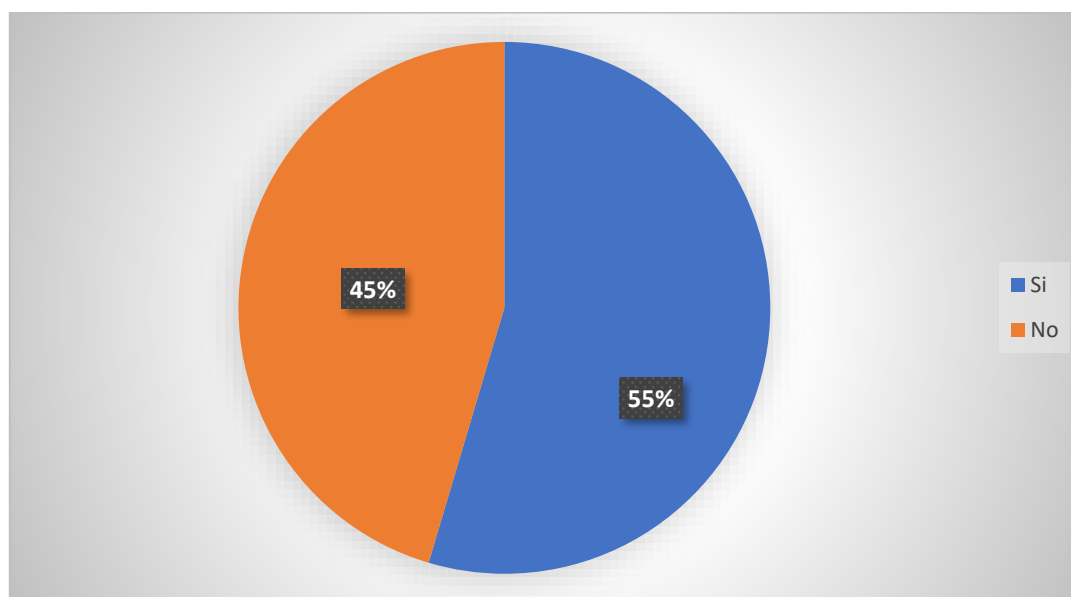
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
6	Si	56	55%
	No	84	45%
Total		174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 6

Aspecto de relevancia



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: En relación con los resultados obtenidos a través de la aplicación de encuestas se logra determinar que el 55% de las personas encuestadas expresar que, si es necesario mostrar a su empresa siempre a su cliente en higiene y limpieza, mientras que el 45% no es necesario mostrar a su empresa siempre a su cliente en higiene y limpieza.

7) ¿Bajo qué modalidad preferiría contratar los servicios de limpieza?

Tabla 15

Modalidad del servicio

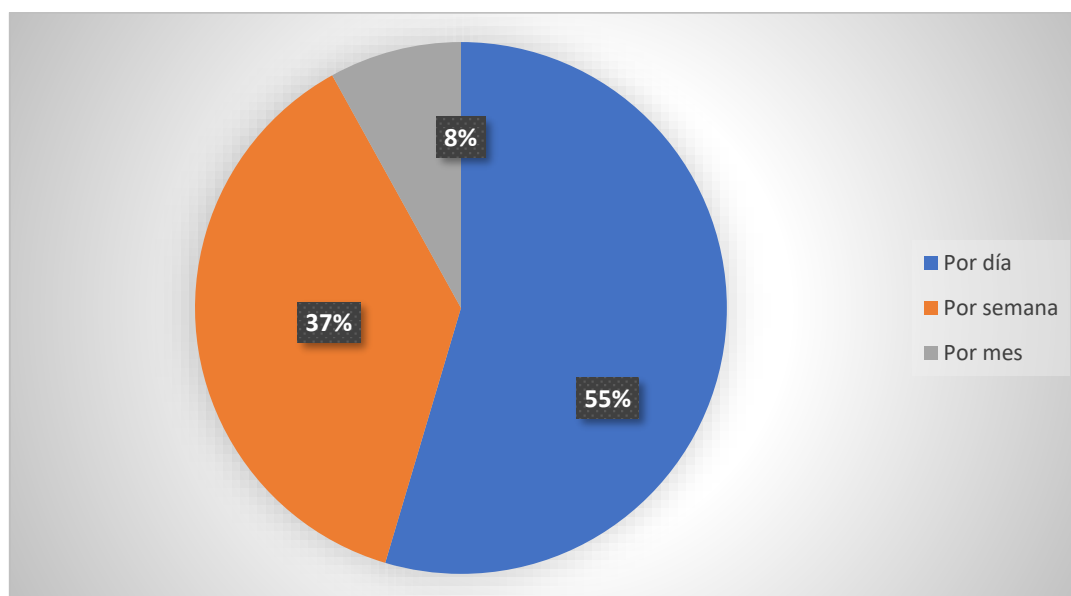
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
7	Por día	95	55%
	Por semana	64	37%
	Por mes	14	8%
	Total	174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 7

Modalidad de servicio



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: De acuerdo con los resultados abarcados en el análisis de la información recopilada a través de las encuestas, se logra determinar que el 55% de las empresas participantes indicaron que prefieren la modalidad de contratación por día, el 37% sostuvo que prefiere la modalidad por semana, mientras que el 8% restante sostiene que prefiere la modalidad por mes.

8) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de limpieza mensualmente?

Tabla 16

Disposición a pagar

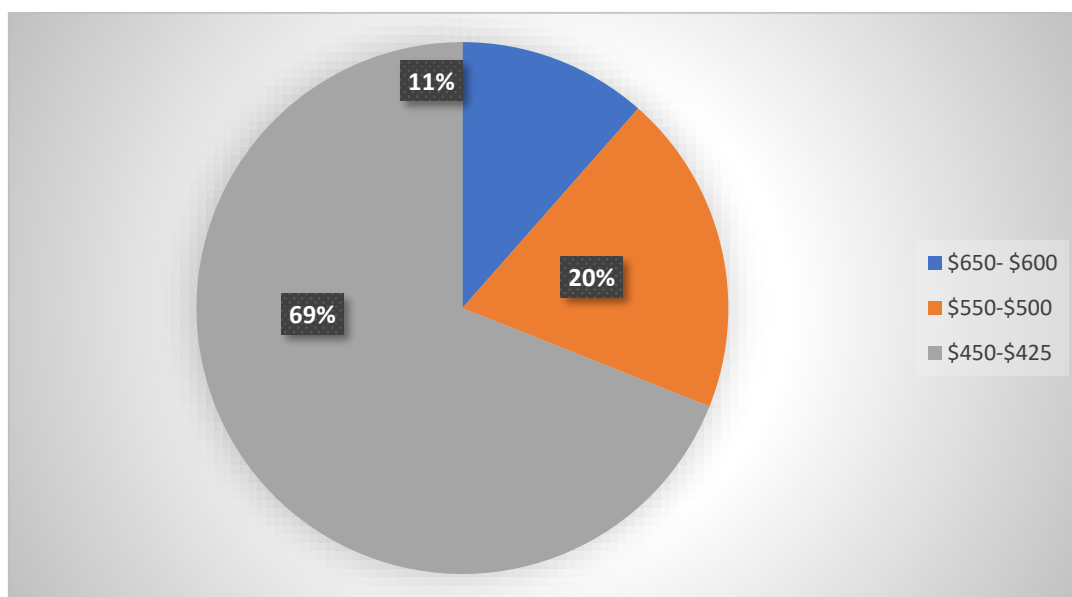
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
8	\$650- 600	20	11%
	\$550-500	34	20%
	\$450-425	120	69%
Total		174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 8

Disposición a pagar



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: Según se muestra en los resultados derivados de la información recopilada a partir de las encuestas, se logra determinar que el 69% de las empresas participantes sostienen que pagarían un total de \$450-\$425 al mes, el 20% sostiene que estaría dispuesto a pagar \$550-\$500 al mes, mientras que el 11% restante sostuvo que estaría dispuesto a pagar \$650- \$600 al mes.

9) ¿Qué tipo de limpieza le gustaría?

Tabla 17

Tipo de limpieza

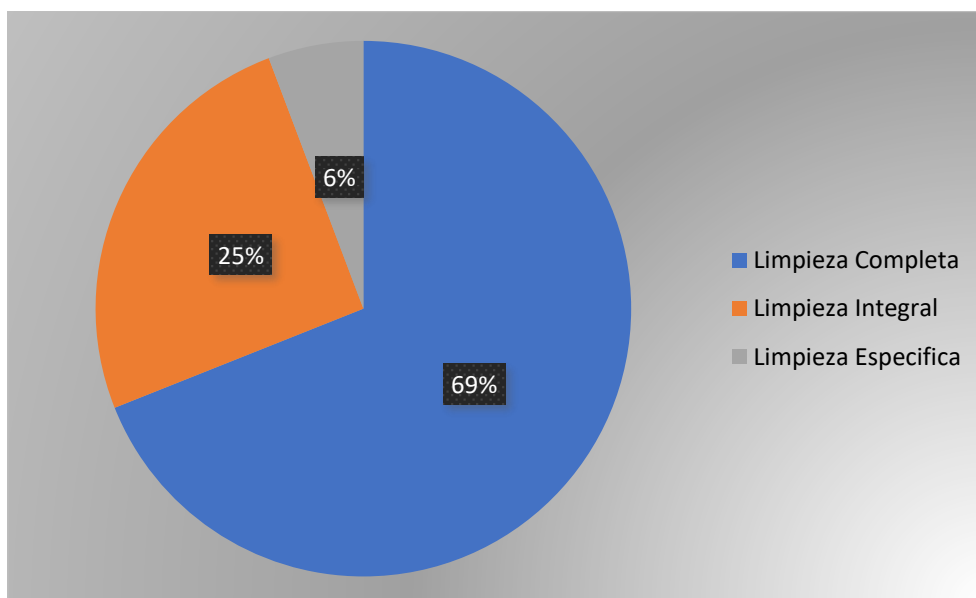
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
9	Limpieza Completa	120	69%
	Limpieza Integral	44	25%
	Limpieza Especifica	10	6%
	Total	174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 9

Tipo de limpieza



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: Según se muestra en los resultados derivados de la información recopilada a partir de las encuestas, se logra determinar que el 69% de las empresas le gustaría de limpieza completa, el 25% le gustaría servicio de limpieza integral, mientras que el 6% restante le gustaría el servicio de limpieza específica.

10) ¿Qué horario le gustaría que se realice la limpieza de su oficina?

Tabla 18

Horario de limpieza

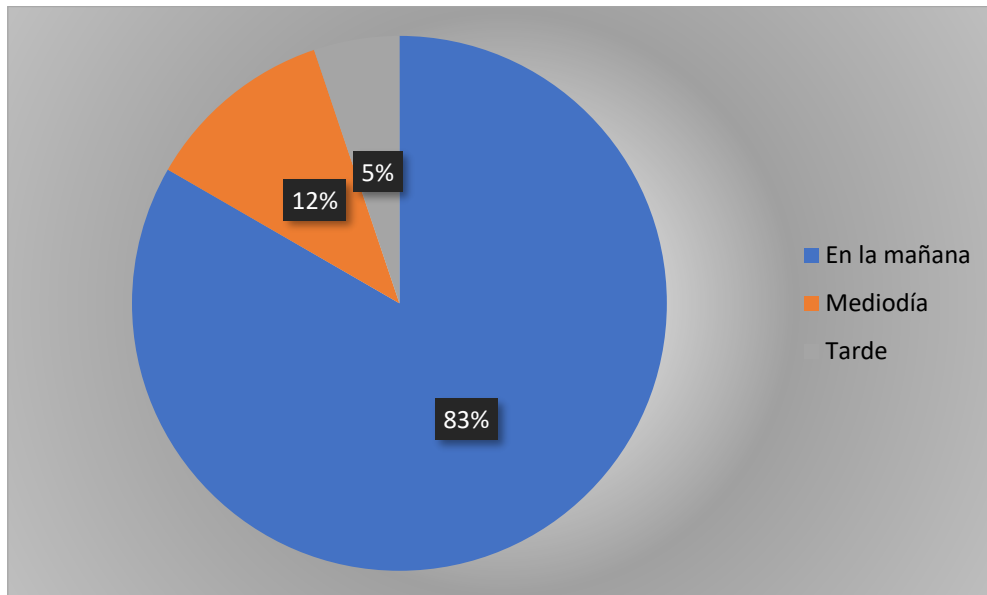
Ítem	Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
	En la mañana	145	83%
	Mediodía	20	11%
	Tarde	9	5%
	Total	174	100%

Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Figura 10

Horario de limpieza



Fuente. Entrevista.

Elaborado por. La Autora

Análisis: Según se muestra en los resultados derivados de la información recopilada a partir de las encuestas, se logra determinar que el 83% de las empresas prefieren el servicio de limpieza por la mañana, el 12% de las empresas prefieren el servicio de limpieza al mediodía, mientras que el 5% restante le gustaría el servicio de limpieza por la tarde.

1.3.2 Demanda Potencial

Para el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta el porcentaje de aceptación de las empresas que estarían dispuestas a contratar el servicio de limpieza, mismo que corresponde aun porcentaje del 83%, como se aprecia en el siguiente cálculo.

Empresas: 174

Porcentaje de aceptación: 83%

Demanda: 174* 83%

Demanda: 145

Tabla 19

Demanda Potencial

Población	Frecuencia	Población Obtenida
174	8%	14
174	16%	28
174	16%	28
174	24%	42
174	36%	63
TOTAL	100%	174

Fuente. Investigación de Campo

Elaborado por. La autora

Demanda Potencial de acuerdo a la aceptación del servicio de limpieza y a la frecuencia estadística del servicio, mismas que corresponde a las 174 empresas.

A continuación, en la Tabla 20, se detalla la proyección de la demanda tomando en cuenta la proyección del crecimiento potencial del Banco Central del Ecuador del 1.7% (BCE, 2023).

Tabla 20

Proyección de la demanda método no estadístico (TCE)

Proyección	
<i>Año</i>	<i>Población</i>
2022	174
2023	177
2024	180
2025	183
2026	186

Fuente. Banco Central

Elaborado por. La autora

1.4 Análisis del Macro y Micro ambiente

1.4.1 Análisis del Micro Ambiente

Se procede a analizar las cinco fuerzas de Porter que regulan el mercado. De esta manera, se puede analizar el mercado en el cual la empresa va a realizar sus funciones, así como las estrategias a implementar para lograr una consolidación en el mercado.

Fuerza 1. Poder de negociación de los compradores o clientes.

En las empresas de servicio de limpieza, la amenaza de los nuevos competidores puede calificarse como alta, pues bien existe una barrera en la inversión, en cuanto a maquinaria que sale al mercado fácil de manejar en los hogares, productos de calidad, pero a precios accesibles, pero se ha ido mejorando cada vez con mayor facilidad, por los servicios de limpiezas a bajos costos, nos obligan a lanzar promociones, establecer nuevos precios según la economía de los clientes, para diferenciarnos de la competencia.

Fuerza 2. Poder de negociación de los proveedores o vendedores.

En las empresas de servicio de limpieza, la amenaza para la negociación con los proveedores puede calificarse como media, debido a que el producto que venden tiene pocos sustitutos, como son de los insumos que utilizaremos para la limpieza.

Fuerza 3. Amenaza de nuevos competidores entrantes.

En las empresas de servicio de limpieza, la amenaza para nuevos competidores puede calificarse como baja, se puede aprovechar como una oportunidad para crecer en el mercado, por medio de la diferenciación del servicio de limpieza, incrementando canales de publicidad, con nuevos servicios con un valor agregado a precios competitivos.

Fuerza 4. Amenaza de nuevos productos sustitutos

En las empresas de servicio de limpieza, la amenaza de nuevos productos sustitutos puede calificarse como baja, debido a que en la ciudad de Tulcán en la actualidad no hay robot que realicen la limpieza profunda de piso y paredes de baño, cortinas etc., de manera automática.

Fuerza 5. Rivalidad entre competidores.

En las empresas de servicio de limpieza, la amenaza de rivalidad entre competidores puede calificarse como media, esta rivalidad con otras empresas afecta a la rentabilidad ingresos económicos para la empresa de limpieza.

1.4.2 Análisis del Macro Ambiente

Tabla 21

Matriz EFE

Factor Crítico	Peso	Clasificación	Puntuación
<i>Oportunidad</i>			
Crecimiento en el mercado con la marca	0.15	3	0.25
Incremento de cartera de clientes nuevos.	0.20	4	0.25
Pandemia	0.15	4	0.35
Alianzas con empresas privadas	0.25	4	0.55
Nuevas oficinas en la ciudad de Tulcán	0.25	3	0.60
Total de Oportunidades	1.00		2.00
<i>Amenazas</i>			
Crisis Económica.	0.15	2	0.30
Aumento de la competencia	0.11	2	0.22
Empresas con precios bajos.	0.09	2	0.18
Incremento de precios de los insumos de limpieza.	0.12	1	0.12
Baja demanda	0.09	1	0.09
Total de Amenazas	0.56		0.91

Fuente. Investigación Propia

Elaborado por. La autora

Dando como análisis que hay oportunidades de la empresa prestadora de servicios de limpieza en la ciudad de Tulcán, por motivos de incrementos de clientes, adicional se puede realizar alianzas como una estrategia con nuevas empresas privadas en la ciudad, además con mayor oportunidad de crecimiento de que a largo plazo.

1.4.3 Proyección de la Oferta

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta el índice de precios del consumidor, considerando el promedio en el periodo 2013-2022, la cual 3.86%., datos que se refleja en la Tabla 22.

Tabla 22*Proyección Oferta*

Proyección Oferta		
<i>Año</i>	<i>Población</i>	<i>Población Obtenida</i>
2023	28	29
2024	28	29
2025	42	44
2026	62	64
TOTAL	174	181

Fuente. INEC*Elaborado por.* La autora**1.5 Demanda Potencial Insatisfecha****Tabla 23***Demanda Potencial Insatisfecha*

Año	Demanda	Oferta	DPI/Año	DPI/Día
2022	14	15	-1	-0,003
2023	28	29	-1	-0,003
2024	28	29	-1	-0,003
2025	42	44	-2	-0,005
2026	62	64	-2	-0,005

Fuente. Investigación Propia*Elaborado por.* La autora**1.6 Diseño de la Marca****1.6.1 Nombre de la Marca**

El nombre de la empresa se llama MV CLEAN, este nombre viene de la fusión de MV que son las iniciales de los nombres María Villarreal, creadora y accionista de la empresa MV CLEAN, es un término en inglés lo que significa en español limpio, limpiar.

1.6.2 Logotipo

Para la creación del logotipo de la empresa MV CLEAN, Se eligió un color verde #3FF947 para las letras, con el tipo de letra ConthraxSb-Regular (Ilustración 1). De igual manera se eligió el color azul #0A1C73.

Figura 11

Logotipo de la marca






Fuente. Creación Propia

Elaborado por. La autora

Tabla 24

Descripción Logotipo

Imagen	Descripción
	MV CLEAN, represente a la naturaleza, destacando el color principal el Verde.
	Las gotas de aguas representan los líquidos que usaremos para el cuidado de las oficinas.
	En esta imagen nos representa que como empresa nos enfocaremos a limpiezas de edificios donde hay oficinas en la ciudad de Tulcán, creando un conjunto con los demás símbolos anteriores del logo.

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La Autora

1.6.3 Eslogan

Por medio del eslogan se pretende que los consumidores retengan en la memoria, por lo que se creó la siguiente frase: “Limpieza al alcance de tus manos”.

1.7 Estrategias de Marketing

Para el posicionamiento de la marca dentro del mercado, se procederá a usar el marketing Mix con los elementos de producto, precio, plaza y promoción (Kotler & Armstrong, 2017).

1.7.1 Producto

Como principal producto para la venta se tiene la prestación de servicios de limpieza de empresas en la ciudad de Tulcán.

1.7.2 Precio

El precio se establecerá de acuerdo a los precios referenciales del mercado, con el fin de ser competitivo y se ajusten a los requerimientos de cada empresa. Por otra parte, se empleará este sistema de precios para determinar si se cubren todos los costos.

1.7.3 Plaza

Directa, el servicio de limpieza tendrá un canal directo.

1.7.4 Promoción

Estará embarcada de que el cliente no asuma ningún costo adicional a lo ofertado, es decir nuestra promoción va incluido en el servicio de limpieza los insumos para la limpieza.

1.8 Publicidad que se Realizará

Se procede a señalar el tipo de publicidad que se usará en el futuro con el fin de captar la atención de los potenciales clientes.

Tabla 25

Cronograma de medios

Objetivo	Estrategia	Proyectos estratégicos	Medio publicitario	Presupuesto tiempo	Responsable	Indicador
Captar clientes en redes sociales	Empleo de redes sociales	Aumentar el nivel posibles clientes	Redes sociales en general	Mensual	Director de marketing	Número de personas interesadas
Llegar a clientes por medio distintos	Empleo de anuncios publicitarios	Generar en el cliente la necesidad del servicio	Radio y Televisión local.	3 meses	Director de marketing	Número de personas interesadas

Fuente. Investigación de mercado ciudad de Tulcán.

Elaborado por. La Autora

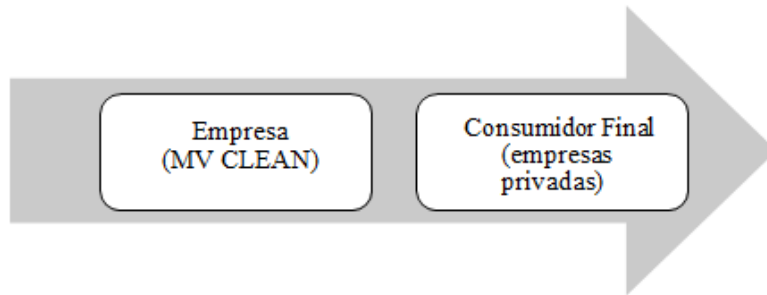
1.9 Canales de Distribución

Los canales de distribución se muestran de la siguiente manera:

A continuación, en la Figura 12 se detalla el proceso del canal de distribución directo.

Figura 12

Canal de distribución directa



Fuente. Investigación propia

Elaborado por. La autora

1.10 Seguimiento de Clientes

Se empleará el CRM Bitrix24 dado que es un software gratuito que tiene las características que satisfacen las necesidades del proyecto de estudio, diseñada para gestionar, comunicar y manejar redes sociales.

Figura 13

CRM a emplear



Fuente. CRM Bitrix24

Elaborado por. La autora

1.11 Mercados Alternativos

Como medida alternativa al no alcanzar el plan de ventas, se introducirá en el mercado de servicios de limpieza en hogares y jardinería.

CAPÍTULO II

2. Operaciones

2.1 Objetivo del Capitulo

El objetivo de este capítulo es detallar los procesos operativos que se llevan a cabo en la empresa de Servicios de Limpieza. Se debe establecer el procedimiento a seguir para las principales actividades de la organización (Chiavenato, 1993).

2.2 Descripción del Proceso

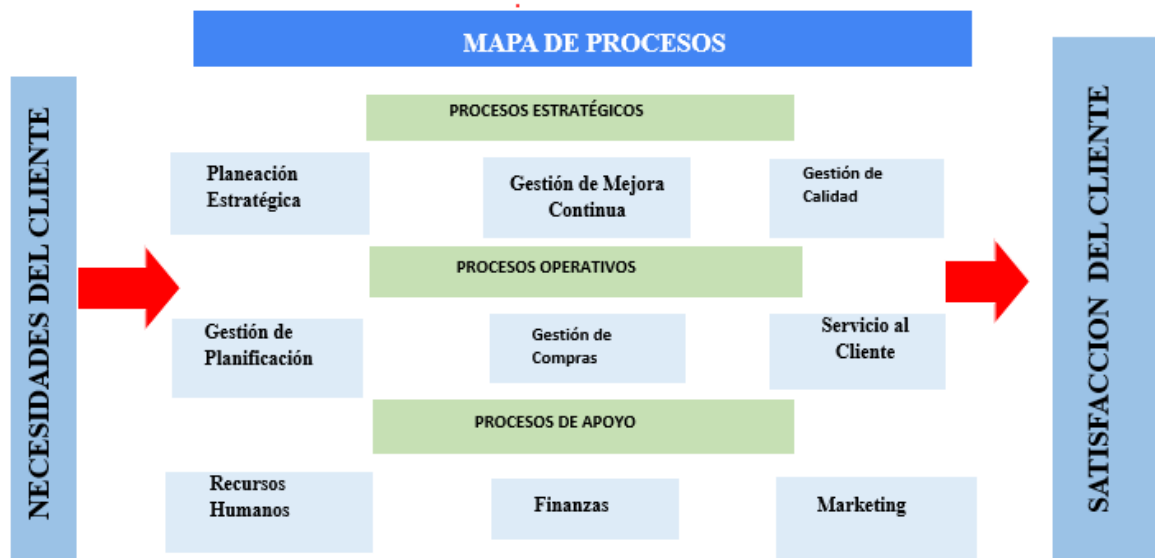
2.2.1 Descripción de Proceso de Transformación del Bien o Servicio

El mapa de procesos, es un gráfico en donde se representa los procesos que dispone el sistema de gestión de la empresa, que debe involucrar a la satisfacción del cliente. El gráfico se divide en 3 niveles: procesos estratégicos que son procesos donde se toman las decisiones, procesos operativos que son procesos que se dedican a la producción de los productos o los servicios y los procesos de apoyo que dan soporte a los procesos anteriores. (Unidad de Planificación Institucional, 2015)

A continuación, en la figura 14 se demuestra el mapa de procesos.

Figura 14

Mapa de procesos



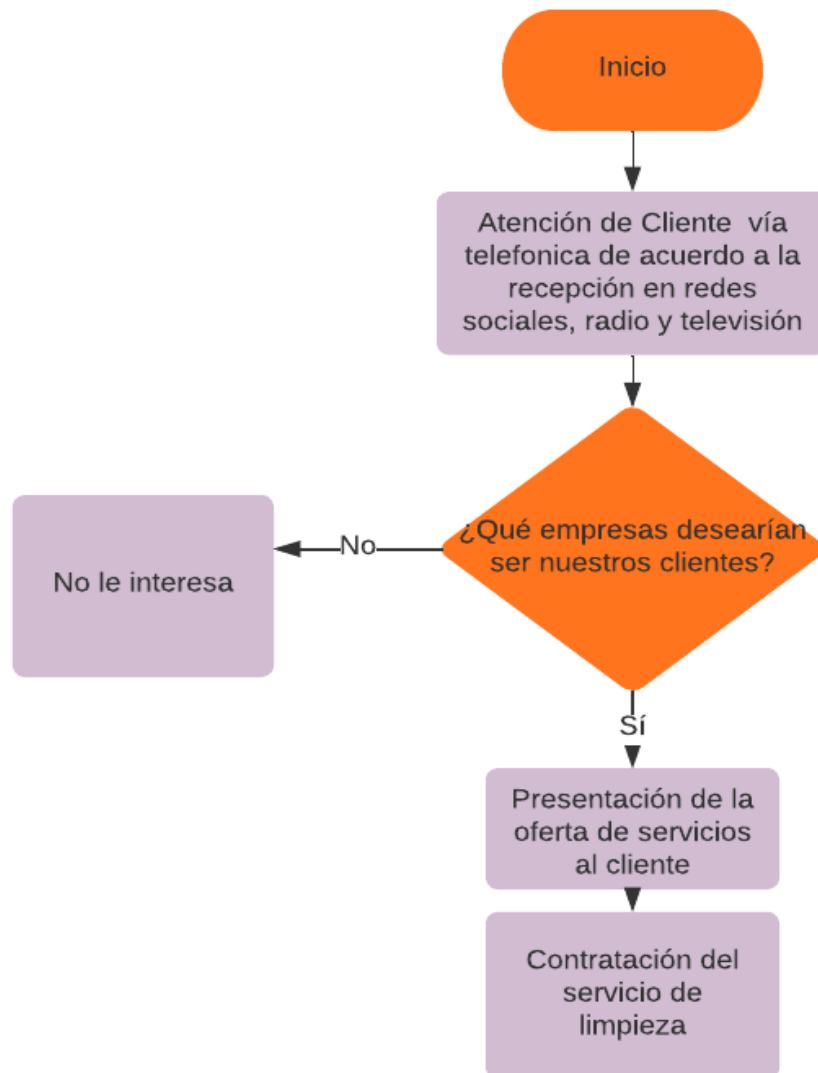
Fuente. Investigación Propia

Realizado por. La autora

El proceso de la marca según se muestra en la Figura 15.

Figura 15

Gestión de Planificación

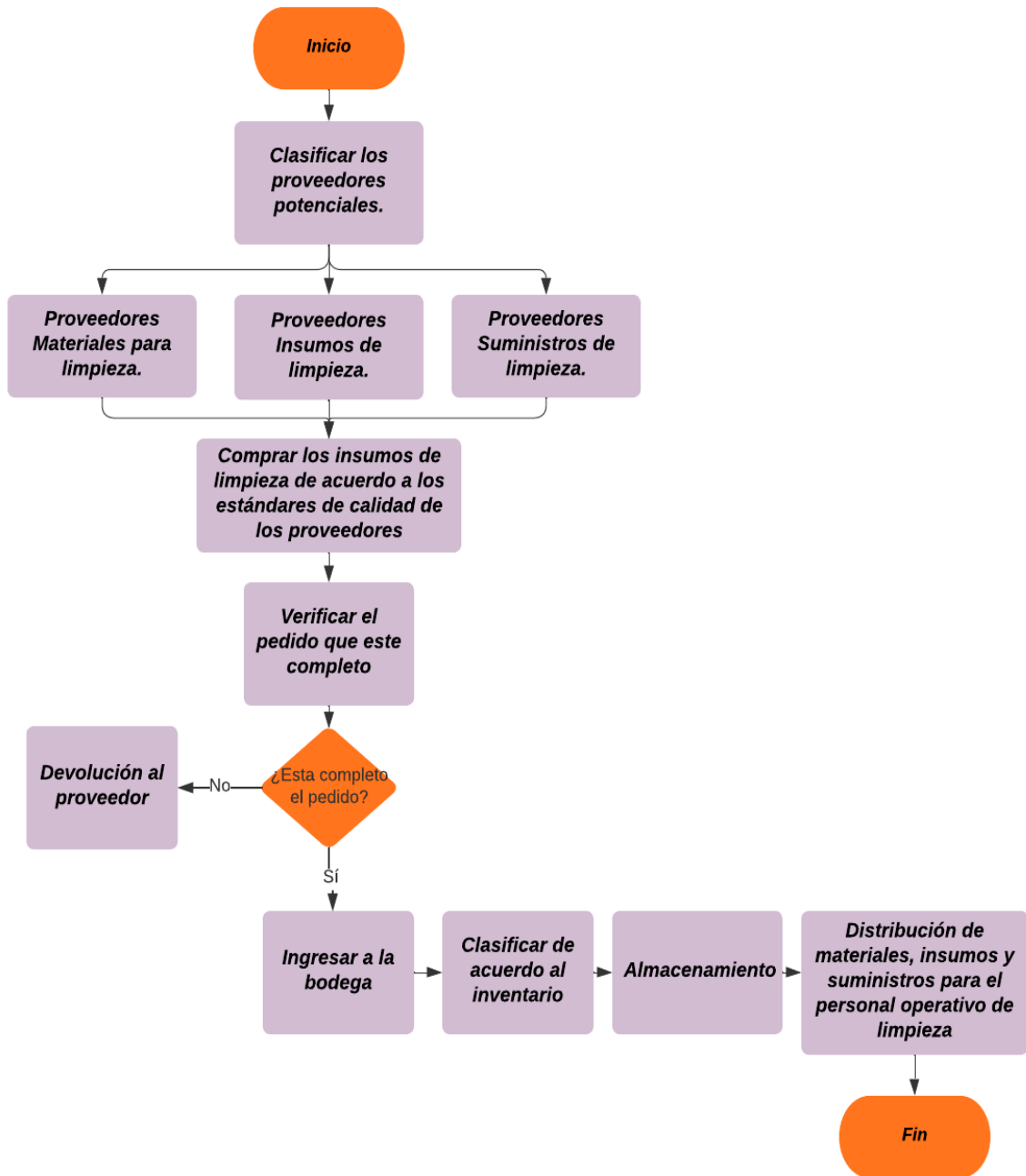


Fuente. Investigación Propia

Realizado por. La autora

Figura 16

Gestión de Compras

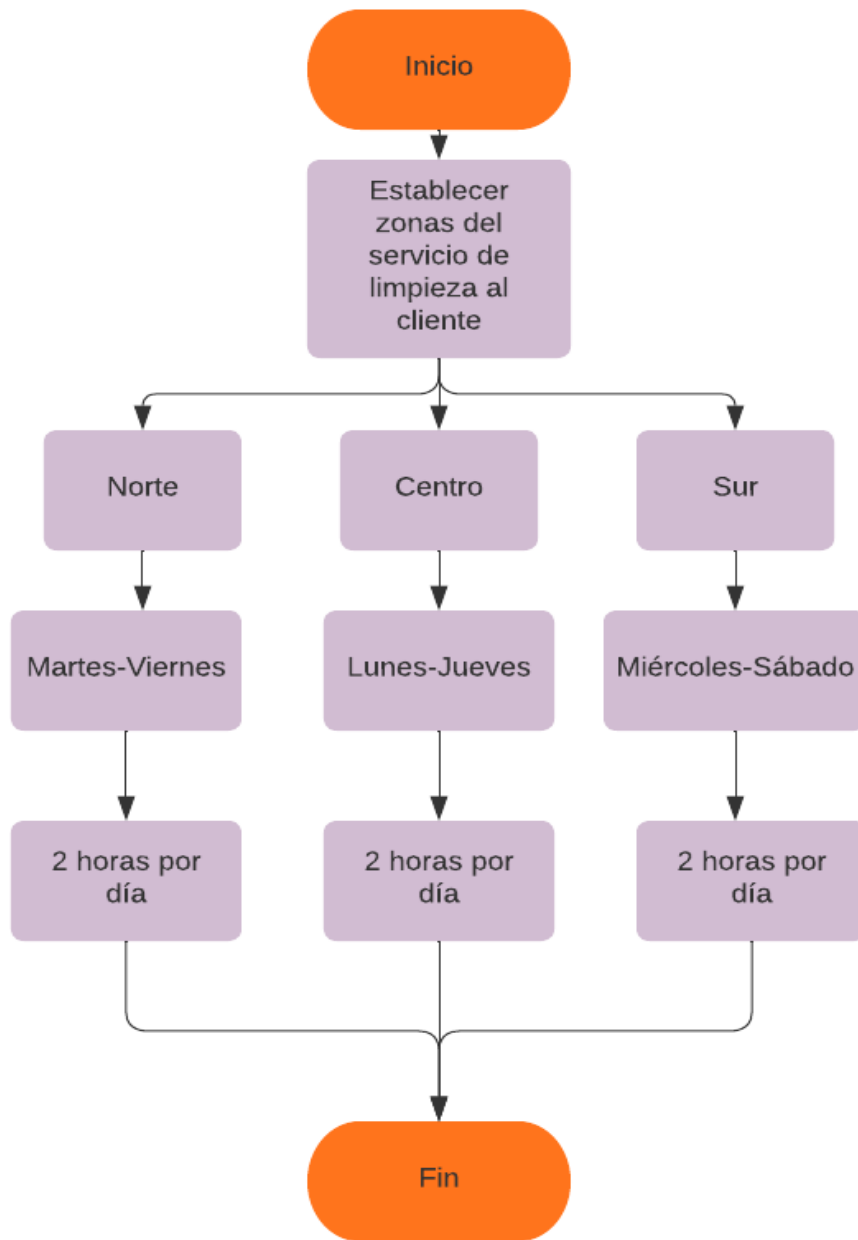


Fuente. Investigación Propia

Realizado por. La autora

Figura 17

Servicio al Cliente



Fuente. Investigación Propia

Realizado por. La autora

2.2.2 Descripción de Instalaciones, Equipos y Personas

Distribución de Instalaciones. En la empresa MV CLEAN dispondrá de áreas para satisfacer al cliente., las cuales están distribuidas de la siguiente manera;

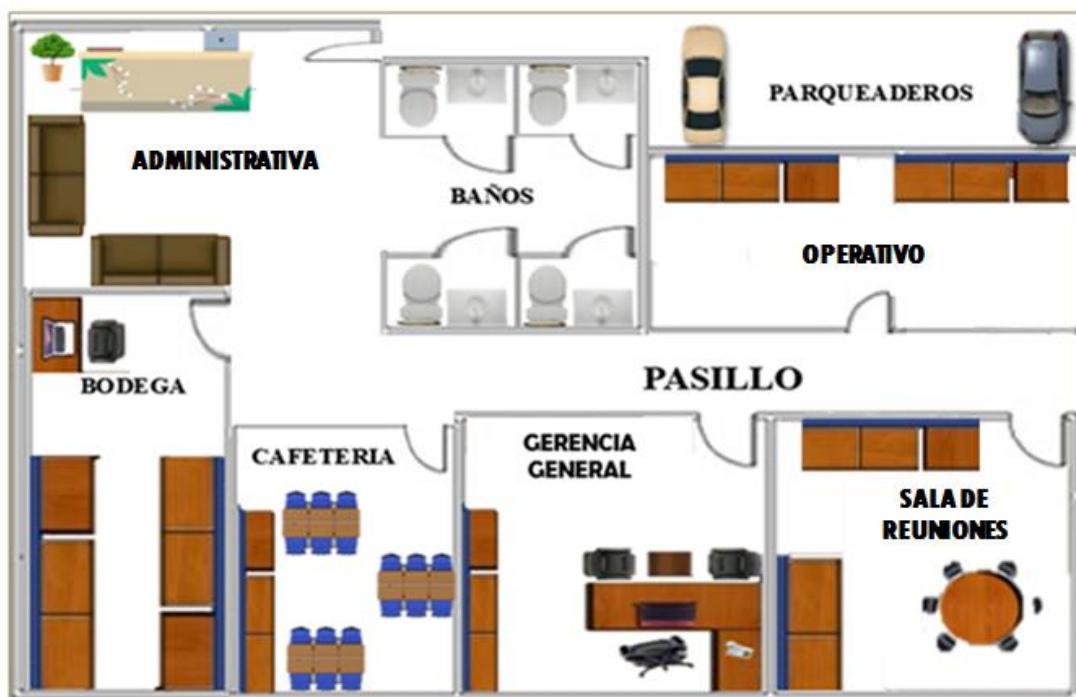
- a) Área de dos parqueaderos respectivos para el cliente.

- b) Área de Baños tanto para los clientes como para el personal propio de la empresa, 2 para damas y 2 para caballeros.
- c) Área de una oficina Administrativas para la atención al cliente y recepción de valija, facturas, pagos etc.
- d) Área de una bodega, para el almacenamiento de insumos, materiales, suministros para el servicio de limpieza.
- e) Área de cafetería.
- f) Área de una oficina de Gerencia General.
- g) Área de una sala de reuniones general.
- h) Área de oficinas para el personal operativo, en donde consta de canceles para cada uno.

A continuación, se detalla las instalaciones de la empresa de servicio de limpieza MV CLEAN.

Figura 18

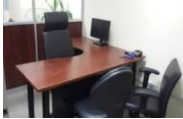






Distribución de instalaciones



Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Tabla 26*Muebles y equipos de oficina*

Muebles y Eq. de oficina	Cantidad	Características	Precio unitario	Valor total
	3	Muebles de oficina tipo L	\$250,00	\$ 750,00
	3	Sillón Ergonómico con espaldar alto plus Cuerina. Base metálica cromada de 5 puntas reforzadas, Color negro	\$ 49,59	\$ 148,77
	1	Mesa reunión Ejecutiva para seis personas	\$250,00	\$250,00
	3	Pantalla LCD de 3 líneas Reloj Usa Moderno	\$ 40,00	\$ 120,00
	1	Procesador: Intel Core i3-2310M Memoria RAM: 2GB DDR3. Disco Duro: 500GB 5400RPM. Pantalla: LED 14" HD.	\$550,00	\$550,00
	2	Pantalla 18,5 led. Disco duro 500gb. RAM 2gb. Lector/Quemador de DVD.	\$750,00	\$ 1.500,00
	1	Canon Pantalla táctil en color de 5" Acabado 3 en 1: grapado, grapado bajo demanda y grapado ECO. Impresión, copia, escaneado en color, envío y fax opcional	\$600,00	\$600,00

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Tabla 27


Equipos de limpieza

Equipo de limpieza	Cantidad	Características	Precio unitario	Valor total
	1	Aspiradora Industrial Porten Paw-620	\$ 1.487,97	\$ 1.487,97
	14	Coche de limpieza escurridor.	\$ 70,00	\$ 980,00
	1	Abrillantadora, enceradora y pulidora industrial para pisos.	\$ 1.899,00	\$ 1.899,00
	14	Aviso de Prevención señalética	\$ 7,00	\$ 98,00
	4	Coche de Limpieza 3 niveles	\$ 125,00	\$ 1.750,00
	14	Limpia vidrio tipo T con mango telescópico	\$ 15,88	\$ 222,32

Fuente. Investigación de Campo

Elaborado Por. La Autora






Tabla 28*Insumos*

Insumos	Cantidad	Características	Precio unitario	Valor total
	2	100% nylon impermeable. Anti fluido elástico en capucha puños y basta	\$ 6,50	\$ 13,00
	4	Trapeador redondo	\$ 15,00	\$ 60,00
	4	Trapeador con microfibra profesional	\$ 12,50	\$ 50,00
	4	Escobas de cerdas normales.	\$ 10,50	\$ 42,00
	4	Escobas de cerdas de plástico.	\$ 2,45	\$ 9,80
	4	Viledas para limpieza de superficie	\$ 6,65	\$ 26,60
	4	Guantes para Limpieza	\$ 2,50	\$ 10,00
	10	Toalla Microfibras para Limpieza	\$ 3,85	\$ 38,50
	40	Atomizadores	\$ 1,25	\$ 50,00
	28	Fundas grandes y pequeñas (blancas y pequeñas)	\$ 1,25	\$ 35,00
	4	Recogedor o palas	\$ 1,50	\$ 6,00

Fuente. Investigación de Campo

Elaborado Por. La Autora

Tabla 29*Materiales*

Materiales	Cantidad	Características	Precio unitario	Valor total
	5	Desinfectante	\$ 6,94	\$ 34,70
	5	Cloro 10%	\$ 5,00	\$ 25,00
	4	Desengrasante	\$ 10,45	\$ 41,80
	4	Anti sarro	\$ 8,00	\$ 32,00
	4	Limpiar vidrios	\$ 12,50	\$ 50,00
	4	Líquido Abrillantador de pisos	\$ 8,50	\$ 34,00
	4	Cera Industrial	\$ 12,80	\$ 51,20
	14	Ambiental	\$ 3,85	\$ 53,90

Fuente. Investigación Propia

Elaborado por. La Autora

2.2.2 Tecnología a Aplicar

La empresa MV CLEAN a largo plazo utilizará un sistema de planificación de recursos empresariales (ERP), que se llama AS2 Software E-Commerce, el cual brinda mostrar nuestros servicios las 24 horas los 365 días del año, de forma segura a través del internet. Además, se dispondrá de una base de datos con los servicios.

2.2.3 Factores que Afectan las Operaciones

La empresa MV CLEAN puede ser afectada por los siguientes factores como son lo de Pestel:

- a) Políticos, las leyes que en el país sale cuando llega un nuevo presidente, esto afecta a empresas directamente en los impuestos.
- b) Económico, la tasa de inflación, la canasta familiar, precio del consumidor, alcance monetario fronterizo.
- c) Socio-Cultural, un evento inesperado que ocurra en la ciudad como por ejemplo la paralización, temblores, virus, quiebra de las empresas.
- d) Tecnológico, alcance tecnológico internacional en el país.
- e) Ecológico, políticas ambientales con las regulaciones ambientales.
- f) Legales, laboral, tributario, societario, bancarias.

En conclusión, esto afecta en la operación de la empresa de la siguiente manera:

- Retraso de tiempo de limpieza por daño de maquinaria.
- Precios elevados de los insumos con los proveedores.
- Leyes que afecte a la empresa, con los permisos de funcionamiento y pago de interés altos.
- La cultura de reciclaje y políticas de regulaciones ambientales (Franklin, 2009).

2.3 Capacidad de Producción

2.3.1 Capacidad de Producción Futura

La empresa MV CLEAN está considerada dentro del sector limpieza. A continuación, se presenta la capacidad de producción futura con la tasa de inflación anual del Ecuador que es el 3,86%. A continuación, en la tabla 30 se presenta con proyección a 5 años.

Tabla 30

Capacidad Producción Futura

Año	Tasa de inflación	Proyección Anual
1	3,86%	14
2	3,86%	15
3	3,86%	15
4	3,86%	16
5	3,86%	16
TOTAL		76

Fuente. Investigación Propia

Elaborado por. La Autora

2.4 Definición de Recursos Necesarios para la Producción

2.4.1 Especificación de Materias Primas y Grado de Sustitución que Pueden Presentar

Tabla 31

Grado de Sustitución

Producto	Sustituto	Grado sustitución	Baja	Media	Alta
Desinfectante	Cloro	90%			X
Desengrasante	Anti sarro	70%			X
Cera Industrial.	Limpiador u/o abrillantador de pisos.	80%			X
Trapeador redondo	Trapear de Microfibra.	50%		X	
Escoba de cerda normales.	Escoba de cerdas plástico	50%		X	
Toallas de microfibra.	Viledas para limpieza de superficie.	50%		X	

Fuente. Investigación Propia

Elaborado por. La Autora

2.5 Calidad

2.5.1 Método de Control de Calidad

La hoja de verificación es un formulario diseñado para recopilar datos, por lo que se usa como herramienta genérica para iniciar un proceso de control de actividades para detectar errores y áreas de mejora, y también para encontrar soluciones a problemas concretos. (Ovalle Diaz, 2022)

A continuación, se demuestra en la Tabla 32 la hoja de verificación de la empresa.

Tabla 32*Hoja de Control*


Ítem	Labor o tarea	Recurrencia	Notas u observaciones
1	Desalojo de basura de tachos de la oficina en general	lunes / miércoles	
2	Limpieza de estaciones de trabajo	lunes / miércoles	
3	Limpieza de archivadores elevados (exterior)	lunes / miércoles	
4	Limpieza de archivadores verticales y horizontales (exterior)	lunes / miércoles	
5	Barrido de pisos con Mopa	lunes / miércoles	
6	Limpieza de teléfonos (exterior)	lunes / miércoles	
7	Limpieza y desinfectada de inodoros	lunes / miércoles	
8	Limpieza y desinfectada de lavabos	lunes / miércoles	
9	cafetería	lunes / miércoles	
10	Limpieza de polvos y piso sala de reuniones y capacitación	lunes / miércoles	
11	Limpieza de equipos de oficina computadoras	quincenal	
12	Encerada y abrigantada	quincenal	
13	Limpieza de marcos de puertas, cenefas	quincenal	
14	Limpieza de Persianas	quincenal	
15	Desinfección y esterilización de inodoros	quincenal	
16	Limpieza de vidrios y ventanas o cuando amerite interiores	mensual	

Fuente. Investigación Propia*Elaborado por.* La autora

Encuesta de satisfacción del cliente.

Figura 19

Encuesta del servicio

HOJA DE EVALUACION DEL SERVICIO			
			
1. ¿Cómo califica el servicio de limpieza que se le contrató?			
Excelente	Bueno	Regular	Malo
2. ¿Cómo califica por el trato que recibió por parte del personal que realizaron el servicio de limpieza?			
Excelente	Bueno	Regular	Malo
3. ¿Cómo califica el desempeño del personal que realizaron el servicio de limpieza?			
Excelente	Bueno	Regular	Malo
4. Los productos que se uso para la limpieza que contrato fueron:			
Excelente	Bueno	Regular	Malo

Fuente. Investigación Propia

Elaborado por. La autora

2.6 Normativa y Permisos que Afectan la Instalación del Negocio

2.6.1 Seguridad e Higiene Ocupacional

De acuerdo a las normativas del ministerio de relaciones laborales se describe la higiene, salud y los riesgos.

Tabla 33

Ministerio de Relaciones Laborales

Normativas	Características
	Estudio y vigilancia de las condiciones ambientales en los sitio de trabajo, como temperatura, espacio, humedad etc.
	Análisis de puestos de trabajo, para seleccionar el personal, en base a la valoración de los requerimientos psicofisiológicos de las tareas a desempeñarse, y en relación con los riesgos de accidentes del trabajo y enfermedades profesionales dentro de la empresa.

<p>HIGIENE DEL TRABAJO</p>	<p>Adecuado mantenimiento de los servicios sanitarios, como son: comedores, servicios higiénicos, suministros de agua potable y otros en los sitios de trabajo.</p> <p>Colaboración en el control de la contaminación ambiental en concordancia con la Ley respectiva.</p> <p>Apertura de la ficha médica ocupacional al momento de ingreso de los trabajadores a la empresa, mediante el formulario que al efecto proporcionará el IESS.</p>
<p>ESTADO DE SALUD DEL TRABAJADOR</p>	<p>Examen médico preventivo anual de seguimiento y vigilancia de la salud de todos los trabajadores.</p> <p>Examen especial en los casos de trabajadores cuyas labores involucren alto riesgo para la salud, el que se realizará semestralmente o a intervalos más conos según la necesidad.</p> <p>Mantenimiento del nivel de inmunidad por medio de la vacunación a los trabajadores y sus familiares, con mayor razón en tratándose de epidemias.</p> <p>Integrar el Comité de Higiene y Seguridad de la Empresa y asesorar en los casos en que no cuente con un técnico especializado en esta material.</p>
<p>RIESGOS DEL TRABAJO</p>	<p>Investigar las enfermedades ocupacionales que se puedan presentar en la empresa.</p> <p>Llevar la estadística de los accidentes producidos, según el formulario del IESS.</p>

Fuente. Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por. La Autora

CAPITULO III

3. Organización y Gestión

3.1 Objetivo del Capítulo

Determinar la estructura organizacional de la empresa de servicio de limpieza MV CLEAN que permita una gestión adecuada de confianza y satisfacción para los clientes actuando con ética, transparencia y honestidad.

3.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.2.1 Visión de la Empresa

Establecer nuestro servicio para el año 2026 como una empresa eficaz y eficiente a nuestros clientes, satisfaciendo sus necesidades y superando sus expectativas. Todo esto bajo un ambiente cordial y de servicio para permanecer como una empresa líder del mercado de limpieza en la ciudad de Tulcán.

3.2.2 Misión de la Empresa

Somos una sociedad anónima simplificada que nos especializamos en la limpieza de oficinas MV CLEAN, define su operación en cuatro palabras fundamentales: trabajo, eficiencia, honestidad y calidad, satisfaciendo a sus clientes de una manera rápida y eficiente ofreciendo el mejor servicio disponible en la ciudad de Tulcán.

3.2.3 Objetivos y Estrategias

Tabla 34

Matriz FODA

	Fortaleza	Debilidad
MATRIZ FODA	Calidad de los insumos que utilizamos en la limpieza.	Tener bajo presupuesto para la compra de maquinaria especializada para las limpiezas.
	Personal capacitado en limpieza.	Escases de capacitación de personal con temas de limpieza.
	Precios cómodos del servicio de limpieza.	Débil en publicidad de los servicios de limpieza que se ofrece.
	Un servicio de excelente calidad.	No contar con muchos proveedores ecuatorianos con estos insumos.
	Variedad de fragancias y aromas para la desinfección.	

Oportunidad	Estrategias FO	Estrategias DO
Crecimiento en el mercado de servicio de limpieza.	Buscar proveedores competitivos que tenga productos de limpieza de calidad en el país.	Realizar campañas publicitarias de paquetes corporativos.
Ofrecer paquetes de servicios de limpiezas para parqueaderos y jardines.	Crear paquetes de servicio de limpieza corporativos.	Expandir nuestros servicios de limpieza para toda la provincia del Carchi, para captar mayores clientes utilizando redes sociales.
Abrir más mercado en el servicio de limpieza en los cantones aledaños de la ciudad de Tulcán.		
Pandemia.		
Amenaza	Estrategias FA	Estrategias DA
Falta de cartera de clientes de empresas.	Tener una base de datos de recursos humanos de posible personal operativo, para cubrir vacantes.	Adquirir un préstamo para la adquisición de la maquinaria con tasas de intereses y montos de pago accesibles al presupuesto de la empresa.
Competencia de limpieza con precios bajos en este servicio.		
Renuncia del personal capacitado.	Establecer promociones mensuales para garantizar los precios cómodos del servicio.	Capacitar mensualmente a nuestro personal operativo en la ciudad de Quito.
Personal capacitado operativo se inhabilite.		

Fuente. Investigación Propia

Elaborado por. La autora

A continuación, en la siguiente tabla 35 se demuestra la matriz EFE.

Tabla 35*Matriz EFE*

Factores externos	Ponderación	Calificación	Total	Subtotal
			ponderación	
<i>Oportunidades</i>				
Crecimiento en el mercado de servicio de limpieza.	20%		4	0.50
Ofrecer paquetes de servicios de limpiezas para parqueaderos y jardines.	15%		3	0,70
Abrir más mercado en el servicio de limpieza en los cantones aledaños de la ciudad de Tulcán.	20%		4	0,70
Pandemia.	20%		4	0.56
<i>Amenazas</i>				
Falta de cartera de clientes de empresas.	8%		1	0.10
Competencia de limpieza con precios bajos en este servicio.	3%		2	0.15
Personal capacitado operativo se inhabilite.	4%		2	0.12

Fuente. Investigación Propia*Elaborado por.* La Autora

Tabla 36*Matriz EFI*

Factores externos	Ponderación	Calificación	Total ponderación	Subtotal
<i>Fortalezas</i>				
Calidad de los insumos que se utilizan.	20%	4	0.60	
Personal capacitado en limpieza en la ciudad.	15%	4	0,70	
Precios cómodos del servicio de limpieza.	15%	4	0,70	
Un servicio de excelente calidad.	20%	3	0.56	
<i>Debilidades</i>				
Tener bajo presupuesto para la compra de maquinaria especializada.	15%	3	0.16	
Escases de capacitación de personal con temas de limpieza con el manejo de ciertos productos de limpieza.	8%	4	0.15	
Débil en publicidad de los servicios de limpieza que se ofrece para empresas.	7%	3	0.13	

Fuente. Investigación Propia*Elaborado por.* La Autora

A continuación, se demuestra los objetivos estratégicos.

Primer Año. -

- Objetivo Estratégico: Captar los clientes
- Política: Realizar publicidades en redes sociales, radio y televisión local.

Segundo Año. -

- Objetivo Estratégico: Crear una página web
- Política: Diseñar la página web corporativa, donde conste el servicio de limpieza que ofrecemos, la ubicación de la empresa, teléfonos y horarios.

Tercer Año. -

- Objetivo Estratégico: Creación del portafolio de la presentación de la empresa.
- Política: Diseñar del portafolio digital y manual de los servicios de limpieza.

Cuarto Año. -

- Objetivo Estratégico: Promocionar a la empresa con los referidos que nuestros clientes nos han referido.

- Política: Visitar a cada uno de los clientes referidos.

Quinto Año. -

- Objetivo Estratégico: Alcanzar la oferta de la demanda proyectada.
- Política: Estableciendo promociones, ofertas y campañas del servicio de limpieza.

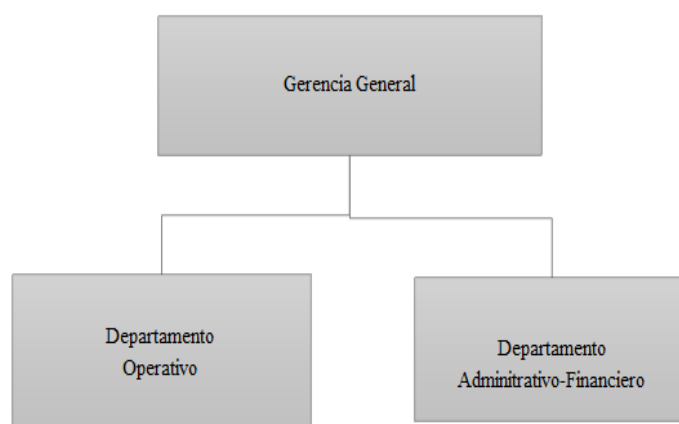
3.3 Organización Funcional de la Empresa

3.3.1 Organización Interna

EMPRESA “MV CLEAN”

Figura 20

Organigrama Estructural

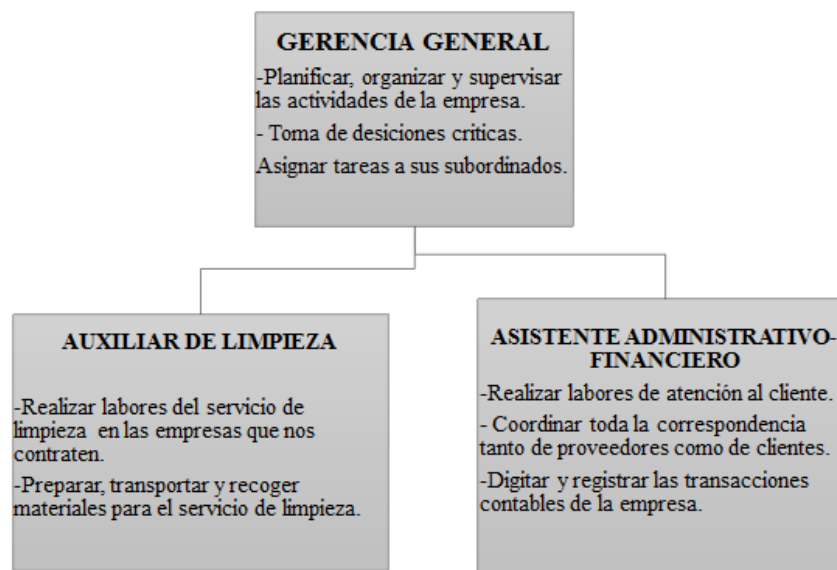


Fuente. Investigación propia del autor.

Elaborado Por. La Autora

Figura 21

Organigrama Funcional



Fuente. Investigación del Autor.

Elaborado por. La Autora.

3.3.2 Descripción de Puestos

Tabla 37

Descripción del puesto Gerente General

Tipo	Detalle
Puesto	Gerente General
Jefe inmediato superior	No aplica
Supervisa a	Asistente Administrativo-Financiero, auxiliar de limpieza,
Objetivo del Puesto	Garantizar, controlar, dirigir y organizar las actividades y estrategias definidas en el plan de ejecución que se realiza en la empresa MV CLEAN.

Funciones

- Garantizar y asegurar que los objetivos y metas de los próximos años se cumplan.
- Asegurar que todos los cambios a las condiciones contractuales con clientes y proveedores sean correctamente informados y transferidos.
- Promover la aplicación y cumplimiento de los procedimientos que determinan los procesos de ejecución de la empresa.
- Contratar personal para las respectivas áreas.

Requisitos mínimos para el puesto

Título Profesional	Ingeniera/o
Experiencia	3 años de experiencia en posiciones de gerencia de empresas.
Habilidades	Liderazgo, pensamiento crítico, capacidad de planificar, trabajo en equipo, pensamiento crítico,
Formación	Ingeniero en Administración de Empresas, Comercial o afines.

Fuente. Investigación del Autor.

Elaborado por. La Autora.

Tabla 38

Auxiliar de Limpieza

Tipo	Detalle
Puesto	Auxiliar de Limpieza
Jefe inmediato	Gerente General
Supervisa a	No aplica
Objetivo del Puesto	Realizar actividades de limpieza en oficinas, mediante instrumentos eléctricos de limpiezas, insumos necesarios para la respectiva limpieza de manera óptima y responsable.

Funciones

- a) Realizar limpieza adecuada en espacio de oficinas de acuerdo al paquete contratado.
- b) Solicitar con anticipación de los insumos de materia al personal encargado de los despachos.
- c) Atender el requerimiento del cliente del servicio contratado, e informar que materiales se va a aplicar para el servicio de limpieza que no va a afectar los muebles, pisos, etc.
- d) Brindar el apoyo a los demás compañeros en el caso de requerir más tiempo en el servicio de limpieza.

Requisitos mínimos para el puesto

Título Profesional	Bachiller
Experiencia	1 a 2 años
Habilidades	Trabajo en Equipo, Honestidad, Trabajo bajo presión.
Formación	Bachiller

Fuente. Investigación del Autor.

Elaborado por. La Autora.

Tabla 39*Asistente Administrativo-Financiero*

Tipo	Detalle
Puesto	Asistente Administrativo-Financiero
Jefe inmediato superior	Gerente General.
Supervisa a	No aplica
Objetivo del Puesto	Realizar actividades administrativas y de contabilidad, registrar transacciones contables, pagos a proveedores, empleados, dar apoyo a la gerencia general.
Funciones	
	a) Atender a proveedores y clientes.
	b) Recibir correspondencia que llegan en el día a día.
	c) Elaborar la nómina de los empleados.
	d) Pago al Seguro Social en las fechas establecidas.
	e) Registro de facturas de proveedores y realizar el pago correspondiente en las fechas dadas.
	f) Elaboración y registro de las facturas de los clientes.
	g) Control y registro de equipos, materiales y suministros, de limpieza.
<i>Requisitos mínimos para el puesto</i>	
Título Profesional	Tecnólogo
Experiencia	1 a 2 años como asistente contable
Habilidades	Trabajo en equipo, Proactiva, Comunicación Asertiva, Responsable.
Formación	Tecnólogo en Contabilidad y Auditoría, Economía, Administración de Empresas o afines.

Fuente. Investigación del Autor

Elaborado por. La Autora

3.4 Control de Gestión

3.4.1 Indicadores de Gestión

“La eficiencia se relaciona entonces con el grado de aprovechamiento de los recursos” (Beltran, 2005). En la siguiente Tabla 40 se presentan los siguientes indicadores de gestión.

Tabla 40*Indicadores de Gestión*

Área	Indicador	Concepto	Formula
Gerencia General	Índices de satisfacción de los empleados	Mide la satisfacción de todos los empleados, por medio de encuestas con temas de compensación, carga de trabajo, ambiente.	Resultados de la encuesta
	Índice de crecimiento de clientes	Mide la tasa porcentual que la empresa va a aumentar en un tiempo determinado.	$\frac{\text{Clientes del año actual}}{\text{Clientes del año anterior}}$
Departamento Operativo	Satisfacción de los clientes	Mide la satisfacción a través de la evaluación del servicio, que permite calificar del servicio prestado como del desempeño.	Resultado de la hoja de evaluación del servicio
	Índice efectividad visitas	Mide el número de las visitas que se han realizado con éxito.	$\frac{\text{Números de negociaciones exitosas}}{\text{Número de visitas realizadas en un tiempo}}$
Departamento Administrativo o Financiero	Indicador de productividad	Mide el rendimiento y la eficiencia del personal por medio de reportes de horas trabajadas y ausentismos.	$\frac{\text{Unidades producidas}}{\text{horas-hombre empleadas}}$
	Indicador de endeudamiento	Mide el grado de financiamiento en el nivel de obligaciones que tiene la empresa.	$\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Patrimonio Neto}}$

Fuente. Investigación del Autor.

Elaborado por. La Autora

3.5 Necesidades de Personal

A continuación, se muestra en la Tabla 41 las necesidades del personal.

Tabla 41

Necesidades de Personal

Año	N.º Personal	Puesto	Horas de Trabajo
2022	1	Gerente General	8
	1	Asistente Administrativo-Financiero	8
	2	Auxiliar de limpieza	8
2023	4	Auxiliar de limpieza	8
	1	Bodeguero	4
2024	1	Analista de Talento Humano	8
2025	1	Contadora	8
	6	Auxiliar de limpieza	
	1	Bodeguero	8
	1	Recepcionista	
2026	9	Auxiliar de limpieza	8
	1	Auxiliar de bodega	8

Fuente. Investigación del Autor.

Elaborado por. La Autora

CAPITULO IV

4. Jurídico Legal

4.1 Objetivos del Capítulo

Identificar los requisitos legales que necesita la empresa MV CLEAN para el funcionamiento y su constitución de acuerdo a los reglamentos ecuatorianos.

4.2 Determinación de la Forma Jurídica

La empresa prestadora de servicio de limpieza MV CLEAN, será constituida mediante sociedad por acciones simplificadas (S.A.S.), (SuperCias, 2021).

Tabla 42

Requisitos para construir una S.A.S.

Requisitos para constituir una S.A.S.	
a. Certificado electrónico del accionista	
b. Reserva de la denominación	
c. Contrato privado o escritura.	
d. Nombramiento(s).	
e. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema	Tipo de solicitante Nombre completo Número de identificación Correo electrónico Teléfono convencional y/o teléfono celular Provincia Ciudad Dirección
f. Copia de cédula o pasaporte	

Fuente. (SuperCias, 2021)

Elaborado por. La Autora.

Tabla 43

Constituir S.A.S.

Pasos para constituir una S.A.S.	
a. Crear reserva de denominación.	Ingrese al portal www.supercias.gob.ec

Ingrese al Portal de Trámites - Sector Societario.

Ingrese usuario y clave

Ingrese a la Opción Constitución

Siga los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S.

Terminado el proceso genere/imprima su reserva.

b. Descargar formato de documentos: Ingrese al portal www.supercias.gob.ec contrato, nombramientos, formularios de Ingrese a Guías del Usuario y descargue los formatos y documentos requeridos.

registro Llene la información solicitada en los documentos descargados.

En caso de constitución electrónica, llene los datos solicitados en el sistema para la generación de la constitución y el nombramiento. Se deberá firmar, aceptar y enviar la información.

c. Si optó por la constitución tradicional, 1. Constitución con firma electrónica:

envíe sus documentos con firma manuscrita Solicitud de Constitución.

al Centro de Atención al Usuario CAU, si Un archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura, Reserva debidamente firmado electrónicamente.

fueron suscritos con firma electrónica, Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.

envíe al correo electrónico de la oficina correspondiente, junto con los documentos Un archivo PDF que contenga las copias de los documentos de identificación de accionista y representante.

habilitantes. 2. Constitución con firma manuscrita:

Solicitud

Acto o contrato firmado

Nombramiento firmado

Reserva de denominación

Copias de documentos de identificación

d. Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.

El trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso, de no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del acto o contrato y del o los nombramientos según sea el caso.

f. Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.

Fuente. Superintendencia de Compañías.

Elaborado por. La Autora.

4.3 Registros de Marcas

Tabla 44

Registro de Marca

Registro de marca	
1	Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2	Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
3	Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
4	llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
5	Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
6	Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LÍNEA.
7	Ingrese con su usuario y contraseña
8	Ingrese a la opción PAGOS

- 9 Opción TRAMITES NO EN LÍNEA
- 10 Opción GENERAR COMPROBANTE
- 11 Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- 12 Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
- 13 Imprima el comprobante
- 14 Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea
- 15 Escanee los comprobantes de pago
- 16 Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
- 17 Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.
- 18 Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
- 19 Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña.
- 20 Opción registro.
- 21 Escoja la opción solicitud de signos distintivos.
- 22 Proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
- 23 Después de haber ingresado los datos
- 24 Botón guardar
- 25 Botón generar comprobante de pago, que tiene un costo de \$208,00
- 26 Cancele en el banco del pacífico
- 27 Icono inicio de proceso

Fuente. SENADI

Elaborado por. La autora

4.4 Licencias Necesarias para Funcionar y Documentos Legales

Tabla 45

Obtención RUC

Pasos para sacar el RUC

Ingresar a la herramienta de Inscripción de RUC en línea
Ingresar a la opción SRI en línea / RUC / Registro del portal web institucional
Ingresar el número de cédula del titular en el campo RUC y la contraseña de SRI en línea
Aceptar las condiciones y términos
Ingresar información general del contribuyente
Ingresar medios de contacto
Ingresar dirección de domicilio
Ingresar dirección del establecimiento matriz
Ingresar actividades económicas
Ingresar actividad económica principal
Resumen de información ingresada
Confirmar la inscripción de RUC

Fuente. (SRI, 2016)

Elaborado por. La autora.

La ordenanza sustitutiva que regula la determinación administración, control y recaudación del impuesto de patentes municipales dentro del cantón Tulcán. COOTAD.

Tabla 46

Patente Municipal de Tulcán

Patente municipal no obligados a llevar contabilidad
1 Presentación de cédula de identidad original
2 Copia de RUC o RISE
3 Copia Planilla de Servicios Básicos de donde funciona el negocio
4 Correo electrónico
5 Formulario REM1 (De venta en ventanillas del Municipio)
6 Fotografía Impresa en hoja de papel bond de la parte interna y externa del negocio
7 Inspección
8 Acercarse a la Jefatura de Rentas en donde se le informa los requisitos para la obtención de la patente
9 Adquirir los formularios de acuerdo a lo especificado en los requisitos
10 Revisión de documentación y asignación de la fecha y hora de inspección al establecimiento

- 11 Con la documentación presentada se registra al contribuyente en la base de datos del sistema Ventanilla única con lo que se establece los valores a cancelar
- 12 El contribuyente se acerca al a la ventanilla de recaudación con el número de la cédula y cancela el valor establecido
- 13 El contribuyente debe acercarse nuevamente a la jefatura de rentas portando el documento autorizado de patente entregado en recaudación para la entrega del Sticker, mismo que el contribuyente deberá ubicar en un lugar visible del establecimiento

Fuente. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Tulcán

Elaborado por. La autora.

CAPITULO V

5. Evaluación financiera

5.1 Objetivos del Capítulo

Determinar el presupuesto operativo para poner en marcha el proyecto, teniendo en cuenta los factores económicos, financieros y de rentabilidad.

5.2 Plan de Inversión

En la siguiente Tabla 47 se muestra el plan de inversiones junto al capital de trabajo.

Tabla 47

Plan de inversión

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total inversión	Total Activo	Total Capital de Trabajo
ACTIVOS FIJOS					\$ 10.356,06
MUEBLES Y ENSERES				\$ 1.148,77	
Muebles de oficina tipo L	3	\$ 250,00	\$ 750,00		
Sillón Ergonómico espaldar alta	3	\$ 49,59	\$ 148,77		
Mesa de reunión ejecutiva para 6 personas	1	\$ 250,00	\$ 250,00		
EQUIPOS DE OFICINA				\$ 120,00	
Teléfono de pantalla LCD 3 líneas	3	\$ 40,00	\$ 120,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				\$ 2.650,00	
Laptop Intel Core 3	1	\$ 550,00	\$ 550,00		
Computadoras de escritorio	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00		
Impresora Canon Táctil grande	1	\$ 600,00	\$ 600,00		
MAQUINARIA				\$ 6.437,29	
Aspiradora industrial Porten	1	\$ 1.487,97	\$ 1.487,97		
Coche de limpieza escurridor	14	\$ 70,00	\$ 980,00		
Abrillantadora, enceradora y pulidora Industrial para pisos	1	\$ 1.899,00	\$ 1.899,00		
Aviso de prevención señalética	14	\$ 7,00	\$ 98,00		
Coche de limpieza 3 niveles	14	\$ 125,00	\$ 1.750,00		

Limpiavidrios tipo T con mango telescópico	14	\$ 15,88	\$ 222,32		
ACTIVO REALIZABLE					663,50
INVENTARIOS					
INSUMOS				\$ 340,90	
Impermeable anti fluido	2	\$ 6,50	\$ 13,00		
Trapeador redondo	4	\$ 15,00	\$ 60,00		
Trapeador con micro fibra profesional	4	\$ 12,50	\$ 50,00		
Escobas cerdas normales	4	\$ 10,50	\$ 42,00		
Escobas cerdas plástico	4	\$ 2,45	\$ 9,80		
Viledas de limpieza para superficie	4	\$ 6,65	\$ 26,60		
Pares de guantes para limpieza	4	\$ 2,50	\$ 10,00		
Toallas microfibras	10	\$ 3,85	\$ 38,50		
Atomizadores	40	\$ 1,25	\$ 50,00		
Fundas Grandes y pequeñas	28	\$ 1,25	\$ 35,00		
Recogedor o palas	4	\$ 1,50	\$ 6,00		
MATERIALES				\$ 322,60	
Desinfectante	5	\$ 6,94	\$ 34,70		
Cloro 10%	5	\$ 5,00	\$ 25,00		
Desengrasante	4	\$ 10,45	\$ 41,80		
Anti sarro	4	\$ 8,00	\$ 32,00		
Limpiavidrios	4	\$ 12,50	\$ 50,00		
Líquido abrillantador de pisos	4	\$ 8,50	\$ 34,00		
Cera industrial	4	\$ 12,80	\$ 51,20		
Ambiental	14	\$ 3,85	\$ 53,90		
OTROS ACTIVOS				\$ 300,00	\$ 300,00
Arriendo local	1	\$ 300,00	\$ 300,00		
ACTIVOS DIFERIDOS				\$ 343,94	\$ 343,94
Constitución de la Compañía "SAS"	1	\$ 280,00	\$ 280,00		
RUC	1	\$ 20,00	\$ 20,00		
Permiso de funcionamiento	1	\$ 43,94	\$ 43,94		
CAPITAL TRABAJO					\$ 11.663,50

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

El capital de trabajo está estipulado para una inversión de 3 meses.

5.3 Cálculo de Costos y Gastos Mano de Obra

5.3.1 Mano de Obra

En la Tabla 48 se explica la mano de obra necesaria para que la empresa MV CLEAN pueda funcionar.

Tabla 48

Cálculo Mano de Obra

Cantidad	Cargo	Salario Básico Unificado	Ingresos Otros	Total Ingresos	Descuento IESS Empleado 9,45%	Total Descuentos	Valor a Pagar
2	Auxiliar de Limpieza	425,00	0,00	850,00	80,33	80,33	769,68
	<i>IESS</i>	<i>Décimo</i>	<i>Décimo</i>	<i>Fondo de</i>	<i>Vacaciones</i>	<i>Total</i>	<i>Costo</i>
	<i>Patronal</i>	<i>Tercero</i>	<i>Cuarto</i>	<i>Reserva</i>		<i>Provisión</i>	<i>Mano</i>
<i>Provisiones</i>	<i>12,15%</i>						<i>de Obra</i>
	103,28	70,83	35,42	70,81	35,42	315,75	1085,42
COSTO MENSUAL MANO DE OBRA							1855,10

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. El Autor

5.3.2 Depreciación

En la siguiente Tabla 49 se describe el cálculo de la depreciación.

Tabla 49

Cálculos de depreciación

Cantidad	Detalle del bien	Vida útil Años	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación Anual
3	Muebles de oficina tipo L	10	750,00	10%	75,00
3	Sillón Ergonómico espaldar alta.	10	148,77	10%	14,88
1		10	250,00	10%	25,00

Mesa de reunión ejecutiva
para 6 personas.

3	Teléfono de pantalla LCD 3 líneas.	10	120,00	10%	12,00
1	Laptop Intel Core 3	3	550,00	33%	181,50
2	Computadoras de escritorio	3	1.500,00	33%	495,00
1	Impresora Canon Táctil grande.	3	600,00	33%	198,00
1	Aspiradora industrial Porten	10	1.487,97	10%	148,80
14	Coche de limpieza escurridor.	10	980,00	10%	98,00
1	Abrillantadora, enceradora y pulidora Industrial para pisos.	10	1.899,00	10%	189,90
14	Aviso de prevención señalética.	10	98,00	10%	9,80
14	Coche de limpieza 3 niveles	10	1.750,00	10%	175,00
14	Limpiavidrios tipo T con mango telescópico.	10	222,32	10%	22,23
TOTAL			10.356,06		1.645,11

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. El Autor

5.3.3 Proyección de la Depreciación

En la siguiente Tabla 50 se describe la proyección de la depreciación.

Tabla 50*Proyección de la Depreciación*

Cant.	Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
3	Muebles de oficina tipo L	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
3	Sillón Ergonómico espaldar alta	14,88	14,88	14,88	14,88	14,88
1	Mesa de reunión ejecutiva para 6 personas	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
3	Teléfono de pantalla LCD 3 líneas	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
1	Laptop Intel Core 3	181,50	181,50	181,50		
2	Computadoras de escritorio	495,00	495,00	495,00		
1	Impresora Canon Táctil grande	198,00	198,00	198,00		
1	Aspiradora industrial Porten	148,80	148,80	148,80	148,80	148,80
14	Coche de limpieza escurridor	98,00	98,00	98,00	98,00	98,00
1	Abrillantadora, enceradora y pulidora Industrial para pisos.	189,90	189,90	189,90	189,90	189,90
14	Aviso de prevención señalética	9,80	9,80	9,80	9,80	9,80
14	Coche de limpieza 3 niveles.	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
14	Limpiavidrios tipo T con mango telescópico.	22,23	22,23	22,23	22,23	22,23
TOTAL		1.645,11	1.645,11	1.645,11	1.645,11	1.645,11

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. El Autor

5.3.4 Detalle de Costos

A continuación, en la Tabla 51 se explica los detalles de costos de la empresa MV

Tabla 51

Detalle costos-servicio

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo Unitario	Costo mensual	Costos anual
Insumos y Materiales				663,50	7962,00
Impermeable anti fluido	Unidad	2,00	6,50	13,00	156,00
Trapeador redondo	Unidad	4,00	15,00	60,00	720,00
Trapeador con micro fibra profesional	Unidad	4,00	12,50	50,00	600,00
Escobas cerdas normales	Unidad	4,00	10,50	42,00	504,00
Escobas cerdas platico	Unidad	4,00	2,45	9,80	117,60
Viledas de limpieza para superficie	Unidad	4,00	6,65	26,60	319,20
Pares de guantes para limpieza	Unidad	4,00	2,50	10,00	120,00
Toallas microfibras	Docena	10,00	3,85	38,50	462,00
Atomizadores	Unidad	40,00	1,25	50,00	600,00
Fundas Grandes y pequeñas	Docena	28,00	1,25	35,00	420,00
Recogedor o palas	Unidad	4,00	1,50	6,00	72,00
Desinfectante	Galones	5,00	6,94	34,70	416,40
Cloro 10%	Galones	5,00	5,00	25,00	300,00
Desengrasante	Galones	4,00	10,45	41,80	501,60
Anti sarro	Galones	4,00	8,00	32,00	384,00
Limpiavidrios	Galones	4,00	12,50	50,00	600,00
Liquido abrillantador de pisos	Galones	4,00	8,50	34,00	408,00
Cera industrial	Galones	4,00	12,80	51,20	614,40
Ambiental	Galones	14,00	3,85	53,90	646,80

Mano de Obra				1085,42	13025,04
Auxiliar de Limpieza	Unidad	2,00	542,71	1085,42	13025,04
Costos Indirectos				400,00	4800,00
Agua	Unidad	1,00	10,00	10,00	120,00
Luz	Unidad	1,00	15,00	15,00	180,00
Teléfono	Unidad	1,00	25,00	25,00	300,00
Arriendo	Unidad	1,00	300,00	300,00	3600,00
Internet	Unidad	1,00	50,00	50,00	600,00
TOTALES			1074,70	2148,92	25787,04

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. El Autor

5.3.5 Proyección de Costos

A continuación, en la Tabla 52 se explica la proyección de costos de la empresa.

Tabla 52*Proyección de Costos*

Descripción	Costos			Costos			Costos			Costos			Costos			
	Costo Mensual	Fijo	Variable	Total año	Fijo	Variable	Total año	Fijo	Variable	Total año	Fijo	Variable	Total año	Fijo	Variable	Total año
				1		2				3			4			5
Insumos y																
Materiales	663,50	572,50	91,00	7962,00	577,25	91,76	8028,08	582,04	92,52	8094,72	586,87	93,28	8161,90	591,74	94,06	8229,65
Mano de																
Obra	542,71	1085,42		13025,04	2188,86		26266,30	2207,03		26484,31	3338,02		40056,19	5048,58		60582,98
Costos																
Indirectos	400,00	400,00		4800,00	403,32		4839,84	406,67		4880,01	410,04		4920,51	413,45		4961,36
TOTALES	2057,92	91,00		25787,04	3169,43	91,76	39134,22	3195,74	92,52	39459,03	4334,93	93,28	53138,61	6053,77	94,06	73773,98

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La Autora

Nota. En la mano de obra se toma en cuenta el incremento de inflación anual por cada salario y el aumento anual de empleados pro el número de ventas mensual

5.3.6 Detalle de Gastos

A continuación, en la Tabla 53 se explica los gastos administrativos

Tabla 53

Gastos administrativos

Detalle	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Gastos de Sueldos Administrativos			1553,20	18638,4
Gerente General	900,13	1	900,13	10801,56
Asistente Administrativo-Financiero	653,07	1	653,07	7836,84
Gastos de Depreciación			1044,75	1643,41
Muebles de oficina tipo L	250,00	3	25,00	75,00
Sillón Ergonómico espaldar alta	49,59	3	4,96	14,88
Mesa de reunión ejecutiva para 6 personas	250,00	1	25,00	25,00
Teléfono de pantalla LCD 3 líneas	40,00	3	4,00	12,00
Laptop Intel Core 3	550,00	1	181,50	181,50
Computadoras de escritorio	750,00	2	247,50	495,00
Impresora Canon Táctil grande	600,00	1	198,00	198,00
Aspiradora industrial Porten	1487,97	1	148,00	148,00
Coche de limpieza escurridor	70,00	14	7,00	98,00
Abrillantadora, enceradora y pulidora Industrial para pisos	1899,00	1	189,00	189,00
Aviso de prevención señalética	7,00	14	0,70	9,80
Coche de limpieza 3 niveles	125,00	14	12,50	175,00
Limpia vidrio tipo T con mango telescópico	15,88	14	1,59	22,23
Gastos de Útiles de Oficina			14,80	177,60
Hoja de papel bond	0,009	500	4,50	54,00
Esferos	0,25	2	0,50	6,00
Lápiz	0,25	2	0,50	6,00
Tijeras	1,5	1	1,50	18,00
Clips	2	1	2,00	24,00

Cinta de embalaje	3	1	3,00	36,00
Sobres de manila	0,056	50	2,80	33,60
Gastos de Aseo	25	1	25,00	300,00
Total Gastos Administrativos			2637,75	20759,41

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

A continuación, en la Tabla 54 se explica los gastos de ventas

Tabla 54

Gastos ventas

Detalle	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Publicidad y Propaganda	150,00	2	300,00	3600,00
Movilización	0,50	52	26,00	312,00
Uniformes	45,00	2	90,00	180,00
TOTAL			416,00	4092,00

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

A continuación, en la Tabla 55 se explica los gastos financieros.

Tabla 55

Gastos financieros

Detalle	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Interés bancario	62,78	12	62,78	753,36
Comisiones bancarias	2,5	12	2,5	30
TOTAL			65,28	783,36

Fuente. Investigación de Campo

Elaborado Por. La Autora

5.3.7 Proyección Gastos

Para la proyección de gastos al igual que la proyección de costos se tomó en consideración la tasa promedio de inflación con un valor de 0,83% (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021).

Tabla 56

Proyección gastos de administración

Descripción	Gastos			Gastos			Gastos			Gastos			Gastos		
	Fijo		Total año 1	Fijo		Total año 2	Fijo		Total año 3	Fijo		Total año 4	Fijo		Total año 5
Gasto Mensual	Variab le	Gasto Mensual		Variab le	Gasto Mensual		Variab le	Gasto Mensual		Variab le	Gasto Mensual		Variab le	Gasto Mensual	
Gastos de Sueldos Administrativos	1553,20	1553,20	18638,40	2224,58	1566,09	26694,96	2883,07	1579,09	34596,84	4858,54	1592,20	58302,48	5517,03	1605,41	66204,36
Gastos de Depreciación	1044,75	1044,75	12537,00	1053,42		12641,06	1062,16		12745,98	1070,98		12851,77	1079,87		12958,44
Gastos de Útiles de Oficina	14,80	14,80	177,60	14,92		179,07	15,05		180,56	15,17		182,06	15,30		183,57
Gastos de Aseo	25,00	25,00	300,00	25,21		302,49	25,42		305,00	25,63		307,53	25,84		310,08
TOTALES	2637,75	2637,75	31653,00	2659,64		39817,58	2681,72		47828,38	2703,98		71643,84	2726,42		79656,45

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

A continuación, en la Tabla 57 se presentan la proyección de gastos de venta.

Tabla 57*Proyección gastos de ventas*

Descripción	Gastos			Gastos			Gastos			Gastos			Gastos			
	<i>Gasto Mensual</i>	<i>Fijo</i>	<i>Variable</i>	<i>Total año 1</i>	<i>Fijo</i>	<i>Variable</i>	<i>Total año 2</i>	<i>Fijo</i>	<i>Variable</i>	<i>Total año 3</i>	<i>Fijo</i>	<i>Variable</i>	<i>Total año 4</i>	<i>Fijo</i>	<i>Variable</i>	<i>Total año 5</i>
Publicidad y Propaganda	300,00	300,00		3600,00	302,49		3629,88	305,00		3660,01	307,53		3690,39	310,08		3721,02
Movilización	26,00	26,00		312,00	26,22		314,59	26,43		317,20	26,65		319,83	26,87		322,49
Uniformes	90,00		90,00	180,00		90,75	362,99		91,50	366,00		92,26	553,56		93,03	837,23
TOTALES	326,00	90,00		4092,00	328,71	90,75	4307,46	331,43	91,50	4343,21	334,18	92,26	4563,78	336,96	93,03	4880,73

Fuente. Investigación de Campo*Elaborado Por.* La Autora

De acuerdo a la proyección de crecimiento de la empresa en cuestión del personal operativo, se ha considerado el número de uniformes de cada año.

A continuación, en la Tabla 58 se presentan la proyección de gastos financieros.

Tabla 58*Proyección de gastos financieros*

Descripción	Gasto Mensual	Fijo	Variab le	Total año 1	Fijo	Varia ble	Total año 2	Fijo	Variab le	Total año 3	Fijo	Variabl e	Total año 4	Fijo	Variable	Total año 5
Interés bancario	62,78		62,78	753,36		63,301	759,61		63,83	765,92		64,356	772,27		64,89	778,68
Comisiones bancarias	2,50		2,50	30,00		2,521	30,25		2,54	30,50		2,563	30,75		2,58	31,01
Interés Préstamo					766,87		766,87	575,07		575,07	364,54		364,54	133,47		133,47
TOTALES		65,28	783,36		65,822	1556,73		66,37	1371,49		66,92	1167,57		67,47	943,16	

Fuente. Investigación propia*Elaborado Por.* La Autora

5.4 Plan de Financiamiento

El proyecto de la empresa MV CLEAN será financiado con dinero propio, y recursos terceros.

5.4.1 Forma de Financiamiento

A continuación, en la Tabla 59, la forma de financiamiento será la siguiente.

Tabla 59

Plan de financiamiento

Descripción	Total	Parcial %	Total %
RECURSOS PROPIOS			
Plan de financiamiento	Efectivo	10722,01	54%
Mueble y Enseres	1148,67	6%	
Equipo de Oficina	120,00	1%	
Insumos	340,90	2%	
Materiales	322,60	2%	
Constitución Compañía	343,94	2%	
Detalle Costo-Servicios	4297,84	22%	
Gastos Administrativos	3185,5	16%	
Gastos de Ventas	832,00	4%	
Gastos Financiero	130,56	1%	
RECURSOS DE TERCEROS			
Préstamo Bancario		9087,29	46%
Equipo de Computación	2650,00	13%	
Maquinaria	6437,29	32%	
TOTAL		19809,30	100%

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Nota. Los valores de costos a financiarse son por un periodo a 2 meses.

Condiciones de Crédito. En la siguiente tabla 60 se determina, las condiciones de crédito, que otorga Ban Ecuador.

Tabla 60*Condiciones de crédito*

1	Monto	9087,29
2	Periodo	Mensual
3	Interés	9,35%
4	Plazo	4 años
5	Formas de Amortización	Francesa

Fuente. Investigación propia*Elaborado Por.* La autora**5.5 Cálculo de Ingresos****Tabla 61***Determinación del precio de venta unitario*

Productos	Materia Prima	Mano de Obra	Costos Indirectos	Costo Total (mensual)	Unidades (mensual)	Valor Venta Mensual	Margen de utilidad \$ %	Precio de Venta Unitario
Limpieza Completa	663,5	1085,42	400,00	2148,92	14	5950	3801,08 64%	425,00
TOTALES				2.148,92		5.950	3.801,08 1	425,00

Fuente. Investigación propia*Elaborado Por.* La autora**Tabla 62***Cálculo ingreso anual*

Productos	Precio de venta unitario	Unidades producidas (anuales)	Ingresos del primer año
Limpieza Completa	425,00	168,00	71.400
TOTALES		168,00	71.400,00

Fuente. Investigación propia*Elaborado Por.* La autora

5.5.1 Proyección de Ingresos

Tabla 63

Proyección de ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo Mensual	Margen de Utilidad		Ingresos Mensuales	Unidades Producidas	Precio Venta Unitario
			%	\$			
Limpieza Completa	1	2148,92	64%	3801,08	5950,00	14	425,00
TOTALES		2.148,92		3.801,08	5.950,00	14	425,00

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Tabla 64

Proyección de ingresos

Productos	Cantidad	Precio Unitario	Total año 1	Cantidad	Precio Unitario	Total año 2	Cantidad	Precio Unitario	Total año 3	Cantidad	Precio Unitario	Total año 4	Cantidad	Precio Unitario	Total año 5
Limpieza															
Completa	168,00	425,00	71.400,00	336,00	441,41	148.312,08	336,00	458,44	154.036,93	504,00	476,14	239.974,13	756,00	494,52	373.855,69
TOTAL INGRESOS			71.400,00			148.312,08			154.036,93			239.974,13			373.855,69

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

La proyección de ingresos se toma a base de la demanda potencial y el crecimiento del precio unitario de los ingresos es de acuerdo a la tasa de inflación del 3,86%.

5.6 Punto de Equilibrio

Tabla 65

Punto de equilibrio

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	2.057,92	91,00	2.148,92
Gastos de Administración	2.497,95	139,80	2.637,75
Gastos de Ventas	390,00	26,00	416,00
Gastos Financieros	0,00	62,28	62,28
TOTAL	4.945,87	319,08	5.264,95

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Número unidades	14
Precio unitario de venta	425,00
Ingresos totales	5950,00

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

$$\text{P.E. \$} = \frac{4.945,87}{0,9464}$$

P.E. \$ = 5.226,13 USD en ventas al año

USD en ventas
435,51 mensuales

Punto de Equilibrio Unitario= Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

$$\text{P.E. u} = \frac{4.945,87}{105,92}$$

$$\text{P.E. u} = \frac{\text{Unidades vendidas}}{46,69 \text{ al año}}$$

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ * 100 / Ingresos Totales

$$\% \text{ P.E.} = \frac{5.226,13 * 100}{5950,00}$$

$$\% \text{ P.E.} = 87,83\%$$

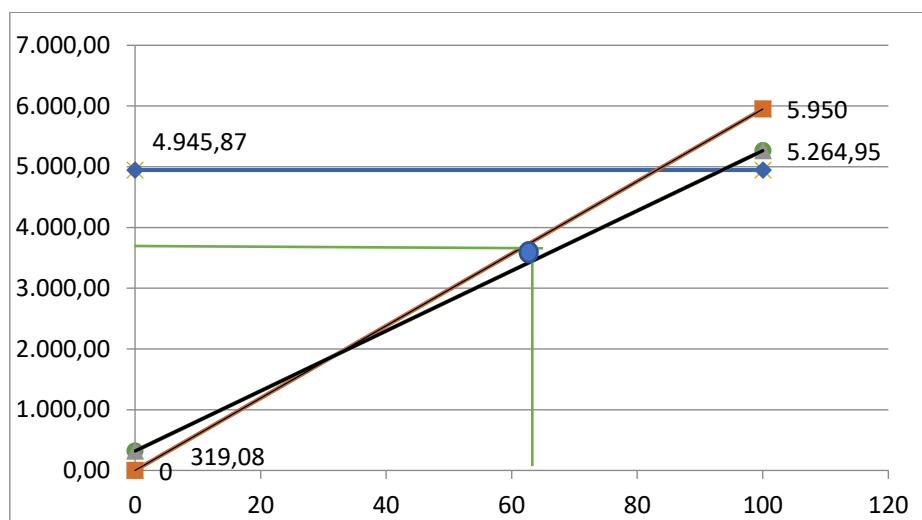
Costos
Totales Costos fijos Costos Variables

$$\text{CT} = \text{CF} + \text{CV}$$

		Producción	Costo fijo	Ingreso	Costo variable	Costo total
PE \$ =	5.226,13					
PE u =	46,69	0	4.945,87	0	319,08	
PE % =	87,83%	100	4.945,87	5.950	5.264,95	
				Ingreso total	Costo total	

Gráfico 1

Punto Equilibrio



Fuente. Investigación propia

Elaborado por. La autora

5.7 Estado de Resultados Projectado

Tabla 66

Estado de resultados proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por ventas	71.400,00	148.312,08	154.036,93	239.974,13	373.855,69
(-) Costo de Ventas	25.787,04	39134,22	39459,03	53138,61	73773,98
UTILIDAD BRUTA EN					
(=) VENTAS	45.612,96	109.177,86	114.577,90	186.835,52	300.081,71
(-) Gastos de venta	4.092,00	4307,46	4343,21	4563,78	4880,73
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	41.520,96	104.870,40	110.234,69	182.271,74	295.200,98
(-) Gastos Administrativos	31653,00	39817,58	47828,38	71643,84	79656,45
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	9.867,96	65.052,82	62.406,31	110.627,90	215.544,53
(-) Gastos Financieros	783,36	1556,73	1371,49	1167,57	943,16
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE					
(=) PARTICIPACIONES	9.084,60	63.496,09	61.034,82	109.460,33	214.601,37
(-) 15% Participación trabajadores	1.362,69	9.524,41	9.155,22	16.419,05	32.190,21
UTILIDAD ANTES DE					
(=) IMPUESTOS	7.721,91	53.971,68	51.879,60	93.041,28	182.411,16
(-) Impuesto a la renta	1.930,48	13.492,92	12.969,90	23.260,32	45.602,79
(=) Utilidad o pérdida del ejercicio	5.791,43	40.478,76	38.909,70	69.780,96	136.808,37

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

5.8 Flujo de Caja

Tabla 67

Flujo de caja

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	71.400,00	148.312,08	154.036,93	239.974,13	373.855,69
Ingresos por ventas	71.400,00	148.312,08	154.036,93	239.974,13	373.855,69
B. EGRESOS OPERACIONALES	61.532,04	83.259,26	91.630,62	129.346,23	158.311,16
Costos	25.787,04	39134,22	39459,03	53138,61	73773,98
Gastos Administrativos	31653,00	39817,58	47828,38	71643,84	79656,45
Gastos de Ventas	4.092,00	4307,46	4343,21	4563,78	4880,73
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	9.867,96	65.052,82	62.406,31	110.627,90	215.544,53
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	0,00	9.087,29	0,00	0,00	0,00
Recursos propios	0,00				
Créditos a corto plazo o largo plazo	0,00	9087,29			
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	4.076,53	26.539,00	25.653,35	43.214,21	81.334,50
Gastos financieros	783,36	1556,73	1371,49	1167,57	943,16
Pago de créditos a largo plazo		1.964,94	2.156,74	2.367,27	2.598,34
Pago de participación de utilidades	1362,69	9524,41	9155,22	16419,05	32190,21
Pago de impuesto a la renta	1930,48	13492,92	12969,9	23260,32	45602,79
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	-4.076,53	-17.451,71	-25.653,35	-43.214,21	-81.334,50
G. FLUJO NETO GENERADO (C - F)	5.791,43	47.601,11	36.752,96	67.413,69	134.210,03
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0,00	5.791,43	53.392,54	90.145,50	157.559,19
I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	5.791,43	53.392,54	90.145,50	157.559,19	291.769,22

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

5.9 Evaluación financiera

5.9.1 Indicadores

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR). La tasa pasiva se tomó de los datos registrados por el Banco Central del Ecuador (2022) a diciembre del 2022 con el 6,65%; al igual que el promedio riesgo país se tomó del Banco Central (2022) a diciembre del 2022 con un 12,50%.

Tabla 68

TMAR

Elemento	Porcentaje
Porcentaje de inflación	3,86%
Tasa pasiva referencial	6,65%
Promedio riesgo país	12,50%
TMAR	23,01%

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Valor Actual Neto (VAN). Para determinar el valor se tomó con la siguiente formula:

$VNA = (\text{Tasa interés; Valores flujo de efectivo Neto año 1 al año 5}) - \text{Inversión Inicial}$

A continuación, se demuestra en la siguiente tabla 69:

Tabla 69

VAN

Detalle	Inversión inicial	Tasa interés préstamo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto generado	-	0,0935	5.791,43	47.601,11	36.752,96	7.413,69	134.210,03
VAN Total	186.393,47						

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Tasa Interna de Retorno (TIR). Para determinar el valor de TIR se tomó con la siguiente formula:

TIR= (Inversión inicial con signo negativo y los valores flujo de efectivo neto año 1 al año 5)

A continuación, se demuestra en la siguiente tabla 70;

Tabla 70

TIR

Detalle	Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto generado	- 19.809,30	5.791,43	47.601,11	36.752,96	67.413,69	134.210,03
TIR Total	127%					

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

En conclusión, el VAN mayor que cero, un TMAR del 23,01% y un TIR con el 127%, el proyecto es factible.

Beneficio Costo.

Tabla 71

Flujo efectivo neto

FLUJO DE EFECTIVO NETO	
Año 1	5.791,43
Año 2	47.601,11
Año 3	36.752,96
Año 4	67.413,69
Año 5	134.210,03
TOTAL	291.769,22

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Inversión Inicial 19.809,30

Beneficio / Costo = Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos /
Valor actual de la inversión inicial

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

$$B/C = 29.1769, 22 / 19.809, 30$$

$$B/C = 14, 73\%$$

Periodo de Recuperación. El tiempo de recuperación de la inversión inicial de acuerdo a la siguiente tabla 7, es en el año 2.

Tabla 72

Periodo de recuperación

Años	Saldo Inicial	Flujo de caja	Total
1	-19809,30	5.791,43	-14017,87
2	-14017,87	47.601,11	33583,24
3	33583,24	36.752,96	70336,20

Fuente. Investigación propia

Elaborado Por. La autora

Conclusiones

Según el diseño del plan de negocios formulado, si determina la factibilidad de la creación de la empresa de servicios de limpieza empresarial en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi.

Se han identificado las preferencias y necesidades de un buen grupo empresarial en nuestro análisis de mercado, por lo cual, es viable introducir en este nicho de mercado los servicios de limpieza.

Al ser un servicio innovador que no se ha ofertado en la ciudad de Tulcán, provincia del Carchi, en base a la oferta y la demanda su aceptación es del 83%, por lo que un negocio muy rentable.

Referencias

- ARCSA. (2015). *Control Sanitario*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/REGLAMENTO-DE-BUENAS-PRACTICAS-PARA-ALIMENTOS-PROCESADOS.pdf>
- BCE. (2023). *Tasas de interés activa referenciales vigentes para el sector financiero privado*. Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Beltran, J. (2005). *Indicadores de gestión*. 3r Editores. https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/manual_indicadores.pdf
- Chiavenato, I. (1993). *Iniciación a la organización y técnica comercial*. McGraw-Hill.
- ERP. (s.f.).
- Franklin, E. (2009). Organización de Empresas. *McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V, Tercera edición*.
- INEC. (2021). *Visualizador de Estadísticas Empresariales, once años de información al alcance del público*. Ecuador en cifras: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/visualizador-de-estadisticas-empresariales-once-anos-de-informacion-al-alcance-del-publico/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- OPS. (2020). COVID-19; Coronavirus; Higiene; Limpieza Urbana; Saneamiento Urbano; Desinfección. <https://iris.paho.org/handle/10665.2/52110#:~:text=Abstract,y%20del%20p%C3%BAblico%20en%20general>.
- Ovalle Diaz, S. M. (2022).
- PAHO. (02 de abril de 2020). *Nueva base de datos de la OPS sobre orientación e investigación de la COVID-19*. PAHO.org: https://www3.paho.org/hq/index.php?option=com_content&view=article&id=15769:paho-launches-searchable-database-on-covid-19-guidance-and-research&Itemid=0&lang=es#gsc.tab=0
- SRI. (2016). *Servicios de Rentas Internas*. Retrieved 06 de 03 de 2022, from www.sri.gob.ec: <https://www.gob.ec/sri/tramites/inscripcion-registro-unico-contribuyente-ruc-persona-natural-artesanos>

SRI. (2021). *Requisitos Sociedades*. SRI.gob: <https://www.sri.gob.ec/requisitos-sociedades>

SuperCias. (2021). *Constitución de sociedades por acciones simplificadas*. Gog.ec:
<https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>

Unidad de Planificación Institucional. (2015).

Anexo 1. Amortización de Préstamo

N° de cuota	Capital al inicio de período	Amortización	Intereses del período	Cuota
1	9.087,29	156,85	70,81	227,65
2	8.930,44	158,07	69,58	227,65
3	8.772,38	159,30	68,35	227,65
4	8.613,08	160,54	67,11	227,65
5	8.452,54	161,79	65,86	227,65
6	8.290,74	163,05	64,60	227,65
7	8.127,69	164,32	63,33	227,65
8	7.963,37	165,60	62,05	227,65
9	7.797,77	166,89	60,76	227,65
10	7.630,87	168,19	59,46	227,65
11	7.462,68	169,50	58,15	227,65
12	7.293,18	170,82	56,83	227,65
13	7.122,35	172,16	55,49	227,65
14	6.950,20	173,50	54,15	227,65
15	6.776,70	174,85	52,80	227,65
16	6.601,85	176,21	51,44	227,65
17	6.425,64	177,58	50,07	227,65
18	6.248,05	178,97	48,68	227,65
19	6.069,09	180,36	47,29	227,65
20	5.888,72	181,77	45,88	227,65
21	5.706,95	183,18	44,47	227,65
22	5.523,77	184,61	43,04	227,65
23	5.339,16	186,05	41,60	227,65
24	5.153,11	187,50	40,15	227,65
25	4.965,61	188,96	38,69	227,65
26	4.776,65	190,43	37,22	227,65
27	4.586,22	191,92	35,73	227,65
28	4.394,30	193,41	34,24	227,65
29	4.200,89	194,92	32,73	227,65
30	4.005,97	196,44	31,21	227,65
31	3.809,53	197,97	29,68	227,65
32	3.611,56	199,51	28,14	227,65
33	3.412,05	201,07	26,59	227,65
34	3.210,99	202,63	25,02	227,65
35	3.008,36	204,21	23,44	227,65
36	2.804,14	205,80	21,85	227,65

37	2.598,34	207,41	20,25	227,65
38	2.390,94	209,02	18,63	227,65
39	2.181,92	210,65	17,00	227,65
40	1.971,27	212,29	15,36	227,65
41	1.758,97	213,95	13,71	227,65
42	1.545,03	215,61	12,04	227,65
43	1.329,42	217,29	10,36	227,65
44	1.112,12	218,99	8,67	227,65
45	893,14	220,69	6,96	227,65
46	672,45	222,41	5,24	227,65
47	450,04	224,14	3,51	227,65
48	225,89	225,89	1,76	227,65

Anexo 2. Distribución Horario de Jornada por Empleado en Cada Cliente

		Lunes centro					Martes norte					miércoles sur					Jueves centro					Viernes norte										
clientes	5																															
horas	8:00																															
	A 10:00																															
horas	10:30																															
	A 12:30																															
EMPLEADO 1 HORAS TRAB 7	13:30																															
	A 15:30																															
horas	13:30																															
	A 15:30																															
EMPLEADO 2 HORAS TRAB 4 Y 30	16:00																															
	A 18:00																															
	18:00																															
	0																															

		Sábado Sur			
Cientes	4	A	B	C	D
horas	7:00 A 9:00	2			
horas	09:30 A 11:30		2		
EMPLEADO 1 HORAS TRAB 7	12:00 A 14:00			2	
horas	14:30 A 16:30				2