



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE  
GUAYAQUIL**

TESINA EN OPCIÓN AL TÍTULO DE:  
Ingeniería en Gestión Empresarial con Mención en Marketing y Ventas

**TEMA:**

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
DE SOLUCIONES DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO EN LA CIUDAD  
DE GUAYAQUIL.

**AUTORES**

Fátima Gabriela González Roha

Edgar Enrique García Gómez

SEPTIEMBRE - 2012

GUAYAQUIL - ECUADOR

## **AGRADECIMIENTO**

FATIMA GABRIELA GONZALEZ ROHA.\_

Gracias a Dios por darme las fuerzas necesarias para seguir adelante cada día de mi vida, a mis padres JULIO GONZALEZ y TERESA ROHA que siempre con su paciencia, apoyo y consejos puedo afrontar cualquier inconveniente y a mis hermanos VANESSA GONZALEZ y JULIO GONZALEZ por su apoyo incondicional ya que son mi motor e impulso para continuar.

EDGAR ENRIQUE GARCÍA GÓMEZ.\_

Agradezco a Dios y a toda mi Familia, por haber servido de apoyo en la consecución de esta gran meta personal sin el cual no hubiese podido alcanzarla. De igual forma, mi reconocimiento a la universidad y a aquellos profesores que sirvieron de guía para avanzar y no declinar en el camino.

## **DEDICATORIA**

FATIMA GABRIELA GONZALEZ.\_

Con todo el amor, este logro quiero dedicarle a mis padres: JULIO GONZALEZ y TERESA ROHA, a mis hermanos: VANESSA GONZALEZ y JULIO GONZALEZ porque son los pilares fundamentales en mi vida.

A mi familia y amigos que siempre han confiado en mí y me han apoyado indiscutiblemente en esta etapa tan importante de mi vida.

EDGAR ENRIQUE GARCÍA GÓMEZ.\_

Dedico todo mi esfuerzo a mis padres, como justa retribución a todo su esfuerzo, y a mis hijos para que tengan un buen ejemplo a seguir.

La Responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenece exclusivamente al auto.

Fátima González Roha

Edgar García Gómez

## ÍNDICE GENERAL

CAPITULO 1 .....	8
1. ANTECEDENTES .....	8
1.1. Macroeconómico del sector.....	8
1.2. Misión.....	11
1.3. Visión.....	11
1.4. Valores .....	11
1.5. Cultura Empresarial .....	13
1.6. Objetivos Generales .....	13
1.7. Estrategia de cumplimiento de Objetivo General.....	13
1.8. Objetivos Específicos .....	14
1.9. Análisis FODA.....	14
1.9.1. Fortalezas.....	14
1.9.2. Oportunidades .....	14
1.9.3. Debilidades.....	15
1.9.4. Amenazas.....	15
1.9.5. Análisis FOFA DODA .....	16
1.10. Factores Claves del Éxito .....	16
1.11. Análisis de la Industria y las 5 Fuerzas de Porter .....	17
1.12. Análisis PESTN .....	20
CAPITULO 2 .....	22
2. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	22
2.1. Características del Mercado.....	22
2.2. Estructura del Mercado .....	25
2.3. Mercado Objetivo .....	25
2.4. Análisis de la demanda: Encuestas y Estadísticas.....	25
2.5. Calculo de la Muestra.....	26
2.6. Tabulación y Análisis de los datos .....	28
2.7. Análisis de la oferta: empresa y sus competidores.....	36
2.8. Plan de Marketing .....	37
2.9. Estrategias de Marketing: Producto, Precio, Promoción y Plaza .....	38
2.10. Matriz BCG.....	41
CAPITULO 3 .....	43
3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	43

3.1.	Constitución del Negocio .....	43
3.2.	Organigrama .....	43
3.3.	Funciones .....	44
3.4.	Cadena de Valor y Operaciones.....	45
3.5.	Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente.....	47
CAPITULO 4 .....		49
4.	INGENIERIA DEL PROYECTO .....	49
4.1.	Determinación de recursos.....	50
4.2.	Localización geográfica.....	51
4.3.	Gastos de sueldos y salarios.....	52
4.4.	Inversión Inicial.....	54
4.5.	Estados Financieros Proyectados a 5 años.....	55
4.6.	Punto de equilibrio .....	58
4.7.	Flujo de Efectivo, TIR, VAN.....	60
CAPITULO 5 .....		61
5.	Conclusiones y Recomendaciones .....	61
5.1.	Conclusiones.....	61
5.2.	Recomendaciones .....	61
6.	Bibliografías.....	62
Anexos .....		63

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla I Dist. de Fr. de sector.....	28
Tabla II Dist. de Fr. de pregunta 2 .....	29
Tabla III Dist. de Fr. de Uso de servicios .....	30
Tabla IV Dist. de Fr. de servicio si tiene niños o no.....	31
Tabla V Dist. de Fr. Gasto aproximado mensual.....	31
tabla VI Dist. De Fr. De pregunta 6 .....	32
Tabla VII Análisis de la respuesta “NO” de pregunta 6.....	33
Tabla VIII Dist. de Fr. de preferencia de tipo de servicio .....	34
Tabla IX Costos promedios dados por los encuestados.....	35
Tabla X Dist. de Fr. pregunta 9 .....	35
Tabla XI: Gastos de constitución .....	43
Tabla XII: Estimación de clientes. ....	50
Tabla XIII Determinación de Personal.....	50
Tabla XIV Cálculo de Personal .....	52
Tabla XV Gastos de Sueldos .....	53
Tabla XVI Costos Variables .....	53
Tabla XVII Inversión del Proyecto.....	54
Tabla XVIII Ingresos de Ventas Proyectadas Anual.....	55
Tabla XIX Cálculo del interés préstamo .....	55
Tabla XX Flujo de Efectivo Anual Proyectado.....	56
Tabla XXI Estado de Ganancia y Pérdida proyectado .....	57
Tabla XXII Balance General Proyectado.....	58
Tabla XXIII Determinación de Pto. de Equilibrio .....	58
Tabla XXIV Tabla de Punto de Equilibrio .....	59
Tabla XXV Tabla de Punto de Equilibrio .....	59
Tabla XXVI Cálculo de Tasa interna de retorno Proyectado .....	60

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Fuerzas de Porter .....	17
Ilustración 2 Estratifi. de Nivel socio Económico .....	22
Ilustración 3 Estratificación de Nivel Socio Económico .....	23
Ilustración 4 Dist. de Fr. de sector .....	28
Ilustración 5 Dist. de Fr. de pregunta 2 .....	29
Ilustración 6 Dist. de Fr. de uso de servicios.....	30
Ilustración 7 Dist. de Fr. Gasto aproximado mensual.....	32
Ilustración 8 Dist. De Fr. De pregunta 6 .....	33
Ilustración 9 Dist. de Fr. de preferencia de tipo de servicio .....	34
Ilustración 10 Dist. de Fr. pregunta 9 .....	36
Ilustración 11 Precios Esperado por el mercado.....	39
Ilustración 12 Precios de los servicios por unidad.....	39
Ilustración 13 Matriz BCG sector Hogar .....	41
Ilustración 14 Matriz BCG sector Empresarial.....	42
Ilustración 15 Organigrama de la Empresa .....	43
Ilustración 16 Cadena de Valor y Operaciones .....	45
Ilustración 17 Localización geográfica .....	51

## **CAPITULO 1**

### **1. ANTECEDENTES**

#### **1.1. Macroeconómico del sector**

En la década anterior, en el Ecuador, el servicio doméstico era un sector explotado, las personas que eran reclutadas para hacer este trabajo, desarrollaban más de 4 actividades fuertes diariamente, como son: lavar, planchar, cocinar, atender a los niños, hacer la limpieza del hogar, limpieza de los baños, compras de víveres u otros menesteres.

Para cambiar esta perspectiva hacia este grupo de empleados se creó La Resolución de la Organización Internacional de Trabajo, la cual tiene una trascendencia histórica y es importantísima para todas las trabajadoras y trabajadores domésticos del país porque ya establece como un derecho internacional, como un derecho humano, laboral, la necesidad de formalizar y de normar el trabajo de todas nuestras trabajadoras y trabajadores domésticos.

La organización lo que pretende regular es que el servicio doméstico goce de los mismos derechos de cualquier otra labor. Se necesita conseguir igualdad de derechos para este trabajador o trabajadora doméstica al punto de realizar un contrato de trabajo al inicio del periodo de sus actividades, donde se especifiquen las horas de trabajo, los beneficios de ley, los tiempos de descanso, entre otros.

## **Trabajo digno**

### **Objetivo General**

Difundir a los trabajadores en relación de dependencia del país sus derechos y obligaciones laborales, así como concienciar tanto a trabajadores y empleadores sobre los mismos, a fin de fomentar la sinergia entre ambos.

### **Tiempo de existencia**

El programa de Difusión de Derechos y Obligaciones Laborales: Trabajo Digno en el Ecuador, inicio en el 2011 y se durará hasta el 2013.

### **Destinatario**

La población objetivo, son los ocupados plenos de la población urbana del Ecuador, siendo beneficiarios indirectos las empresas empleadoras.

### **Cobertura Geográfica**

La cobertura del Proyecto es a nivel nacional, las 24 provincias del país, abarcando cada uno de sus cantones. Se realizan inspecciones donde exista relación de dependencia.

### **Dónde se realiza el servicio**

Las inspecciones integrales, son in-situ, es decir son visitas a las empresas/negocios/hogares de acuerdo a la actividad económica. (Ministerio de Relaciones Laborales)

"Es mejor andar en regla", dice el empleador Eduardo Jurado, y como él, decenas de personas quieren cumplir con la disposición del Ministerio de Relaciones Laborales que estipula la afiliación obligatoria al Seguro Social de toda empleada doméstica.

Paralelamente, continúan los operativos de control en Guayaquil, Quito, Cuenca y Ambato. La información recogida por los inspectores de trabajo

se comprobará o cotejará con los registros del IESS, luego de lo cual se replantean visitas o se inician procesos administrativos para que las personas que no los han afiliado, procedan a hacerlo. (Vistazo, 2010)

Como datos estadísticos interesantes, en los últimos tres años y medio han ingresado a la seguridad social, 700 mil nuevos afiliados es decir que de 1 millón 350 mil se ha incrementado a 2 millones 8 mil los afiliados.

Se calcula que aproximadamente existe un universo de 800 mil personas en relación de dependencia que aún no están afiliadas a la seguridad social. (Ecuador Inmediato, 2011)

Estos cambios que se han dado en el sector doméstico, emprendidos por el gobierno, que se refieren a la inclusión de las asistentes domésticas al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS y por ende a todas las coberturas que por ley las beneficia, siendo esto el motivo de la falta de personal encargado de este trabajo doméstico, en el área de limpieza.

En el sector Empresarial la oportunidad de mercado radica también en las leyes implementadas en el sector laboral en cuanto a la no tercerización de los servicios de limpieza, siendo nuestra oferta una solución para cubrir esta necesidad.

"Mandato Constituyente No.8 (Eliminación de la Tercerización)

Artículo 1.- Se elimina y prohíbe la tercerización e intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a las que se dediquen la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador. (Judicial, 2008)

La exigencia de algunas empleadas domésticas para que sean afiliadas ha costado que las despidan de sus trabajos. Solo en la Dirección

Regional del Seguro Social hay casi 500 casos que se tratan (Campaña para afiliarlas al IESS no se mantiene, dicen empleadas, 2010).

Los Cambios gubernamentales están generando complicaciones para los empleadores, los mismos que para evitarse problemas optan por la decisión de prescindir de los servicios de la asistente doméstica.

Clean's Solutions ofrece a la manera más rápida, fácil y des-complicada de brindar un servicio completo y oportuno en limpieza total en las áreas como el sector doméstico, comercial, industrial, público, jardines, y para todo tipo de ambientes que requieran una buena organización la cual empieza con un adecuado entorno saludable.

## **1.2. Misión**

Brindar, la mejor solución a los problemas de servicio doméstico y limpieza, con la confianza y seguridad necesaria, mediante la utilización de los procedimientos, técnicas, productos y equipos adecuados a cada situación.

## **1.3. Visión**

Clean's Solutions ser la Compañía #1 en servicio de asistencia para el hogar y oficinas, con personal serio, altamente calificado brindando seguridad, confort y una total satisfacción.

## **1.4. Valores**

Innovación: Clean's Solutions es una empresa de jóvenes emprendedores enfocados en brindar el mejor servicio con la más alta calidad a sus clientes dentro del marco de mayor innovación en productos y tecnología.

**Enfoque al cliente:** El principal afán de Clean´s Solutions es brindar un servicio con un trato cercano y personal, que supere las expectativas, con el mejor precio del mercado.

**Responsabilidad:** Clean´s Solutions asegura dar cumplimiento a todas las obligaciones, tanto internas como externas, legales y normativas, con los clientes y el medio ambiente.

**Confianza:** Clean´s Solutions establece relaciones de confianza a través de un sistema seguro que permita al cliente conocer al personal con el que realizara el trabajo demostrando así, el más alto compromiso con la calidad, seriedad y honestidad.

**Motivación:** Clean´s Solutions consolida un entorno de trabajo motivado, con un buen trato al personal para que cada uno puede dar lo mejor de sí mismo y fomentando el trabajando en equipo.

**Participación:** Clean´s Solutions ofrece a todo su equipo de trabajo los estímulos necesarios personalizándolos en cada uno de ellos proporcional al desempeño a través de un programa de premiación al mejor esfuerzo.

**Integridad personal y profesional de todo el equipo humano:** La filosofía de Clean´s Solutions es dar el trato justo a cada uno, esta claro que el talento humano motivado y capacitado tiene un mejor rendimiento y quiere que todo su equipo de trabajo se destaque por su integridad personal y profesional con los clientes, proveedores, compañeros de trabajo y otros colaboradores.

### **1.5. Cultura Empresarial**

La Cultura empresarial de Clean's Solutions es brindar un servicio de calidad con un excelente trato.

Dotarse de personal con un alto sentido de responsabilidad y honestidad, estando a la vanguardia en la atención al cliente.

Desarrollar y mantener a nuestro talento humano a través de planes específicos diseñados para brindar capacitaciones, charlas de motivación, estímulos, becas de estudio y oportunidades de crecimiento que sirvan para que ellos superen las barreras naturales y así alcancen sus metas personales impactando directamente en beneficio de la empresa.

### **1.6. Objetivos Generales**

IncurSIONAR con Clean's Solutions al mercado de la ciudad de Guayaquil convertirse en una empresa líder que brinde un servicio diferenciado.

Ser reconocidos por altos estándares de calidad, responsabilidad y su importante compromiso con el medio ambiente.

### **1.7. Estrategia de cumplimiento de Objetivo General**

Clean's Solutions logrará un servicio diferenciado por la calidad ética de su personal, la innovación en equipos para realizar los trabajos y el servicio de postventa que tiene como finalidad recopilar las necesidades y nuevas ideas de los clientes y medir la satisfacción del servicio ofrecido.

El servicio con responsabilidad se lo logra con la constante capacitación del talento humano, el mismo que periódicamente es evaluado mediante una malla donde analiza la productividad, relaciones con sus compañeros,

debilidades, fortalezas y la asimilación y práctica de las capacitaciones asistidas.

Clean's Solutions tiene un compromiso con el Medio Ambiente e incentiva la creación de áreas verdes y la cultura de las 3R's Reciclar, Re usar y Reducir.

### **1.8. Objetivos Específicos**

- a) Clean's Solutions quiere ser reconocido en los 5 primeros meses como pioneros en el mercado en la industria de limpieza.
- b) Cubrir una cuota de mercado del 10% al final del primer año.
- c) Enfocar los servicios de Clean's Solutions como servicio básico en los hogares y las empresas por medio de la publicidad.

### **1.9. Análisis FODA**

#### **1.9.1. Fortalezas**

En Clean's Solutions el cliente podrá hacer seguimiento del personal que esta designado a hacer el trabajo, visitando nuestra página web, donde podrá tener acceso las capacidades específicas y especiales que posee cada empleado, su record policial y trayectoria en la empresa.

Clean's Solutions ajusta los horarios a la necesidad del cliente.

#### **1.9.2. Oportunidades**

Clean's Solutions Brinda una solución a la situación actual que enfrenta la clase media, y media alta al verse obligado a prescindir del servicio doméstico por las implicaciones legales actuales ofreciéndoles un servicio que cumpla con sus requerimientos.

Clean´s Solutions atenderá este mercado, el mismo que ha sido ignorado, porque la competencia está enfocada a clientes más grandes.

La actual estabilidad económica del Ecuador hace que exista una oportunidad para invertir en este proyecto.

### **1.9.3. Debilidades**

Necesidad de contar con un mayor financiamiento para adquirir equipos más modernos y grandes necesarios para dar rapidez a nuestros objetivos.

La desconfianza de parte del usuario en contratar este tipo de servicios vía telefónica o red.

La poca Cultura de las empresas para acceder a este tipo de solución, ya que se ha tenido por costumbre sobrecargar de actividades al personal de servicios varios.

### **1.9.4. Amenazas**

Ser absorbidos o desplazados por compañías más grandes y con mayor tiempo en el mercado, que copien nuestro producto.

Cambio de las políticas económicas del gobierno, afectada por la baja en el precio de petróleo.

### **1.9.5. Análisis FOFA DODA**

FO	Generar confianza en el servicio, ofreciendo las herramientas necesarias para que el cliente pueda identificar al personal que asistirá a laborar.	Evita el maltrato infantil de parte de la asistente doméstica, al no contratar personal calificado para hacer el servicio.	FA
DO	Las familias con hijos pequeños, tienen la necesidad de que la limpieza sea frecuente. Clean's Solutions ofrece paquetes, que faciliten la limpieza, aspiraciones y desinfección de baños con la frecuencia que sea óptima para la familia.	El segmento de mercado que tiene niños, prefiere tener un servicio fijo, y dejar a sus hijos en instituciones con enseñanzas impartidas, como las guarderías con estimulación temprana.	DA

### **1.10. Factores Claves del Éxito**

Analizando nuestra Matriz FODA se ha podido determinar qué factores Claves nos guiaran al éxito de nuestra empresa

Capacitación del Personal

Innovación Tecnológica

Calidad y Control del Servicio

Alianzas Estratégicas con Proveedores

Planificación y organización de los recursos

### 1.11. Análisis de la Industria y las 5 Fuerzas de Porter

La industria del servicio en el área de limpieza en nuestro país no está saturada, ni completamente desarrollada debido a que esta era administrada por el servicio doméstico en la mayoría de los hogares y por el propio equipo de limpieza en las industrias.

Aplicando el modelo de las 5 Fuerzas de Porter, analizaremos las partes que comprenden este análisis estratégico para poder definir las vertientes de donde vienen las diferentes barreras competitivas y entender las áreas donde nuestro negocio va a tener mayores oportunidades o amenazas. (PORTER, 2002)

Ilustración 1 Fuerzas de Porter



Fuente: Los Autores

#### AMENAZA DE NUEVOS DE COMPETIDORES

Hay que saber diferenciar los tipos de competidores y los productos que ofertan, porque no todos brindan el mismo servicio.

En este nuevo nicho de mercado existen tres empresas bien posicionadas en el sector empresarial, estas son Rubasa, Visto Bueno y Kalina, por este motivo nuestra posición en la amenaza de nuevos competidores es Mediana debido a que éstas podrían fácilmente incursionar también en el segmento de la limpieza y soluciones de mantenimiento para el hogar, al tener una estructura fortalecida por el tiempo que tienen en el mercado y su conocimiento del mismo, en el sector empresarial.

## PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES

Se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, de esta forma el riesgo del poder de negociación de los proveedores es Mediano, porque si bien es cierto no se debería depender de un solo proveedor de cada artículo que se necesita para ejercer el trabajo de limpieza y demás, al inicio de las actividades en la etapa de introducción una de las estrategias es realizar alianzas estratégicas con marcas reconocidas en el mercado que sirvan para abrir fácilmente el mercado de los clientes fieles y seguidores de estas marcas, que serían Spartan, en la provisión de los químicos especiales para la limpieza de los hogares y las empresas.

El otro proveedor sería Rainbow, quien sería el proveedor de los equipos tecnológicos, máquinas de aspirar el polvo en general, colchones, diferentes artículos, ventanas, pisos, etc. El cual tiene un segmento exclusivo por su costo, a uno de los que se quiere llegar, es decir el medio-alto y el alto.

El proveedor de otros artículos de limpieza, como paños, líquidos para limpiar vidrios, trapeadores, es Villeda, al ser una marca reconocida, tendrá el poder de negociación.

Ahora el análisis realizado es que existen productos sustitutos para los productos de todos estos proveedores, de costos más económicos, se debería analizar el momento de lanzar o introducir la estrategia de las alianzas estratégicas.

## PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

En este caso el riesgo con el poder de negociacion de los clientes es Bajo, este analisis se realiza y se llega a esta conclusion debido a que en el sector del hogar el cliente no tiene otra opcion, no tienen dónde escoger, a no ser de ésta nueva propuesta. Debido a que no existe por el momento una alternativa, que no sea la presencia u opcion de la ya existente, que serian las asistentes domésticas.

## AMENAZA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS

Como productos sustitutos se tiene, en el sector hogar al servicio de las asistentes domesticas, sería el principal riesgo que se posee, debido a que aun hay un numero de domésticas que se mantienen en su trabajo, pero con el riesgo para el empleador de que no se les cubre todos los beneficios de ley que actualmente la ley las incluye.

Si bien es cierto existen competidores en el mercado, que brindan servicios similares al nuestro, debemos tener un factor diferenciador para crear un valor agregado.

- Esmerado servicio al cliente
- Ficha técnica del representante que hara el trabajo en el hogar o la empresa
- Aporte en el medio ambiente que se ve reflejado en incentivar a los clientes para mantener areas verdes y la cultura del reciclaje, creando un lugar atractivo a la vista.

## RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES EXISTENTES

Al hacer el análisis de inversión, se ha escogido este proyecto justamente por no existir mucha competencia aun, lo cual nos deja la oportunidad de forzarnos u ganar la mayor participación en el mercado posible.

Si bien es cierto no es marcada o acentuada entre los competidores existentes, por lo que hay un mercado no atendido, en el sector empresarial, en el segmento del hogar no existe tal.

### **1.12. Análisis PESTN**

#### **Políticos**

Debido a las reformas en la nueva constitución que señala que inclusive las asistentes domesticas deberán recibir utilidades esto causa que muchos jefes de hogares busquen otras opciones para la limpieza y quehaceres del hogar.

#### **Económicos**

Debido a que el índice de inflación se encuentra en un 0.43% mensual los productos de limpieza y mantenimiento también se ven afectados, y esto afecta nuestra utilidad.

#### **Tecnológicos**

Clean´s Solutions basa su eficacia por el uso de equipos de limpieza y reparación, pintura con instrumentos de última tecnología, como por ejemplo aspiradoras Rainbow, Vileda y Spartan.

## **Naturaleza**

En la época de invierno aumentaría la demanda de reparación y mantenimiento de aires acondicionados y en las épocas de verano se implementarían promociones para incentivar a que los clientes reparen sus equipos.

## **Sociales**

La inseguridad que se vive debido al índice delincencial, es causa altamente importante del desempleo, en el país, esto afectaría las ventas de los nuestros servicios e inclusive la confianza que tengan los clientes hacia Clean's Solutions, el personal se deberá identificar con un código que anteriormente habrá sido entregado a través de una llamada anticipada por la Empresa.

## CAPITULO 2

### 2. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

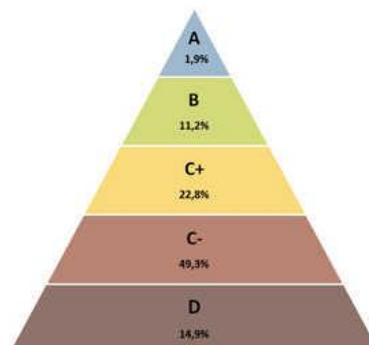
#### 2.1. Características del Mercado

La población objetivo para el análisis está formada por los hogares situados en la ciudad de Guayaquil. De acuerdo con el censo poblacional realizado en el 2010 el número de hogares que hay en Guayaquil es de 507,650. En el mismo censo se especifica que en Guayaquil habitan 3.645.483 de los cuales 1.829.569 son Mujeres y 1.815.914 Hombres finalmente se tomaron en cuenta el nivel socioeconómico del hogar (sitio de ubicación en la ciudad), el sexo de la persona y la edad.

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) presentó la Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico, la misma que servirá para homologar las herramientas de estratificación, así como para una adecuada segmentación del mercado de consumo. Este estudio se realizó a 9.744 viviendas del área urbana de Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato.

La encuesta reflejó que los hogares de la ciudad de Guayaquil se dividen en cinco estratos, el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D.

Ilustración 2 Estratifi. de Nivel socio Económico



Fuente: INEC 2010

Para esta clasificación se utilizó un sistema de puntuación a las variables. Las características de la vivienda tienen un puntaje de 236 puntos, educación 171 puntos, características económicas 170 puntos, bienes 163 puntos, TIC's 161 puntos y hábitos de consumo 99 puntos.

Es fundamental conocer que esta estratificación no tiene nada que ver ni guarda relación con indicadores de pobreza o desigualdad. Son dos mecanismos, dos objetivos y dos metodologías distintas para clasificar a los hogares. (INEC, 2010)

Ilustración 3 Estratificación de Nivel Socio Económico



Fuente: INEC 2010

El director regional del Seguro Social en Guayaquil, Agustín Ortiz, estimaba tener afiliadas –hasta diciembre 2010– unas 18.000 trabajadoras del hogar. Pero la cifra en el IESS, hasta la fecha, alcanza las 13.000.

### Campaña en el 2011

La Dirección Regional del Seguro Social tiene previsto iniciar el próximo año una campaña permanente para que haya obligatoriedad de los patronos en la afiliación de los servidores domésticos.

En el 2009 estaban registrados 9.500 servidores domésticos y unos 7.000 patronos; al iniciar la campaña Trabajo Doméstico Digno subieron a casi 13.000 trabajadores afiliados y de patronos a 9.500 aproximadamente. El Director regional del Seguro Social dijo que hay una relación de perder y perder entre el patrono y el empleado.

“Cuando el trabajador del hogar tenga la necesidad de ir a un servicio de salud no lo podrá hacer, tampoco podrá acceder a un crédito quirografario, ni préstamo; por el lado del patrono, él también pierde porque la relación con su empleador se deteriora y es proclive a una demanda” (Campaña para afiliarlas al IESS no se mantiene, dicen empleadas, 2010)

En el censo nacional económico que fue realizado en el 2010 se analizaron los sectores: manufactura, construcción, comercio, restaurantes y hoteles, transporte y comunicaciones, intermediación financiera, servicios inmobiliarios y a las empresas, administración pública, educación, salud, servicios sociales y personales.

El censo analizó 511.130 establecimientos en el país, estableciéndose Guayas como la provincia con mayor concentración de establecimientos comerciales. (Cámara de Comercio, 2010)

Según la Cámara de Comercio, registra una base de datos de 7902 de socios de los cuales se espera llegar al 10% de ellos en el primer año.

## **2.2. Estructura del Mercado**

En este mercado existen pocas empresas, el producto puede o no ser diferenciado, cada organización tiene una influencia considerable en el precio y debe tener en cuenta la reacción de las demás.

En este mercado denominado Oligopolio, cualquier medida que se adopte repercutirá en las empresas competidoras y sus probables decisiones, una empresa fija el precio o la cantidad producida en función a las estrategias de sus competidoras.

Existen empresas que tratan de acordar los precios y niveles de producción, es decir, deciden trabajar juntas en un esfuerzo por limitar la competencia y aumentar los beneficios.

## **2.3. Mercado Objetivo**

El mercado Objetivo al cual estará enfocada Clean´s Solutions es la clase media, media alta, alta y el sector empresarial; que tengan la necesidad de cubrir los requerimientos de aseo y organización de las diferentes áreas.

## **2.4. Análisis de la demanda: Encuestas y Estadísticas**

Mediante un análisis se determina que en este mercado existen empresas que prestan un servicio similar, pero están enfocadas al sector empresarial e industrial, dejando desatendido el sector hogar, donde Clean´s Solutions encontró un nicho de mercado potencial.

Adicional al servicio estrella que es el de la limpieza, existe la urgente necesidad de contar con un personal calificado de brinde soluciones

confiables tales como las de gasfitería y electricidad, tanto a nivel doméstico y empresarial.

## **2.5. Cálculo de la Muestra**

Para el Cálculo de la muestra de una población finita con una seguridad del 95%, con un margen de error del 5%, se lo realizara con la siguiente formula. (Lonr, 2000)

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

N= 66502

Z=1,96

p= 0,5

q=0,5

e=0,05

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(66502)(1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)}{(66502 - 1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 382$$

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EMPRESARIAL DE GUAYAQUIL  
INVESTIGACION DE MERCADO  
CLEAN's SOLUTIONS

1 SECTOR DE LA VIVIENDA

\_\_\_\_\_

2 ¿CUENTA USTED CON PERSONAL DE SERVICIOS DOMESTICOS?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

POR SI SIGA, SI LA RESPUESTA ES NO SALTAR A PREGUNTA

3 ¿CON QUE FRECUENCIA HACE USO DE LOS SERVICIOS DOMESTICOS?

\_\_\_ FIJA  
\_\_\_ 2 VECES POR SEMANA  
\_\_\_ SEMANAL  
\_\_\_ QUINCENAL  
\_\_\_ MENSUAL

4 CUANTAS PERSONAS VIVEN EN SU CASA

ADULTOS MAYORES \_\_\_\_\_ ADULTOS \_\_\_\_\_ ADOLECENTES \_\_\_\_\_ NIÑOS \_\_\_\_\_

5 ¿CUANTO ES EL GASTO APROXIMADO MENSUAL QUE OCUPA EN SERVICIOS DOMESTICOS?

\_\_\_ 50-150  
\_\_\_ 151-250  
\_\_\_ 251-350  
\_\_\_ 351-450

6 ¿CONTRATARIA UN SERVICIO EXTERNO PARA REALIZAR LA LIMPIEZA EN SU HOGAR?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_ PORQUE \_\_\_\_\_

7 QUE TIPO DE SERVICIO CONTRATARIA

\_\_\_ LIMPIEZA DE HOGAR  
\_\_\_ DESINFECCION DE BAÑOS  
\_\_\_ ASPIRACIONES DE MUEBLES EN GENERAL  
\_\_\_ JARDINERIA  
\_\_\_ OTROS \_\_\_ ELECTRICIDAD \_\_\_ GAFITERIA

8 CUANTO ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR ESTE SERVICIO (CALCULO MENSUAL)

\_\_\_\_\_ LIMPIEZA  
\_\_\_\_\_ DESINFECCION DE BAÑOS  
\_\_\_\_\_ ASPIRACIONES DE MUEBLES EN GENERAL  
\_\_\_\_\_ JARDINERIA  
\_\_\_\_\_ OTROS \_\_\_\_\_ ELECTRICIDAD \_\_\_\_\_ GAFITERIA

9 ESTARIA DISPUESTO A CONTRATAR UN SERVICIO ANUAL, PARA TENER SERVICIOS DISPONIBLES. EN CUALQUIEN MOMENTO

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

## 2.6. Tabulación y Análisis de los datos

Pregunta 1: sector de la vivienda

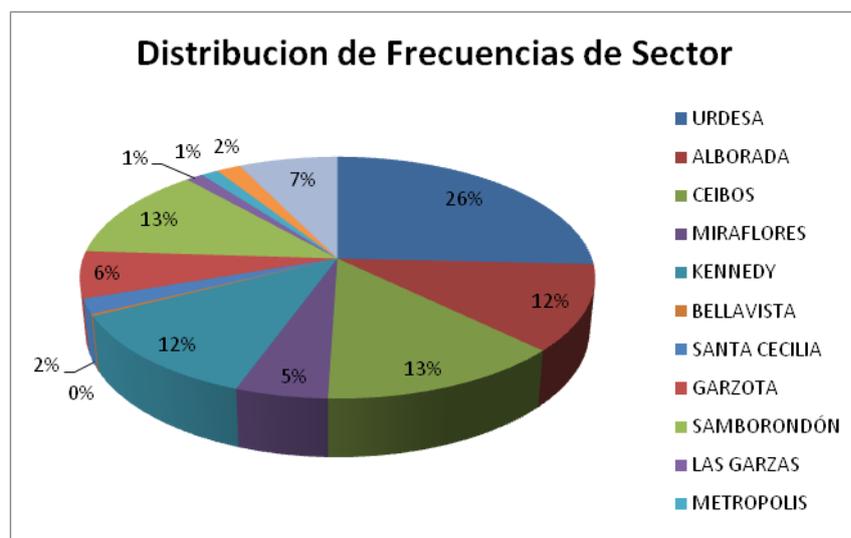
Tabla I Dist. de Fr. de sector

SECTOR	Fr	%
URDESA	103	26%
ALBORADA	46	12%
CEIBOS	53	13%
MIRAFLORES	20	5%
KENNEDY	48	12%
BELLAVISTA	1	0%
SANTA CECILIA	8	2%
GARZOTA	25	6%
SAMBORONDÓN	50	13%
LAS GARZAS	5	1%
METROPOLIS	5	1%
LOS ALAMOS	7	2%
CENTRO	29	7%
Total general	400	100%

Fuente: Los autores

La tabla I Muestra la distribución de los sectores donde se realizaron las encuestas, 103 de ellos viven en Urdesa y representan el 26% de la muestra tomada.

Ilustración 4 Dist. de Fr. de sector



Fuente: Los autores

En la Ilustración 4 muestra los porcentajes de los encuestados en cada uno de los sectores donde se realizó la investigación de mercado.

Pregunta 2: ¿Cuenta usted con personal de servicios domésticos?

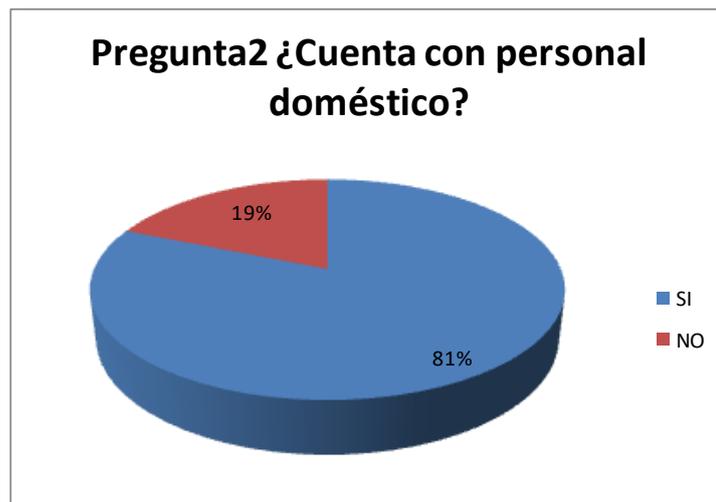
Tabla II Dist. de Fr. de pregunta 2

PREGUNTA 2	FR	%
SI	325	0,8125
NO	75	0,1875
Total general	400	1

Fuente: Los autores

La tabla II muestra el total de los encuestados que actualmente cuentan con personal que realice los servicios domésticos, donde dentro de sus funciones principales esta realizar el aseo de la casa y limpieza de los baños.

Ilustración 5 Dist. de Fr. de pregunta 2



Fuente: Los autores

En la ilustración 5 muestra que el 81% de los encuestados, actualmente cuentan con un servicio doméstico, mientras que el 19% no lo tiene.

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia hace uso de los servicios domésticos?

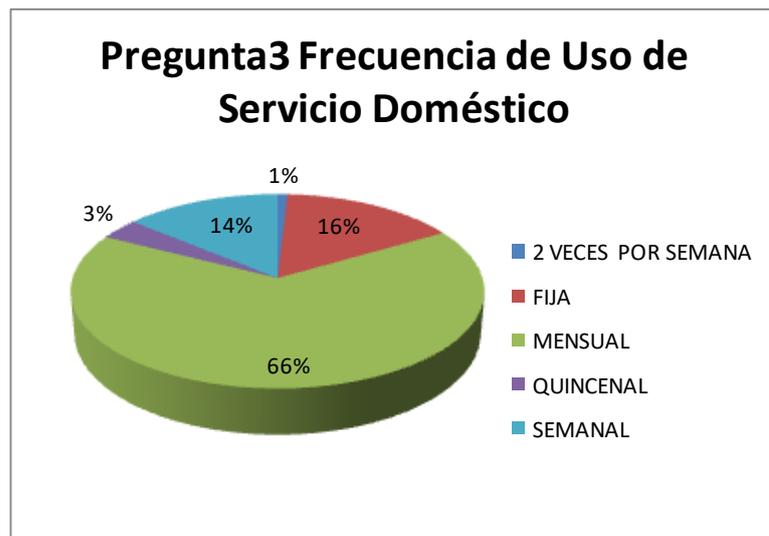
Tabla III Dist. de Fr. de Uso de servicios

PREGUNTA 3	FR	%
2 VECES POR SEMANA	3	1%
FIJA	53	16%
MENSUAL	223	66%
QUINCENAL	12	4%
SEMANAL	47	14%
Total general	338	100%

Fuente: Los autores

La tabla III detalla la frecuencia con la que los entrevistados hacen uso de cada uno de estos servicios, el 66% de ellos lo realiza mensualmente. A diferencia del 14% que lo realiza semanalmente, como también se lo puede apreciar en la Ilustración 3.

Ilustración 6 Dist. de Fr. de uso de servicios



Fuente: Los autores

Frecuencia de tipo de servicio Vs pregunta 4: ¿Cuántas personas viven en su casa? caso: Niños

**Tabla IV Dist. de Fr. de servicio si tiene niños o no**

TIPO DE SERVICIO	NIÑOS	
	NO	SI
FIJA	6	140
MENSUAL	70	20
QUINCENAL	8	8
SEMANAL	15	67
2 VECES POR SEMANA	0	3

Fuente: Los autores

La tabla IV muestra el análisis de los encuestados que tienen niños en casa, donde indican la frecuencia con la que hacen uso de los servicios de limpieza. Refleja que los encuestados que tienen niños en casa, hacen uso del servicio de limpieza de forma fija, mientras que los que no tienen niños, lo realizan de manera mensual

Pregunta 5: ¿Cuánto es el gasto aproximado mensual que ocupa en servicios domésticos?

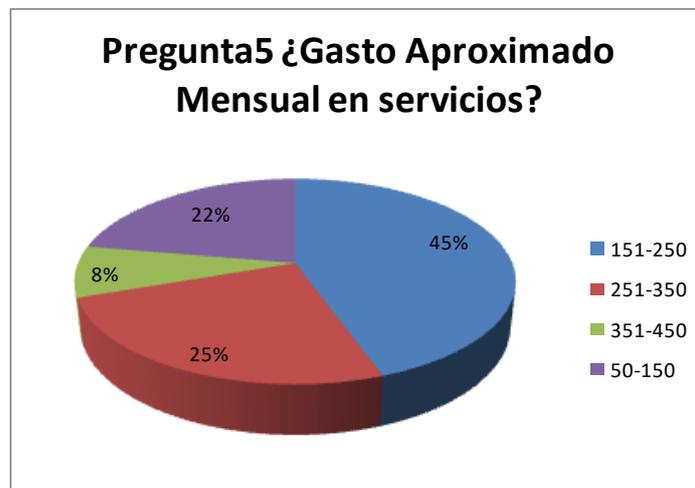
**Tabla V Dist. de Fr. Gasto aproximado mensual**

PREGUNTA 5	FR	%
151-250	94	45%
251-350	53	25%
351-450	17	8%
50-150	47	22%
Total general	211	100%

Fuente: Los autores

La tabla V muestra la distribución de frecuencias del gasto aproximado mensual que invierten para tener un servicio de limpieza.

Ilustración 7 Dist. de Fr. Gasto aproximado mensual



Fuente: Los autores

En la Ilustración 7 se contempla que el 45% de los encuestados invierte de \$151 a \$250 mensuales, para tener servicios de limpieza, mientras que el 22% de los encuestados invierte de \$50 a \$150.

Pregunta 6: ¿Contrataría usted un servicio externo para realizar la limpieza en su hogar?

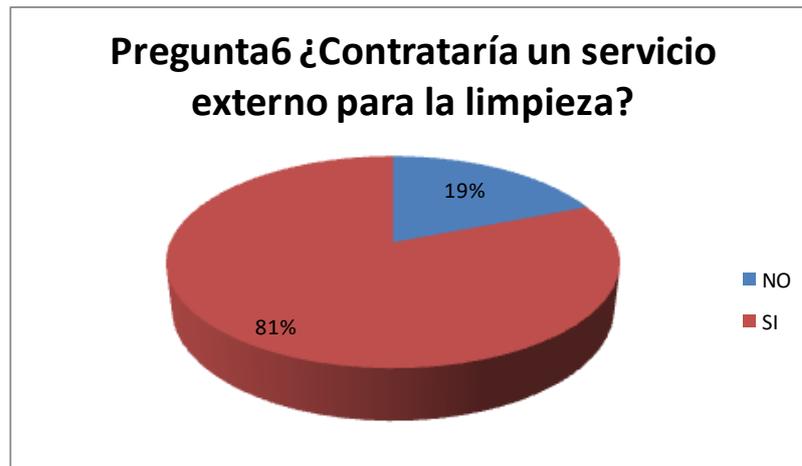
tabla VI Dist. De Fr. De pregunta 6

PREGUNTA 6	FR	%
NO	76	19%
SI	324	81%
Total general	400	100%

Fuente: Los autores

La tabla VI muestra el resultado de las personas que estarían dispuestos a contratar un servicio externo para realizar la limpieza del hogar.

Ilustración 8 Dist. De Fr. De pregunta 6



Fuente: Los autores

En la ilustración 8 muestra que el 81% de los encuestados estaría dispuesto a contratar un servicio externo para realizar la limpieza del hogar, mientras que el 19% no.

Tabla VII Análisis de la respuesta "NO" de pregunta 6

PREGUNTA 6	PORQUE	Total	%
NO	VIOLENCIA	1	1%
	SEGURIDAD	69	91%
	COSTO	6	8%
Total NO		76	100%

Fuente: Los autores

La tabla VII Indica que del 19% que no estaría dispuesto a contratar un servicio externo, el 1% por miedo a algún tipo de violencia con algún miembro de la familia, 91% por seguridad, y 8% porque piensan que sería más costoso que mantener al servicio fijo.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de servicio contrataría?

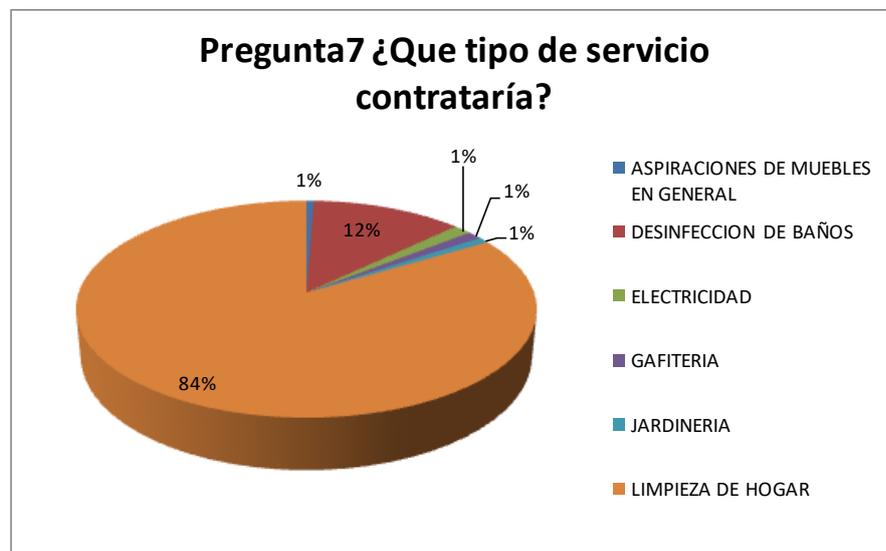
Tabla VIII Dist. de Fr. de preferencia de tipo de servicio

PREGUNTA 7	Total	%
ASPIRACIONES DE MUEBLES EN GENERAL	2	1%
DESINFECCION DE BAÑOS	42	12%
ELECTRICIDAD	5	1%
GAFITERIA	4	1%
JARDINERIA	3	1%
LIMPIEZA DE HOGAR	285	84%
Total general	341	100%

Fuente: Los autores

La Tabla VIII Distribución de los tipos de servicios que los encuestados estarían dispuestos a contratar.

Ilustración 9 Dist. de Fr. de preferencia de tipo de servicio



Fuente: Los autores

En la Ilustración 9 muestra que el 84% de los encuestados que estarían dispuestos a contratar un servicio, contrataría el de limpieza de hogar y el 12% desinfección de baños.

Pregunta 8: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios?

**Tabla IX Costos promedios dados por los encuestados**

<b>SERVICIOS</b>	<b>COSTO PROMEDIO</b>
ASPIRACIONES DE MUEBLES EN GENERAL	\$ 37,50
DESINFECCION DE BAÑOS	\$ 100,00
JARDINERIA	\$ 80,00
ELECTRICIDAD Y GASFITERIA	\$ 50,00
LIMPIEZA DEL HOGAR	\$ 98,57

Fuente: Los autores

La tabla IX Muestra el detalle de los servicios y el valor promedio que estarían dispuestos a pagar los encuestados por ellos.

Pregunta 9: ¿Estaría dispuesto a contratar un servicio anual, para tener servicios disponibles en cualquier momento?

**Tabla X Dist. de Fr. pregunta 9**

<b>PREGUNTA 9</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
NO	148	37%
SI	252	63%
Total general	400	100%

Fuente: Los autores

La Tabla X muestra la distribución de frecuencias de las personas que estarían dispuestas a contratar el servicio de forma anual, con la finalidad de obtener servicios adicionales.

Ilustración 10 Dist. de Fr. pregunta 9



Fuente: Los autores

La Ilustración 10 muestra que el 63% de los encuestados están de acuerdo, mientras que el 37% no realizarían un contrato anual.

## 2.7. Análisis de la oferta: empresa y sus competidores

El estudio realizado, determinó que los hogares no cuentan con empresas que les ofrezcan el servicio de asesoría técnica, de acuerdo a sus necesidades, por lo que resultaría conveniente la instalación de este tipo de empresa para satisfacer esa necesidad, lo que sería una inversión rentable, se ofrece calidad en el servicio, con miras a expansión del negocio.

RUBASA empresa número uno en limpieza institucional de Guayaquil, presenta su nueva división de limpieza integral de hogares Clean Express, que gracias a un personal profesional con insumos y equipos especializados en limpieza al detalle, será su solución en limpieza y mantenimiento de aquellas áreas donde su servicio doméstico no puede llegar.

En el segmento empresarial, tenemos competidores directos, los más fuertes y posicionados son: Spartan, Visto Bueno y Kalina, que cuentan

con varios años de experiencia y una mediana trayectoria que respalda su servicio.

SPARTAN ofrece un sistema completo que satisfaga sus necesidades, es por eso que se distribuye productos de empresas establecidas en su área, con el único propósito de contribuir mejor con nuestros clientes.

VISTO BUENO es un servicio de Simple Fast Solutions SFS S. A., una empresa creada en el año 2005 para proveer óptimas soluciones de limpieza y mantenimiento de plantas de producción, edificios, oficinas.

VISTO BUENO está dirigido a empresas que valoren la pulcritud de sus instalaciones y la eficiencia de recursos y procesos. Operamos a través de un equipo humano seleccionado con rigor, entrenado permanentemente y que tiene a su disposición herramientas y materias primas importadas de la mejor tecnología.

## **2.8. Plan de Marketing**

El plan de Marketing de Clean's Solutions se compone el diagnostico de nuestro Mercado objetivo, que ha sido previamente analizado y corresponde al sector socioeconómico medio, y medio alto.

A su vez de los objetivos y los medios destinados para el logro de los objetivos de Clean's Solutions. Adicional mente estamos integrando las estrategias necesarias, más la suma de las políticas establecidas, y, al mismo tiempo, se desprende la vocación empresarial de concretar el objetivo de sacar adelante el proyecto de Clean's Solutions. (Ferre Trenzano Jose Maria, 2008)

## 2.9. Estrategias de Marketing: Producto, Precio, Promoción y Plaza

### PRODUCTO

PRODUCTO	DESCRIPCIÓN
LIMPIEZA GENERAL	Orientado a la limpieza del lugar o establecimiento, barrer, trapear, ubicar los objetos en su lugar, limpiar el polvo de las superficies y adornos y sacar la basura.
DESINFECCIÓN DE BAÑOS	Clean`s Solutions cuenta con poderosos desinfectantes que solo con el equipo y las herramientas adecuadas, dejaran brillante el cuarto de baño, eliminación de sarro en pisos y paredes, desinfección de lavamanos e inodoros, y con un agradable aroma.
ASPIRACIONES ESPECÍFICAS	Clean`s Solutions cuenta con alta tecnología en equipos de aspiración, que permiten la eliminación de ácaros, hongos y demás bacterias en alfombras, cortinas, muebles y colchones.
JARDINERÍA	Clean`s Solutions promueve la creación de areas verdes, cuenta con un equipo completo de jardinería, desde la creación y siembra de semillas, podado, fertilizantes mantenimiento y sistema de riego.
OTROS	Con solo una llamada Clean`s Solutions le ofrece servicio de Gasfitería y Electricidad con profesionales de experiencia.

### PRECIO

El precio fue tomado por los siguientes indicadores:

- El costo promedio por servicio que el mercado está dispuesto a invertir, dados por las encuestas.

**Ilustración 11 Precios Esperado por el mercado**

<b>SERVICIOS</b>	<b>COSTO PROMEDIO</b>
ASPIRACIONES DE MUEBLES EN GENERAL	\$ 37,50
DESINFECCION DE BAÑOS	\$ 100,00
JARDINERIA	\$ 80,00
ELECTRICIDAD Y GASFITERIA	\$ 50,00
LIMPIEZA DEL HOGAR	\$ 98,57

Fuente: Los autores

- Las obligaciones a las que se somete el empleador, establecidos por los cambios gubernamentales, que normaliza y regula que todos los empleados cuenten con un seguro proporcionado por el estado y los beneficios de ley.

**Ilustración 12 Precios de los servicios por unidad**

<b>Concepto</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>
Servicios a Compañías por:		
Limpieza General	40	80,00
Desinfeccion de Baños	40	50,00
Aspiraciones específicas	40	40,00
Jardineria	5	30,00
Otros	5	50,00
Servicios a Hogares por:		
Limpieza General	100	55,00
Desinfeccion de Baños	100	35,00
Aspiraciones específicas	50	30,00
Jardineria	5	30,00
Otros	5	50,00

Fuente: Los autores

- El precio de la competencia es aun mas alto y el servicio está orientado a sector empresarial, los costos de ellos estarán en función de los espacios en los que hay que trabajar.

## **PLAZA**

CLEAN´s SOLUTIONS llegará a nuestros clientes y consumidores finales a través de nuestra red de servicio especializado, que se movilizara en una Minivan.

El mercado será la ciudad de Guayaquil, orientado a los grupos socioeconómico medio, medio alto y alto en el caso de los hogares, y en el sector empresarial.

## **PROMOCIÓN**

### **SOCIO VERDE**

Con la finalidad de cumplir con nuestro valor de responsabilidad social con el medio ambiente, incentivaremos en los clientes la creación o el mantenimiento y regeneración de sus áreas verdes, a través de la entrega gratuita de semillas de diferentes tipos de plantas.

Esta donación de semillas se realizara en un acto donde se entregara un certificado avalado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, para resaltar la participación de esta empresa en el fomento del cuidado de nuestro medio ambiente.

Esta promoción tiene como fin conseguir un contrato a largo plazo, mínimo un año, donde ambas partes se comprometen al cuidado de este espacio verde, beneficiando a la compañía obteniendo la fidelidad del cliente.

## **PUBLICIDAD**

Para promover nuestros servicios en el mercado y lograr posicionamiento en la mente del consumidor realizaremos campañas publicitarias en diferentes medios.

Publicación 1 vez al mes diarios sectorizados como VIVA que está orientado a Urdesa Kennedy, Ceibos y Miraflores.

Publicación en el Diario Universo una vez cada tres meses

Visitas a las empresas para ofrecer el servicio, haciendo una presentación de costo beneficio.

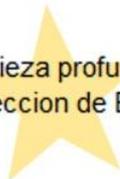
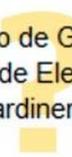
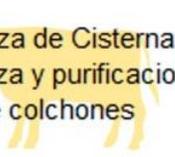
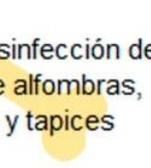
Elaboración de Dípticos, Volantes y Página Web

Presencia en las redes sociales Facebook Fan Page y Twitter.

Marketing directo, realizando alianzas con tarjetas de crédito para, ofrecer los servicios mediante un flyer informativo que será entregado junto con su estado de cuenta.

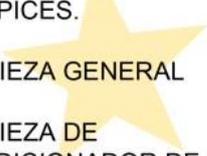
## 2.10. Matriz BCG

Ilustración 13 Matriz BCG sector Hogar

		PARTICIPACION RELATIVA DE MERCADO	
		ALTA	BAJA
CRECIMIENTO DE MERCADO	ALTO	Limpieza profunda Desinfeccion de Baños 	Servicio de Gafiteria Servicio de Electricidad Jardineria 
	BAJO	Limpieza de Cisternas Limpieza y purificacion de colchones 	Lavado y desinfección de todo tipo de alfombras, muebles y tapices 

Fuente: Los autores

Ilustración 14 Matriz BCG sector Empresarial

		PARTICIPACION RELATIVA DE MERCADO	
		ALTA	BAJA
CRECIMIENTO DE MERCADO	ALTO	DESINFECCION DE ALFOMBRAS, MUEBLES Y TAPICES. LIMPIEZA GENERAL LIMPIEZA DE ACODICIONADOR DE AIRE 	JARDINERIA CREACION Y MANTENIMIENTO DE JARDINES. 
	BAJO	DESINFECCIÓN DE CUARTOS DE BAÑO 	ELECTRICIDAD GAFITERIA 

Fuente: Los autores

## CAPITULO 3

### 3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### 3.1. Constitución del Negocio

La empresa por la actividad que cumple esta clasificada como comercial, es una empresa de un tamaño mediano debido a su patrimonio, volumen de Activos Fijos y número de personas. Pertenece a una organización de sociedad o compañía de origen De Capital: Cia Ltda. Del sector privado. La empresa está afiliada a la Cámara de Comercio de Guayaquil. Cumple con los requisitos previamente solicitados.

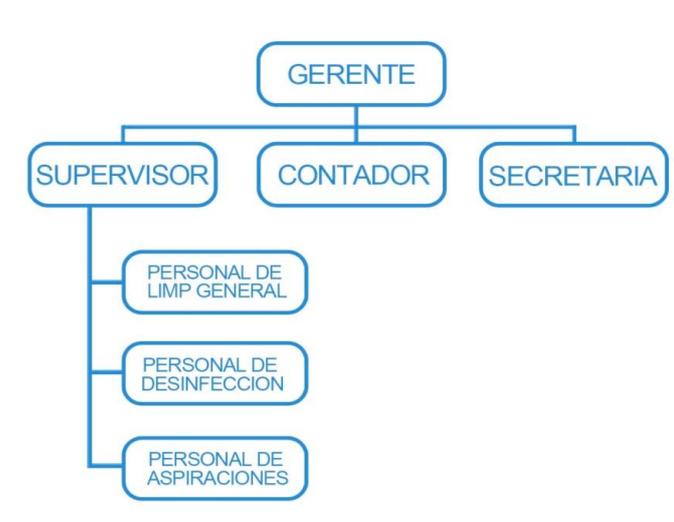
Tabla XI: Gastos de constitución

GASTOS DE CONSTITUCION	
Constitucion de la Compañía	\$ 550,00
Permisos Sanitarios	\$ 40,00
Permisos de Bomberos	\$ 40,00
Afiliacion a la Camara de Comercio	\$ 80,00
Permisos Municipales	\$ 60,00
<b>TOTAL DE INVERSION INTANGIBLE</b>	<b>\$ 770,00</b>

Fuente: Los autores

#### 3.2. Organigrama

Ilustración 15 Organigrama de la Empresa



Fuente: Los autores

### **3.3. Funciones**

#### **GERENTE GENERAL**

- Determinar las principales posiciones a nivel gerencial
- Se encargara de analizar periódicamente el logro de los objetivos de los diferentes departamentos de la empresa
- Diseña el Plan Operativo Anual (POA) para el logro de las metas a corto y largo plazo.
- Trata directamente con el área administrativa que el cumplimiento de los registros y análisis se estén desarrollando de manera óptima.
- Es el principal encargado de realizar lobbying con los principales clientes, en la búsqueda de conseguir los objetivos de la empresa.
- Realizará el análisis la Dirección, Planeación y puesta en marcha de las estrategias diseñadas para crear valor con los mercados objetivos
- Identificar el mercado objetivo y la estrategia de Marketing que logre obtener el cumplimiento de los objetivos.

#### **SECRETARIA**

- Encargada de dar soporte e información a los clientes
- Realizar las proformas y enviarla por mail a los clientes
- Actividades de generales de recepcionista
- Hacer seguimiento de las proformas enviadas, hasta la ejecución del contrato

#### **CONTADOR**

- Encargado de llevar los balances, y las declaraciones al día
- Realizar las afiliaciones y velar por la seguridad del personal

- Manejar la contabilidad y entregar informes de flujos, a Gerencias.

## SUPERVISOR

- Encargado de la Planeación de las actividades del equipo, sean estas diarias o semanales, adaptándose a los requerimientos de los clientes
- Llevar el control de ingreso y salida del equipo
- Encargado de la Movilización y Recolección del Equipo en los diferentes puntos de trabajo.

### 3.4. Cadena de Valor y Operaciones

Ilustración 16 Cadena de Valor y Operaciones



FUENTE: Los Autores

## ACTIVIDADES PRIMARIAS

### LOGISTICA INTERNA BILATERAL

- Esta parte estará a cargo de la asistente de ventas, responsable de contestar las llamadas de requerimientos, tomar la información, enviar las proformas de cotización, seguimientos a las órdenes de servicio y distribución de las mismas.

### OPERACIONES

- El Supervisor deberá, evaluar los recursos necesarios para poner en marcha las órdenes de servicio.

### LOGISTICA EXTERNA LATERAL

- Planificación y organización del personal para la adecuada ejecución de las órdenes de trabajo a tiempo y de forma efectiva.

## MARKETING Y VENTAS

- Apoyado en las herramientas de promoción y publicidad es el responsable de conseguir los acuerdos con los clientes potenciales y posteriormente concretar la venta.

## SERVICIOS

- El equipo de trabajo seguido por el supervisor de ventas y complementado con el apoyo de la asistente de ventas, son los encargados de dar el servicio post venta, asegurar de hacer cumplir las garantías ofrecidas y realzar así el valor de nuestros productos.

## ACTIVIDADES SEGUNDARIAS

### ABASTECIMIENTO

- El responsable de llevar esta tarea será el Gerente de Operaciones, deberá de mantener actualizado el inventario de suministros y asegurarse de tener un stock saludable en base a la demanda.

### INFRAESTRUCTURA

- El rol del gerente de finanzas es primordial en este punto para dar soporte al proceso de venta, con una adecuada planificación y optimización de las finanzas.

### DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS

- El talento Humano estará a cargo del Supervisor de Ventas quien será responsable de una búsqueda permanente, motivación del personal.

### DESARROLLO DE TECNOLOGÍA

- El Gerente de Operaciones estará a cargo de la constante innovación en el desarrollo de nuevas tecnologías que optimicen los procesos.

### **3.5. Responsabilidad Social y Cuidado del Medio Ambiente**

Con la finalidad de cumplir con nuestro valor de Responsabilidad social con el Medio Ambiente, incentivaremos en los clientes la creación o el mantenimiento y regeneración de sus áreas verdes, a través de la entrega gratuita de semillas de diferentes tipos de plantas.

Esta donación de semillas se realizara en un acto donde se entregara un certificado avalado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, para resaltar la participación de esta empresa en el fomento del cuidado de nuestro medio ambiente.

La vegetación urbana es el elemento que caracteriza y da nombre a las áreas verdes en la ciudad y permite que el espacio construido y el hombre se integren con la naturaleza a través del jardín y el parque, para constituir el paisaje de la ciudad. Un paisaje al que el hombre y su cultura le dan carácter.

Para poder cumplir con este valor, se realizaran contratos con los clientes a un año donde se ofrece el diseño y las semillas que serán usadas para el jardín, se hará entrega de recipientes respectivos para depositar los desechos de cada tipo: orgánicos, plásticos o vidrios y papel; fomentando así la cultura del reciclaje en los clientes y las personas que comparten dicha área.

#### **“GUAYAQUIL ECOLÓGICO”**

El Ministerio del Ambiente a través de la Subsecretaría de Gestión Marina y Costera, y en coordinación con otras entidades estatales (MIES, MSP, MIDUVI, MINEDUC, Gobernación del Guayas y DIRNEA), ejecuta el Proyecto Gubernamental “Generación y Restauración de Áreas Verdes

*Proyecto de inversión para la creación de una empresa de soluciones de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Guayaquil.*

para la ciudad de Guayaquil-Guayaquil Ecológico” con su componente “Recuperación Ecológica del Estero Salado”. (Ministerio del Ambiente)

El gobierno está invirtiendo en la recuperación de aéreas verdes, la iniciativa de Clean’s Solutions está enfocada al mismo objetivo, lo que le dará paso a concretar convenios y contratos para lograr un Guayaquil Ecológico.

## **CAPITULO 4**

### **4. INGENIERIA DEL PROYECTO**

El financiamiento de la implementación del proyecto está dado básicamente por un crédito de \$ 70 000 como lo muestra en la Tabla XVIII a una tasa de interés del 12% a 5 años plazo, los resultados que se obtienen se muestran a continuación en cada una de las tablas.

Para invertir se va a adquirir Maquinaria y Equipos que se demuestra en la tabla XVII.

La operatividad del proyecto está dado por la contratación de personal, el mismo que se detalla en la tabla XIV cálculo de personal con sus respectivos beneficios y obligaciones que exigen las leyes ecuatorianas.

La utilidad esperada para cada uno de los cinco años es positiva, como lo refleja en la tabla XXI Estado de Ganancias y Pérdidas, además en esta tabla se refleja la capacidad de pago que tiene el proyecto.

En el 2013 y 2014 la capacidad de pago es negativa, a partir del 2014 los porcentajes se ven incrementados de forma positiva.

El resultado esperados de la inversión nos demuestra que nos da un valor positivo de \$11660 y que a su vez determina la tasa interna de retorno del 20% que es mayor al costo del capital que se está pagando que es del 12%, demostrado en la tabla XXVI.

#### 4.1. Determinación de recursos

Ya que las funciones principales de la empresa serán básicamente prestación de servicios, se deberá disponer de los recursos necesarios para este fin, En la Tabla se determina el personal que será necesario, para iniciar la empresa en función de las ventas esperadas en el primer año, se lo detalla en la Tabla

Tabla XII: Estimación de clientes.

Tipo de Clientes	Cantidad	Veces de Servicios Mensual	Total Servicios	Días de Trabajo Mensual	# de Trabajadores Contratar
Hogares	50	2	100	20	5
Oficinas	10	4	40	20	2

Fuente: Los autores

Tabla XIII Determinación de Personal

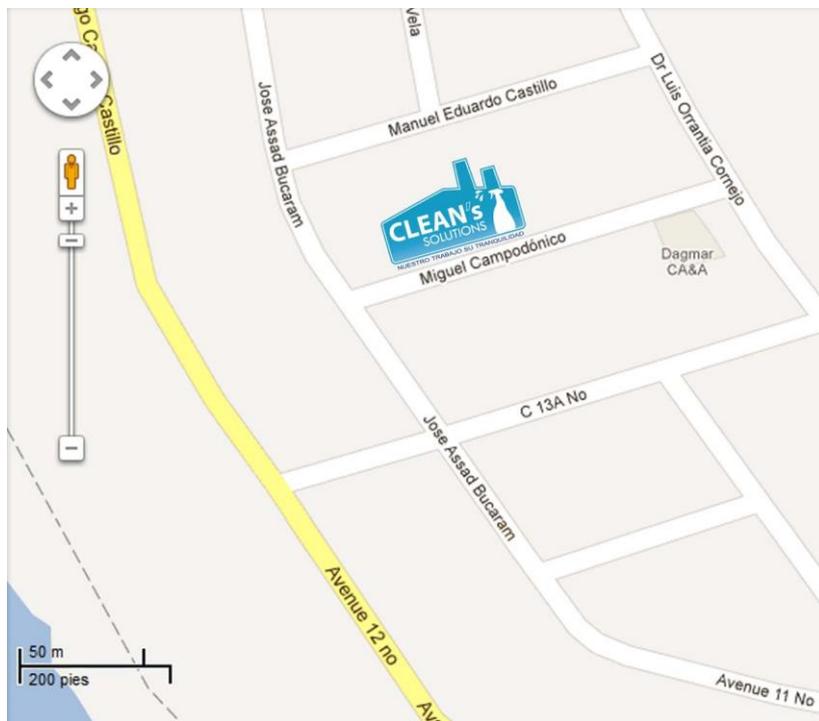
<b>Servicios a Compañías por:</b>		
Limpieza General	40	2
Desinfeccion de Baños	40	2
Aspiraciones especificas	40	2
Jardineria	5	
Otros	5	
<b>Servicios a Hogares por:</b>		
Limpieza General	100	5
Desinfeccion de Baños	100	5
Aspiraciones especificas	50	5
Jardineria	5	
Otros	5	
<b>Total Personal Contratar</b>		
Limpieza General		7
Desinfeccion de Baños		7
Aspiraciones especificas		7

Fuente: Los autores

## 4.2. Localización geográfica

Este análisis fue hecho con la finalidad de obtener el costo unitario mínimo y una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, por lo cual se determinó que una empresa de asesoramiento de este tipo, estará ubicada en un establecimiento comercial pequeño, el cual no necesariamente deberá estar ubicado en un sitio comercialmente estratégico; dado que los asesoramientos serán ofrecidos en las instalaciones del cliente.

Ilustración 17 Localización geográfica



Fuente: Los autores

### 4.3. Gastos de sueldos y salarios

Tabla XIV Cálculo de Personal

GASTOS DE SUELDOS PROYECTADO CLEAN'S SOLUTIONS										
Concepto	Cant.	Sueldo Basico Unificado	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Aporte Patronal	Lunch Mensual	Costo Total Mensual	Costo Anual	Costo diario
Operativo:										
Personal para Limpieza general	7	292	24,33	24,33	12,17	35,48	39,6	427,91	5.134,94	21,40
Personal Desinfeccion de baños	7	292	24,33	24,33	12,17	35,48	39,6	427,91	5.134,94	21,40
Personal Aspiraciones especificas	7	292	24,33	24,33	12,17	35,48	39,6	427,91	5.134,94	21,40
Supervisor	1	400	33,33	24,33	16,67	48,60	39,6	562,53	6.750,40	28,13
<b>Total costo Operación</b>		<b>\$ 1.276,00</b>	<b>\$ 106,33</b>	<b>\$ 97,33</b>	<b>\$ 53,17</b>	<b>\$ 155,03</b>	<b>\$ 158,40</b>	<b>\$ 1.846,27</b>	<b>\$ 22.155,21</b>	<b>\$ 92,31</b>
Administrativo:										
Gerente	1	700	58,33	24,33	29,17	85,05	39,6	936,48	11.237,80	46,82
Secretarias	1	292	24,33	24,33	12,17	35,48	39,6	427,91	5.134,94	21,40
Contador	1	300	25,00	24,33	12,50	36,45	39,6	437,88	5.254,60	21,89
<b>Total costo Administrativo</b>		<b>\$ 1.292,00</b>	<b>\$ 107,67</b>	<b>\$ 73,00</b>	<b>\$ 53,83</b>	<b>\$ 156,98</b>	<b>\$ 118,80</b>	<b>\$ 1.802,28</b>	<b>\$ 21.627,34</b>	<b>\$ 90,11</b>
Personal a contrato por obra										
Personal para Jardineria	2	15	\$ 25,00					750,00	9.000,00	
Otros (Gafitero)	2	15	\$ 25,00					750,00	9.000,00	
Otros (Electricista)	2	15	\$ 25,00					750,00	9.000,00	
<b>Total costo a Obra</b>								<b>\$ 2.250,00</b>	<b>\$ 27.000,00</b>	
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>31</b>	<b>\$ 2.568,00</b>	<b>\$ 214,00</b>	<b>\$ 170,33</b>	<b>\$ 107,00</b>	<b>\$ 312,01</b>	<b>\$ 277,20</b>	<b>\$ 3.648,55</b>	<b>\$ 43.782,54</b>	<b>\$ 182,43</b>

Uniformes para Personal	Cantida	Veces de entrega	Total Unidades	Costo Unitario	Costo Total
Overoles	21	1	21	20,00	420,00
Botas	21	1	21	15,00	315,00
Mascarillas	21	3	63	0,80	50,40
Gorra	21	1	21	5,00	105,00
Camisetas	21	2	42	4,00	168,00
Camisetas Polo	2	2	4	10,00	40,00
				<b>\$ 1.098,40</b>	
					<b>\$ 91,53</b>
					<b>\$ 1.098,40</b>
					<b>\$ 4,58</b>
					<b>\$ 3.740,08</b>
					<b>\$ 44.880,94</b>
					<b>\$ 187,00</b>

Fuente: Los autores

Tabla XV Gastos de Sueldos

GASTOS DE SUELDOS PROYECTADO						
CLEAN's SOLUTIONS						
Concepto	Cant.	Costo Unitario Mensual	Costo Total	Horas Labor/Mens	Costo Hora	Costo Anual
Operativo:						
Personal para Limpieza general	7	428	2.995	\$160,00	18,72	35.945
Personal Desinfeccion de baños	7	428	2.995	\$160,00	18,72	35.945
Personal Aspiraciones especificas	7	428	2.995	\$160,00	18,72	35.945
Supervisor	1	428	428	\$160,00	2,67	5.135
Otros Costos de Personal fijos	1	92	92	\$160,00	0,57	1.098
<b>Total costo Operación</b>		<b>\$ 1.803</b>	<b>\$ 9.506</b>		<b>\$ 59</b>	<b>\$ 114.067</b>
Administrativo:						
Gerente	1	936	936	\$160,00	5,85	11.238
Secretarias	1	428	428	\$160,00	2,67	5.135
Contador	1	438	438	\$160,00	2,74	5.255
<b>Total costo Administrativo</b>		<b>\$ 1.802</b>	<b>\$ 1.802</b>		<b>11,26</b>	<b>\$ 21.627</b>
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>26</b>	<b>\$ 3.605</b>	<b>\$ 11.308</b>		<b>70,67</b>	<b>\$ 135.694</b>
COSTOS FIJOS ADMINISTRATIVOS						
<u>Servicios Básicos</u>				Costo Mensual	Costo Anual	
Energía				10	120	
Agua				5	60	
Teléfono				50	600	
Servicio Intertnet				20	240	
<u>Gastos de Oficina</u>						
Alquiler de oficina				300,00	3.600	
Papelería				10	120	
Alimentación Administrativo	3	20,00	2,00	120	1.440	
				<b>\$ 515</b>	<b>\$ 6.180</b>	
COSTOS FIJOS PREOPERACION						
Afiches					1.200	
Linea Gráfica					400	
Otros Gastos					300	
Seguros- Monto asegurado	20.000				1.000	
<b>Total Gastos de mercadeo</b>					<b>\$ 2.900</b>	
Amortizacion Gast Diferido						<b>\$ 241,67</b>

Fuente: Los autores

Tabla XVI Costos Variables

COSTOS VARIABLES DE OPERACIÓN PROYECTADO									
CLEAN's SOLUTIONS									
COSTO VARIABLES	Presentacion		Consumo de Material Mensual				COSTO DE ADQUISICION		
	Medidas	Costo	Medida	Cantidad	# Limpieza	Total Material	Cantida	Costo Mensual	Costo Anual
Servicios Básicos Operativo									
Ambiental Galon	Galón	\$ 35,00	Mililitro	250	140	35000	35	1.225	\$ 14.700,00
Desengrasante	Galón	\$ 19,00	Mililitro	50	140	7000	7	133	\$ 1.596,00
Cepillo para piso Prodesol	Unidad	\$ 11,00	Unidad	7	14	98	98	1.078	\$ 12.936,00
Guantes de Examidacion Mediun	Unidad	\$ 0,08	Unidad	7	140	980	980	76	\$ 911,40
Guantes Bicolor	Unidad	\$ 1,28	Unidad	7	35	245	245	314	\$ 3.763,20
Trapeador Industrial Estrella	Unidad	\$ 13,75	Unidad	7	14	98	98	1.348	\$ 16.170,00
Detergente	Kilos	\$ 3,00	Gramos	250	140	35000	35	105	\$ 1.260,00
Otros Micelaneos								400	4.800
<b>Total costo Variable</b>								<b>\$ 4.678,05</b>	<b>\$ 56.136,60</b>

Fuente: Los autores

#### 4.4. Inversión Inicial

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos y diferidos necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, los mismos que se detallan en la Tabla

Tabla XVII Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO CLEAN's SOLUTIONS				
Descripcion de Activos		Cantidad	Costo Unitario	Costo Inversion
Bienes				
Vehiculos		1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Total Edificacion				<u>\$ 8.000,00</u>
Equipos				
Aspirador de Moqueta Marca Minuteman Modelo-MP\		7	\$ 2.500,00	\$ 17.500,00
Barredora automática de piso		7	\$ 3.500,00	\$ 24.500,00
Aspiradora Profesional de Agua y Polvo 77litros.		5	\$ 1.200,00	\$ 6.000,00
Computadoras para caja		2	\$ 750,00	\$ 1.500,00
Equipos de Aire Acondicionado		1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Total Equipos				<u>\$ 50.700,00</u>
Costo Estudio Proyecto				<u>\$ 1.300,00</u>
Total Adquisicion e Inversion				<u>\$ 60.000,00</u>
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS				
ACTIVOS FIJOS	%	Valor Historico	Depreciación	
			Mensual	Anual
Terreno	0%	\$ -	0	\$ -
Bines	20%	\$ 8.000,00	\$ 133,33	\$ 1.600,00
Equipos	10%	\$ 48.000,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Estudio de Project	20%	\$ 1.300,00	\$ 21,67	\$ 260,00
Equipo de Computo	33%	\$ 1.500,00	\$ 41,25	\$ 495,00
Total Activos Fijos		\$ 58.800,00	\$ 596,25	\$ 7.155,00

Fuente: Los autores

#### 4.5. Estados Financieros Proyectados a 5 años

Tabla XVIII Ingresos de Ventas Proyectadas Anual

<b>INGRESOS DE VENTAS PROYECTADAS ANUAL</b>				
CLEAN's SOLUTIONS				
Concepto	Cant.	Precio Unitario	Ingreso Mensual	Ingreso Anual
Servicios a Compañías por:				
Limpieza General	40	80,00	3.200	38.400
Desinfeccion de Baños	40	50,00	2.000	24.000
Aspiraciones específicas	40	40,00	1.600	19.200
Jardineria	5	30,00	150	1.800
Otros	5	50,00	250	3.000
Servicios a Hogares por:				
Limpieza General	100	55,00	5.500	66.000
Desinfeccion de Baños	100	35,00	3.500	42.000
Aspiraciones específicas	50	30,00	1.500	18.000
Jardineria	5	30,00	150	1.800
Otros	5	50,00	250	3.000
Total Ingresos			<b>\$ 18.100</b>	<b>\$ 217.200</b>
<b>Total Ingreso Anual</b>			<b>\$ 18.100</b>	<b>\$ 217.200</b>

Fuente: Los autores

Tabla XIX Cálculo del interés préstamo

#### CALCULO DE INTERES PRESTAMO PROYECTADO

CLEAN's SOLUTIONS

P= 110000

n= 5

i= 12%

AÑOS	Capital	Interés	Capital + Interés	Renta	Saldo Capital
2012					70.000,00
2013	70.000,00	\$ 8.400,00	\$ 78.400,00	\$ 19.418,68	\$ 58.981,32
2014	58.981,32	\$ 7.077,76	\$ 66.059,08	\$ 19.418,68	\$ 46.640,40
2015	46.640,40	\$ 5.596,85	\$ 52.237,24	\$ 19.418,68	\$ 32.818,56
2016	32.818,56	\$ 3.938,23	\$ 36.756,79	\$ 19.418,68	\$ 17.338,11
2017	\$ 17.338,11	\$ 2.080,57	\$ 19.418,68	\$ 19.418,68	\$ 0,00
				<b>\$ 97.093,41</b>	

Fuente: Los autores

**Tabla XX Flujo de Efectivo Anual Proyectado**

**FLUJO DE EFECTIVO ANUAL PROYECTADO  
CLEAN's SOLUTIONS**

Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Saldo Anterior	0	7.100	6.438	10.343	22.101	42.348,65
Venta en Efectivo	0	217.200	228.060	239.463	251.436	264.007,96
Financiamiento (Prést. Bancario)	70.000					
	70.000	224.300	234.498	249.806	273.537	306.356,61
-Salidas Inicial Inversion:						
Terreno	0					
Vehiculos	8.000					
Equipos	49.200					
Equipos Computacion	1.500					
Costo Estudio Proyecto	1.300					
Costo fijo preoperativo	2.900		3.045	3.197	3.357	3.525
Total Inversión:	62.900	0	3.045	3.197	3.357	3.524,97
Costos y Gastos de operación:						
Servicios basico operativo	0	56.137	58.943	61.891	64.985	68.234,39
Costo de Personal Operativo Administ	0	136.127	136.568	137.018	137.248	137.479,41
Servicios basico administrativo	0	6.180	6.180	6.180	6.180	6.180,00
Total Salidas de Operación	0	198.443	201.692	205.089	208.413	211.893,80
Total Salidas	62.900	198.443	204.737	208.286	211.770	215.418,77
SUPERAVIT (DEFICIT)	7.100	25.857	29.761	41.520	61.767	90.937,84
Financiamiento						
Préstamo Bancario (Cap+Int.)		11.019	12.341	13.822	15.480	17.338
Pago Intereses		8.400	7.078	5.597	3.938	2.081
Total Salidas financiero		19.419	19.419	19.419	19.419	19.418,68
SALDO EFECTIVO	7.100	6.438	10.343	22.101	42.349	71.519,16

Fuente: Los autores

Tabla XXI Estado de Ganancia y Pérdida proyectado

**ESTADO DE GANANCIA Y PERDIDA PROYECTADO**  
**CLEAN's SOLUTIONS**

Concepto	Mensual	PROYECCIÓN A 5 AÑOS				
		2013	2014	2015	2016	2017
Ingresos Operacionales:						
Venta por Servicios	18.100	217.200	228.060	239.463	251.436	264.008
Otros Ingresos	0	0	0	0	0	0
<b>Total Ingresos</b>	<b>18.100</b>	<b>217.200</b>	<b>228.060</b>	<b>239.463</b>	<b>251.436</b>	<b>264.008</b>
Costos Operativos:						
Costos variables	4.678	56.137	58.943	61.891	64.985	68.234
Gastos Sueldos de Ventas	9.506	114.067	114.067	114.067	114.067	114.067
<b>Total Costo Operativos</b>	<b>14.184</b>	<b>170.204</b>	<b>173.010</b>	<b>175.958</b>	<b>179.052</b>	<b>182.301</b>
<b>Margen de Contribucion</b>	<b>3.916</b>	<b>46.996</b>	<b>55.050</b>	<b>63.505</b>	<b>72.384</b>	<b>81.707</b>
-Gastos Administrativos						
Gastos Sueldos Admin.	1.802	22.060	22.501	22.951	23.181	23.412
Servicios Básicos	515	6.180	6.180	6.180	6.180	6.180
Gastos por Amortizacion	242	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900
Depreciacion de Activos	596	7.155	7.155	7.155	6.660	6.660
<b>Total Gastos Administrativo</b>	<b>838</b>	<b>38.295</b>	<b>38.736</b>	<b>39.186</b>	<b>38.921</b>	<b>39.152</b>
-Costos Financieros:						
Gastos Bancario						
Préstamo Intereses	0	8.400	7.078	5.597	3.938	2.081
<b>Total Financiero</b>	<b>0</b>	<b>8.400</b>	<b>7.078</b>	<b>5.597</b>	<b>3.938</b>	<b>2.081</b>
<b>Utilidad Neta</b>	<b>3.078</b>	<b>302</b>	<b>9.236</b>	<b>18.722</b>	<b>29.525</b>	<b>40.474</b>
<b>Porcentajes de crecimientos</b>		-	5%	5%	5%	5%
<b>DETERMINAR LA CAPACIDAD DE PAGO</b>						
Utilidad(Perdida) Neta		302	9.236	18.722	29.525	40.474
- Pagos de Capital		11.019	12.341	13.822	15.480	17.338
<b>Resultado neto Ingreso</b>		<b>-10.717</b>	<b>-3.105</b>	<b>4.901</b>	<b>14.045</b>	<b>23.135</b>
Préstamo Bancario (Cap+Int.)		19.419	19.419	19.419	19.419	19.419
<b>Índice capacidad de Pago</b>		<b>-55%</b>	<b>-16%</b>	<b>25%</b>	<b>72%</b>	<b>119%</b>
		0%	13%	27%	42%	58%

Fuente: Los autores

**Tabla XXII Balance General Proyectado**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>					
<b>CLEAN's SOLUTIONS</b>					
	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
<b>ACTIVOS</b>					
Corriente					
Caja Banco	\$ 6.438	\$ 10.343	\$ 22.101	\$ 42.349	\$ 71.519
Seguro Pagado por adelantado	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 6.438</b>	<b>\$ 10.343</b>	<b>\$ 22.101</b>	<b>\$ 42.349</b>	<b>\$ 71.519</b>
Propiedad Planta Equipo					
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Edificios	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000
Maquinaria Equipo	\$ 49.200	\$ 49.200	\$ 49.200	\$ 49.200	\$ 49.200
Equipo de Computo	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500
Costo Estudio Proyecto	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300	\$ 1.300
Depreciaciones	\$ (7.155)	\$ (14.310)	\$ (21.465)	\$ (28.125)	\$ (34.785)
<b>Total Propiedad Planta Equipo</b>	<b>\$ 52.845</b>	<b>\$ 45.690</b>	<b>\$ 38.535</b>	<b>\$ 31.875</b>	<b>\$ 25.215</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 59.283</b>	<b>\$ 56.033</b>	<b>\$ 60.636</b>	<b>\$ 74.224</b>	<b>\$ 96.734</b>
<b>PASIVOS</b>					
Prestamo Financiero	\$ 58.981	\$ 46.640	\$ 32.819	\$ 17.338	\$ 0
<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 58.981</b>	<b>\$ 46.640</b>	<b>\$ 32.819</b>	<b>\$ 17.338</b>	<b>\$ 0</b>
<b>CAPITAL</b>					
Resultado Ejercicio	\$ 302	\$ 9.537	\$ 28.260	\$ 57.785	\$ 98.259
<b>TOTAL PASIVO + CAPITAL</b>	<b>\$ 59.283</b>	<b>\$ 56.178</b>	<b>\$ 61.078</b>	<b>\$ 75.123</b>	<b>\$ 98.259</b>

Fuente: Los autores

#### 4.6. Punto de equilibrio

**Tabla XXIII Determinación de Pto. de Equilibrio**

PRECIO VENTA UNITARIO	270
COSTO VARIABLE UNITARIO	17,326
COSTO FIJO MENSUAL	28452
PTO EQUILIBRIO DE U. DE SERVICIO	112,6

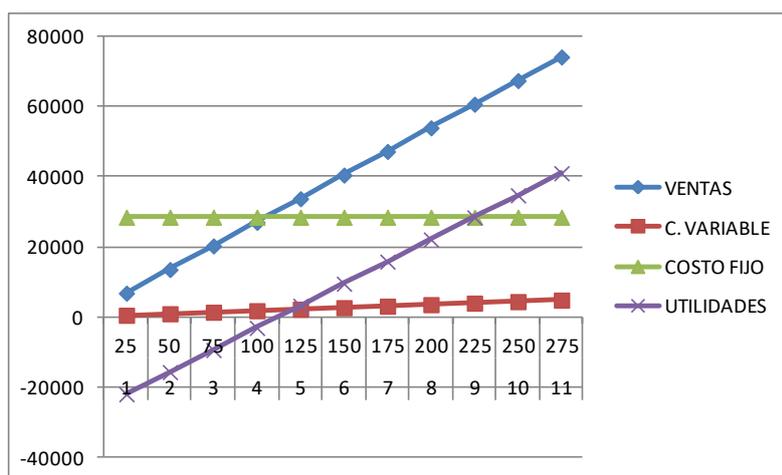
Fuente: Los autores

Tabla XXIV Tabla de Punto de Equilibrio

		VENTAS	C. VARIABLE	COSTO FIJO	UTILIDADES
1	25	6750	433,15	28451,67	-22134,82
2	50	13500	866,3	28451,67	-15817,97
3	75	20250	1299,45	28451,67	-9501,12
4	100	27000	1732,6	28451,67	-3184,27
5	125	33750	2165,75	28451,67	3132,58
6	150	40500	2598,9	28451,67	9449,43
7	175	47250	3032,05	28451,67	15766,28
8	200	54000	3465,2	28451,67	22083,13
9	225	60750	3898,35	28451,67	28399,98
10	250	67500	4331,5	28451,67	34716,83
11	275	74250	4764,65	28451,67	41033,68

Fuente: Los autores

Tabla XXV Tabla de Punto de Equilibrio



Fuente: Los autores

## 4.7. Flujo de Efectivo, TIR, VAN

Tabla XXVI Cálculo de Tasa interna de retorno Proyectado

CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO PROYECTADO					
CLEAN's SOLUTIONS					
Tasa anual de descuento		12%			
AÑO	Descripción	Ingresos	Egresos	Valores	VA
	(-) Prestamo Inicial Inversion			\$ (70.000)	\$ 110.000
2013	Ingresos netos del primer año	\$217.200	\$206.843	\$ 10.357	\$ (9.006)
2014	Ingresos netos del segundo año	\$228.060	\$211.814	\$ 16.246	\$ (12.284)
2015	Ingresos netos del tercer año	\$239.463	\$213.883	\$ 25.580	\$ (16.819)
2016	Ingresos netos del cuarto año	\$251.436	\$215.708	\$ 35.728	\$ (20.428)
2017	Ingresos netos del quinto año	\$264.008	\$217.499	\$ 46.509	\$ (23.123)
				\$ 64.419	\$ 28.340
	VNA			\$ 11.660	
	TIR			20%	

Fuente: Los autores

## **CAPITULO 5**

### **5. Conclusiones y Recomendaciones**

#### **5.1. Conclusiones**

1. La investigación de mercado, muestra que si existe un nicho, el cual esta dispuesto a contratar los servicios que brinda Clean´s Solutions, en base a una necesidad.
2. Actualmente 4 de cada 10 asistentes domésticas, ganan menos del sueldo básico y es probable que no estén afiliadas a la seguridad social, como indica la ley, lo que representa un riesgo tanto para el empleador como para el empleado.
3. El valor de los servicios que estima el mercado son similares a los Costos establecidos por Clean´s Solutions. Es decir, estos tendrán buena acogida en la etapa de introducción, permitiendo una plataforma ideal para el cumplimiento de las metas.

#### **5.2. Recomendaciones**

1. Implementar y ofrecer el servicio de Asistente doméstica fija para clientes de tipo familiar, que demandan mayor frecuencia en la realización de los servicios.
2. Realizar alianzas estratégicas, con empresas de alto reconocimiento en el mercado.
3. Desarrollar el sistema de seguridad biométrica para incrementar el nivel de confianza del servicio de Clean´s Solutions.

## **6. Bibliografías**

Cámara de Comercio. (octubre de 2010). *Boletín Económico*. Recuperado el 1 de septiembre de 2012, de Cámara de Comercio:

<http://www.lacamara.org/ccg/2011%20Oct%20BE%20CCG%20Guayaquil%20y%20el%20Censo%20econ%F3mico.pdf>

Campaña para afiliarlas al IESS no se mantiene, dicen empleadas. (3 de 12 de 2010). *Diario El Universo* .

Campaña para afiliarlas al IESS no se mantiene, dicen empleadas. (12 de 2010). *Diario El Universo* .

*Ecuador Inmediato*. (20 de junio de 2011). Recuperado el 31 de agosto de 2012, de ecuadorinmediato:

[http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=152138&umt=servicio\\_domestico\\_gozara\\_mismos\\_derechos\\_cualquier\\_otra\\_labor](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=152138&umt=servicio_domestico_gozara_mismos_derechos_cualquier_otra_labor)

Ferre Trenzano Jose Maria, R. R. (2008). En R. R. Ferre Trenzano Jose Maria, *Enciclopedia de Marketing y Ventas* (pág. 653). Barcelona: Grupo Oceano.

INEC. (2010). *INEC*. Recuperado el 22 de Agosto de 2012, de Instituto de Estadísticas y Censos: [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com\\_content&view=article&id=112&Itemid=90&&TB\\_iframe=true&height=512&width=1242](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=90&&TB_iframe=true&height=512&width=1242)

Judicial, R. (01 de Julio de 2008). *Revista Judicial*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2012, de <http://www.derechoecuador.com>:

[http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4541:reglamento-para-la-aplicacion-del-mandato-8&catid=64:reglamentos&Itemid=419](http://www.derechoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=4541:reglamento-para-la-aplicacion-del-mandato-8&catid=64:reglamentos&Itemid=419)

Lonr, s. l. (2000). *Estadística diseño y análisis*. Mexico: Thomson Editores.

*Ministerio de Relaciones Laborales*. (s.f.). Recuperado el 15 de 09 de 2012, de Sitio Web Ministerio de Relaciones Laborales: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/?p=2567/trabajo-digno>

*Ministerio del Ambiente*. (s.f.). Recuperado el 12 de 09 de 2012, de Ministerio del Ambiente: <http://www.ambiente.gob.ec/?p=2785/guayaquil-ecologico>

PORTER, M. (2002). *Ventaja Competitiva*. ALAY EDICIONES.

Vistazo, R. (2010). Aumentan las afiliaciones de empleadas domésticas. *Revista Vistazo* , 23.

## **Anexos**

## PRODUCTOS

<p>Aspiradora Profesional de Agua y Polvo 77 litros \$1 111.09</p>	
<p>Ambiental Galón \$ 35.00</p>	
<p>Desengrasante XT2 \$19.00</p>	
<p>Balde Con Escurridor \$5.00</p>	

	
Cepillo para pisos ProdelSol 60 cm \$11.00	
Guantes Examinacion Medium Caja 100 Und. \$7.75	
Funda Basura con Cintax20 \$3.50	
Guantes Bicolor #8 \$1.28	

**Trapeador Industrial Estrella**  
**\$2.32**



*Proyecto de inversión para la creación de una empresa de soluciones de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Guayaquil.*

## **BSW-28**

Precio: \$4 960.29



Barredora automática de pisos a batería. Potencia de 2Hp.

Batería de 6 Ah. Ancho de barrido 72" Capacidad de tolva 60Lbs



## **ASPIRADOR DE MOQUETA MARCA MINUTEMAN MODELO MPV31**

La máquina MPV31 está diseñada con una poderosa succión para limpiar grandes extensiones de moqueta con eficacia, rapidez y maniobrabilidad, es muy robusta y además es silenciosa, con poco peso y bajo perfil.

Aspira una línea de 75 cm; la máquina limpia hasta 2.500 metros cuadrados hora para reducir al máximo los tiempos de trabajo.

Va equipada con manguera, tubos y boquilla para aspirar estos lugares donde la máquina no puede llegar.

*Proyecto de inversión para la creación de una empresa de soluciones de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Guayaquil.*

Su sistema de filtración tiene una eficacia de 95% a 5 micras y es fácil aumentar la filtración cambiando de 4 a 5 filtros con el uso de una bolsa de tela (opcional).