



Universidad Del Pacífico

Facultad

Negocios y Economía

Carrera

Administración de Empresas

(Profesionalización)

Estudiante

Jeannine Olivo Ballesteros

**EMPRESA DE ASISTENCIA Y SERVICIO EXPRESS A DOMICILIO
“ORDEN & LIMPIEZA” PARA SAMBORONDON.**

(Guayaquil, agosto 2019)

DECLARACION DE AUTORÍA

Yo, Jeannine Elizabeth Olivo Ballesteros, declaro ser autor exclusivo del presente trabajo de titulación de grado.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de nuestra responsabilidad.

Por medio del presente documento cedo mis derechos de autor a la Universidad Del Pacífico para que pueda hacer uso del texto completo de este documento Proyecto de Asistencia y Servicio Express a Domicilio “Orden & Limpieza” para Samborondón, con fines académicos y/o de investigación.

Jeannine Olivo Ballesteros.

CERTIFICACIÓN

Yo, Margarita Ayala Bolaños, Ph.D, docente de la Facultad de Negocios y Economía de la Universidad del Pacífico, como Directora del presente trabajo de fin de carrera, certifico que Jeannine Elizabeth Olivo Ballesteros, egresada/s de esta institución, es autora exclusiva del presente trabajo, el mismo que es auténtico, original e inédito.

Margarita Ayala Bolaños, Ph.D

Firma del docente

Guayaquil, agosto de 2019

DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

Al presentar este documento, en formato impreso (1 copia) y en digital (04 Cds), como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Licenciada en Administración de Empresas de la Universidad Del Pacífico, autorizo a la Biblioteca de la Universidad para que lo ponga a disposición para consultas y lectura con fines académicos y de investigación.

Igualmente, autorizo a la Universidad Del Pacífico para que se realicen copias de este documento en el marco de las normas de la UPACIFICO y de conformidad con lo dispuesto en la LOES 2010 Art 144.

“LOES Art. 144.- Tesis Digitalizadas. - Todas las instituciones de educación superior estarán obligadas a entregar las tesis que se elaboren para la obtención de títulos académicos de grado y posgrado en formato digital para ser integradas al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor”

Jeannine Olivo Ballesteros

Guayaquil, agosto de 2019

Índice

INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO I. JUSTIFICACION, OBJETIVOS.....	9
I.A Justificación.....	9
I.B Objetivos del emprendimiento o modelo de negocio	9
I.C Metodología utilizada (modelos y herramientas de gestión utilizadas). (Porter, 1982)	10
Poder de negociación de los Clientes	10
Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores	10
Amenaza de nuevos entrantes	10
Amenaza de productos sustitutivos	10
Rivalidad entre los competidores	10
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	11
II.A. Ficha del Proyecto	11
II.B.1. Enfoque del Proyecto	14
II.C.1. Teorías Aplicadas al Proyecto	14
CAPÍTULO III. ANALISIS DEL ENTORNO.....	16
III.A.1. Factores Políticos y Legales	16
III.A.2. Factores Económicos	18
III.A.3. Factores Sociales	18
III.A.4. Factores Tecnológicos	18
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIO	20
CAPÍTULO V. ESTUDIO DE MERCADO.....	22
Metodología del estudio de mercado	22
Mercado objetivo, nichos de mercado y bloques de compradores	22
Investigación de mercado, encuestas y resultados	22
Selección de la muestra	23
V.A.1 Oferta y demanda (Análisis de la Demanda)	31
V.A.2 Análisis de la oferta	32
CAPITULO VI. PLAN ESTRATÉGICO.....	33
VI. A Directrices del negocio	33

VI.A.1 Definición del negocio	33
A1.1 Nombre de le Empresa: “Orden & Limpieza”	33
A 1.2 Imagen corporativa	33
A 1.2.1 Logotipo	33
A 1.2.2 Isotipo.....	34
A 1.2.3 Marca Legal	35
A 1.2.4 Colores Corporativos.....	35
A 1.2.5 Tipografía	37
A 1.2.6. Aplicación de la Marca	37
VI.A.2 Misión, Visión Objetivos	39
VI.A.3 Características diferenciadora del negocio.....	39
VI.A.4 Ventajas competitivas del negocio	39
VI. B. Análisis FODA	40
VI.B.1. Producto.....	41
VI.B.2 Precio	41
VI.B.3 Plaza	42
VI.B.4 Promoción.....	42
VI.C. Modelo del Negocio	42
VI.D Estrategias del modelo de negocio	43
VI.E. Estructura Organizacional	44
VI.F. Cargos y Funciones	44
VI.G. Cadena de Valor	48
CAPITULO VII. ASPECTOS FINANCIEROS.....	49
VII.A. Activos, Pasivos y Patrimonio	49
VII.B. Estructura y fuentes de Financiamiento	50
VII.C. Capital de Trabajo Proyectado.	51
VII.D. Ingresos y Gastos de la empresa antes de la implementación	52
VII.E. Proyección de ventas para el primer año luego implementación.	53
VII.F. Punto de Equilibrio	53
VII.G. Análisis económico – financiero	54

CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	55
BILIOGRAFÍA	57
ANEXOS	60

INTRODUCCIÓN

Este Proyecto consiste en la creación de una empresa, la misma que ofrecerá a sus clientes servicio a domicilio de mantenimiento y limpieza del hogar y oficinas, para lo cual se procederá a realizar los trámites pertinentes para que sea legalmente constituida, así como con el reclutamiento del personal priorizando como principal recurso a madres solteras de la ciudad de Guayaquil, que actualmente sean las proveedoras del hogar y que no se encuentren ejerciendo actividad económica alguna que les permita mantener a sus hijos, dándole de esta manera un enfoque social al proyecto.

El nombre del Proyecto de Asistencia y Servicio Express al Hogar “Orden & Limpieza”, busca organizar un grupo de mujeres emprendedoras con la finalidad que adquieran las competencias necesarias que les permita realizar de manera eficiente las tareas del hogar y brindar este servicio a los domicilios y empresas que así lo requieran; recibirán capacitación e instrucción en las diferentes áreas como: atención al cliente, normas de convivencia e importancia del servicio doméstico, organización de las tareas del hogar; así como emprendimiento y liderazgo empresarial.

El enfoque social de este Proyecto contribuye a la comunidad de nuevos empresarios cuya intención es organizar, capacitar y brindar una oportunidad de trabajo como fuente de ingreso para el hogar, a fin que una vez consolidada la empresa sea administrada por las emprendedoras en calidad de socias a manera de franquicia.

CAPITULO I. JUSTIFICACION, OBJETIVOS

I.A Justificación

Nada pasa en la vida, sin una fuerza motriz que impulse al cambio, en ese contexto, convencida de que en la lucha diaria por alcanzar los sueños se logran pequeñas cosas que generan esos grandes cambios, llenos de esperanza por un mejor mañana, surge la idea de formar una empresa que busca organizar a un grupo de mujeres con la finalidad de empoderarlas, capacitarlas y brindarles una oportunidad de trabajo y así ser generadoras de grandes cambios para nuestra Sociedad; donde la mujer sea un referente de lucha, responsabilidad, perseverancia y honestidad, ejemplo digno de imitar.

I.B Objetivos del emprendimiento o modelo de negocio

I.B.1. General

Gestionar la creación de una empresa que brinde fuentes de trabajo a madres solteras mediante el servicio y asistencia express al hogar poniendo orden y limpieza en los domicilios de los hogares que como clientes, requieran de una asistencia rápida y oportuna.

I.B.2. Específicos

- a) Capacitar a las emprendedoras para que tengan las competencias necesarias en el área de trabajo a desempeñar.
- b) Ofrecer a nuestros clientes un servicio rápido, oportuno y de calidad en las tareas de mantenimiento y limpieza del hogar.
- c) Alcanzar el prestigio en el servicio express de mantenimiento y limpieza del hogar y empresas.

I.C Metodología utilizada (modelos y herramientas de gestión utilizadas). (Porter, 1982)

Poder de negociación de los Clientes

- Clientes durante todo el año
- Pocas empresas de limpieza (Guayaquil)
- Facilidades de contratación
- Servicio seguro
- Clientes de diferente status social

Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

- Variación del precio de los productos de limpieza.
- Falta de créditos financieros al sector servicio.
- Escases de la mano de obra.

Amenaza de nuevos entrantes

- Aceptable costo de inversión
- Impulso gubernamental a la micro y mediana empresa
- Impulso al sector servicios
- Constante cambio de las Leyes económicas
- Impulso constante a nuevos emprendimientos

Amenaza de productos sustitutos

- Nuevos equipos de limpieza en el mercado. (aspiradoras a vapor)
- Productos de limpieza ecoamigables.
- Crecimiento de la competencia.

Rivalidad entre los competidores

- Marcas bien posicionadas en el mercado
- Alta inversión en publicidad
- Marketing por redes sociales
- Diferenciación en el concepto de atención al cliente

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

II.A. Ficha del Proyecto

II.A.1. Autor

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

II.A.2 Tema

- Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo y Subempleo

II.A.3 Título

- Indicadores Laborales marzo 2019

II.A.4 Información Referencial

II.A.4.I. Definiciones

Población en edad de trabajar (PET): Comprende a todas las personas de 15 años y más.

Población económicamente activa (PEA): Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados). (Censo, 2019)

Empleo no remunerado: Lo conforman aquellas personas con empleo que, durante la semana de referencia, no perciben ingresos laborales. En esta categoría están los trabajadores no remunerados del hogar, trabajadores no remunerados en otro hogar y ayudantes no remunerados de asalariados/jornaleros.

Desempleados: Personas de 15 años y más que, en el período de referencia, no estuvieron Empleados y presentan ciertas características:

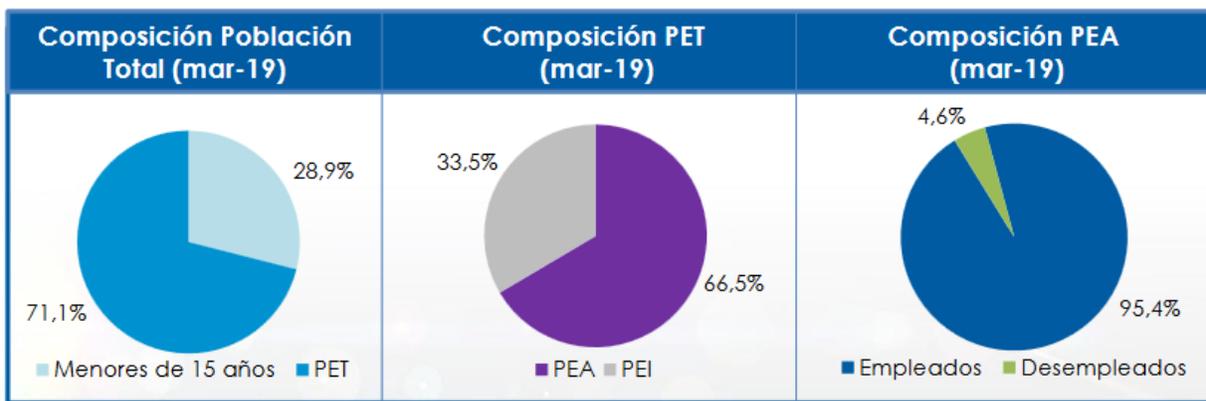
- i) No tuvieron empleo, no estuvieron empleados la semana pasada y están disponibles para trabajar;

- ii) Buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio en las cuatro semanas anteriores.

II.A.4.II. Información Estadística

En marzo 2019 a nivel nacional se tiene que:

- De la población total, el 71,1% está en edad de trabajar.
- El 66,5% de la población en edad de trabajar se encuentra económicamente activa.
- De la población económicamente activa, el 95,4% son personas con empleo; la categoría de empleo incluye a todas las personas ocupadas: asalariados, independientes y **no remunerados**.



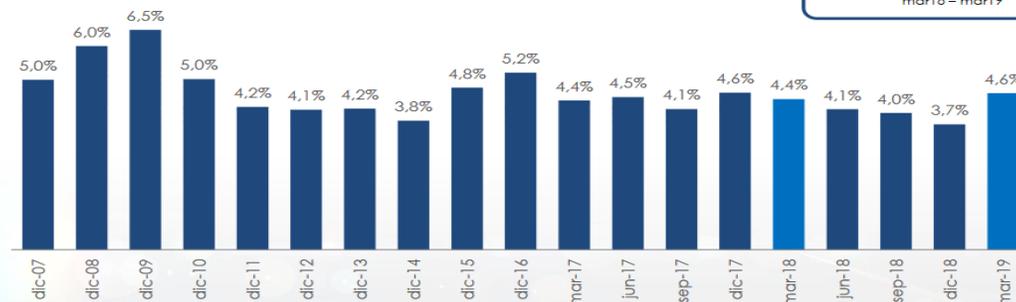
Fuente: Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo y Subempleo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, marzo 2019, p8

Tasa de Desempleo: Evolución Nacional

INEC ENEMDU

En marzo 2019, la tasa de desempleo alcanzó el 4,6% a nivel nacional.

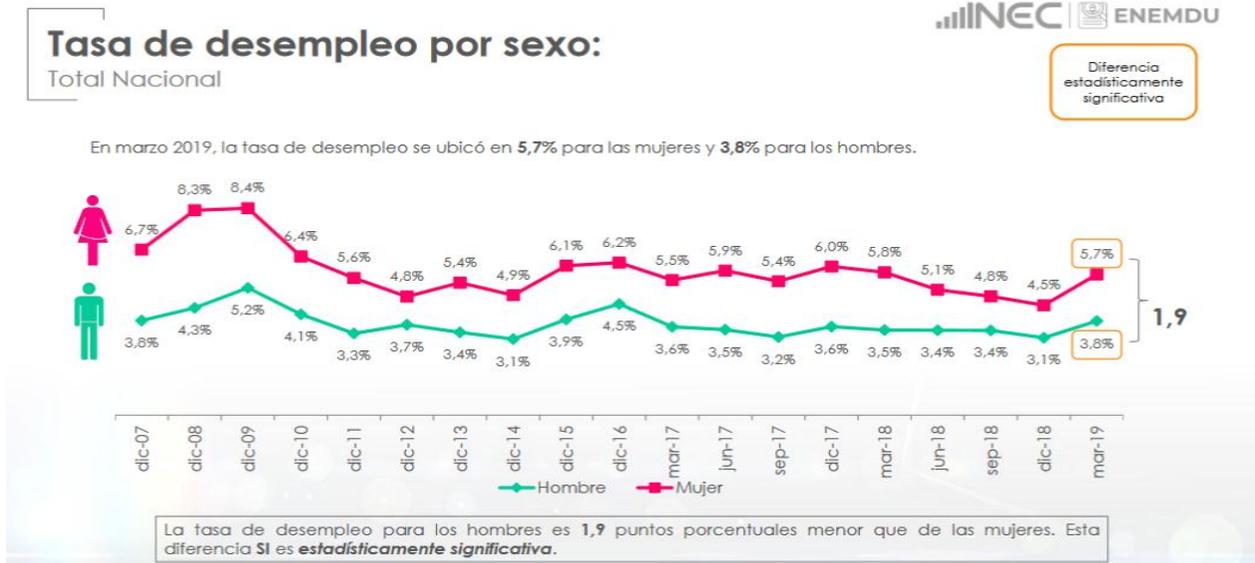
La diferencia **no** es estadísticamente significativa mar18 - mar19



Fuente: Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo y Subempleo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, marzo 2019, p12

Periodo	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato
dic-10	4,3%	7,6%	2,5%	4,3%	3,2%
dic-11	4,3%	5,9%	3,9%	4,6%	2,3%
dic-12	4,4%	5,5%	3,7%	4,4%	3,3%
dic-13	4,0%	5,7%	3,7%	3,8%	3,4%
dic-14	3,2%	4,0%	2,3%	2,5%	3,7%
dic-15	4,9%	4,8%	3,3%	2,7%	5,7%
dic-16	9,1%	6,4%	4,8%	5,3%	7,1%
mar-17	9,1%	5,1%	4,3%	4,2%	5,0%
jun-17	7,8%	5,3%	4,5%	4,3%	4,6%
sep-17	7,8%	4,6%	4,6%	4,4%	4,8%
dic-17	9,4%	4,4%	5,6%	5,6%	6,1%
mar-18	7,1%	4,7%	5,4%	5,9%	5,7%
jun-18	9,8%	3,4%	5,1%	6,4%	4,7%
sep-18	8,8%	3,4%	4,8%	6,9%	5,7%
dic-18	8,2%	3,1%	4,7%	5,4%	3,4%
mar-19	9,7%	3,7%	5,4%	5,1%	5,4%

Fuente: Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo y Subempleo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, marzo 2019, p 22



Fuente: Encuesta Nacional De Empleo, Desempleo y Subempleo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, marzo 2019, p 43

La población en edad de trabajar en Ecuador es de 12,3 millones de personas que representan el 71,1% del total de la población; en ese contexto, existen 8,2 millones de personas que representan a la población económicamente activa entre ellas están las personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados), es en esta clasificación donde se encuentran las madre de familia que no tienen empleo y que son quienes mantienen el hogar, de allí que existe un grupo de mujeres que bajo una correcta capacitación, instrucción y entrenamiento, pueden ser calificadas como operadoras de servicio de la empresa “Orden & Limpieza”.

Considerando que la empresa tendrá un enfoque económico y social; una vez formada la empresa y legalmente constituida, luego de estar en operación se realizará la segunda fase del proyecto que consiste en evaluar a las operadoras de limpieza y determinar quiénes tienen la capacidad de administrar en un futuro la empresa, es decir de entre ellas luego de un proceso de evaluación y formación se seleccionará a la futura gerente de “Orden & Limpieza”, de esta manera inicia la etapa de franquicia.

II.B.1. Enfoque del Proyecto

El presente proyecto tiene un enfoque social debido a que reclutará a un grupo de mujeres cuya característica es ser madre soltera para empoderarlas y capacitarlas para realizar las actividades de manera eficiente a fin que satisfaga la necesidad del cliente; nuestra empresa está dirigida a hogares de clase media y alta, así como a las empresas, ubicados en la vía Samborondón, en vista que existe una demanda de servicios de aseo de los hogares y empresas que se encuentra insatisfecha y a fin de satisfacer esta necesidad y mejorar la calidad de vida de los guayaquileños “Orden & Limpieza” pone a la disposición el servicio de limpieza y mantenimiento de los hogares y oficinas de acuerdo al paquete que se contrate y en el instante que lo requiera.

II.C.1. Teorías Aplicadas al Proyecto

Las teorías que se aplicaron para el desarrollo del presente proyecto son el método inductivo, que permitió llegar a conclusiones y deducciones de carácter general, a través del estudio de hechos y acontecimientos de carácter particular.

Además, se realizó un estudio descriptivo, que permitió averiguar todo el proceso de prestación de servicios de limpieza, y determinar las principales características del mercado, y poder conocer el sector donde se establecerá la pequeña empresa, así como los requerimientos técnicos y de capital.

Para sustentar y clarificar la investigación, se analizó tanto aspectos, teóricos como resultados de las investigaciones que se desarrollan en el presente proyecto y se aplicó una encuesta.

CAPÍTULO III. ANALISIS DEL ENTORNO

III.A.1. Factores Políticos y Legales

La empresa “Orden y Limpieza” se constituirá dentro del marco jurídico de la Ley de Compañías del Ecuador (Actualizada y Vigente 2019) y con todos los permisos necesarios para su debido funcionamiento. Será constituida como una sociedad anónima. (Ver anexo # 1)

Para la constitución de la empresa debemos tener presente que se necesita cumplir con ciertos requisitos indispensables como son:

RUC

- ✓ Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- ✓ Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente
- ✓ Presentación del certificado de votación del último proceso electoral
- ✓ Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:
 - ✓ planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
 - ✓ Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción
 - ✓ Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior
 - ✓ Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

En el caso de que el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a su nombre, deberá presentar de última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien

inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

M.I MUNICIPALIDAD DE GUAYAQUIL.

Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y, o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal. Igual obligación tendrán incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto de patentes.

No están obligadas a obtener Registro de Patente Municipal, las personas que se hallen en el libre ejercicio profesional. (Anexo # 2)

Requisitos generales:

1. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
3. Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
6. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Propiedad Intelectual.

SENADI (Servicio Nacional de Derechos Intelectuales),

(Ver anexo # 2 y 3)

III.A.2. Factores Económicos

Considerando que la inflación es un factor económico que influye a la hora de adquirir un bien o un servicio, debido a que estamos hablando de la elevación sostenida de precios dentro de una economía, los mismos que afectan fuertemente al entorno, por la disminución del poder adquisitivo de la moneda, en el caso de mi empresa “Orden y Limpieza”, al comprar implementos, químicos y equipos necesarios para ejecutar nuestra actividad, debemos considerar que dicha elevación de costos nos obligaría a aumentar los precios del servicio, además de los diferentes impuestos de ley vigentes en nuestro país que deben cancelarse.

III.A.3. Factores Sociales

Nuestra Empresa está enfocada a los hogares, la cual contará con la colaboración de un grupo de mujeres emprendedoras las mismas que serán capacitadas e instruidas en técnicas de aseo y servicio al cliente, lo que les permitirá realizar sus actividades de manera eficiente, ya que son la imagen de la empresa y nuestra carta de presentación, deben ser monitoreadas y evaluadas constantemente para lograr empoderarlas con la propuesta de valor de la empresa, lo cual nos permitirá tener un mejor reconocimiento y posicionarnos en la mente de nuestros potenciales clientes.

III.A.4. Factores Tecnológicos

Con el avance de la tecnología las empresas se encuentran en constante planificación de nuevas estrategias de mercado para poder competir y mantenerse. Los empresarios se ven obligados a hacer hasta lo posible por lograr sus objetivos y esto provoca cambios marginales en un plan existente.

Un factor importante para determinar estos cambios: el beneficio, el interés y la generación de riquezas, son sin lugar a duda las actualizaciones tecnológicas, que están impulsando al crecimiento de la economía. La empresa “Orden & Limpieza” debe tener la capacidad de solventar estas actualizaciones que van en conjunto con el talento humano, la experiencia y aprendizaje, con lo que coexistirá siempre y cuando, sea alta la demanda del servicio que se va a ofrecer y esté basada en estudios de comportamiento de nuestros futuros clientes.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA DEL EMPRENDIMIENTO O MODELO DE NEGOCIO

Independiente del tipo de negocio que se realice, el cliente es el que tiene el poder de decisión frente a la oferta; para obtener mayor fidelidad de los clientes, es necesario planificar y ejecutar una estrategia de marketing bien estructurada, para ayudar al cliente a satisfacer alguna necesidad y que experimente un cambio en su vida con el servicio que le estoy ofreciendo.

Es muy importante conocer a nuestros competidores, para poder tener una clara visión de lo que están realizando día a día en el mercado y poder diferenciarnos de la competencia innovando y mejorando sustancialmente aquello que nos produce cierta desventaja frente a la competencia y que debemos agregarle un valor diferenciador para mantenernos en el mercado y lograr posicionarnos como una marca de prestigio.

Al emprender una idea de negocio, nos basamos más en la satisfacción del cliente, cómo lograr altas ventas, cómo financiar ese negocio y un sin número de cosas, y descuidamos un factor muy importante que es el de determinar quiénes son nuestros competidores, cómo actúan y cuáles son sus características. Esto nos permite comparar las estrategias entre competidores para poder mejorarlas o rediseñarlas y lograr así una ventaja competitiva frente a las demás empresas del sector, lo cual crea una rivalidad que va en aumento con el crecimiento del mercado.

Otro factor que debemos analizar es el poder de negociación con los proveedores, debido a que si existe una menor cantidad de proveedores estos pueden aumentar los precios de los productos fácilmente, para lo cual debemos diseñar estrategias que nos permiten llegar a mejores acuerdos de negociación y obtener productos de calidad a precios justos.

La amenaza de nuevos entrantes, consiste en que una nueva empresa que ofrezca el mismo servicio o venda el mismo producto quiera entrar en el sector, lo cual nos obliga a establecer una excelente estrategia de marketing e innovación, ofrecer siempre servicios y productos

de calidad superior a las que se encuentran en el mercado actualmente, para crear barreras proteccionistas, que dificulten el acceso al mercado de nuevas empresas.

Otro factor que se debe considerar es la entrada de productos sustitutos, que son los que vienen a satisfacer la misma necesidad, es decir ofrecen productos similares a los nuestros; para poder neutralizar la amenaza lo más importante es mantener controlada las actividades que realizan, para así saber cuándo realmente se convierte en una amenaza, otra manera es mantener incentivados a mis clientes para que se desmotiven en consumir lo que ofrece la competencia.

CAPÍTULO V. ESTUDIO DE MERCADO

Objetivo

Conocer cuáles son las preferencias y gustos de nuestros potenciales clientes al momento de elegir una empresa que les proporcione el servicio de limpieza en el hogar.

Metodología del estudio de mercado

En el desarrollo de este proyecto se utilizó el método inductivo, que permitió sacar conclusiones y deducciones de carácter general, a través del análisis de hechos particulares. Se realizó además un estudio descriptivo, que consiste en obtener información a través de una encuesta a posibles demandantes y competidores del servicio de limpieza, igualmente serán de mucha ayuda fuentes secundarias de información.

Mercado objetivo, nichos de mercado y bloques de compradores

El mercado objetivo estaría concentrado en las familias que residen en la parroquia “La Puntilla” que comienza en el estero El Batán, aproximadamente en el km 10,5 de la avenida Samborondón, a la altura de la sede del Municipio de Samborondón, y termina en el Puente Vicente Rocafuerte, el límite con Guayaquil.

La Zona residencial de Samborondón cuenta con todos los servicios necesarios para su desarrollo, se trata de un espacio en el cual se hacen como microciudades porque cuentan con servicios comerciales, bancarios y empresas de negocios cercanos. La gente que vive en estos sectores no tiene que alejarse del sector donde vive, porque todo está allí.

Investigación de mercado, encuestas y resultados

Una encuesta es un conjunto de preguntas dirigidas a un sector de la población, con el fin de conocer la opinión o hechos específicos. Se seleccionaron las

preguntas más convenientes, teniendo en cuenta el tipo de personas a encuestar y la información que se quiere conocer.

Selección de la muestra

La población es un conjunto finito o infinito de personas que presentan características comunes, mi población es infinita debido a que no se conoce el número exacto de personas que trabajan en esa zona, de ejecutivos y transeúntes que todos los días pasan por esta zona, (localidad Plaza Batán, Vía Samborondón). Por lo cual, decidí hacer una encuesta, los datos para sacar la muestra se tomaron del INEC.

El tamaño de la muestra se debe a la siguiente fórmula matemática

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{N \times E^2 + Z^2 \times p \times q}$$

Z = valor correspondiente al riesgo deseado (coeficiente de confiabilidad)

p = valor de proporción que se supone existe en la población

E = precisión con que se desea estimar el parámetro

N = tamaño de la población

q = 1 - p

Represento las variables

Z = 95%

p = 90%

E = 10%

N = 42637 población de la zona urbana de Samborondón según censo del año 2014.

q = 1 - 0,90

Resuelvo la formula

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,90 \times 0,1 \times 42637}{42637 \times (0,1)^2 + (1,96)^2 \times 0,90 \times 0,1}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,90 \times 0,1 \times 42637}{42637 \times 0,01 + 3,8416 \times 0,90 \times 0,1}$$

$$n = 34,55$$

La encuesta debe ser aplicada a un total de 35 personas de acuerdo al resultado arrojado en la toma de la muestra.

(Variables a estudiar en la Investigación de mercados)

Encuesta para el estudio de mercado de la Empresa de Servicio y Mantenimiento Express “Orden y Limpieza”

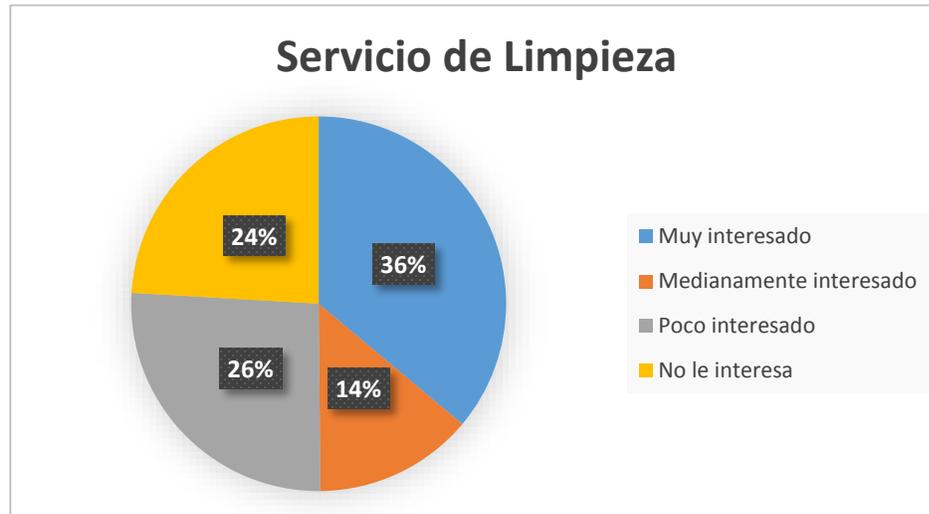
Resultados

(Estadísticas, gráficos y conclusiones del estudio de mercados)

Para aplicar la encuesta se tomó 34 personas al azar de acuerdo al método del muestreo probabilístico de lo cual se obtuvo los siguientes datos:

Pregunta # 1

¿Le interesa contratar los servicios de una empresa de limpieza para su hogar?

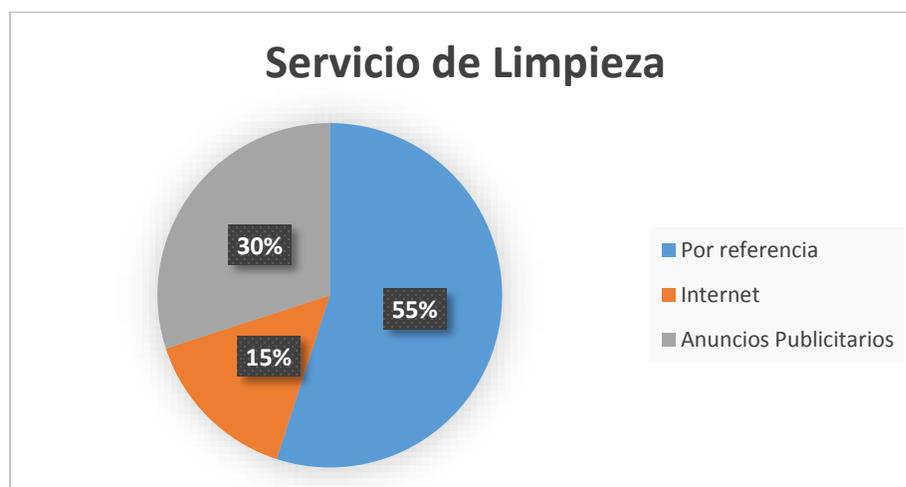


Fuente: Elaborado por el autor

De acuerdo a las encuestas realizadas podemos evidenciar que existe un 36% de potenciales clientes que están muy interesados en contratar un servicio de limpieza para el hogar, 14% que se encuentra medianamente interesado, 26% poco interesado lo que mediante una buena estrategia y promoción del producto se podrían convertir en nuestros clientes; y un 24% al que no le interesa el servicio.

Pregunta # 2

¿Por qué medios busca el servicio de limpieza?

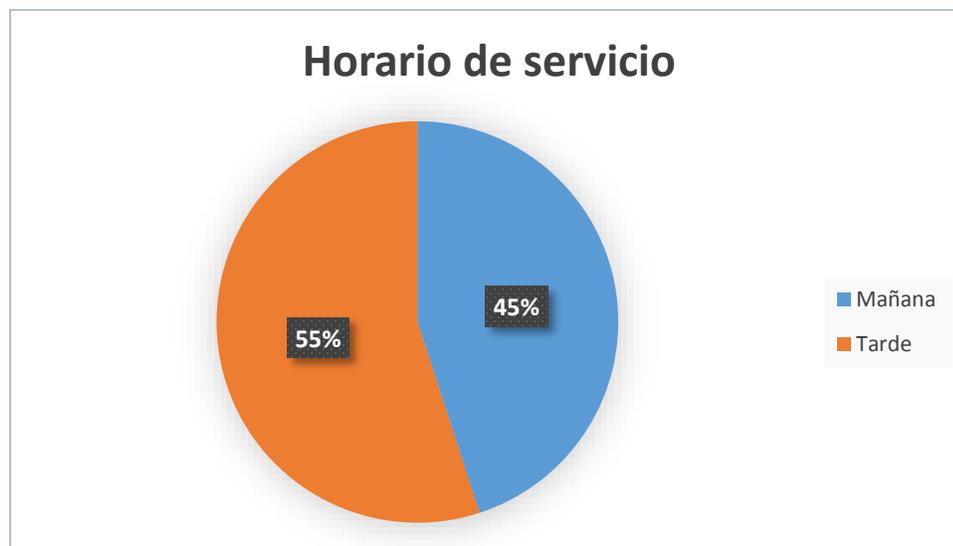


Fuente: Elaborado por el autor

Mediante esta investigación nos pudimos dar cuenta que el 55%, es decir más de la mitad de los demandantes del servicio de limpieza les gusta que tener una buena referencia para poder contratar el servicio, un 30 % lo busca en los anuncios publicitarios y el 15% navega en internet para conseguir el servicio.

Pregunta # 3

¿En qué horario prefiere que se realice la limpieza de su hogar/ Oficina?



Fuente: Elaborado por el autor

El horario preferido por los demandantes del servicio de limpieza es en la tarde como lo observamos en la encuesta el 55% así los desea y el 45% prefiere que sea en la mañana.

Pregunta # 4

¿Cuántas horas diarias requiere de limpieza en su hogar/ Oficina?

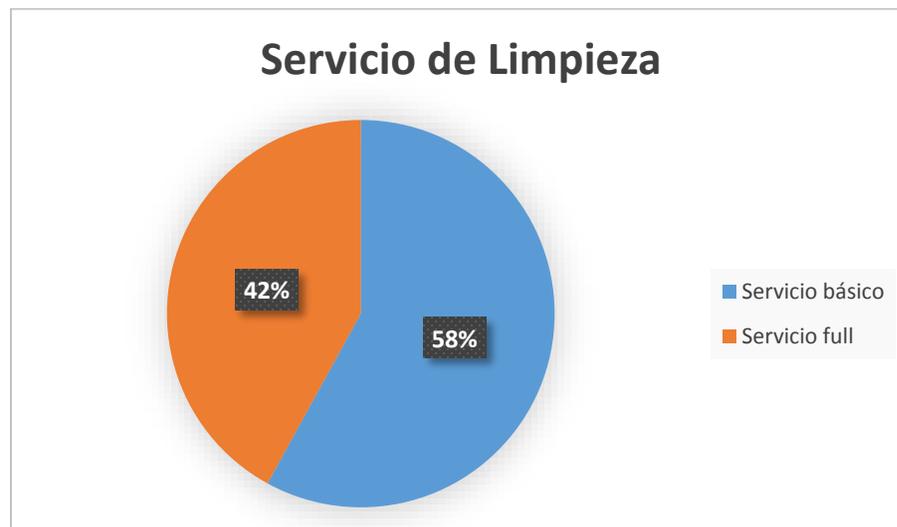


Fuente: Elaborado por el autor

El 45% de los hogares invierte en la limpieza de su hogar 3 horas, 25% lo realiza en 2 horas, 20% en 2 horas y el 10% en 1 hora todo depende del tipo de limpieza que se realice y del tamaño de la casa.

Pregunta # 5

¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría contratar?

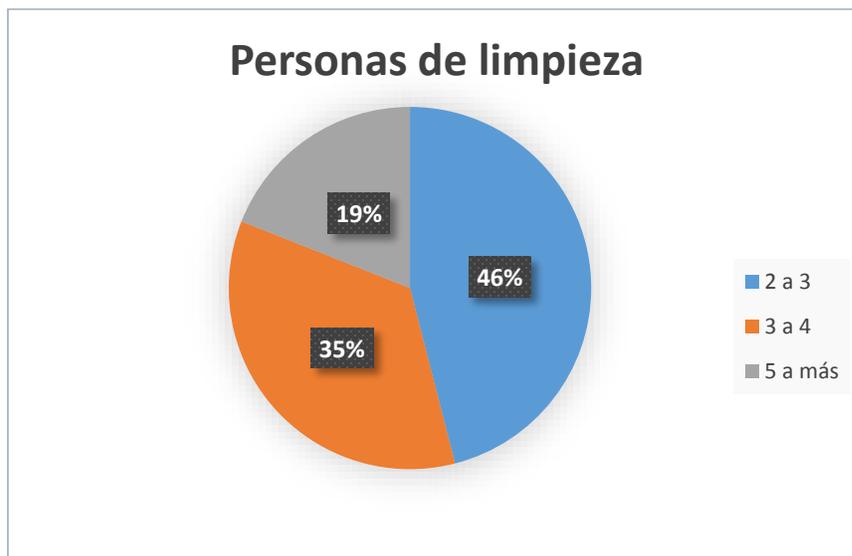


Fuente: Elaborado por el autor

Se puede observar que el servicio básico es el que tiene una mayor demanda 58%, mientras que el servicio full tiene un 42%, lo que nos permite saber que los hogares tienen acogida por el servicio de manera constante.

Pregunta # 6

¿Cuántas personas necesita para dicha actividad?

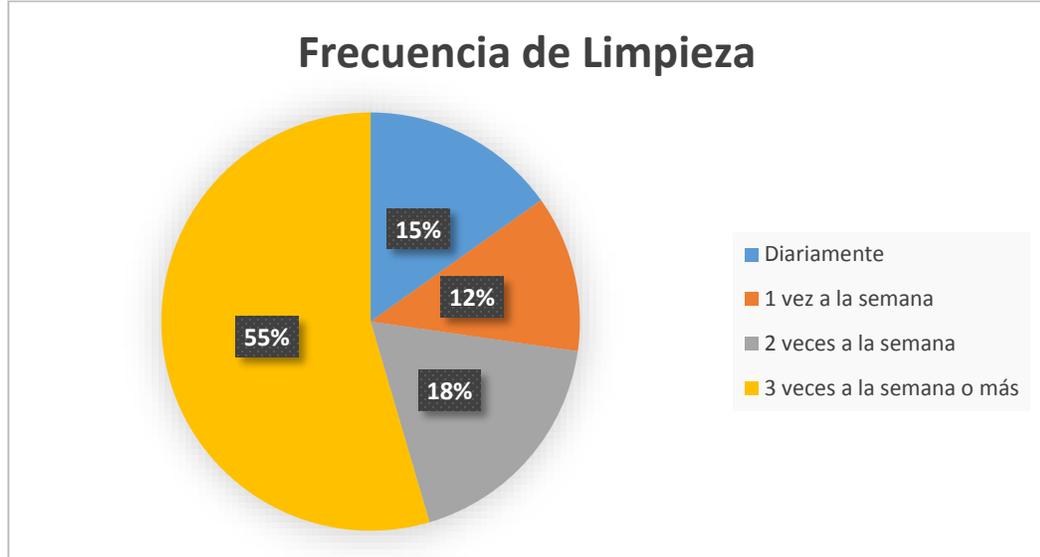


Fuente: Elaborado por el autor

En un 46% demandan de 2 a 3 personas que realicen la limpieza de su hogar, 35% requieren de 3 a 4 personas y un 19% solicita de 5 a más personas para que realicen el trabajo de limpieza de los hogares, todo depende del tamaño de la vivienda y del tipo de mantenimiento que se le haga y la frecuencia del mismo.

Pregunta # 7

¿Con qué frecuencia requiere la limpieza?

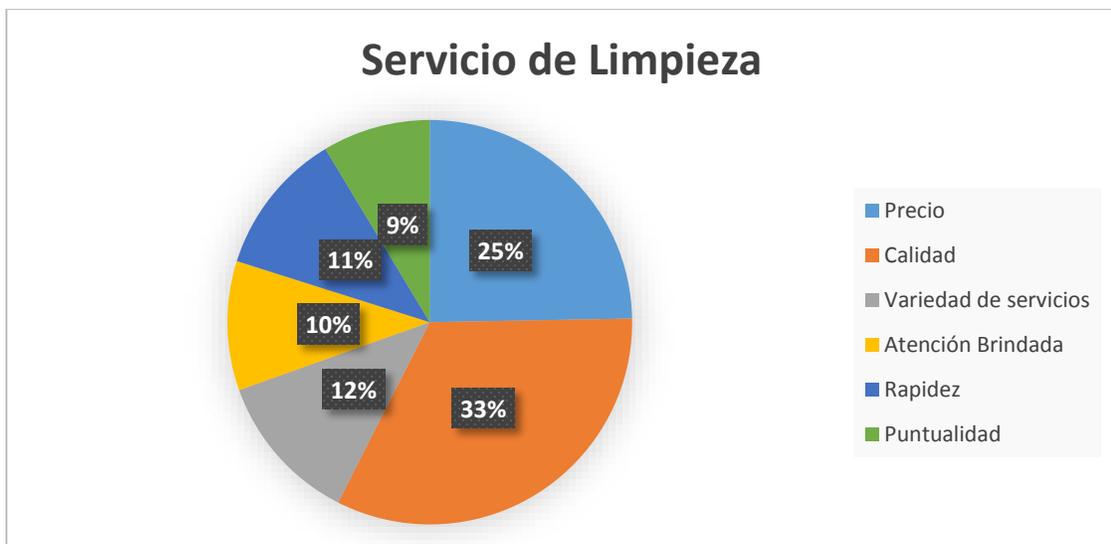


Fuente: Elaborado por el autor

La frecuencia que se tiene en la limpieza es de 3 veces por semanas o más con un 55%, 18% prefiere hacerlo dos veces por semana, 15% diariamente, y 12% una vez a la semana, todo depende del tipo de familia y el tamaño de la casa.

Pregunta # 8

¿A la hora de contratar el servicio de limpieza que es lo más importante?



Fuente: Elaborado por el autor

La investigación demuestra que el 33% prefiere la calidad del servicio, los productos y el trabajo que se brinda como factor importante a la hora de contratar el servicio de limpieza, el 25% se va por el precio que no deja de ser importante también a la hora de comprar, 12% exige variedad en el servicio, 11% rapidez y 9% puntualidad.

Pregunta # 9

¿Hay personas alérgicas en su hogar/ oficina?

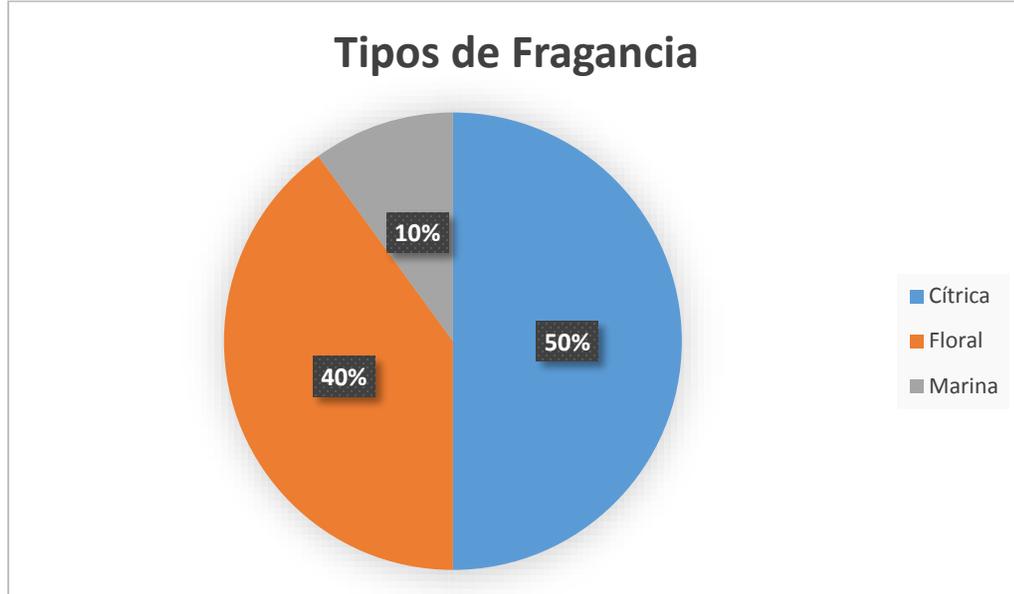


Fuente: Elaborado por el autor

A través de esta pregunta podemos conocer si existen personas con alergia, ya que el uso de químicos no es tolerable en algunas personas pues en ciertos casos el simple hecho de sentir el olor de algún producto fuerte les causa alguna molestia, es por eso que tenemos el 40%, y un 60% que no sufre alergia alguna.

Pregunta # 10

¿Qué tipo de fragancia prefiere para aromatizar su hogar/ oficina?



Fuente: Elaborado por el autor

Un 50% de las encuestas realizadas les agrada el olor a cítricos, mientras que el 40% prefieren un aroma floral para que sean utilizadas en las áreas de la casa y un 10% prefiere las fragancias marinas.

V.A.1 Oferta y demanda (Análisis de la Demanda)

El mercado objetivo estaría concentrado en las familias que residen en la parroquia “La Puntilla” que comienza en el estero El Batán, aproximadamente en el km 10,5 de la avenida Samborondón, a la altura de la sede del Municipio de Samborondón, y termina en el Puente Vicente Rocafuerte, el límite con Guayaquil. Se considera también como potenciales clientes a las personas que son atraídas por el dinamismo comercial del sector.

La Zona residencial de Samborondón cuenta con todos los servicios necesarios para su desarrollo, se trata de un espacio en el cual se hacen como microciudades porque cuentan con servicios comerciales, bancarios y empresas de negocios cercanos. La gente que vive en estos sectores no tiene que alejarse del sector donde vive, porque todo está allí.

Para lo cual debemos segmentar el mercado y saber cuáles son nuestros clientes potenciales, en este caso nuestros servicios están dirigidos a los hogares de las familias de clase media y alta que residen en las ciudadelas de la vía a Samborondón, aspirando atender un promedio de seis a ocho hogares a quienes les brindaremos el servicio de limpieza, para obtener información cuantificada utilizaremos el instrumento de medición que es la encuesta y está nos permitirá analizar la demanda y estudiar la competencia.

V.A.2 Análisis de la oferta

Somos una empresa que ofrece servicios de limpieza y mantenimiento del hogar y oficinas. Queremos cambiar el paradigma en los hogares con respecto a contratar empleadas domésticas, ofreciendo paquetes que se acomoden a las necesidades de los demandantes. Nuestro servicio será dispuesto de forma tal que la limpieza pueda ser realizada de manera eficiente dependiendo del tipo y tamaño de vivienda, cabe indicar que la limpieza y organización será basada en los principios de limpieza de los hoteles, para lo cual contaremos con manuales con estandarización de los oficios en el hogar buscando siempre optimizar el servicio, y marcar la diferencia con detalles en la limpieza.

Los servicios que ofrecerá la empresa “Orden & Limpieza” serán: limpieza simple y full. La primera se trata de un servicio de limpieza de mantenimiento; la segundo, es un servicio de limpieza más profundo. Los servicios se solicitan de lunes a viernes de acuerdo a bloques de horarios disponibles.

CAPITULO VI. PLAN ESTRATÉGICO

VI. A Directrices del negocio

La empresa “Orden & Limpieza”, establecerá sus directrices mediante el establecimiento de políticas que permitan brindar a sus clientes un servicio eficiente; como principales directrices a ser cumplidas por cada uno de los miembros de la empresa están las siguientes:

- a) Procedimiento para el comportamiento dentro de los domicilios (anexo # 3)
- b) Procedimiento para el uso de uniforme (anexo # 4)
- c) Procedimientos de limpieza (anexo # 5)

VI.A.1 Definición del negocio

A1.1 Nombre de le Empresa: “Orden & Limpieza”

A 1.2 Imagen corporativa

A 1.2.1 Logotipo



Conjunto de razones de ser de la empresa definida en dos palabras, ORDEN y LIMPIEZA



A 1.2.2 Isotipo

Poder, detalle y perfección
de una mujer al momento de
realizar un trabajo de excelencia.



*Orden y
limpieza*

El isotipo podrá ser reproducido siempre sobre fondo blanco, así se garantiza un óptimo contraste visual y no perder su identidad.

Se usará en conjunto con el logotipo (nombre verbal Orden & Limpieza), formando el imagotipo, ya sea para trabajos publicitarios como artículos de merchandising.

A 1.2.3 Marca Legal



A 1.2.4 Colores Corporativos

ROSADO BAJITO



#e8c8d4

C=3 M=28 Y=7 K=0

R=232 G=200 B=212

CELESTE



#44abd2

C=83 M=0 Y=14 K=0

R=68 G=171 B=210

NARANJA

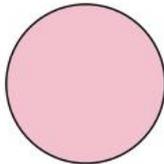


#CA7A2A

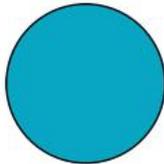
C=0 M=0 Y=0 K=0

R=255 G=255 B=255

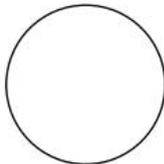
*Orden y
limpieza*



Amabilidad, Delicadeza



Frescura, plenitud, control de emociones.



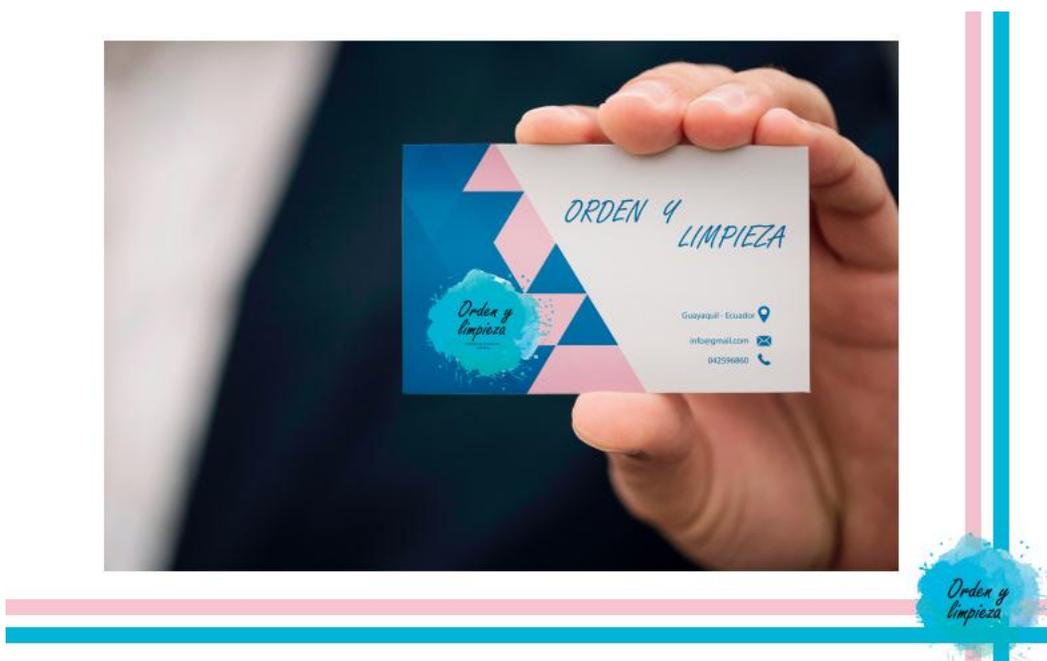
Pureza, pulcritud, confort

*Orden y
limpieza*

A 1.2.5 Tipografía



A 1.2.6. Aplicación de la Marca





VI.A.2 Misión, Visión Objetivos

Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio rápido, oportuno y de calidad, en las tareas domésticas de mantenimiento y limpieza del hogar.

Visión

Ser una empresa de prestigio en el servicio express de limpieza del hogar y empresas.

VI.A.3 Características diferenciadora del negocio

“Orden & Limpieza” ofrece un concepto distinto a los actuales negocios de limpieza a domicilio que existen hoy en día. Con nuestro negocio intentaremos crear un segundo hogar para las emprendedoras donde se sientan que son realmente valoradas como mujeres y sobre todo motivadas a buscar crecer como personas y trabajadoras. Somos la única empresa que genera fuentes de trabajo con miras a ser parte de la empresa en calidad de socias. Nuestro objetivo es la satisfacción del cliente basado en las relaciones directas con el cliente, que permita entender, asesorar, colaborar y lograr que su necesidad quede satisfecha en un 100%. Para lo cual debemos estar innovándonos y capacitándonos constantemente y buscando productos que sean amigables con el medio ambiente y sobre todo que no afecten la salud de aquellos que son los más susceptibles en los hogares, los niños y las mascotas.

VI.A.4 Ventajas competitivas del negocio

Somos un grupo de mujeres emprendedoras que se capacitará en las técnicas de limpieza y mantenimiento de los hogares, que busca cumplir con las expectativas del cliente, brindar un servicio eficiente y oportuno, con paquetes personalizables, integrales, ecológicos y de calidad que permitan optimizar el tiempo del cliente, cubrir todas sus necesidades para lograr que sienta conforme y seguro con nuestro servicio.

“ORDEN & LIMPIEZA”, es una empresa que invertirá en capacitación y en la creación de sus propias técnicas de limpieza para crear hogares y oficinas higiénicos y ecológicos.

VI. B. Análisis FODA

El FODA es una herramienta de análisis estratégico que nos permite analizar los elementos internos o externos de un proyecto.

FORTALEZA:

- Servicio especializado y personalizado.
- Maquinarias y tecnología de punta.
- Estrategia de Marketing y Publicidad.
- Precios competitivos.

OPORTUNIDADES.

- Crecimiento de la demanda por el tipo de servicio.
- Demanda por otro tipo de servicios de limpieza.
- Pocas empresas dedicadas a este tipo de servicio.

DEBILIDADES.

- No se realiza sondeos de satisfacción al cliente.
- Bajo presupuesto para invertir en tecnología.
- Poca experiencia en el ámbito.

AMENAZAS.

- Competencia desleal.
- Recesión económica.
- Marcas bien posesionadas en mercado.

Estrategias de marketing mix

Una vez creada la estrategia de marketing necesitamos implementarla y orientarla a cumplir los objetivos de la empresa utilizando el conjunto de herramientas que conforman las 4 P's, para poder competir y mantenerse dentro de este mercado. La principal estrategia para lograr los objetivos de ventas del negocio será ofrecer ante todo seguridad y prolijidad a los potenciales clientes, logrando así penetrar en los hogares ubicados en el mismo sector. Con el fin de optimizar la logística de la empresa, debido a que se disminuyen tiempos de traslados, y se mejora el rendimiento del servicio. También se incentivará la promoción Boca a boca, es decir, se ofrecerá un 10% de descuento a las personas que recomienden el servicio, para validar esto los recomendados deben ser clientes de "Orden & Limpieza", así se aplicará el descuento en el próximo servicio contratado.

VI.B.1. Producto

"Orden & Limpieza" será una empresa de limpieza cuyo potencial mercado serán las familias de la zona urbana de Samborondón, potenciales clientes de clase media-alta que los convierte en consumidores dispuestos a pagar por un servicio EXCLUSIVO que le brinde seguridad y el poder disfrutar de un hogar libre de impurezas.

Los servicios ofrecidos por "Orden & Limpieza" son: Limpieza simple y full. La primera se trata de un servicio de limpieza de mantenimiento; la segundo, es un servicio de limpieza más profundo. Los servicios se solicitan de lunes a viernes de acuerdo a bloques de horarios disponibles.

VI.B.2 Precio

El precio será consecuente con los precios del mercado, sin embargo, se debieron considerar varios factores: la disposición a pagar de los clientes por el servicio y la segmentación de mercado realizado para "Orden & Limpieza", los costos de nuestro servicio y finalmente se

consideró que los precios son de \$ 30, limpieza general y \$ 50 limpieza full, lo cual podría variar dependiendo de la necesidad de limpieza y el tiempo invertido.

VI.B.3 Plaza

El proyecto tiene como su mercado meta el sector urbano de la vía Samborondón, el segmento de mercado son las familias de clase media alta, que habitan en edificios por departamentos o viviendas. Nuestra estrategia es de ofrecer nuestros productos utilizando las diferentes redes sociales; el proyecto contempla la creación de una página web oficial, por medio de la cual, se puede solicitar el servicio que requiera contratar, para tal efecto contaremos con 1 persona responsable de atender todos los requerimientos que se presenten por esta vía; así como también receptaremos llamadas telefónicas, wasap, para tomar su requerimiento del servicio.

VI.B.4 Promoción

La marca “Orden & Limpieza” iniciará una agresiva promoción de su producto, primero mediante la identificación de la marca, el objetivo será lograr que el potencial consumidor se identifique con el diseño y los colores, además contará con su propio logotipo. Esto se lo realizará a través de sus redes sociales y su página web.

Constantemente se estará innovando en publicidad y promociones, para que nuestros clientes se enteren de lo que ofrecemos. (Ver anexo # 7)

VI.C. Modelo del Negocio

La empresa “Orden & Limpieza” es una empresa que ofrecerá a sus clientes servicio express a domicilio de mantenimiento y limpieza del hogar, la misma que busca organizar un grupo de mujeres emprendedoras, a fin de capacitarlas e instruir las en áreas de atención al cliente,

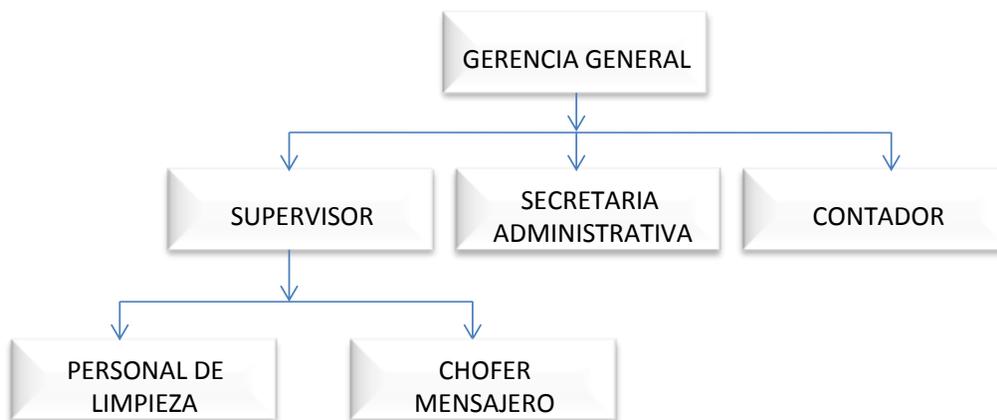
normas de convivencia, técnicas de limpieza y liderazgo empresarial, lo que les permitirá realizar su tareas de manera eficiente y brindar un servicio de primera calidad, en donde prime la seguridad y confianza del consumidor; además del enfoque social de este proyecto, también contribuye a la comunidad de nuevos empresarios cuya intención es proponer una oportunidad de trabajo como fuente de sustento familiar, a fin que una vez consolidada la empresa pueda ser administrada por las emprendedoras en calidad de socias a manera de franquicia.

La localización que elegí para mi negocio, fue un local comercial ubicado en El Buijo histórico. Esta localización la elegí por razones concretas, en primer lugar, este local se encuentra cerca de las áreas residenciales, lo que es clave para mi negocio, y positivo porque es un lugar que ha crecido mucho en los últimos años y es de fácil ubicación para las personas que viven en Samborondón. Como segundo criterio, este local me resulta económico, y se amolda a lo que necesito.

VI.D Estrategias del modelo de negocio

La Estrategia de penetración se basará en posicionarse en temas como: servicio especializado y personalizado que brinde seguridad y confianza en la asistencia y mantenimiento express a domicilio; así como una campaña de Marketing y Publicidad muy agresiva, que permita captar la mayor cantidad de clientes, y a través de un sondeo de mercado conocer las necesidades de los consumidores y poder satisfacerlas. Una de las tácticas de atracción se basa en ofrecer precios competitivos, que estén acorde con el mercado, y reflejen la calidad del servicio en las actividades domésticas de los hogares y oficinas; y así lograr posesionar la marca en el mercado y mantenerla.

VI.E. Estructura Organizacional



VI.F. Cargos y Funciones

GERENTE GENERAL.

- ✓ Asegurar la representación de la empresa en el campo legal.
- ✓ Informar los objetivos de la organización a todo su personal.
- ✓ Exteriorizar cambios en la organización interna o externa.
- ✓ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
- ✓ Generar un ambiente de trabajo armónico lleno de optimismo para lograr las metas propuestas invirtiendo el menor tiempo, dinero, materiales; en beneficio de los trabajadores y la organización.

CONTADOR.

- ✓ Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido.
- ✓ Elaborar y presentar informes sobre la situación financiera de “Orden & Limpieza” y entregar al Gerente, un balance de comprobación mensualmente.
- ✓ Brindar asesoraría a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- ✓ Presentar los informes que requiera la Junta Directiva, el Gerente, o el Comité de “Orden & Limpieza”.
- ✓ Recepción de facturas y comprobantes de retención.
- ✓ Mantener el archivo de proveedores.
- ✓ Coordinar y registrar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.
- ✓ Llevar un registro de empleados con datos completos para archivar documentos del IESS, contratos de trabajo, avisos de entrada, y demás documentos relacionados con el empleado.
- ✓ Encargado de que las facturas sean autorizadas por la gerencia para efectuar una compra.

SECRETARIA ADMINISTRATIVA.

- ✓ Receipta y archiva las carpetas para el ingreso de personal.
- ✓ Realiza las cotizaciones y compras a los proveedores.
- ✓ Realiza los pagos de los diferentes Servicios básicos.

- ✓ Controla el ingreso y salida del personal, elabora informe de novedades el cual será presentado a la Gerencia.
- ✓ Entregar uniformes e implementos para el personal.
- ✓ Es la responsable de los equipos y materiales.
- ✓ Cumplir con actividades solicitadas dentro de la naturaleza de su cargo por su inmediato superior.

SUPERVISOR.

- ✓ Evalúa la calidad de servicio y el desempeño del personal de limpieza.
- ✓ Evaluar el costo beneficio del cliente.
- ✓ Capacitación al personal.
- ✓ Asesoramiento en los gastos.
- ✓ Realiza cobertura de cliente.

CHOFER / MENSAJERO

- ✓ Transportar los implementos e insumos, objeto de la operación del negocio, en el vehículo destinado por la empresa.
- ✓ Mantener en perfecto estado, orden y limpieza el vehículo asignado por la empresa.
- ✓ Custodiar la integridad del vehículo asignado por la empresa.

- ✓ Cumplir con los mantenimientos del vehículo asignado por la empresa; cambio de aceite, revisión de líquidos, frenos, motor, etc.....
- ✓ Presentar las facturas de abastecimiento de combustible, y registrar el kilometraje al momento de llenar el tanque, del vehículo asignado por la empresa.
- ✓ Informar a la Gerencia cualquier irregularidad, percance, o inconveniente que se presente dentro del desarrollo de sus actividades, tanto de manera personal como con el vehículo asignado; de manera inmediata.

PERSONAL DE LIMPIEZA.

- ✓ Manejo de máquinas de limpieza.
- ✓ Higienizar y mantener en orden las áreas asignadas.
- ✓ Recoger y botar la basura de cada uno de los departamentos.
- ✓ Limpieza de los tachos de basura.
- ✓ Limpieza de todo el mobiliario de la empresa, desde escritorios, sillas, teléfonos, computadoras.
- ✓ Recarga de papel higiénico, toallas desechables para manos y jabón líquido.
- ✓ Limpieza de las puertas de entradas o recepción de las oficinas.

VI.G. Cadena de Valor

ACTIVIDADES SECUNDARIAS



ACTIVIDADES PRIMARIAS



La cadena de valor de la empresa se centra en sus operaciones, buscando siempre la optimización de los servicios de limpieza y mantenimiento a través de una sólida distribución de los recursos y la ejecución del aseo entregando los atributos que el cliente busca en el servicio contratado (seguridad y confianza).

CAPITULO VII. ASPECTOS FINANCIEROS

VII.A. Activos, Pasivos y Patrimonio

Para ejecutar el proyecto tenemos que realizar una inversión de lo que la empresa requiere para iniciar su actividad laboral.

CUADRO N° 1

Volver MENU

INVERSIONES

	VALOR (Dolares \$)
INVERSION FIJA Anexo A	29946,7
CAPITAL DE OPERACIÓN Anexo B	33618,6
INVERSION TOTAL:	63565,3
CAPITAL SOCIAL	31782,7
FINANCIAMIENTO Anexo G	31782,7

Anexo 1

Inversión Fija

		VALOR (Dolares \$)
MAQUINARIA Y EQUIPO:		10709,74
Enceradora pulidora (2 a \$ 2500)	5000	
Aspiradora trabajo pesado(2 a \$ 2000)	4000	
Escalera de 5 mtrs (2 a \$ 450)	900	
Aire acondicionado SMC	690	
Carro exprimidor	104,16	
Señalador de piso (2 a \$ 7.79)	15,58	
VEHÍCULOS		15000
OTROS ACTIVOS:		4237
Muebles de oficina	1250	
Equipos de oficina	2987	
SUMAN:		29946,74

VII.B. Estructura y fuentes de Financiamiento

Se cuenta con un capital social del 50%, y el otro 50% será financiado con un préstamo a la CFN (Corporación Financiera Nacional), a cinco años plazo (60 meses), con un interés del 13,8%.

CONDICIONES GENERALES DE LA SIMULACIÓN DE CRÉDITO			
Segmento Crédito	Microcredito	Subsegmento de Crédito	Microcredito De Acumulacion Ampliada
Sistema de Amortización	Francesa		
Producto	Capital de Trabajo (Hasta 60 meses)		
DATOS DE FINANCIAMIENTO			
Monto Capital Solicitado	531,782.70 dólares	Monto de crédito solicitado por el cliente	
Monto de Capital a Desembolsar	531,782.70 dólares	Monto de crédito a ser desembolsado	
Plazo	12 meses	Plazo solicitado del préstamo	
Periodicidad de Pago	Mensual		
Tasa de Interés Nominal	13%	Es la tasa básica que se nombra o declara en la operación; es decir, tipo de interés que se causa sobre el valor nominal de una transacción financiera.	
Tasa de Interés Efectiva	13.8%	Es la tasa de interés que se obtiene como resultado del período de capitalización (mensual, trimestral o semestral) que se calcula para el pago de la cuota a lo largo del plazo de vigencia del préstamo.	
Valor de Cuota	52,838.74	Es el valor a cancelar de acuerdo a la periodicidad de capital e intereses.	
Número de Cuotas	12	Número de cuotas a cancelar en el transcurso del crédito.	
Suma de Cuotas	534,064.93	Es el valor total del capital e intereses por la vigencia por la vigencia del crédito.	
Carga Financiera	52,282.23	Es el valor correspondiente a los intereses generados en el transcurso del crédito.	
Relación Valor Total/Monto Solicitado de Capital	1.07	Es la relación entre el valor total (capital e intereses) y el monto solicitado.	

VII.C. Capital de Trabajo Proyectado.

Anexo B Capital de Operación

Egresos

DENOMINACIÓN:	Tiempo meses	Subtotal (mensual)	Valor total OPERACIONAL	Valor total ANUAL																
Materia prima	3	1500	4500	18000																
Gastos de Personal	3	8110	24330	97320																
<table border="1"> <tr> <td>Sueldo de 15 personas</td> <td>5910</td> </tr> <tr> <td>Aporte patronal</td> <td>738,75</td> </tr> <tr> <td>Décimo tercer sueldo</td> <td>492,5</td> </tr> <tr> <td>Décimo cuarto sueldo</td> <td>164,583333</td> </tr> <tr> <td>Vacaciones</td> <td>246</td> </tr> <tr> <td>Uniformes</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Transporte</td> <td>50</td> </tr> <tr> <td>Depreciacion</td> <td>458</td> </tr> </table>	Sueldo de 15 personas	5910	Aporte patronal	738,75	Décimo tercer sueldo	492,5	Décimo cuarto sueldo	164,583333	Vacaciones	246	Uniformes	50	Transporte	50	Depreciacion	458		458	1374	Pérdidas y Ganancias.
Sueldo de 15 personas	5910																			
Aporte patronal	738,75																			
Décimo tercer sueldo	492,5																			
Décimo cuarto sueldo	164,583333																			
Vacaciones	246																			
Uniformes	50																			
Transporte	50																			
Depreciacion	458																			
				Sumar este valor más la depreciación para el Estado de																

Gastos de Administrativos		3	838	2515	10060
V.I.C	93,33				
Arriendo	300				
Energia Electrica	100				
Agua	50				
Telefonos	25				
Utiles de Limpieza	200				
Gastos Generales (Facturas, Internet, otr	70				
Imprevistos				900	
			SUMAN:	33619	

VII.D. Ingresos y Gastos de la empresa antes de la implementación

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Volver MENU

CONCEPTOS	AÑO 1
	INGRESOS TOTALES Anexo C
- Costos de Ventas	-18000
UTILIDAD BRUTA	165600
- Costos de Ventas o publicidad	-10060
- Gastos Administrativos	-102814
UAI	52726
- Gastos Financieros	-6357
UAI	46369
- (15% Trabajadores)	-6955
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	39414
- (22% de impuesto a la renta)	-8671
UTILIDAD A DISTRIBUIR	30743

VII.E. Proyección de ventas para el primer año luego implementación.

Anexo C

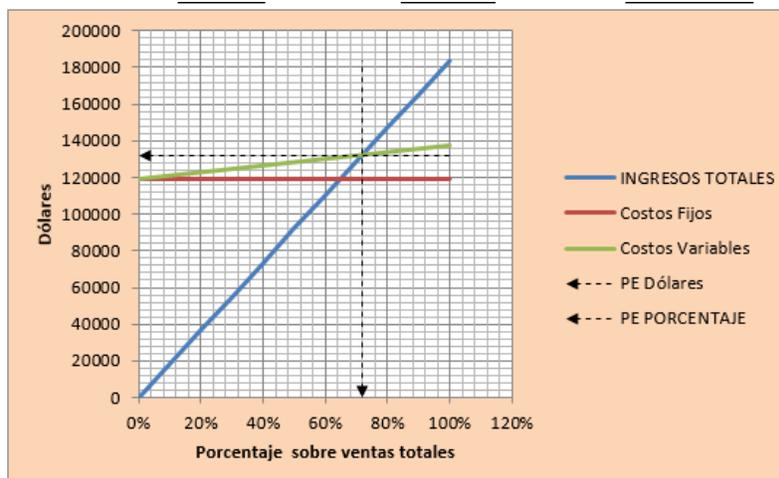
INGRESOS TOTALES

Servicio	PRIMER AÑO		
	CANTIDAD ANUAL	P. Unit. De Venta \$ en dolares	TOTAL
Limpieza y Mantenimiento	6120	30	183600
TOTAL			183600

VII.F. Punto de Equilibrio

Ingresos totales:	183600	
Costos Fijos:	119231	P.E = 72,00% \$: 132191
Costos Variables:	18000	
Costos Totales:	137231	
P. E=	132191	

0%	132191
100%	132191
72,00%	0
72,00%	183600



VII.G. Análisis económico – financiero

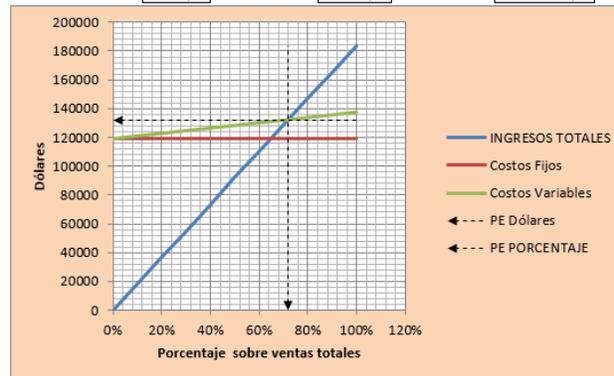
SIMULACIÓN: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD (VARIACIÓN PRECIO y/o DEMANDA)

Para el primer año:

Volver MENU

PRODUCTOS	Variación de la demanda		Variación del precio		Ingresos Totales
	CANTIDAD ANUAL		P. por servicio \$ (en dólares)		
Limpieza y Mantenimiento	6120	<input type="text" value="6120"/>	30	<input type="text" value="30"/>	183600
TOTAL	Demanda Inicial	Precio Inicial	ingresos iniciales		
	<input type="text" value="6120"/>	<input type="text" value="30"/>	<input type="text" value="183600"/>		
	%variación	% variación	% variación		
	<input type="text" value="1,00"/>	<input type="text" value="1,00"/>	<input type="text" value="1,00"/>		

Ingresos totales: 183600
 Costos Fijos: 119231
 Costos Variables: 18000
 Costos Totales: 137231
 P. E= 132191



CANTIDAD DE SERVICIOS DE LIMPIEZA
EN EL PUNTO DE EQUILIBRIO:
440636

Tablas de Cálculos para gráfico

10	100%	183600	119231	137231
9	90%	165240	119231	
8	80%	146880	119231	
7	70%	128520	119231	
6	60%	110160	119231	
5	50%	91800	119231	
4	40%	73440	119231	
3	30%	55080	119231	
2	20%	36720	119231	
1	10%	18360	119231	
0	0%	0	119231	119231

100%		137231
0%		119231

P.E = 72.00% \$: 132191

Gráfico de PE (X,Y)	
0%	132191
100%	132191
72.00%	0
72.00%	183600

CAPITULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

La empresa Orden & Limpieza va a generar empleos para quince personas, lo que beneficia a 15 familias de la urbe ayudando a mejorar situación económica, debido a que existe un promedio de cinco personas por familia, es decir que 75 habitantes de la ciudad de Guayaquil tendrán una mejor calidad de vida.

En la actualidad el factor tiempo es determinante a la hora de realizar cualquier tipo de actividad y las tareas básicas del hogar u oficina demandan de muchas horas de trabajo al día, que muchas veces no tenemos disponibles, por lo que la gran mayoría busca servicios auxiliares que puedan satisfacer esta necesidad, y les permita mantener una buena calidad de vida.

Un proyecto requiere de mucho esfuerzo para lograr el objetivo o meta, todo esto se alcanza mediante una serie de actividades interrelacionadas, y la utilización eficiente de sus recursos, disminuyendo costos para maximizar utilidades sin afectar el presupuesto.

RECOMENDACIONES:

Procurar que el proyecto siempre mantenga un nivel de impacto positivo, buscando alternativas que ayuden a mejorar la calidad de vida de la población y que contribuya con el desarrollo socio económico del cantón, así como el análisis minucioso de los impactos, permite detectar posibles falencias y tomar medidas correctivas de manera que se mantenga el nivel de impacto positivo.

Investigar lo que el cliente espera del servicio que Orden & Limpieza le brinda y así poder satisfacer esa necesidad.

Realizar asesoría y charlas al personal de manera permanente empoderarlos para comprometerlos con la empresa, y así lograr obtener un mejor ambiente de trabajo cuando las áreas se encuentran en un perfecto estado de limpieza.

Mantener siempre comunicación con el cliente por los diferentes medios para conocer las sugerencias, necesidades, despejar inquietudes y asesorar sobre el tiempo en el cual sería preciso realizar una limpieza de forma semanal, quincenal o mensual.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- «Posicionamiento: La batalla por la Web», de Alejandro Bia (Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes)
- Aaker, David A. *Investigación De Mercados*. Editorial Limusa
- Benassini, Marcela. *Investigación De Mercados*. Editorial Prentice Hall
- BERNSTEIN, L. A. *Análisis de Estados Financieros*. Ed. Deusto.
- Blanco R.,A., (1999) “*Formulación y Evaluación de Proyectos*” Madrid: Editorial Ciencia 3, 2002.
- Cortázar Martínez, A., (1993) “*Introducción al análisis de proyectos de inversión*” México: Editorial Trillas 1993, reimpresión 1999.
- DAVIES, D. *Como interpretar las finanzas de la empresa*. Ed. Deusto.
- DEFOSSE, GASTON. *La gestión financiera de las empresas*. Colección DEMOS. Ed. Ariel.
- Espejo, Jorge. *Prontuario de investigación de mercados*. Editorial Mc Graw Hill.
- FERNANDO BECKER GOMEZ. *Análisis de Balances y Cuentas de Resultados*.
- *Fundamentos de marketing*, Autor Diego Monferrer Tirado (2013)
- Gido J. y Clements James P.,(2003) “*Administración exitosa de proyectos*” segunda edición. Editorial Internacional Thomson Editores, S.A de C.V. pp 76 97
- J.L. URQUIJO, OCHOA, OYAZABAL, UROZ. *Planificación financiera de la empresa*. Ed. Deusto.
- Kotler, Philipp, (1988) “*Marketing Management: Analisis, Planning and Control*” Editorial Prentice Hall
- *Marketing de servicios profesionales* (2009) Autor Mike Schultz.
- Porter, Michael, (1982) “*Estrategia Competitiva, Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*” México: Editorial Compañía Editorial Continental 1982, reimpresión 2003.

- Porter, Michael, (1987) “*Ventaja Competitiva. Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*” México: Editorial Compañía Editorial Continental 1982, reimpresión 2005.
- Rocha C., Rogelio, (1999) “*Estrategia Competitiva para Empresas*” México: Editorial Trillas 1990, reimpresión 2003.
- SMITH, KEITH V. Guía del capital circulante. Ed. Deusto.

Internet

- <https://guayaquil.gob.ec/gtd-formularios-tributarios>
- <https://ibanking.cfn.fin.ec/SimulatorServiceWebSite/CreditSimulator.aspx>
- http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Marzo/032019_Mercado%20Laboral_final.pdf
- <https://www.brandmanic.com/word-of-mouth-guias-brandmanic/>

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO # 1

ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

1. Reserva un nombre.
2. Elabora los estatutos.
3. Abre una “cuenta de integración de capital.”
4. Eleva a escritura pública.
5. Aprobación del estatuto (Superintendencia de Compañías para su aprobación).
6. Publicación en un diario.
7. Obtención de permisos municipales.
8. Inscripción de la compañía al Registro Mercantil.
9. Realizar junta general de accionistas para nombrar los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc)
10. Obtención de títulos habilitantes. (Registro Mercantil y Superintendencia de Compañías entregan documentos para abrir el ruc)
11. Inscribir a los representantes de la compañía.
12. Obtención del ruc. (SRI)
13. Obtención de carta para el banco. (Superintendencia de Compañías entregará carta dirigida al banco donde abriste la cuenta para que puedas depositar los valores)

ANEXO # 2

SERVICIO NACIONAL DE
DERECHOS INTELECTUALES



SOLICITUD DE BÚSQUEDA	*Fecha y hora de presentación:
Director Nacional de Propiedad Industrial:	
Solicito se realice, la búsqueda que a continuación detallo:	
Nombre del solicitante:	
Teléfono de contacto:	
E-mail:	
TIPO DE BÚSQUEDA	
1. Base de datos nacional	(---)
2. Antecedentes del estado de la técnica	(---)
MODALIDAD	
1. Patentes de invención	(---)
2. Modelos de utilidad	(---)
3. Diseños industriales	(---)
DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BÚSQUEDA:	
Firma del solicitante	
_____ C.I.	

***Para uso SIGNADI.**
La información de la solicitud es confidencial y de uso exclusivo del SIGNADI. En caso de existir gráficos o dibujos explicativos por favor adjuntarlos. La solicitud debe ser tenida a máquina o con letra legible y debe ser entregada en las ventanillas de la institución.

ANEXO # 4

	<p>POLITICA COMPORTAMIENTO DENTRO DE LOS DOMICILIOS</p>	<p>Código: Fecha: 27/01/19 Versión: 001 Página: 1</p>
---	--	---

I 1. OBJETO

Estandarizar comportamiento dentro de los domicilios u hogares que soliciten los servicios de la compañía

2. ALCANCE

Aplicable a todos los colaboradores de la Compañía.

3. DEFINICIONES

- Presentación o saludos al llegar
- Confirmación de los trabajos a realizar

4. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

1. El colaborador al llegar al domicilio 10 minutos antes de la hora indicada por el cliente.
2. El colaborador debe de presentarse correctamente uniformado y saludar cortésmente dando su nombre y apellido y mostrando su credencial de trabajo.
3. El colaborador debe llevar su hoja de trabajo en la cual tiene indicada las tareas a realizar y previamente debe de confirmartas con el cliente.
4. El colaborador debe de estar atento a cualquier recomendación u observación del cliente para poder realizar el trabajo.
5. El colaborador deberá de centrarse en realizar las tareas encomendadas con la mayor agilidad y calidad
6. El colaborador al final de su trabajo deberá de hacer firmar su hoja de trabajo preguntando previamente si todo está de acuerdo a lo solicitado.

Elaborado :	Revisado:	Aprobado:
-------------	-----------	-----------

ANEXO # 5

	POLITICA USO DE UNIFORME	Código: Fecha: 2016/16 Versión: 001 Página: 1
---	---------------------------------	--

1. OBJETO

Estandarizar el uso adecuado del uniforme y de la ropa de trabajo de acuerdo al tipo de actividad laboral que realiza el trabajador dentro de los domicilios que solicitan los trabajos.

2. ALCANCE

Aplicable a todos los colaboradores de la Compañía.

3. DEFINICIONES

- Uniforme completo color kaki con mandil blanco

4. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

- El uniforme debe usarse de forma ininterrumpida para todas las áreas de trabajo.
- Los colaboradores están comprometidos a cuidarlo y conservarlo en el mejor estado posible, siendo responsable de la reposición de este, en caso de pérdida o maltrato.
- El personal que está en entrenamiento, usará el mismo uniforme.
- Los colaboradores salientes, deben devolver las últimas prendas que le fueron asignadas, identificadas en una funda plástica cerrada con nombre.
- Cada vez que se haga reposición de prendas de uniforme, el anterior debe ser devuelto, sin importar los daños que tuviera, este debe venir en funda cerrada con nombre.
- El trabajador que asista a laborar sin uniforme estará incumpliendo con el Reglamento Interno de Trabajo.
- Vida útil :

Uniforme kaki	9 meses	3 prendas
Mandil blanco	9 meses	3 prendas

Elaborado :	Revisado:	Aprobado:

ANEXO # 6

	<h3>PROCEDIMIENTOS DE LIMPIEZA</h3>	<p>Código: Fecha: 27/8/19 Versión: 001 Página 1 de 5</p>
---	-------------------------------------	--

I

Contenido

1. OBJETIVO.....	2
2. ALCANCE.....	2
3. DEFINICIONES.....	2
4. PROCEDIMIENTO DE LIMPIEZA GENERAL.....	2

	<h2>PROCEDIMIENTOS DE LIMPIEZA</h2>	<p>Código: Fecha: 27/8/19 Versión: 001 Página 1 de 5</p>
---	-------------------------------------	--

1. OBJETIVO

El propósito de este procedimiento es establecer la correcta preparación de los productos destinados a la limpieza de hogares siempre y cuando el cliente solicite este servicio y el uso apropiado de los medios de protección personal.

2. ALCANCE

Este procedimiento tiene el alcance para todos los colaboradores de Señora Orden que realicen actividades de limpieza de los hogares.

3. DEFINICIONES

Desinfección – Descontaminación.- Es el tratamiento físico o químico aplicado a instrumentos y superficies limpias en contacto con el alimento con el fin de eliminar los microorganismos indeseables a niveles aceptables, sin que dicho tratamiento afecte adversamente la calidad e inocuidad del alimento. (Usar para el área de cocinas)

Limpieza.- Es el proceso o la operación de eliminación de polvo, residuos de alimentos u otras materias extrañas o indeseables.

4. PROCEDIMIENTO DE LIMPIEZA GENERAL

La limpieza de los hogares se realizará en los horarios requeridos por el cliente

La limpieza general consta de las siguientes actividades:

- Limpieza de las cocina y utensilios.
- Limpieza del área de dormitorios.
- Limpieza de área de baños.
- Limpieza de trampa de sales.
- Limpieza de jardines.
- Limpieza de comedores.
- Limpieza de cualquier otra área del hogar solicitada por el cliente

Los productos de limpieza requieren la dilución según las indicaciones descritas por el fabricante.

Todas las diluciones deben hacerse considerando como unidad de medida el mililitro (ml) para el agua y los productos de limpieza líquidos, en el caso de los productos de limpieza sólido el gramo (gr)

	<h2>PROCEDIMIENTOS DE LIMPIEZA</h2>	<p>Código: Fecha: 27/6/19 Versión: 001 Página 1 de 5</p>
---	-------------------------------------	--

Para la preparación se utilizará:

- Galón para almacenamiento de diluido
- Recipiente de medida de líquidos (producto de limpieza líquido)
- Cuchara grande (producto de limpieza sólido)
- Embudo

La solución de limpieza siempre debe prepararse según las medidas descritas:

PRODUCTO	CONCENTRACION	PREPARACION	USO
	<p>CONCENTRACION DE PRODUCTO LIQUIDO</p>	 <p>MEZCLA 2 GALONES Y COMPLETA CON AGUA</p>	
	<p>CONCENTRACION LIQUIDA</p>	 <p>MEZCLA 1 GALON Y COMPLETA CON AGUA</p>	
	<p>CONCENTRACION DE POLVO LIQUIDO</p>	 <p>MEZCLA 1 CUCHARADA Y COMPLETA CON AGUA</p>	
	<p>CONCENTRACION</p>	<p>MEZCLA HASTA 5, 10ML, MEZCLADO Y MEZCLADO CON AGUA</p>	

El uso de productos químicos de limpieza requiere el uso de equipos de protección personal para prevenir afecciones en la piel.

	PROCEDIMIENTOS DE LIMPIEZA	Código: Fecha: 27/6/19 Versión: 001 Página 1 de 5
---	-----------------------------------	--

Los equipos a utilizar son:

- Guantes de nitrilo
- Gafas con contorno facial



Se utilizan dos juegos de guantes y cada par se utiliza para un tipo específico de elementos a limpiar:

GUANTES APLICACIÓN

Juego 1:

Azul

Pisos, baños, ventanas, espejos

Juego 2:

Verde

Área de preparación de alimentos, recipientes, bandejas, vasos de licuadoras utensilios de cocina

Los guantes y gafas deben ser utilizados durante todo el proceso de limpieza para evitar afecciones dérmicas y oculares

Elaborado: 	Revisado:	Aprobado:
---	-----------	-----------

ANEXO # 7

INICIO

Blog

Nosotros

Equipo

Contáctanos

Orden y Limpieza

Asistencia y limpieza express a domicilio de oficinas y hogares en Samborondón

Leer más

Regístrate

@Ordencylimpieza



REQUISITOS VARIOS

REQUISITOS PARA EL PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

- 1.- Autorización por escrito del contribuyente de la compañía, indicando la persona que lo representa.
- 2.- Copia de la cedula.
- 3.- Fotocopia nítida del RUC y del recibo anterior.
- 4.- Factura del extintor de la compra o recarga actual copia y original.
- 5.- Original y copia de la calificación artesanal en caso de ser artesanos.

REQUISITOS DEL MINISTERIO DE SALUD

- 1.- Solicitud dirigida al ing. Felton Florencia Santurrión, Coordinador de vigilancia sanitaria, solicitando inspección al local
 - 2.- Copia del permiso del cuerpo de bomberos
 - Copia de R.U.C
 - 4.- Copia de cedula del propietario o representante legal
 - 5.- Copia del último certificado de votación
 - 6.- Una foto y copia de cedula de cada integrante de la empresa
- Costo de la tasa: 22,40

REQUISITOS PARA EL PAGO EN CONJUNTO DEL 1.5 X MIL Y LA PATENTE DE PERSONA JURIDICA

- 1.- Tasa de tramite para el pago del 1.5 x mil y formulario de declaración del impuesto del 1.5 x mil y registró de la patente municipal para personas obligadas a llevar contabilidad que deberá ser pagado en las ventanillas de recaudación
- 2.- Copia legible de los estados financieros del periodo contable a declarar con la fe de presentación de la súper de compañía según el caso.
- 3.- Copia legible de la cedula de identidad y el nombramiento actualizada del representante legal.
- 4.- Copia legible del RUC actualizado.
- 5.- Original y copia legible del certificado de seguridad otorgado por el cuerpo de bomberos.
- 6.- Desglose de los ingresos brutos distribuidos por cantones, firmados x el contador de la empresa
- 7.- Copia de la escritura de la constitución de la compañía si fuese primera vez.
- 8.- Copia del comprobante de pago de tasa anual de turismo para los establecimientos que desarrollen actos turísticos.

REQUISITOS DE LA TASA DE HABILITACION PARA COMPAÑIAS

- 1.- Copia de la Cédula
- 2.- Copia del RUC.
- 3.- Copia de la Patente del año a tramitar.
- 4.- Copia y Original de los Bomberos del año actual.
- 5.- Copia de los Predios Urbanos o Código PreviaI donde esta ubicado el negocio.
- 6.- Si fuera Compañía traer el Nombramiento del Representante Legal de la Compañía Actualizado.
- 7.- Traer un Croquis bien detallado del lugar.
- 8.- Si el usuario no realizara el trámite personalmente, la persona que lo realiza debe traer una autorización firmada por el usuario o representante

ENCUESTA

I
Esta encuesta es parte de un trabajo de investigación para realizar proyecto de fin de carrera en la materia de Integración Financiera, su colaboración es de mucha importancia para mí, de antemano muchas gracias.

Nombre de la empresa o Establecimiento.....
Dirección.....
Superficie en m² (Aproximada).....

1. ¿Le interesa contratar los servicios de una empresa de limpieza para su hogar?

- Muy interesado
- Medianamente interesado
- Poco interesado
- No le interesa

2. ¿Por qué medios busca el servicio de limpieza?

- Por referencia
- Internet
- Anuncios publicitarios

3. ¿En qué horario prefiere que se realice la limpieza de su hogar/ Oficina?

- Mañana
- Tarde

4. ¿Cuántas horas diarias requiere de limpieza en su hogar/ Oficina?

- 2 horas
- 3 horas
- 4 horas
- 5 horas o más

5. ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría contratar?

- Servicio Básico
- Servicio Full

6. ¿Cuántas personas necesita para dicha actividad?

- 1 a 3
- 3 a 4
- 5 a más

7. ¿Con qué frecuencia requiere la limpieza?

- Diariamente
- 1 vez por semana
- 2 veces por semana
- 3 veces por semana

8. ¿A la hora de contratar el servicio de limpieza que es lo más importante?

- El precio
- La calidad de los productos
- La calidad del servicio
- La atención brindada

9. ¿Hay personas alérgicas en su hogar/ Oficina?

- Sí
- No

10. ¿Qué tipo de fragancia prefiere para aromatizar su hogar/ Oficina?

- Cítrica
- Floral
- Marina