



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS**

**TESIS DE GRADO**

**PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**INGENIERAS DE EMPRESAS**

**TEMA**

Estudio de factibilidad para la creación de la empresa FLORALIMP, Cía. Ltda. En la Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, de servicio de limpieza y mantenimiento de oficinas y edificios en general.

**AUTORAS:**

Viviana Alexandra Velarde Rosero

Doris Noemí Yáñez Zambrano

**Riobamba - Ecuador**

**2013**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo ha sido revisado en su totalidad, quedando autorizada su presentación.

Ing.MDE. Jorge Washington Álvarez Calderón  
**DIRECTOR DE TESIS**

Ing. MDA. Simón Rodrigo Moreno Álvarez  
**MIEMBRO DE TRIBUNAL**

### **CERTIFICACIÓN AUTORÍA:**

Las ideas expuestas en el presente trabajo de investigación y que aparecen como propias son en su totalidad de absoluta responsabilidad de las autoras.

Viviana Alexandra Velarde Rosero

Doris Noemí Yáñez Zambrano

## AGRADECIMIENTO

*Nos sentimos profundamente agradecidas con todas las personas que se han cruzado en nuestra vida y que nos han estimulado, conmovido e iluminado con su presencia.*

*También quisiera expresar mi reconocimiento y mi gratitud a las siguientes personas por su extraordinario apoyo y sus contribuciones en el desarrollo de este proyecto.*

*A nuestros amados padres, por su esfuerzo y dedicación inagotable a lo largo de nuestra vida, sin su apoyo no habiéramos podido llegar a ser lo que somos ahora.*

*A mis hermanos, por su presencia y alegría, quienes son el motor de mi vida.*

*A los ingenieros Jorge Álvarez y Rodrigo Moreno, por compartir generosamente con nosotros su sabiduría y habernos encaminado a la cumbre de nuestra carrera.*

*Viviana Alexandra Velarde Rosero.*

*Doris Noemí Yáñez Zambrano.*

## DEDICATORIA

*La presente tesis es dedicada con todo afecto a nuestros padres y familiares quienes han sabido ser nuestra inspiración y fuerza en toda esta trayectoria estudiantil, por enseñarnos que para alcanzar las metas se debe luchar con esfuerzo y honestidad, por demostrarnos que todo es posible para el que quiere. A nuestros hermanos, por haber compartido nuestra vida desde la infancia y por tener atesorado en mi corazón recuerdos inolvidables que solo los nosotros los vivimos.*

*Viviana Alexandra Velarde Rosero.*

*Doris Noemí Yáñez Zambrano.*

## INDICE DE CONTENIDO

Certificación del tribunal .....	II
Certificación autoría: .....	III
Agradecimiento .....	IV
Dedicatoria .....	V
Índice de cuadros .....	X
Índice de figuras .....	XI
Índices anexos.....	XI
Introducción.....	XII
CAPÍTULO I .....	1
1. Generalidades .....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.1.1. Parroquias urbanas.....	1
1.1.2. Riobamba. ....	4
1.1.3. Fundación de Riobamba.....	4
1.1.3.1. Clima.....	5
1.1.4. Divisiones administrativas.....	6
1.1.4.1. Parroquias urbanas .....	6
1.1.4.2. Parroquias rurales.....	7
1.1.5. Economía.....	8
1.1.6. Educación.....	8
1.1.6.1. Educación secundaria .....	8
1.1.6.2. Educación universitaria. ....	9
1.1.7. Actividad emprendedora. ....	9
1.1.8. Emprendedor. ....	9
1.1.8.1. El emprendimiento en el Ecuador.....	10
1.1.8.2. Fuentes de financiamiento del emprendedor.....	10
1.2. Objetivos. ....	12
1.2.1. Objetivo general. ....	12
1.2.2. Objetivos específicos: .....	12
1.3. Hipótesis. ....	13
1.3.1. General. ....	13
1.3.2. Específicas. ....	13

CAPÍTULO II .....	14
2. Análisis de la situación actual. ....	14
2.1. Análisis pest. ....	14
2.1.1. Análisis político. ....	14
2.1.1.1. Sociedad de hecho. ....	20
2.1.1.2. Requisitos para la Constitución. ....	20
2.1.2. Análisis económico. ....	21
2.2. Análisis interno. ....	26
2.2.1. Características del servicio. ....	26
CAPÍTULO III .....	28
3. Estudio de mercado. ....	28
3.1. Objetivos. ....	29
3.1.1. General. ....	29
3.1.2. Objetivos específicos. ....	29
3.1.3 Justificación. ....	30
3.1.3.1 Mercado. ....	30
3.1.4 Segmentación del mercado. ....	31
3.1.4.1 Descripción del perfil del cliente. ....	32
3.1.4.1.1 Clasificación del cliente. ....	32
3.1.4.2. La muestra. ....	33
3.1.5 Demanda. ....	40
3.1.5.1 DEMANDA. ....	41
3.1.5.2 Proyección de la demanda. ....	41
3.1.5.1 Demanda Actual. ....	42
3.1.7 Oferta. ....	43
3.1.5 Demanda insatisfecha. ....	44
3.1.7.1 Competencia. ....	45
3.1.8 Mix del marketing 4p's. ....	46
3.1.8.1 Producto. ....	46
3.1.8.2 Producto precios. ....	46
3.1.8.3 Producto plaza. ....	46
3.1.8 Producto promoción. ....	46
3.2 Estudio técnico. ....	46

3.2.1 Introducción.....	46
3.2.1.1 Objetivos. ....	47
3.2.1.2 Objetivo general. ....	47
3.2.1.3 Objetivo específico.....	47
3.2.1.4 Descripción del servicio. ....	47
3.2.2 Tamaño.....	47
3.2.2.1 Localización .....	48
3.2.2.3 Micro localización.....	48
3.2.2.5 Insumos .....	51
3.2.3 Ingeniería del proyecto.....	52
3.2.4 Procesos de distribución .....	52
3.2.4.1 Concepto de proceso .....	52
3.2.4.2 Conceptode distribución. ....	53
3.2.4.3 Diagrama de procesos .....	54
3.2.5 Estructura organizacional y base legal .....	57
3.2.5.1 Estructura organizacional .....	57
3.2.5.2 Diseño de la misión .....	58
3.2.5.3 Diseño de la visión.....	59
3.2.5.4 Valores.....	59
3.2.5.5 Estructura funcional. ....	60
3.2.5.6 Aspectos legales.....	61
3.3 Financiamiento.....	68
3.3.1 Fuentes propias y externas. ....	68
3.3.2 Gastos.....	69
3.3.2.1 Gastos de operación. ....	69
3.3.2.2 Sueldos.....	70
3.3.2.3 Servicios básicos. ....	70
3.3.2.4 Arriendo. ....	71
3.3.2.5 Costos variables.....	71
3.3.2.6 Depreciación de activos fijos.....	72
3.3.2.7 Amortizaciones.....	73
3.3.3 Gastos financieros .....	74



3.3.4 Ingresos .....	75
3.4.1 Financieros.....	76
3.4.2 Balance general.....	78
3.4.3 Evaluación financiera.....	80
3.4.4 Tasa interna de retorno .....	81
3.4.5 Relación beneficio-costo .....	82
3.4.6 Periodo de recuperación de la inversión .....	83
CAPÍTULO IV .....	85
4. Conclusiones y recomendaciones.....	85
4.1. Conclusiones .....	85
4.2. Recomendaciones.....	86
RESUMEN.....	87
ABSTRACT .....	88
Bibliografía.....	89
ANEXO .....	91

## Índice de cuadros

N° Titulo	Página
1: Clima.....	5
2: Alternativas legales.....	18
3: La muestra.....	34
4: Tabulación de la encuesta.....	35
5: Demanda.....	41
6: Cálculo de la proyección de la demanda.....	41
7: Demanda.....	42
8: Oferta.....	43
9: Oficinas que atenderemos.....	44
10: Precio de la competencia.....	45
11: Matriz de localización.....	49
12: Equipos e insumos.....	50
13: Insumos.....	52
14: Diseño de la misión.....	58
15: Activos de la empresa.....	63
16: Capital de trabajo.....	64
17: Inversiones intangibles.....	66
18: Cuadro de inversiones.....	66
19: Fuentes de financiamiento.....	69
20: Sueldos.....	70
21: Servicios básicos.....	71
22: Arriendo.....	71
23: Costos variables.....	72
24: Depreciación de activos fijos.....	72
25: Amortizaciones.....	73
26: Gastos financieros (usd).....	74
27: Ingresos.....	75
28: Estado de resultados proyectados.....	76
29: Balance general.....	78
30: Valor neto.....	80
31: Tasa interna de retorno.....	81
32: Flujo de caja.....	82
33: Relación beneficio-coste.....	82
34: Periodo de recuperación de la inversión.....	83
35: Flujos.....	84
36: Flujos.....	84

## Índice de figuras

N° Titulo	Página
1: Parroquias de Riobamba .....	6
2: Parroquias rurales.....	7
3: Índice de desempleo .....	21
4: Inflación .....	22
5: Gastos total del gobierno general .....	23
6: Deuda bruta del gobierno general.....	23
7: Saldo de cuanta corriente .....	24
8: Inversión total (pib) .....	25
9: Limpieza mantenimiento .....	30
10: Limpieza general.....	30
11: Limpiezas específicas .....	31
12: Limpiezas especiales .....	31
13: Demanda .....	43
14: Macro localización .....	48
15: Micro localización.....	49
16: Diagrama de procesos .....	54
17: Diagrama de secuencia de trabajo .....	56
18: Estructura organizacional.....	57

## Índices anexos

N° Titulo	Página
1 Encuesta .....	92
2: Cálculo de la proyección de la demanda .....	94
3: Tabla de amortización (usd).....	95
4: Cálculos de proyección (usd).....	99

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo se desarrolló con base en las necesidades que actualmente tiene la ciudad de Riobamba con relación a la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento de oficinas y edificios.

Teniendo en cuenta que los servicios de limpieza y mantenimiento está en constante avance, y junto con él se desprende un sin fin de modelos de negocios (empresas de: inmobiliarias, seguridad privada, administración, distribuidoras de insumos, abogados para la recuperación de cartera, etc.) dedicados a la preservación de las mismas; Es evidente que el mercado es atractivo para los servicios de limpieza y mantenimiento, debido a que actualmente hay necesidades insatisfechas en el sector y un amplio campo de acción.

El objetivo principal del proyecto es desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de edificios y oficinas para la ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo.

Por lo anterior y con el propósito de fortalecer el conocimiento a través de la práctica, se diseña el proyecto para que finalmente los resultados, se centren en la aplicación de las variables investigadas, para la estandarización de la empresa y su posterior funcionamiento.

De igual manera el hecho de adquirir productos de aseo no satisface la necesidad de todas las personas que los consumen, en el mercado existen una gama completa de productos de aseo, pero que no cumplen los requerimientos mínimos para asegurar su efectividad, puesto que muchas veces son rebajados con agua y químicos solventes que le quitan potencialidad a los componentes del producto rebajando en costos. Lo que se busca como empresa es dar calidad a los productos, para que de esta forma los clientes tengan total fidelidad y confianza a la hora de adquirir los productos.

## CAPÍTULO I

### 1. Generalidades

#### 1.1. Antecedentes

Riobamba es una ciudad de Ecuador, conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Ciudad Bonita”, “Ciudad de las Primicias”, “Corazón de la Patria”, por su historia y belleza, es la capital de la provincia de Chimborazo. Se encuentra en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.754 msnm, cerca de diversos volcanes, como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

La ciudad fue fundada en 1534 cerca de la Laguna de Colta. En 1799 se trasladó hasta el lugar que ocupa hoy en día, convirtiéndose en la primera y única ciudad planificada del Ecuador. Durante un breve período, tras la fundación de la República del Ecuador, fue la capital del país.

Según datos oficiales del INEC; el censo del 2010, la ciudad, entendida como área urbana, tiene 146.324 habitantes. La superficie delimitada por el perímetro urbano es de 1150,2 km<sup>2</sup>.

##### 1.1.1. *Parroquias urbanas*

Riobamba está dividida en 5 parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes. Las cuatro parroquias nombradas en primer lugar fueron producto de la distribución de la ciudad a su llegada a la llanura de Tapi en 1797 y la parroquia de Yaruquíes fue incorporada como parroquia urbana en 1965, teniendo una separación que cada vez ha ido acortándose.

Las calles Primera Constituyente y Eugenio Espejo son los ejes vertical y horizontal que separa y conforma a las mismas.

- **PARROQUIA LIZARZABURU:** Entre las calles Eugenio Espejo y Primera Constituyente hacia el noroeste de la ciudad de Riobamba.
- **PARROQUIA MALDONADO:** Entre las calles Eugenio Espejo y primera Constituyente hacia el sureste de la ciudad de Riobamba.

- **PARROQUIA VELASCO:** Entre las calles Eugenio Espejo y Primera Constituyente hacia el noreste de la ciudad de Riobamba.
- **PARROQUIA VELOZ:** Entre las calles Eugenio Espejo y Primera Constituyente hacia el suroeste de la ciudad de Riobamba.
- **PARROQUIA YARUQUÍES:** Se encuentra ubicada al suroeste, separada de la ciudad de Riobamba por el río Chibunga.

La demografía de la ciudad entendida como área urbana del cantón de Riobamba se caracteriza por un gran crecimiento poblacional. Pasando de 83.000 habitantes en el censo de 1990 a 125.000 habitantes en el de 2001 y en el 2010 a 146.324 habitantes. Esto denota un importante crecimiento que en caso de la última década llegó a un 17%, lo que la sitúa como una de las ciudades que tienen un crecimiento importante, tomando consideración la crisis económica nacional e internacional a la que se vio envuelta. Las nuevas iniciativas que se han tomado para retomar el desarrollo, de las cuales algunas se hallan en proceso y otras en proyecto de desarrollo, impulsarán a que el ritmo de crecimiento sea mayor aún.

La ciudad más allá de su espacio de aglomeración urbana, ha creado en la actualidad un fenómeno no siempre visto en ciudades medianas, esto es convertirse en un área metropolitana, realidad más notable en ciudades grandes como Quito o Guayaquil. Los ciudadanos de Guano, Chambo, Licto, Punín, San Gerardo, entre otros que no supera un viaje superior a 10 min a Riobamba, han hecho del comercio que es una característica típica de Riobamba en las denominadas ferias, así como en trabajos comunes o educación, convierta a Riobamba en un centro de negocios, empleo, estudio, trabajo de todas estas poblaciones. Dicha población flotante del área metropolitana hace que la ciudad llegue a los 195.964 habitantes.

La población de Riobamba se ha caracterizado por su constante flujo de migración a la que se ha sometido estos han variado los índices de etnias en la ciudad.

Desde su inicio la ciudad en su fundación se compuso por descendientes de europeos y mestizos (mezcla de indígenas quichuas y europeos) poco a poco

cambió y en la actualidad la mezcla se acentuó a tal grado que aunque aún se distingue en las calles personas blancas, mestizas e indígenas, es difícil definir con exactitud los porcentajes que contienen cada uno en la ciudad, a eso se suma la inmigración que tuvo la ciudad en la última década de ciudadanos chinos, cubanos y colombianos que generaron mayor mezcla de culturas. Pero sin duda, la mayor migración llegó del resto del país, y más aún con la fundación de varias universidades en la ciudad que con el prestigio que ganaron en su calidad de estudio son los mayores aportantes a la actual población flotante de la ciudad. Actualmente se estima que cerca de 15.000 personas de fuera estudian y viven hoy en la ciudad. Otras establecieron sus negocios y vida; si bien atraídos por los precios bajos, en muchas cosas a relación de otras ciudades, como por la calma que ésta brinda a cambio del caos mayor que se enfrenta en otras, etc.

La economía de Riobamba se basa principalmente en la producción agrícola y de ella se realizan grandes ferias de productos varios días a la semana pero principalmente los días sábados en los mercados: La Merced, La Condamine, San Alfonso, Mayorista, Oriental, Santa Rosa, San Francisco y Dávalos.

Feria Ciudadana "MACAJI" creada el 1 marzo 2007 en las instalaciones del MAGAP Av. 9 de Octubre junto a la Quinta Macají, Feria Ciudadana "24 de MAYO" creada el 2 Febrero 2009 en el Parque de la misma urbe, espacios donde se practica la Economía Social y Solidaria y se entregan los productos para la alimentación a la ciudadanía directamente de los productores para los consumidores que desean obtener productos sanos, nutritivos, a pesos y precios justos, Washington Morales es el Presidente de la Red Nacional Ferias Ciudadanas.

Teniendo en cuenta el crecimiento empresarial que se ha suscitado en los últimos años en la ciudad de Riobamba, y que éstas además de brindar servicios, los requieren, nuestra consigna es crear una entidad capaz de dar a las mismas la oportunidad de destacar en sus negocios y en su bienestar laboral, la idea nace de una necesidad inherente al ser humano como es la limpieza, para otorgar salud y bienestar es una carta de presentación ante sus clientes.

Nuestro propósito es conferir una imagen institucional agradable a la vista y que haga sentir a todo el conglomerado humano satisfacción y bienestar al momento de hacer uso de las instalaciones, logrando a través de esto una mayor confianza y credibilidad de parte de los clientes, y por otro lado que los empleados tengan una comodidad mayor al laborar.

Además, al saber que pocas empresas de limpieza prestan este tipo de servicio en nuestra ciudad; la competencia no es un factor a tenerse en cuenta para la constitución de la misma.

#### **1.1.2. *Riobamba.***

Riobamba, conocida también como: “Cuna de la Nacionalidad Ecuatoriana”, “Sultana de los Andes”, “Ciudad Bonita”, “Ciudad de las Primicias”. Se encuentra en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.754 msnm, cerca de diversos volcanes, como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

Según datos oficiales del INEC del censo en el año 2010, la ciudad tiene 146.324 habitantes en su área administrativa urbana; dentro de su espacio de aglomeración, que representa el valor real de población de la ciudad, llega a 176.688 habitantes donde se incluye los barrios periféricos suburbanos como La Inmaculada, Las Abras, Corona Real, Santa Ana, El Carmen, etc., así como las localidades de Licán y San Luis. Mientras que dentro de su urbe metropolitana, que incluye a las cabeceras cantonales de Guano, Chambo, entre otros centros poblados aledaños, la ciudad alcanza los 195.964 habitantes. Por otra parte la población total del cantón del mismo nombre llega a 225.741 habitantes.<sup>1</sup> La superficie delimitada por el perímetro urbano de la ciudad es de 1150,2 km<sup>2</sup>.

#### **1.1.3. *Fundación de Riobamba.***

La ciudad de Riobamba se fundó el 15 de agosto de 1534 por Diego de Almagro, en la antigua Ciudad de Liribamba (milenaria capital de los Puruhaes) lo que hoy es Villa La Unión en el cantón Colta. Fue la primera ciudad española fundada en tierras de lo que hoy es el Ecuador. Durante la colonia fue una de las ciudades

---

<sup>1</sup> [http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB\\_iframe=true&height=530&width=1100](http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=530&width=1100). Fecha de consulta: 10 marzo 2012



más grandes y bellas de Las Américas, tenía edificios, iglesias con mucho esplendor y renombre cultural. Hasta que el 4 de febrero de 1797 un terremoto destruyó la ciudad. Año en el cual la ciudad por motivos de reconstrucción fue mudada a la actual llanura de Tapi que cumplía con las condiciones apropiadas para asentarse una reformada ciudad con calles amplias, con un trazado uniforme y planificado, así como dotaciones de servicios y más segura frente a fenómenos naturales, con una envidiable vista panorámica natural.<sup>2</sup>

#### 1.1.3.1. Clima.

El clima en Riobamba es por lo general frío y consta de dos estaciones, una húmeda y una seca. Los vientos en Riobamba pueden producir una sensación térmica de casi 0 °C en algunas épocas del año; la máxima temperatura diaria puede alcanzar los 27 °C a 29 °C, rara vez se han registrado temperaturas por mayor de los 27 °C, en septiembre de 2009 se registró una temperatura record de 29 °C.<sup>3</sup>

**Cuadro 1: Clima.**

Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
Temperatura máxima registrada (°C)	27	28	27	28	28	26	27	28	29	28	27	28	27
Temperatura diaria máxima (°C)	20	21	20	20	19	19	19	19	19	21	20	20	19
Temperatura diaria mínima (°C)	10	10	7	4	5	3	3	6	9	4	7	9	7
Temperatura mínima registrada (°C)	1	1	-2	-4	0	0	-3	-1	2	0	0	1	-1

Fuente: [www.weatherbase.com/weather/weather.php3?s=352267&refer=&units=metric](http://www.weatherbase.com/weather/weather.php3?s=352267&refer=&units=metric).

<sup>2</sup> [www.ecotravel.com/ecuador/ciudades-destinos/riobamba.php](http://www.ecotravel.com/ecuador/ciudades-destinos/riobamba.php) consultado 12 febrero 2012

<sup>3</sup> [www.weatherbase.com/weather/ weather.php3?s=352267&refer=&units=metric](http://www.weatherbase.com/weather/ weather.php3?s=352267&refer=&units=metric)

### **1.1.1. Demografía.**

La demografía de la ciudad se caracteriza por un gran crecimiento poblacional. Pasando de 83.000 habitantes en el censo de 1990 a 125.000 habitantes en el de 2001 y en el 2010 a 146.324 habitantes. Esto denota un importante crecimiento que en caso de la última década llegó a un 30%, que la sitúa como una de las ciudades que tienen un crecimiento vertiginoso, tomando en consideración la crisis económica nacional e internacional a la que se vio envuelta. Las nuevas iniciativas que se han tomado para retomar el desarrollo, de las cuales algunas se hallan en proceso y otras en proyecto de desarrollo, impulsarán a que el ritmo de crecimiento sea aún mayor. La ciudad más allá de su espacio de aglomeración urbana, ha creado en la actualidad un fenómeno no siempre visto en ciudades medianas, esto es convertirse en un área metropolitana, realidad más notable en ciudades grandes como Quito o Guayaquil. Los ciudadanos de Guano, Chambo, Licto, Punín, San Gerardo, entre otros, que no supera ninguno un viaje superior a 10 min de Riobamba, han hecho del comercio una característica típica de Riobamba en las denominadas ferias, así como en trabajos comunes o educación, convierta a Riobamba en un centro de negocios, empleo, estudio, trabajo de todas estas poblaciones. Dicha población flotante del área metropolitana hace que la ciudad llegue a los 195.964 habitantes.

### **1.1.4. Divisiones administrativas.**

#### **1.1.4.1. Parroquias urbanas**

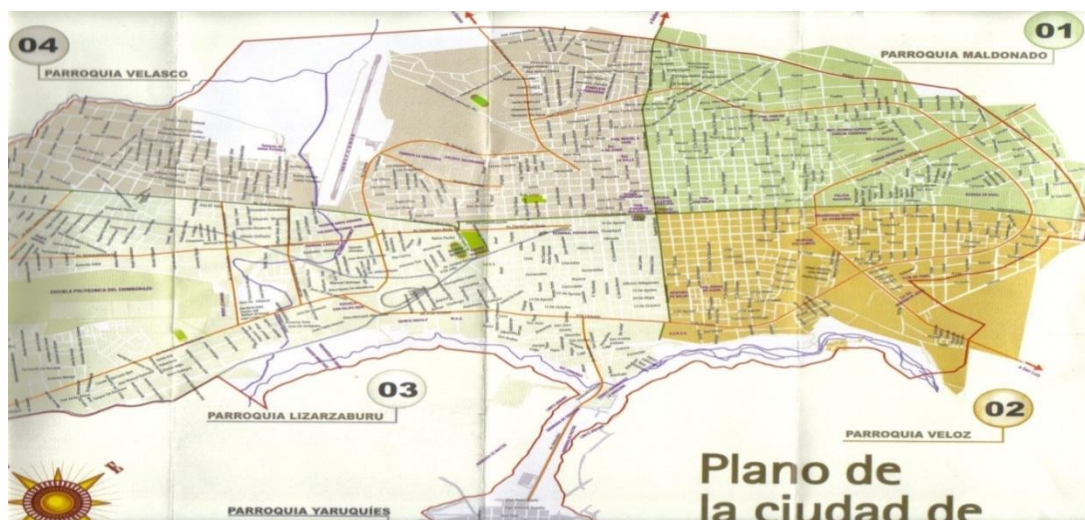
Riobamba en la actualidad está sectorizada por 5 parroquias urbanas: Maldonado, Veloz, Lizarzaburu, Velasco y Yaruquíes. Las cuatro parroquias nombradas en primer lugar fueron producto de la distribución de la ciudad a su llegada a la llanura de Tapi en 1797 y la parroquia de Yaruquíes fue incorporada como parroquia urbana en 1965.<sup>4</sup>

#### **Parroquias de Riobamba**

**Figura 1: Parroquias de Riobamba**

---

<sup>4</sup> [www.es.wikipedias.org/wiki/Riobamba](http://www.es.wikipedias.org/wiki/Riobamba)- consultado 20 febrero 2012



Fuente: Municipio de Riobamba

#### 1.1.4.2. Parroquias rurales.

Las parroquias rurales que conforman el cantón Riobamba son: Cacha, Calpi, Cubijíes, Flores, Licán, Licto, Pungalá, Punín, Químiag, San Juan, San Luis.<sup>5</sup>  
Parroquias Rurales.

**Figura 2: Parroquias Rurales**



Fuente: Municipio de Riobamba

<sup>5</sup>Gobierno autónomo descentralizado del cantón Riobamba

### **1.1.5. Economía.**

La economía de Riobamba se basa principalmente en la producción agrícola y de ella se realizan grandes ferias de productos, varios días a la semana, pero, principalmente los días sábados en los mercados: La Merced, La Condamine, San Alfonso, Mayorista, Oriental, Santa Rosa, San Francisco y Dávalos.

Sin embargo en la ciudad existe la presencia de industrias como de: cerámica, cementeras, lácteos, madereros, molineras, elaborados de construcción, turismo, ensamblaje de computadores, fabricación de hornos, techos, tuberías, entre otros. A la par de las principales ciudades del país, Riobamba ha evolucionado en la conexión a internet, existiendo en la ciudad varios proveedores locales como: Fastnet, CNT, Ecuonet y Puntonet, quienes han llevado a la ciudad a poseer una cobertura total ayudado con la expansión de enlaces Wi-Fi y demás servicios inalámbricos. A esto se suma la producción de diversos directorios y empresas de la ciudad y provincia

### **1.1.6. Educación.**

#### **1.1.6.1. Educación secundaria.**

Riobamba posee varias unidades educativas de alto reconocimiento, podemos nombrar algunas como la Unidad Educativa "San Felipe Neri" , la Unidad Educativa Salesiana "Santo Tomas Apóstol Riobamba" (STAR), el "Colegio Internacional Edmundo Chiriboga", Unidad Educativa "Jefferson", Colegio Nacional experimental Maldonado, Instituto Tecnológico Superior Carlos Cisneros, Colegio La Salle, Instituto Isabel de Godín, Instituto Superior Riobamba, Colegio Militar Combatientes de Tapi, Unidad Educativa Salesiana "María Auxiliadora", Unidad Educativa "Mariana de Jesús", Unidad Educativa "Nuestra Señora de Fátima", "Instituto Técnico Superior Padre Juan de Velasco", Colegio Piloto "Amelia Gallegos Díaz", Unidad Educativa "San Vicente de Paúl". Colegio Nacional Fernando Daquilema.etc.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> [www.laprensa.com.ec/ediciones.asp?notid=6280](http://www.laprensa.com.ec/ediciones.asp?notid=6280)

#### **1.1.6.2. Educación universitaria.**

En la ciudad existen varias instituciones de educación superior entre las principales se encuentran: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ESPOCH ubicada en la panamericana sur km 1 1/2, Universidad Nacional de Chimborazo, UNACH con sus dos campus universitarios uno ubicado en el sector de la Dolorosa y otro en la vía a Guano Km. 1 ½. En educación a distancia se destaca la Universidad Nacional de Loja, la Escuela Superior Politécnica del Ejército (ESPE), La Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) entre otras.<sup>7</sup>

#### **1.1.7. Actividad emprendedora.**

“La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta transformación estratégica ocurre adentro o afuera de organizaciones existentes, y sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio”.<sup>8</sup>

#### **1.1.8. Emprendedor.**

Un emprendedor es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles. Específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico o de otra índole. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o a alguien quien empieza un proyecto por su propia iniciativa. Se ha sugerido que el “ser emprendedor” es una de las cualidades esenciales de un empresario, junto con la innovación y la capacidad de organización y gestión.

Debemos dejar en claro que ser emprendedor y ser empresario no es lo mismo. Ser emprendedor se refiere a ser una persona que siempre busca nuevos retos, objetivos y trabaja en cumplirlos. Y el ser empresario es aquella persona que ve

---

<sup>7</sup> [www.senescyt.gob.ec/UNIVERSIDADES.pdf](http://www.senescyt.gob.ec/UNIVERSIDADES.pdf)

<sup>8</sup> <http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>

oportunidades de negocio, la lleva a cabo y busca generar sustentabilidad. Por tanto es claro que para ser empresario, se requiere ser emprendedor ya que este es el primer paso para iniciar un proyecto, pero si es emprendedor no necesariamente debe convertirse en empresario, ya que los objetivos de un emprendedor pueden ser distintos al objetivo de crear una empresa. La mentalidad emprendedora es totalmente diferente a la mentalidad de un empleado<sup>9</sup>.

#### **1.1.8.1. El emprendimiento en el Ecuador.**

El emprendimiento en Ecuador, ha tenido participación activa en la economía; fortalece el comercio en la región y se da una expansión el mercado laboral.

Las nuevas ideas de negocios generan soluciones que a corto y largo plazo se reflejarán en la mejora de nivel de vida de los ecuatorianos. Es por ello que se ha recopilado información generada por los diferentes actores sobre emprendimiento, concluyendo que los factores que motivan el inicio del mismo son: sentido de superación (16%); gusto por el trabajo realizado (14%); confianza en sí mismo (17%); apoyo familiar (15%); y, conocimiento técnico del negocio (14%).

La mayoría de emprendedores (86%) se dedican a su negocio propio, por el contrario hay emprendedores más conservadores (14%), que realizan de manera paralela otras actividades, que garanticen un flujo seguro de ingresos, hasta cuando el negocio se consolide<sup>10</sup>.

#### **1.1.8.2. Fuentes de financiamiento del emprendedor.**

Las fuentes de financiamiento más comunes que la emprendedora busca son: crédito, recursos financieros que se obtiene de amigos y familiares y a través del ahorro propio. Las microempresas en Ecuador poseen menos de 10 empleados, se estima que existen alrededor de 646.000 microempresarios; siendo la provincia

---

<sup>9</sup>“ENTREPRENEUR” en “L'Encyclopédie, (Pagina 5:732), en francés en el original: “il se dit en general de celui qui se charge d'un ouvrage: on dit un entrepreneur de manufactures, un entrepreneur de bâtimens, pour un manufacturier, un maçon. Voyez Manufacturier, Maçon.”.

<sup>10</sup><http://sandraramon.wordpress.com/2009/07/08/panorama-del-emprendimiento-en-ecuador-y-la-situación.html>

de Guayas que concentra el mayor porcentaje de microempresas (42%), seguido por Pichincha (17.6%) y Loja en décimo lugar (1.5%).<sup>11</sup>

Es importante anotar que de todos los microempresarios, el 46% ha terminado la primaria, el 42% secundaria y tan solo el 12% se ha relacionado con la educación superior. Cada microempresa genera 1.7 empleos directos, con lo cual contribuyen con el 23% del empleo nacional. Existe una tasa alta de informalidad en las microempresas en Ecuador. El 73% no cumple con todas las obligaciones tributarias, el 80% no lleva registros contables y tan solo el 14% de empresarios están afiliados al IESS.

---

<sup>11</sup><http://sandraramon.wordpress.com/2009/07/08/panorama-del-emprendimiento-en-ecuador-y-la-situacion-html>

## **1.2. Objetivos.**

### **1.2.1. Objetivo general.**

Desarrollar el proyecto de creación de la empresa FLORALIMP CIA. LTDA, con su correspondiente plan estratégico, que prestará sus servicios en el mercado local, regional y nacional.

### **1.2.2. Objetivos específicos:**

- ❖ Efectuar el estudio de mercado para demostrar la viabilidad técnica del proyecto.
- ❖ Desarrollar la estructura de gestión administrativa y financiera
- ❖ Ampliar nuestra actividad sobre la base de la filosofía en calidad y competitividad que lleve a la satisfacción de los clientes.
- ❖ Incorporar recursos humanos, materiales y tecnológicos adecuados para la optimización de nuestros servicios, minimizando los costos innecesarios a los clientes
- ❖ Generar una promoción de productos de servicios de la empresa a nivel local, regional y nacional.



### **1.3. Hipótesis.**

#### **1.3.1. General.**

La creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento de edificios y oficinas, con buena atención, variedad de productos y precios competitivos atraerá la atención de la población en la ciudad de Riobamba; lo que generará un alto rendimiento superando al costo de oportunidad.

#### **1.3.2. Específicas.**

1. Determinar la demanda para la empresa en la ciudad Riobamba.
2. El estudio técnico nos ayuda a conocer los procesos más adecuados para la empresa.
3. Un estudio legal permite mostrar los requerimientos oficiales que la ley determine, para la creación de la empresa.
4. Un estudio financiero debe exponer los posibles resultados a obtener.
5. La evaluación mediante fórmulas técnicas financieras a los resultados obtenidos, servirá para conocer la factibilidad de la empresa.

## CAPÍTULO II

### 2. Análisis de la situación actual.

#### 2.1. Análisis pest.

##### 2.1.1. *Análisis político.*

Los factores políticos son los referentes a todo lo que implica una posición de poder en nuestra sociedad, en sus diferentes niveles, que tendrán una repercusión económica.

En los factores políticos podemos observar cierta importancia de los aspectos referentes a las ideologías y partidos políticos relevantes, pues normalmente los partidos de derecha o centro-derecha tienden a favorecer a las empresas rebajando los impuestos directos, y acentuando los indirectos, de forma que esto beneficia a los empresarios y por tanto a nuestra empresa, otro aspecto selecto es el marco exterior, no nos afecta muy significativamente por el momento aunque en un futuro sí que nos podría afectar si la empresa decidiera convertirse en una multinacional y reciclar los productos electrónicos extranjeros.

En la Actualidad el Ecuador se encuentra gobernado por el Eco. Rafael Correa Delgado de ideología de izquierda, él fue elegido en las elecciones del 2006 y su posterior revalidación del cargo en la elecciones del 2009

**Hechos Positivos:** Que se han producido en estos tres años, en lo económico, político y social:

- ❖ La aprobación y vigencia de una nueva y progresista Constitución Política de la República, en reemplazo de la vieja y atrasada Constitución neoliberal.
- ❖ La finalización de la Base militar norteamericana en Manta, como una expresión de una política nacionalista y de resistencia a las órdenes del pentágono.
- ❖ El alza del bono de la pobreza de \$35 a \$50 mensuales para un millón seiscientos mil pobres e indigentes.
- ❖ El alza del bono de la vivienda a 5.000.
- ❖ El no pago del aporte de \$25 en la educación primaria.
- ❖ La entrega de uniformes y desayunos escolares a varias escuelas.

- ❖ El no pago de la consulta externa en los hospitales públicos.
- ❖ La importante inversión en obra pública como la construcción de carreteras y puentes.
- ❖ La reducción del monto del pago de la deuda externa y la utilización de esos recursos en obra pública.
- ❖ La utilización de la reserva internacional para financiar a pequeños productores.
- ❖ La inversión en el sector eléctrico para la futura construcción de centrales hidroeléctricas como Coca Codo Sinclair, Sopladora, Toachi – Pilatón.
- ❖ El proyecto de construcción de la Refinería del Pacífico; etc.
- ❖ La incorporación al ALBA, (más, el entusiasmo simulado se mostró de cuerpo entero con motivo de la inasistencia del Presidente Correa a la última reunión realizada en Cuba).

Estas y otras medidas, están bien. Apuntan a lo fundamental para atender problemas inmediatos de la población, es decir ataca a los efectos de las dificultades. Más, en ningún caso resuelven la causa de fondo de esos problemas, relacionados con la estructura misma del caduco sistema capitalista, que solamente pueden ser resueltos con una revolución verdadera.

**Hechos Negativos** en los diversos campos de la vida del país, que podemos resumir en los siguientes:

- ❖ La nueva constitución de Montecristi, siendo una constitución progresista, comparándola con la neoliberal anterior, sigue siendo una constitución del mismo Estado capitalista imperante y es aplicada por el gobierno sólo cuando le conviene.
- ❖ La continuidad del bono de la pobreza es un instrumento, como una limosna cristiana de un dólar diez centavos diarios, que el Estado da a un millón seiscientos mil para eternizarlos en su condición precisamente de pobres a indigentes. Como dice Correa, “Prohibido olvidar” que este bono de la pobreza, ahora peluconamente llamado “bono de desarrollo humano” es una medida neoliberal, impuesta hace 10 años por el nefasto gobierno de Jamil Mahuad, en cumplimiento de las políticas económicas del Banco Mundial, dirigido por EE.UU.

Los ecuatorianos no necesitan para vivir humillantes limosnas cristianas, necesitan trabajo y salarios dignos.

- ❖ Aumento de la emigración. Todos los días el número de ecuatorianos que emigran al exterior crece, por falta de oportunidades en nuestro país.
- ❖ El costo de la vida sube todos los días. Está por “las nubes”, creciendo con ello las necesidades y angustias de las familias ecuatorianas.
- ❖ Los sueldos y salarios siguen “por los suelos”, con un básico de \$318, que no llega ni a la mitad del costo de la canasta familiar que está en \$559.41. La gran conquista laboral de la gente ha sido reducida a mantener el puesto de trabajo a como dé lugar, aunque sea con ese salario de miseria.
- ❖ La toma de los fondos del IESS para cubrir gastos del Estado y pagar la deuda externa, en perjuicio de la atención de los afiliados que son los dueños de esos fondos.
- ❖ La crisis agropecuaria generada por el neoliberalismo sigue igual o peor que antes. Los centenares de miles de trabajadores del agro, en la costa, sierra y Amazonía, siguen hundidos en el abandono, sin tierra para trabajar; unas veces sin riego, víctimas de la sequía, y otras veces víctima de las inundaciones; sin el crédito necesario y ventajoso; sin las semillas mejoradas ni el asesoramiento técnico, sin precios justos para sus productos. Las medidas del gobierno, como los tragicómicos “kits agropecuarios”, son ofensivas limosnas cristianas para el agro que no han resuelto absolutamente nada.
- ❖ La represión del gobierno contra el pueblo. El desconocimiento de los derechos de los trabajadores, indígenas, montubios, jubilados, maestros, universidades, etc., y la cuenta represión policial y militar, lanzada contra el pueblo en Dayuma y Morona, con la muerte del indígena Bosco Vizuma, los despidos intempestivos a los trabajadores y dirigentes sindicales de PETROECUADOR, demuestran que la violencia del Estado y su gobierno, es contra el pueblo. No existe NI UN SOLO BANQUERO NI OLIGARCA LADRÓN PRESO.
- ❖ La delincuencia y la inseguridad ciudadana aumenta sin freno, en medio del desempleo y la crisis. La mayor inversión en más armas y policías no da ni dará resultados efectivos, porque el gobierno no parte del criterio justo de que a la

delincuencia se la combate ante todo dando trabajo y buenas condiciones de vida a la gente y no toma las medidas correctas y necesarias para que así sea.

- ❖ El petróleo sigue en manos de las transnacionales. En materia petrolera, los millonarios y vende contratos petroleros, impuestos por los gobiernos de la partidocracia corrupta de Febres Cordero, Sixto Durán, Bucaram, Mahuad, Noboa, Gutiérrez, siguen vigentes, intocados. Lo que es más, han sido dolosamente renovados en términos que violan la nueva constitución. Así, el gobierno está asegurando los multimillonarios negociados de las multinacionales petroleras, que siguen llevándose el 80% de la producción petrolera y dejando al Ecuador, que somos los dueños, el mismo 20% establecido por los anteriores gobiernos corruptos.
- ❖ La Amnistía a delitos comunes, dada por la Asamblea Constituyente a conocidos funcionarios corruptos como el ex – Presidente Gustavo Noboa, “padre espiritual” de los hermanos Correa según el hermano mayor Fabricio fue gestionado personalmente por el propio Presidente Rafael Correa, según sus propias declaraciones.
- ❖ La corrupción sigue anidada en Carondelet. A ese vergonzoso indulto se suman los múltiples escándalos de actos de corrupción por millones, especialmente en el sector petrolero. Están las manipulaciones y violaciones legales que rodean la entrega, por parte del gobierno, del campo petrolero Palo Azul a las chequeras de los banqueros prófugos Isaías, con una pérdida para el pueblo de \$350 millones por año. El negociado millonario a la empresa IVAN HOE, ordenado personalmente por el Presidente Correa, la entrega del campo Sacha que debe ser explotado exclusivamente por PETRO-ECUADOR. Está el reciente escándalo relacionado con la explotación o no del ITT, que motivó la renuncia del ex – Canciller Fander Falconí, que se suma a la separación anterior de Alberto Acosta, dos altos dirigentes del Proyecto de gobierno, que ha sido abandonado por el Presidente Correa, según la denuncia de ellos. “Prohibido olvidar” que Rafael Correa fue testigo de honor en Brasilia, en Marzo del 2007, de la firma del memorándum de entendimiento entre PETRO-ECUADOR Y PETROBRAS, mediante el cual se le entregaba a dedo la explotación del ITT a PETROBRAS, en clara violación de la Ley de Hidrocarburos.

- ❖ La rebelión de los policías el 30 de Septiembre del 2011<sup>12</sup>

## ANÁLISIS LEGAL.

Alternativas para la Constitución de la Empresa y sus ventajas

### Cuadro 2: Alternativas Legales.

Alternativas Legales	Ventajas
<b>Compañía de Responsabilidad Limitada</b>	<p>El titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, tendrá la potestad de suspender el uso de la razón social en el caso que existiera el riesgo de confusión con alguna otra empresa por el uso similar de algún signo.</p> <p>Puede constituirse con un mínimo de dos socios y un máximo de quince.</p> <p>Para su constitución se requiere un capital de \$ 400 (Cuatrocientos dólares)</p> <p>Las aportaciones pueden consistir en numéricas (dinero) o en especies (bienes).</p> <p>Pueden intervenir personas naturales o jurídicas</p>
<b>Compañía de Responsabilidad Limitada</b>	<p>No tiene personería jurídica.</p> <p>Se realiza a través de mutuo acuerdo entre las</p>

<sup>12</sup>CONNOTACIÓN

EL ECUADOR UN PAÍS QUE HA SIDO INESTABLE POLÍTICAMENTE DURANTE LOS ÚLTIMOS GOBIERNOS AHORA CON UNA GOBIERNO DE IZQUIERDA QUE HA CAMBIO LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA Y LEYES REGLAMENTOS EN SU AFÁN DE OBTENER EL PODER.

<p><b>Sociedad de Hecho</b></p>	<p>partes, ya sea de bienes, servicios o proveedor de la materia prima.</p> <p>No se constituye por escritura pública y los derechos que adquiera y las obligaciones que contraiga se entienden a cargo de todos los socios de hecho.</p> <p>La administración y liquidación se hace como acuerden los socios.</p>
<p><b>Empresa Unipersonal</b></p>	<p>Cuando una sociedad se disuelva por la reducción del número de socios a uno, podrá, sin liquidarse, convertirse en Empresa Unipersonal.</p> <p>El Estatuto Tributario establece que para efectos impositivos, a las empresas unipersonales, se les aplicará el régimen previsto para las sociedades de responsabilidad limitada.</p> <p>Puede estar destinada a una o varias actividades de carácter empresarial.</p> <p>Surge del resultado de la conveniencia de una persona jurídica.</p> <p>Su constitución puede ser indefinida.</p>

Todas las grandes y pequeñas empresas de personería natural o jurídica están obligadas a constituirse ante los diferentes organismos del Estado Ecuatoriano

para ser reconocido legalmente, y así pueda ejercer su actividad comercial, productiva o de servicios de manera lícita. En el Ecuador se forman diferentes tipos de compañías reconocidos por el Estado Ecuatoriano previo a los requerimientos necesarios legales pertinentes para iniciar las actividades ya establecidas dentro del marco legal.

Para el funcionamiento de nuestro negocio en la ciudad de Riobamba, hemos estimado constituir una Sociedad de Hecho. Consideramos que los requisitos dispuestos a continuación son indispensables para constituir una empresa, en nuestro caso como Sociedad de Hecho para nosotras es necesaria e indispensable, la obtención de la patente otorgada por el Municipio, el RUC emitida por el Servicio de Rentas Internas (SRI), y la afiliación a la Cámara de Comercio correspondiente a fin a nuestra actividad comercial.

#### **2.1.1.1. Sociedad de hecho.**

Es un tipo de sociedad o forma asociativa amorfa cuya existencia no está subordinada al cumplimiento de ninguna formalidad por lo no tanto personería jurídica.

#### **2.1.1.2. Requisitos para la Constitución.**

Se constituye por acuerdo entre las partes en el que se obligan a aportar dinero, trabajo u otro tipo de bienes para explotar una actividad comercial, con el ánimo de repartirse entre sí las utilidades, pero no se constituye por escritura pública, los derechos que adquiera y las obligaciones que contraiga se entienden a cargo de todos los socios de hecho.

Por no ser persona jurídica, las estipulaciones pactadas producen efecto solamente entre las partes y no se pueden oponer estas a terceros. Además no procede su matrícula en el registro mercantil. Por el contrario, si las personas que integran la sociedad de hecho realizan actividades mercantiles, los socios deben efectuar su matrícula mercantil como persona natural y el registro del establecimiento de comercio.

La responsabilidad de los socios es solidaria e ilimitada por las operaciones celebradas; la administración y liquidación se hace como acuerden los socios. Los



asociados pueden pedir en cualquier tiempo la liquidación y los demás están obligados a proceder a ella.

Trámites Locales.- Los trámites locales de los cuales requieren las comercializadoras para iniciar sus actividades legalmente son los siguientes: permisos de bomberos, funcionamiento, medio ambiente, RUC, patente y pago de tasa de trámite municipal Uso de Suelo.

### 2.1.2. Análisis económico.

La economía ecuatoriana se ha caracterizado por implementar una política expansiva del gasto público desde el 2007, esta política si bien ha generado crecimiento económico (salvo en el 2009) y recuperación del ingreso per cápita, no ha sido efectiva para disminuir los niveles de desempleo que se han mantenido entre el 7% y el 8%, más bien empujó a la demanda interna de tal forma, que se incrementó el consumo de productos importados, lo que afecta a la balanza comercial y a la cuenta corriente que cada año son más negativas.<sup>13</sup>

**Figura 3: Índice de desempleo**



<sup>13</sup>CONNOTACION

LO DIFÍCIL QUE ES CREAR UNA EMPRESA DEBIDO AL EXCESO DE TRÁMITES E INCOMPETENCIA DE LOS REPRESENTANTES DEL SECTOR PÚBLICO ADEMÁS DEL CONSTANTE CAMBIO DE LEYES Y REGLAMENTOS.

El aumento de la demanda interna por encima de la producción interna, junto al alto valor de los productos agrícolas y materias primas en el mundo, también inciden en que el nivel de precios observado en la economía ecuatoriana sea ligeramente alto al ubicarse en 4,9% hasta noviembre 2011, y que para 2012 se espera alcance 5,14%

**Figura 4: Inflación**



Para 2012 se espera que el gasto público se ubique alrededor de USD 27 mil millones, tres veces más que los USD 9 mil millones observados en 2006, lo que supone un déficit fiscal de alrededor de USD 4 mil millones (7% del PIB). Este déficit deberá financiarse principalmente con deuda externa, si bien el nivel de deuda de la economía ecuatoriana (20% del PIB) no es demasiado alto frente al de otras naciones, el reto en el 2012 consistirá en encontrar prestamistas dada la volatilidad de los mercados y la situación económica mundial.

**Figura 5: Gastos total del Gobierno general**



La balanza de pagos mide la entrada y salida de divisas del país, se compone de la cuenta corriente más la cuenta de capital, con una cuenta corriente cada vez más negativa, la deuda externa es necesaria también para equilibrar la balanza de pagos. Si no se logra cubrir el déficit de cuenta corriente, la salida de divisas generará una pérdida de reservas que pueden debilitar la solidez de la dolarización en la economía.

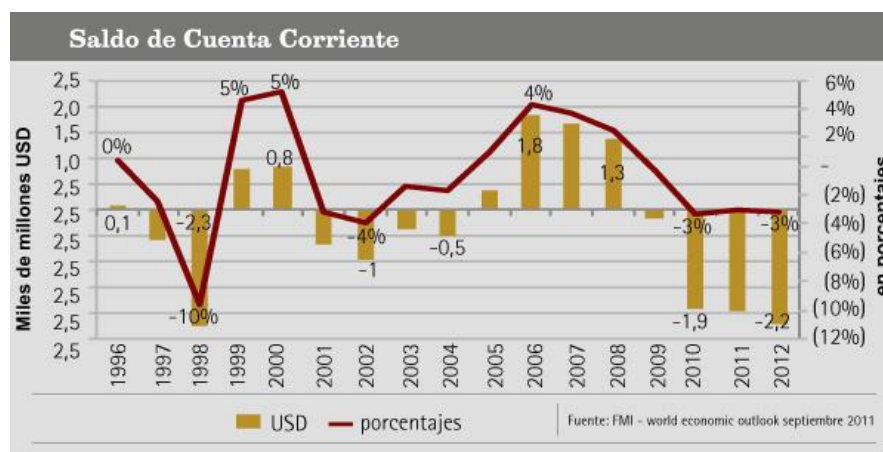
**Figura 6: Deuda Bruta del gobierno general**



Es por esta razón que el gobierno ecuatoriano, está tomando medidas para evitar la salida de divisas y proteger la balanza de pagos, de esta forma se incrementó

el impuesto a la salida de capitales y se han planteado impuestos y aranceles para productos importados.

**Figura 7: Saldo de Cuenta Corriente**



Bajo este contexto se desarrollará la actividad económica durante 2012. Donde adicionalmente a la deuda externa, se necesitará mantener la inversión extranjera que entró durante el 2011 y que permitió la recuperación de la economía ecuatoriana que se espera reporte un crecimiento para el 2011 del 5,8% de acuerdo al FMI y de 6,50% de acuerdo al BCE.

El PIB es resultado del nivel de consumo, gasto público, inversión, exportaciones e importaciones que mantiene la economía en un periodo determinado de tiempo. En base a información anual sobre la evolución del PIB, se observa que el consumo es la variable que mayor importancia tiene dentro del PIB al mantener una participación del 65% (promedio anual, periodo 1965-2011), por tanto es una variable de gran relevancia para el análisis y estimación de la actividad económica.

**Figura 8: Inversión total (PIB)**



De acuerdo a las previsiones macroeconómicas del BCE se estima que el consumo final de los hogares alcanzará los USD 47,2 mil millones en el 2012, mientras que el consumo del gobierno superará los USD 8 mil millones.

Sin embargo, es importante considerar la situación del sector externo, tanto el BCE como el MEF en su programación cuatrianual estiman que se mantendrá un déficit de balanza comercial, dado por un mayor crecimiento de las importaciones (3,96% con respecto a 2011) sobre las exportaciones (2,95%). De acuerdo al BCE la balanza comercial se ubicará en –USD3351 millones de dólares del 2000.

Al incluir estas consideraciones, en un modelo econométrico, la Unidad de Análisis Económico de Corporación EKOS estima que el PIB tendrá un crecimiento en el año 2012 entre el 4,5 y 4,7%, sin embargo la proyección oficial del BCE y MEF se encuentra en 5,35%, tasa de crecimiento que además de encontrarse influenciada por las variables anteriormente descritas también está relacionada al crecimiento esperado de la inversión o FBKF en el país de 5,33% para 2012.

El FMI en cambio mantiene una expectativa de crecimiento para el 2012 del 3,8%, lo que corresponde a un PIB nominal de USD 71,6 mil millones, así se alcanzará un ingreso per cápita de la población de USD 4 700, lo que equivale a un ingreso per cápita anual de USD 8 600 dólares medidos en términos de poder de paridad de compra.

De esta manera pese a que se espera una desaceleración respecto al crecimiento observado en el 2011, la economía ecuatoriana continuará creciendo durante el 2012, a niveles similares al de los demás países de América Latina. Los riesgos que afronta la economía están planteados en el sector externo y en la salida eventual de capitales. La inflación esperada también es similar al de los países latinoamericanos y se explica por la continuidad de las políticas de expansión del gasto público y por el aumento en el precio de los commodities a nivel mundial.

De esta forma se espera que se mantengan altos los precios de los productos de exportación como el petróleo, banano, camarón y flores, que fluctuarán entre los niveles observados durante 2011.

## **2.2. Análisis interno.**

### **2.2.1. *Características del servicio.***

En este proyecto se describe la creación de una empresa cuya actividad es ofrecer servicios de mantenimiento y limpieza para la ciudad de Riobamba. El servicio debe prestarse respetando en todo momento la integridad y derechos de los consumidores.

El servicio que se oferta no requiere de una formación académica, ni de algún tipo de título específico, aunque es necesario poseer conocimientos prácticos en lo que se refiere al mantenimiento y limpieza de casas, edificios y oficinas.

En los momentos actuales ya no es sólo el hombre quien introduce los ingresos económicos en el hogar si no que esta labor se convierte en un trabajo de pareja, es decir; hombre y mujer.

La presión en la cual conviven las parejas debido al trabajo y al cuidado de los hijos, es cada vez mayor; debido a esto las empresas dedicadas al servicio de mantenimiento y limpieza de oficina se muestran como una opción en la cual los padres de familia pueden de una u otra manera cubrir sus necesidades de limpieza.

Los clientes a los que irán dirigidos estos servicios de mantenimiento y limpieza para la ciudad de Riobamba son: particulares y generales.

- ❖ Clientes particulares, generalmente familias.

Los servicios generales:

- ❖ Ayuda, a la limpieza de las oficinas y edificios de la ciudad.
- ❖ La necesidad de poner en orden la oficina para algún tipo de compromiso formal.
- ❖ Limpieza profesional y segura para las oficinas y edificios.
- ❖ Servicios de limpieza en general de la vivienda y oficinas.

Una vez finalizado el servicio se entregará la factura detallada y una encuesta para medir el nivel de satisfacción del cliente ante el servicio brindado.

Como visión de futuro se podría ampliar los servicios hasta conseguir y ofrecer un servicio de limpieza integral, por ejemplo:

- ❖ Locales comerciales.
- ❖ Garajes
- ❖ Limpieza general de vidrios para edificios.
- ❖ Limpieza en seco de alfombras.
- ❖ Mantenimiento de jardines
- ❖ Mantenimiento integral de piscinas.
- ❖ Pinturas de interiores y exteriores.

El desarrollo de la actividad que ofrece nuestra empresa se realizará fuera de ella, generalmente en el domicilio del cliente.

## **CAPÍTULO III**

### **3. Estudio de mercado.**

Dentro de la actividad productiva y comercial de bienes y servicios, existen factores que influyen en la realización de un proyecto como son: el cliente, la competencia, los precios, la comercialización; la cual abarca la recolección, registro, procesamiento y análisis de información, que al interpretarse servirá para descubrir oportunidades y reducir los riesgos en la toma de decisiones.

En el análisis del consumidor se busca identificar sus preferencias, hábitos de limpieza, mantenimiento y necesidades insatisfechas, a fin de obtener un perfil en el cual se pueda basar la estrategia comercial para conocer la necesidad e importancia que tienen los clientes al momento de adquirirlos.

El estudio de la competencia es fundamental, debido a que la estrategia de ventas que se utiliza debe ser analizada para aprovechar sus ventajas y evitar las desventajas, así mismo el estudio del precio, de la distribución, y de los servicios adicionales que generan un valor agregado al proyecto constituyen puntos claves para el resultado de la evaluación.

Crear una empresa dedicada al servicio de limpieza y mantenimiento de oficinas y edificios nace de la necesidad que tienen las personas que habitan en la ciudad de Riobamba, debido a que en este lugar no se puede encontrar varias empresas que presten este servicio, con precios no competitivos y con falencias en la atención.

El propósito de la empresa se enfocará en satisfacer las necesidades de las personas que requieren de este servicio, otorgándoles buena atención, variedad y calidad en los productos, ambiente agradable, seguridad, y precios que cuiden su economía.



### **3.1. Objetivos.**

#### **3.1.1. General.**

Determinar las necesidades actuales y futuras del mercado objetivo, así como sus perfiles y las posibles empresas que ingresarían a la oferta de los productos de servicio, limpieza y mantenimiento.

#### **3.1.2. Objetivos específicos.**

- ❖ Establecer el grado de aceptación que tendría una nueva empresa
- ❖ Conocer cuáles son las expectativas que tienen en cuanto al nuevo servicio.
- ❖ Identificar en qué tipo de demanda se encuentra este producto.
- ❖ Definir los precios que los compradores estarían dispuestos a pagar.
- ❖ Determinar la competencia existente en la ciudad.
- ❖ Determinar la oferta total.
- ❖ Determinar la demanda insatisfecha.

### 3.1.3 Justificación.

#### 3.1.3.1 Mercado.

Se entiende como mercado, al área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

En algunos mercados los compradores y vendedores se encuentran frente a frente, pero la proximidad física no es un requisito imprescindible para conformar un mercado

La cartera de servicios con la que pretenden operar es la siguiente:

- ❖ **Limpiezas de mantenimiento:** Limpieza interior de todo tipo de edificios, oficinas, fábricas, comercios, bloques residenciales y comunidades de vecinos.

**Figura 9: Limpieza mantenimiento**



- ❖ **Limpiezas generales:** Limpiezas puntuales derivadas de una situación particular, habitualmente relacionadas con el sector de la construcción: limpieza de obra nueva, reformas de locales, inauguraciones, fiestas, locales de ocio, garajes.

**Figura 10: Limpieza general**



- ❖ **Limpiezas específicas:** Suelos, cristales, conductos aireación, chimeneas, hornos, calderas.

**Figura 11: Limpiezas específicas**



❖ **Limpiezas especiales:** Fachadas, desinfección, desratización, fumigaciones.

**Figura 12: Limpiezas especiales**



### **3.1.4 Segmentación del mercado.**

La segmentación del mercado se define como el procedimiento de dividir un mercado en distintos subconjuntos de consumidores que tienen necesidades o características comunes y de seleccionar uno o varios segmentos para llegar a ellos mediante una mezcla de marketing específica.<sup>14</sup>

La segmentación del mercado permite promover de una forma más eficaz el servicio, canales y programas de comunicación sólo al consumidor específico.<sup>15</sup>

Si bien es cierto, el comportamiento del consumidor suele ser demasiado complejo como para explicarlo, la segmentación permitirá mediante sus dimensiones alcanzar segmentos en los que encajen consumidores con necesidades semejantes, así el producto en general va destinado para todo el público de la ciudad de Riobamba sin embargo de manera primordial se concentra una gran parte de mercado en el sexo femenino, donde es importante

<sup>14</sup>Comportamiento Del Consumidor Autor León G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk Pág. 50

<sup>15</sup> Fundamentos de Marketing Autor Philip Kotler, Gary Armstrong Pag. 237

segmentar el mercado de la siguiente manera considerando las siguientes variables:

- ❖ **Demográficas:** Esta es la variable utilizada con mucha frecuencia, pues casi siempre está relacionada con la demanda y es fácil de medir.
- ❖ **Nivel de Ingresos:**
  - Alto
  - Medio
  - Bajo
- ❖ **Geográficas:** El proyecto tomará como segmento la población de la Provincia de Chimborazo, Cantón Riobamba.
  - Instituciones.
  - Empresas públicas.
  - Empresas privadas.
  - Oficinas de profesionales.
  - Pequeños negocios.

#### **3.1.4.1 Descripción del perfil del cliente.**

La empresa está principalmente enfocada a pequeñas empresas y oficinas, no descarta tener otro tipo de clientes si surge la oportunidad.

##### **3.1.4.1.1 Clasificación del cliente.**

- ❖ **Pequeños clientes.** Estos clientes acuden principalmente por motivos de cercanía para solicitar servicios relacionados con la de limpieza general de sus, oficinas o pequeño negocio.
- ❖ **Grandes clientes.** Se trata de empresas o entidades que utilizan en gran medida los servicios de limpieza y mantenimiento (las entidades bancarias, industrias, centros comerciales, instalaciones deportivas, centros sanitarios, etc.). Es importante conseguir que la empresa se abra un espacio en este tipo de mercado, ya que permite mayores volúmenes de facturación y la seguridad de unos ingresos.
- ❖ **Empresas de construcción.** Estas empresas pueden solicitar los servicios para realizar la limpieza de fin de obra.

❖ **Administraciones públicas.** Algunas administraciones públicas contratan los servicios de limpieza a través de concursos o licitaciones. Los emprendedores consideran proponerse la captación de este tipo de clientes como opción para el futuro. En el caso de que finalmente acaben teniendo algún cliente de este tipo, buscarán financiación para las posibles demoras que pudieran surgir en los cobros.

En general, el consumidor al que va a dirigir la empresa se caracteriza por ser altamente exigente en lo que se refiere a calidad del producto, de manera que el cliente se sienta conforme con la prestación del servicio.

En la Empresa, el cliente es lo primero; sus deseos, expectativas y requerimientos constituyen el soporte fundamental, porque en sí se trata de cubrir en su totalidad posible, sus necesidades tratando de alcanzar la satisfacción mutua esto se lo realiza mediante una atención personalizada, en el que se recoja quejas, dudas, inquietudes y sugerencias.

#### 3.1.4.2. La muestra

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

Donde.-

N= universo de estudio

P=0.5 probabilidad de ocurrencia del evento

Q= 0.5 probabilidad de no ocurrencia del evento

e= 8% margen de error

k= 1.75 margen de probabilidad

n=muestra

**Cuadro 3: La Muestra**

<b>N</b>	<b>P</b>	<b>Q</b>	<b>e</b>	<b>K</b>	<b>N</b>
1221	0,5	0,5	0,08	1,75	85,7290821

**Fuentes:** Directa

**Elaborado:** Autoras

$$n = \frac{(0.5 * 0.5)1221}{(1221 - 1) \left( \frac{0.08}{1.75} \right)^2 + 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{(0.25)1221}{(1220)(0.0020898) + 0.25}$$

$$n = \frac{305.25}{2.54955102 + 0.25}$$

$$n = \frac{305.25}{2.79955102}$$

$$n = 109$$

### **Interpretación de datos.**

El instrumento empleado para determinar la factibilidad del negocio propuesto es la encuesta, la misma que fue aplicada a los sectores urbanos norte, centro y sur de la ciudad de Riobamba, sin llegar a la zonas periféricas, teniendo como objetivo lograr difundir nuestro servicio a la mayor cantidad de personas en la ciudad de Riobamba y de esta forma generar una recordación de la empresa y el servicio que se busca crear.

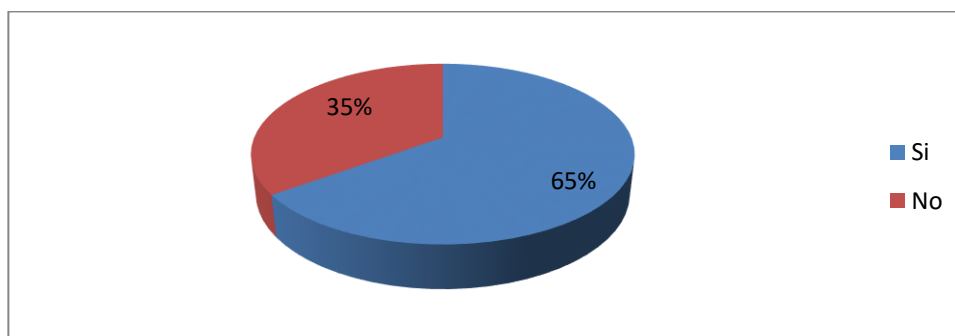
La población que corresponde al grupo objetivo al que está dirigido el proyecto se relaciona en:

Este análisis se realizó bajo la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, para efecto de la recolección de información, se tomará una muestra correspondiente a habitantes de zonas urbanas que se caractericen por estar formadas por familias con mayor poder adquisitivo o capacidad económica para acceder a los servicios ofrecidos.

### 3.1.4.3 Tabulación de resultados de las encuestas.

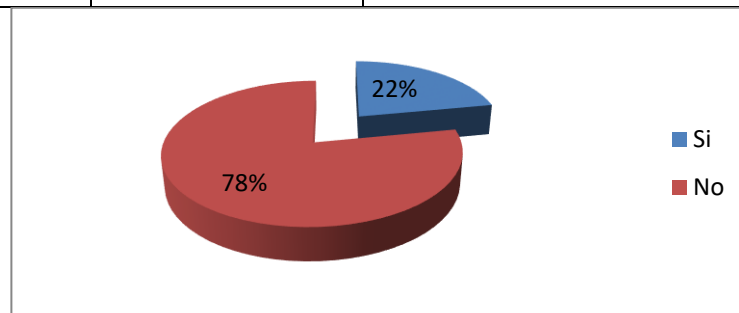
**Cuadro 4: Tabulación de la encuesta**

1.- ¿Le gustaría a usted que exista una empresa que se encargue del mantenimiento y limpieza de su empresa y/o oficina?		
Si	71	65%
No	39	35%



Los datos arrojaron que a 71 sí les gustaría que exista una empresa que se encarguen del mantenimiento de limpieza de su empresa y/o oficina esto equivale a un 65% del total. Y 39 empresas respondieron que no, siendo un equivalente al 35%.

2. ¿Conoce usted si en la ciudad de Riobamba existen empresas que brinde estos servicios?		
Si	24	22%
No	85	78%



De las encuestadas se obtuvo que, 24 sí conocen que existen empresas que presten estos servicios que esto equivale a un porcentaje del 22% del total. Y 85 empresas respondieron que no, siendo un equivalente al 78%.

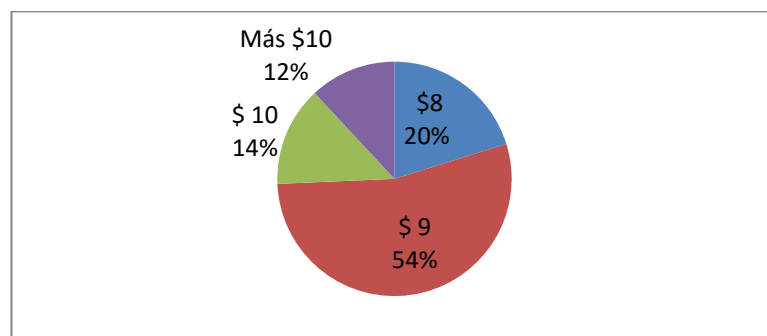
3.- ¿Qué frecuencia le gustaría recibir el mantenimiento y limpieza?		
Una vez a la semana	53	48%
Dos veces a la semana	15	14%
Una vez al mes	10	9%
Dos veces al mes	28	26%
Todos los días	3	3%





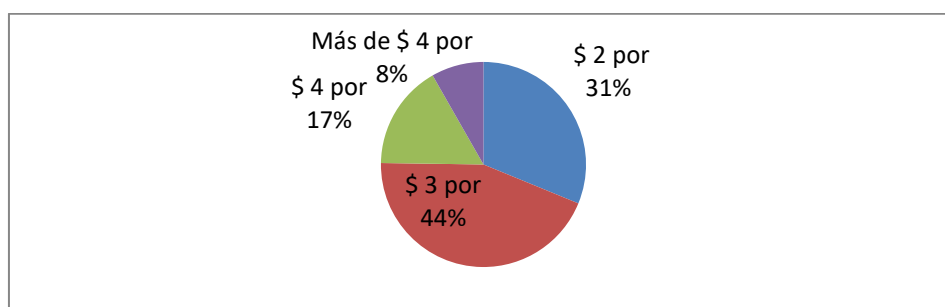
Se determinó que a 53 les gustaría recibir mantenimiento y limpieza una vez por semana equivalente a un porcentaje del 48%; el 14% probaría este servicio dos veces a la semana; el 26% recibiría el servicio de limpieza y mantenimiento dos veces al mes y un porcentaje menor que equivale al 3% les gustaría recibir este servicio todos los días.

4.- ¿Qué superficie tiene su oficina/ pequeño negocio?		
8m <sup>2</sup>	22	20,18%
9m <sup>2</sup>	59	54,13%
10m <sup>2</sup>	15	13,76%
Más \$10	13	11,93%



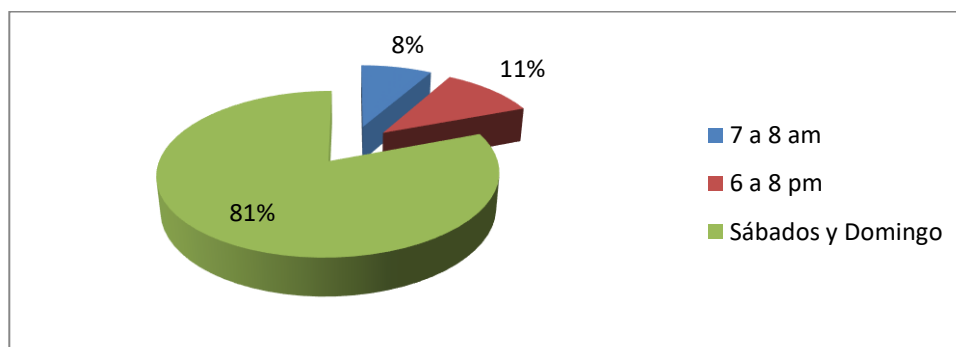
De las empresas encuestadas, la mayor parte de oficinas o pequeños negocios tiene una superficie de 9m<sup>2</sup> que equivale al 54,13% y con un porcentaje del 11,93% el espacio es de más de 10m<sup>2</sup>.

<b>5.- ¿Qué precio le gustaría pagar por la limpieza?</b>		
\$ 2 por m <sup>2</sup>	34	31.19%
\$ 3 por m <sup>2</sup>	48	44,04%
\$ 4 por m <sup>2</sup>	18	16,51%
Más de \$ 4 por	9	8,26%



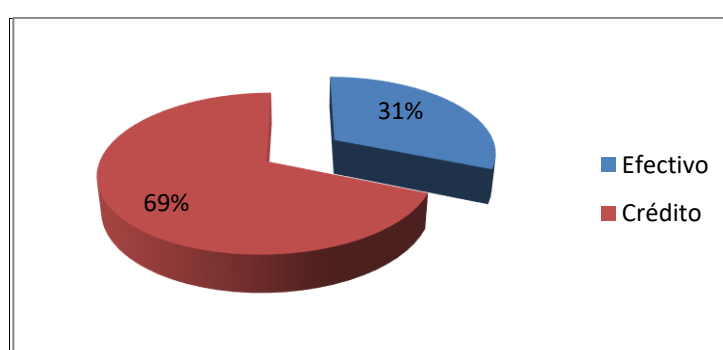
Tenemos un porcentaje alto equivalente al 44,04% que les gustaría que el precio por limpieza fuera de \$ 3,00 y con porcentaje del 8.26% que el precio fuera de más de \$ 4,00.

<b>6. ¿En qué horario le gustaría que se hiciera la limpieza?</b>		
7 a 8 am	7	8%
6 a 8 pm	3	11%
Sábados y Domingo	87	81%



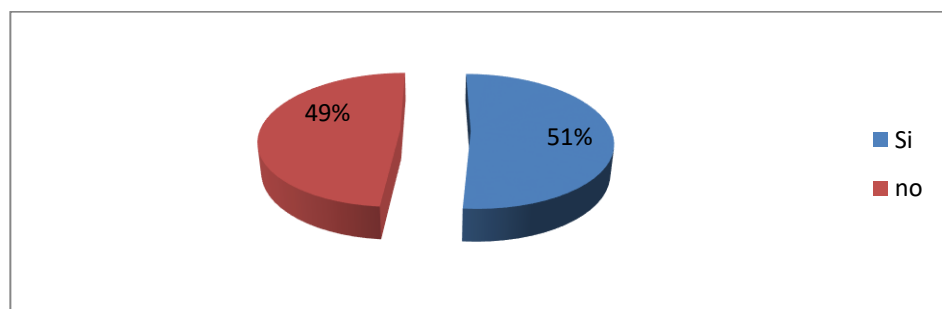
Mayoría prefieren que la limpieza fueran los días sábados y domingos ya que tenemos un porcentaje del 81% y con un porcentaje menor que es del 8% les gustaría que fuera en un horario de 7 a 8 horas pm. Ya que a esas horas estarían sin clientes en el caso de oficinas y en el caso de las casas a esas horas llegan a sus hogares.

7. ¿Qué forma de pago le gustaría realizar por el servicio?		
Efectivo	13	31%
Crédito	84	69%



El tipo de financiamiento que prefieren es el siguiente, al 69% les gustaría cancelar a crédito el servicio de limpieza y mantenimiento mientras que al 31% cancelar en efectivo.

8. ¿Le gustaría que se utilicen productos de limpieza amigables con el medio ambiente sin importar que tenga que pagar más?		
Si	13	31%
no	84	69%



El estudio arroja que al 51% les gustaría que para la limpieza y mantenimiento se utilice productos amigables con el medio ambiente y el 49% no les gusta que utilicemos esta clase de productos.

### 3.1.5 Demanda

La demanda es considerada como la conducta seguida por los compradores en un mercado para la adquisición de un bien o servicio de acuerdo con sus gustos, pero limitados por sus ingresos al momento de realizar la transacción en un período dado.

Hay una serie de factores determinantes de las cantidades que los consumidores desean adquirir de cada bien por unidad de tiempo, tales como la preferencia, la renta o ingresos en ese período, los precios de los demás bienes y sobre todo el precio del propio bien en cuestión.

El principal propósito que se persigue es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

### 3.1.5.1 Demanda

Los datos que se obtienen en relación a la demanda provienen de datos de la municipalidad de Riobamba:

**Cuadro 5: Demanda**

Instituciones	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Empresas y pequeños negocios	300	320	330	335	347	294	343
Oficinas	500	510	525	545	668	878	878
Total	800	830	855	890	1015	1172	1221

**Fuentes:** Municipio de Riobamba

**Elaborado:** Autoras

### 3.1.5.2 Proyección de la demanda

Para el estudio de la proyección de la demanda, es importante tomar en consideración o partir del comportamiento de la demanda histórica para el cálculo futuro así tenemos:

#### CÁLCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

**Cuadro 6: Cálculo De La Proyección De La Demanda**

AÑOS		X	DEMANDA	X <sup>2</sup>	X.Y
2006		-2	800	4	-50,500
2007		-1	830	1	-27,775

2008		0	855	0	0
2009		1	890	1	33,608
2010		2	1015	4	73,392
2011		3	1172	9	39784
2012		4	1221	16	42872
		$\sum x = 0$	$\sum y = 4390$	$\sum X^2 = 10$	$\sum X.Y = 490$

**Fuentes:** Municipio de Riobamba

**Elaborado:** Autoras

### 3.1.5.1 Demanda Actual

**Cuadro 7: Demanda**

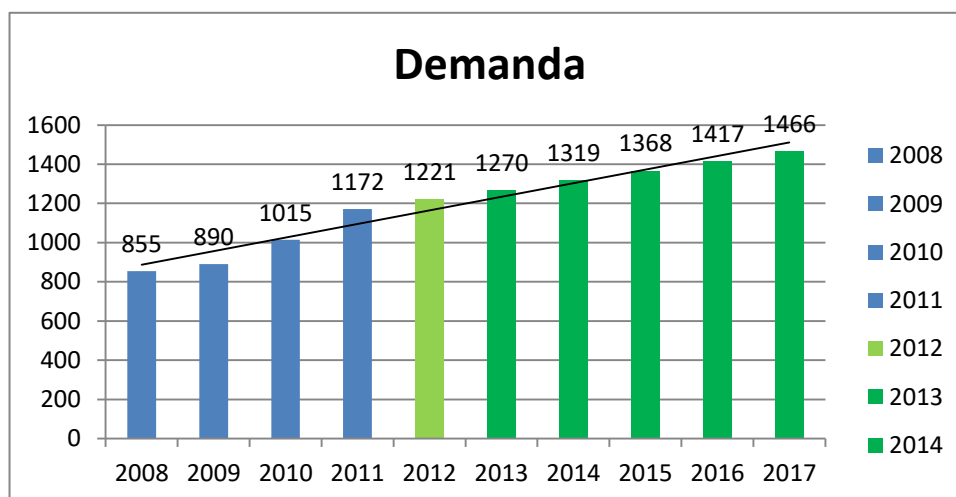
<b>Años</b>	<b>Demanda Organizaciones</b>
2008	855
2009	890
2010	1015
2011	1172
2012	1221
2013	1270
2014	1319
2015	1368
2016	1417
2017	1466

**Fuentes:** Cálculo de la proyección de la demanda

**Elaborado:** Autoras

Basado en las proyecciones podemos notar que para el 2012 existían 1221 organizaciones a los cuales les podemos ofrecer nuestros servicios.

**Figura 13: Demanda**



### 3.1.7 Oferta

Para de la oferta se ha tomado como referencia las competencias existentes en la ciudad de Riobamba existen empresas especializada en el mantenimiento y limpieza de oficina y/o empresas.

**Cuadro 8: Oferta**

RUC	EMPRESA	DIRECCIÓN
0691715620001	ADELMAG CIA. LTDA.	CDLA. PUCARA 2DA. ETAPA Y CELSO RODRIGUEZ I
0690089858001	COMPañIA JARASERVICES CIA.LTDA.	MORONA 2816 Y AYACUCHO
0690073544001	PRESTACIÓN DE SERVICIOS MANDATO Y REPRESENTACIONES	PICHINCHA 1816 Y CHILE

	PRESEMYR CIA.LTDA.	
0691713636001	VILLARMEN COMERCIO ESPECIAL CIA. LTDA.	INACTIVA
0691714802001	GALAN Y MIÑO EXPRESS CIA LTDA.	VELOZ 36-40 Y URUGUAY

**Fuentes:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado:** Autoras

### 3.1.5 Demanda insatisfecha

Se denomina demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, en la cual se ha determinado que ningún producto actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

La demanda insatisfecha, se la obtiene de la diferencia entre la cantidad de la demanda y de la oferta.

### Oficinas que Atenderemos

**Cuadro 9: Oficinas que Atenderemos**

<b>Año</b>	<b>Proyección</b>	<b># de oficina 9m2</b>	<b># de oficinas de atenderemos (mensual)</b>
<b>2012</b>	1221	660,9273	66
<b>2013</b>	1270	687,451	68
<b>2014</b>	1319	713,9747	71



<b>2015</b>	1368	740,4984	74
<b>2016</b>	1417	767,0221	76
<b>2017</b>	1466	793,5458	79

**Fuentes:** Cálculo de la proyección de la demanda

**Elaborado:** Autoras

En la tabla anterior se observa el número oficinas atenderemos cada mes ya que sólo hemos tomado el 10% de la demanda insatisfecha.

#### 3.1.7.1 Competencia

Para analizar la competencia analizaremos su variable de precio se tomará en cuenta a las principales amenazas competitivas que son ADELMAG CIA. LTDA. y VILLARMEN COMERCIO ESPECIAL CIA. LTDA así se tiene:

#### Precio de la Competencia

**Cuadro 10: Precio de la Competencia**

<b>Empresa</b>	<b>por metro cuadrado (\$)</b>
ADELMAG CIA. LTDA	2.5
ADELMAG CIA. LTDA.	3.75

**Fuentes:** Se basa en un sondeo

**Elaborado:** Autoras

En la cuadro 8 se puede notar que cada empresa cobra entre 2.50 y 3.75 dólares americanos por cada limpieza a realizar.

### **3.1.8 Mix del marketing 4p's.**

#### **3.1.8.1 Producto.**

La Empresa FLORALIM será una empresa dedicada al mantenimiento y limpieza de oficinas en la ciudad de Riobamba estando siempre a la vanguardia y diferenciando de las demás empresas ya que no sólo ofrecemos mantenimiento y limpieza sino que damos comodidad.

#### **3.1.8.2 Producto precios.**

Serán muy competitivos de acuerdo a la necesidad de nuestros clientes:

- ❖ Tiempo de prestación del servicio.
- ❖ Los metros cuadrados.
- ❖ Material a utilizar.
- ❖ Grado de suciedad.
- ❖ Frecuencia del servicio contratado.

#### **3.1.8.3 Producto plaza.**

Nuestro servicio se dará para todas las empresas públicas, privadas y oficinas de la ciudad de Riobamba.

#### **3.1.8 Producto promoción.**

Realización de visitas comerciales a personas “claves” como pueden ser los administradores, gerentes y propietarios. Para ello llevarán tarjetas de visitas con folletos trípticos, se realizarán llamadas telefónicas publicitarias.

Se desarrollará varias campañas completas con los medios de comunicación masiva seleccionados que son televisión, radio, revistas, vallas, e-mail, donde resaltaremos las cualidades y bondades importantes de nuestro servicio.

Existirán paquetes promocionales, donde estarán definidos los servicios a ofrecer.

### **3.2 Estudio técnico.**

#### **3.2.1 Introducción.**

En el estudio técnico se determinará todos los aspectos sobre la ingeniería del presente proyecto, el proceso que se realizará para la limpieza de oficina y

empresas, la localización del tamaño, el equipo que se utilizará para que la empresa tenga un excelente desempeño y la normativa legal que tendrá que cumplir para que pueda operar la institución en la ciudad. Para ejecutar este estudio será necesaria la información obtenida en el estudio de mercado.

#### **3.2.1.1 Objetivos.**

##### **3.2.1.2 Objetivo general.**

Determinar en base a los datos obtenidos previamente en el estudio de mercado, los recursos y requisitos técnico-legales necesarios para que entre en funcionamiento la Empresas en la ciudad de Riobamba.

##### **3.2.1.3 Objetivo específico**

- ❖ Determinar el tamaño de la empresa.
- ❖ Delimitar la ubicación de la Empresa.
- ❖ Describir la ingeniería del funcionamiento.
- ❖ Definir el equipo más adecuado.
- ❖ Estipular la normativa legal.

##### **3.2.1.4 Descripción del servicio.**

Nuestra empresa se caracterizará de las demás empresas por:

- ❖ La atención será respetuosa y armónica.
- ❖ Los productos de limpieza serán amigables con el ambiente.
- ❖ La empresa utilizara maquinaria de última generación.
- ❖ La empresa buscará una mejora continua en todas sus áreas.

#### **3.2.2 Tamaño**

El tamaño de una empresa es dado por varios factores entre los que se pueden detallar:-

- ❖ La tecnología
- ❖ El mercado
- ❖ Cantidad de personal
- ❖ Inversión
- ❖ Capital

### 3.2.2.1 Localización

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.

Comprende también niveles progresivos de aproximación que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización), hasta identificar una zona urbana o rural (micro localización) para finalmente determinar un sitio preciso.

### 3.2.2.2 Macro- localización

**País:** Ecuador

**Región:** Zona 3

**Provincia:** Chimborazo

**Cantón:** Riobamba



**Figura 14: Macro Localización**

### 3.2.2.3 Micro localización

Los principales aspectos para definir una ubicación óptima serán:

- ❖ Disponibilidad de suministros
- ❖ El mercado objetivo.
- ❖ Disponibilidad de personal, su costo, calificación, cantidad.

- ❖ Existencia de vías de acceso.
- ❖ Existencia de infraestructura.
- ❖ Disposiciones legales o prohibiciones municipales.
- ❖ Seguridad.
- ❖ Costo.

**Figura 15: Micro Localización**



### **Matriz de Localización**

**Cuadro 11: Matriz de Localización**

	Peso	Calificación A	Ponderación A	Calificación B	Ponderación B
Disponibilidad de materiales	0,15	7	1,05	9	1,35
El mercado objetivo.	0,2	5	1	8	1,6
Disponibilidad de personal	0,05	8	0,4	6	0,3
Existencia de vías	0,08	6	0,48	5	0,4

de acceso.					
Existencia de infraestructura	0,17	7	1,19	4	0,68
Disposiciones legales o prohibiciones municipales.	0,2	10	2	10	2
Seguridad.	0,05	7	0,35	7	0,35
Costo.	0,1	6	0,6	5	0,5
	1		7,07		7,18

**Fuentes:** Municipio de Riobamba

**Elaborado:** Autoras

“A” Olmedo entre Alvarado y Almagro

“B” Veloz y Arrayanes

Se ha determinado que el mejor lugar para la ubicación de la empresa es en la Veloz entre las calles Arrayanes se debe tener en consideración que por circunstancias que no son controlables se puede cambiar la ubicación y es recomendable utilizar la tabla anterior con el método de ponderaciones.

#### 3.2.2.4 Equipos e insumos

Los suministros e insumos que necesitara la empresa para su normal desempeño tenemos:

**Cuadro 12: Equipos e Insumos**

Equipo	Cantidad	
Vehículo	1	12.000,00

Equipo de Computación	2	1.160,00
Muebles de oficina	2	360,00
Equipo de oficina	2	320,00
Enceradoras	3	3.751,80
Aspiradora	3	3.452,04
Pulidora	3	3.150,00
Escalera	1	90,00
Escobas	3	7,50
Recogedor	3	6,00
Escurridor de piso	3	8,25
Trapeadores	3	9,00

**Fuentes:** Directa

**Elaborado:** Autoras

### 3.2.2.5 Insumos

Para hacer los trabajos de limpieza deberá contarse con un stock de insumos, entre los que habrá algunos que se deben cambiar o reemplazar más seguido que otros. Hay ocasiones que los clientes preferirán la utilización de otros productos de limpieza que por lo regular son los que usan.

**Cuadro 13: Insumos**

<b>Insumos</b>	<b>Valor (\$)</b>
Detergentes	0.35
Cloro	0.15
Desinfectante	0.18
Ambiental	0.08
Cera	0.22
Desgrasante	0.21
Limpia vidrio	0.05
Guantes	0.34
<b>Total</b>	<b>1.58</b>

**Fuentes:** Directa

**Elaborado:** Autoras

### **3.2.3 Ingeniería del proyecto**

El objetivo que persigue la ingeniería del proyecto es conocer todo lo concerniente al funcionamiento del servicio, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria hasta la distribución óptima de la planta.

### **3.2.4 Procesos de distribución**

#### **3.2.4.1 Concepto de proceso**

Se considera proceso al conjunto de actividades relacionadas entre sí, que una empresa ejecuta en una secuencia determinada con el objetivo de producir un producto o un servicio, de tal manera que satisfagan las necesidades de sus clientes.



### **3.2.4.2 Conceptode distribución.**

#### **La venta directa desde el Fabricante.**

En la venta directa el fabricante sin emplear intermediarios lleva el producto al consumidor. Se trata de una venta sin la utilización de tiendas físicas.  
Fabricante -----> Consumidor

#### **Distribución Virtual.**

Si bien podemos hacer una transacción o compra vía internet y se puede ofrecer la distribución y entrega de un servicio o bien intangible virtualmente, no veo cómo se puede hacer esta distribución de la misma manera de un bien físico.

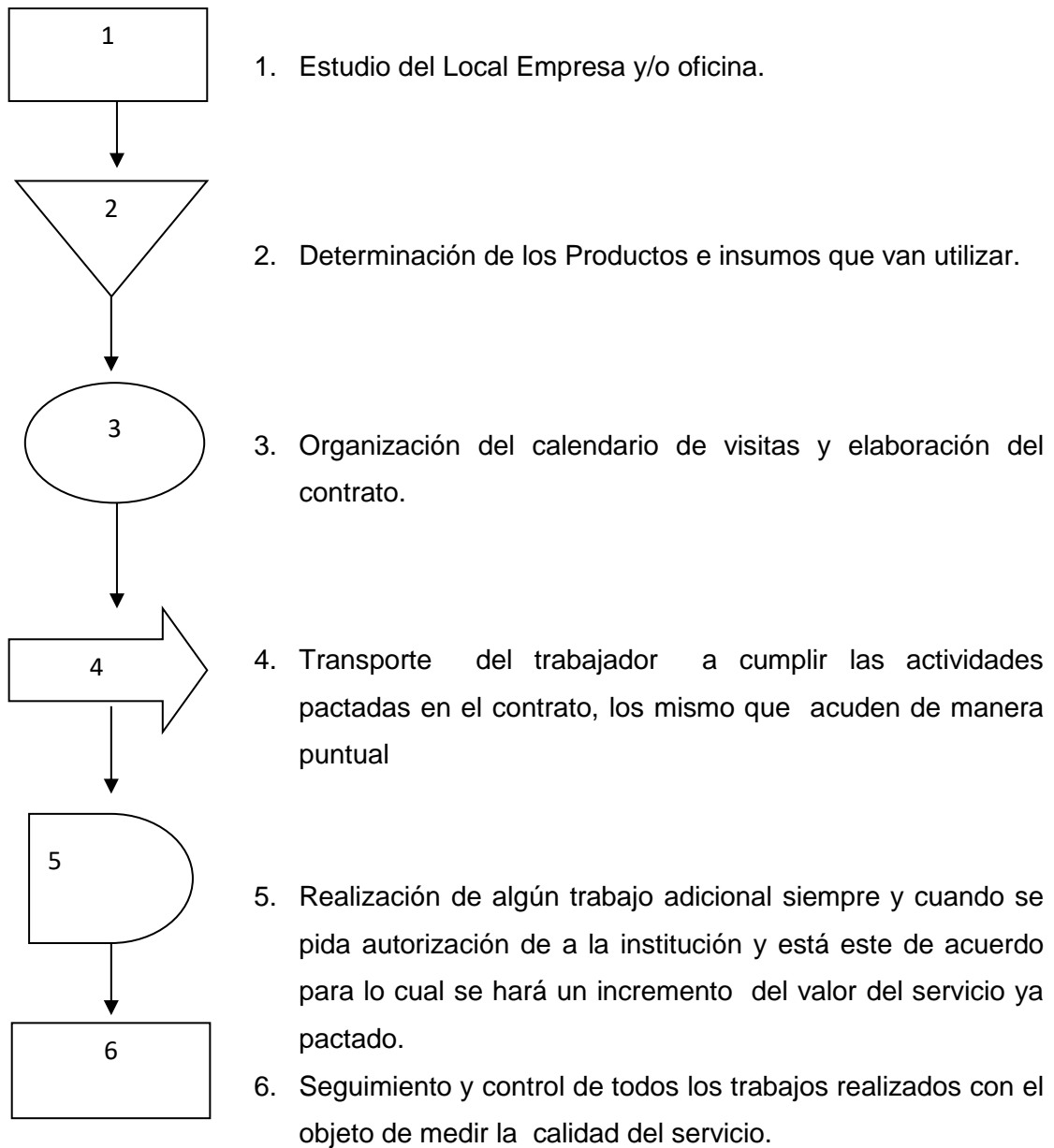
**Canal de distribución de servicios.-** La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:

- ❖ Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse.
- ❖ Otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo.

“El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí”

### 3.2.4.3 Diagrama de procesos

**Figura 16: Diagrama de procesos**



### ***Determinación de procesos***

Un diagrama de flujo es la representación simbólica. El diagrama de flujo representa en forma gráfica la secuencia que siguen las operaciones de un determinado procedimiento y/o el recorrido de las formas o los materiales.

Conviene señalar que existen algunas reglas para la utilización de los símbolos:

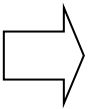
- ❖ No mezclar en un mismo lado del símbolo varias líneas de entrada y salida.
- ❖ No debe haber más de una línea de unión entre dos símbolos.
- ❖ El símbolo de decisión es el único que puede tener hasta tres líneas de salida.

Las líneas de unión deben ser representadas mediante líneas rectas y en caso necesario utilizar ángulos rectos.

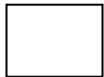
Los símbolos que se utiliza para el diagrama de flujo es la siguiente:



**El Círculo:** Significa una operación (una etapa o una subdivisión del proceso). Una operación se realiza cuando se crea, se altera, se aumenta o se sustrae algo.



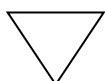
**La Flecha:** Corresponde a un transporte o tarea de llevar algo de un lugar a otro. Ocurre cuando un objeto, mensaje o documento es trasladado de un lugar a otro.



**El Cuadrado:** Significa una inspección o control, ya sea de cantidad o de realidad. Es el acto de verificar o fiscalizar sin que se realicen operaciones.



**La Letra D:** representa una demora o retraso, ya sea por congestionamiento, distancia o por espera de alguna provisión por parte de otra persona. Significa una espera o un desplazamiento por agenda o la llegada de alguna cosa de quien se dependa para proseguir el proceso.



**El Triángulo:** Con el vértice hacia abajo o hacia arriba representa una interrupción casi definitiva o muy prolongada. Puede ser un almacenamiento (cuando se trata de materiales).

Figura 17: Diagrama de secuencia de Trabajo

DIAGRAMA DE SECUENCIA DE TRABAJO									
TRABAJO: Servicio de limpieza		ACCIONES		ACTUAL			PROPUESTO		
Realizado por: Autoras		O	Operación	Nº	Dis t	Tie p	Nº	Dis t	Ti ep
Fecha: 2012/30/01		→	Trasporte						
		□	Inspección						
		D	Demora						
		▼	Almacenaje						
O R	ACTIVIDAD	O	→	□	D	▼			
1	Estudio del Local Empresa y/o oficina.			*					
2	Determinación de los Productos e insumos que van utilizar.					*			
3	Organización del calendario de visitas y elaboración del contrato	*							
4	transporte del trabajador a cumplir las actividades pactadas en el contrato, los mismo que acuden de manera puntual		*						

<b>5</b>	Realización de algún trabajo adicional siempre y cuando se pida autorización de a la institución y está este de acuerdo para lo cual se hará un incremento del valor del servicio ya pactado.				*				
<b>6</b>	Seguimiento y control de todos los trabajos realizados con el objeto de medir la calidad del servicio			*					
	<b>TOTAL</b>	1	1	2	1	1			

### 3.2.5 Estructura organizacional y base legal

#### 3.2.5.1 Estructura organizacional

La estructura organizacional es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos, de ahí que en esta se describen los puestos existentes dentro de la Empresa y las funciones que se desenvuelven en cada una de estas.

**Figura 18: Estructura Organizacional**



### 3.2.5.2 Diseño de la misión

“La misión es el objetivo supremo de la empresa, y expresa de manera muy general lo que quiere alcanzar la organización en función de sus aspiraciones y en cuanto a su papel en la sociedad<sup>16</sup>

**Cuadro 14: Diseño de la Misión**

Naturaleza del Negocio	Oferta servicios de limpieza
Razón de existir	Otorgar de nuevas fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida
Mercado al que sirve	A las oficinas, empresas públicas o privadas de la ciudad de Riobamba
Características generales del producto o servicio	Brindar servicios de calidad
Posición Deseada en el mercado	Sobresaliente Responsabilidad
Principios y Valores	Integridad, Responsable y honesto

**Fuentes:** Directa

**Elaborado:** Autoras

## MISIÓN

Ofertar servicios de limpieza a todas las oficinas e instituciones tanto públicas y privadas con el objeto de otorgar nuevas fuentes de empleo para mejorar la calidad de vida logrando una posición en el mercado Sobresaliente siempre practicando valores de integridad, puntualidad responsabilidad honestidad.

---

<sup>16</sup>OSGOOD.W.Métodos de planificación de negocios. Editorial limusa. 2002

### 3.2.5.3 Diseño de la visión.

“La visión de la organización debe estar formulada por los líderes de la empresa y debe ser conocida por toda la organización, para tenerla en cuenta en las labores cotidianas, como para impulsar el compromiso con la empresa<sup>17</sup>

**Cuadro 15: Diseño de la Visión**

Posición en el Mercado	Ser la mejor empresas se servicio de limpieza en el Chimborazo
Tiempo	3 años
Ámbito del Mercado	Provincial
Productos y Servicios	Servicio calidad y atención diferenciada
Principios y Valores	Trabajo en equipo, Eficiencia, vocación de servicio

**Fuentes:** Directa

**Elaborado:** Autoras

## VISIÓN

Ser la mejor empresa de servicio de limpieza en la provincia de Chimborazo en los próximos tres años continuamente brindando un servicio de calidad con atención diferenciada siempre trabajando en equipo y siendo muy eficientes.

### 3.2.5.4 Valores

- ❖ **Respeto.-** A los compañeros de trabajo, clientes y sociedad.
- ❖ **Lealtad.-** Fidelidad a la institución, a sus principios y normas de trabajo.
- ❖ **Honestidad.-** Actuar con transparencia, honradez, responsabilidad y profesionalismo.
- ❖ **Integridad.-** La honradez, la verdad y la congruencia son compromisos que impulsaran acciones para q su actuar obedezca una estrategia.

---

<sup>17</sup>OSGOOD.W.Métodos de planificación de negocios. Editorial limusa. 2002

### **3.2.5.5 Estructura funcional.**

#### **Estructura Funcional.**

##### **Gerente.**

Se encargará de definir la estrategia y objetivos de la empresa.

Además se responsabilizará de la compra de nuevo inmobiliaria (maquinaria, nuevas instalaciones) y de la gestión financiera. De esta forma, será el encargado de tratar con los bancos y otras fuentes de financiación, y conseguir una eficiente gestión de la tesorería y del control de costes.

Se encargará de decidir la publicidad a realizar en cada momento y contactar con asociaciones y colectivos en los que pueda haber clientes potenciales, dando a conocer la empresa y las actividades en ellas ofertadas.

##### **Secretaria-Contadora**

Principales funciones las de atención al cliente, control contable y realización de presupuestos.

Realizar acciones tendientes a mejorar y mantener vigente el sistema de Contabilidad.

Preparar los balances y entregar los resultados totales de la microempresa.

Generar recomendaciones necesarias para corregir deficiencias y mejorar los procedimientos existentes.

Determinar si los procedimientos y normas contables y de control interno son las adecuadas y se cumplen en las diferentes áreas de la organización.

Realizar acciones pendientes a mejorar y mantener vigente el sistema de Contabilidad.

Precautelar y cumplir con los procedimientos establecidos por el gerente, conservando el buen estado de las maquinarias, sistemas, materiales y elementos de trabajo para su correcto desempeño.



### **Auxiliar de Limpieza.**

Desarrollará las tareas de limpieza y limpiar los cristales de los edificios, No exigirá ninguna calificación específica. En muchos casos se trata de personas que venían realizando estos trabajos de forma particular y con años de experiencia en el sector.

### **Personal de Mantenimiento.**

La prestación de determinados servicios tales como, pulimentado de suelos, limpieza vertical, industrial, etc. No le requieran formación específica, puesto que el conocimiento en el manejo de la maquinaria suele adquirirse con la propia experiencia. Su remuneración suele ser superior y, en ocasiones, se requiere de ciertas habilidades físicas.

#### **3.2.5.6 Aspectos legales.**

La Empresa se constituirá como Compañía en Nombre Colectivo.

#### **Compañía en nombre colectivo.**

#### **Constitución y Razón Social.**

**Art.36.-** Se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios o de alguno de ellos con la agregación de la palabra y compañía. Solo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

#### **Aprobación de la Escritura y Extracto.**

**Art 37.-** La escritura de formación de una compañía en nombre colectivo será aprobada por el juez de lo civil, el cual ordenará la publicación de un extracto de la misma, por una sola vez en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y su inscripción en el registro mercantil.

El extracto de la escritura de constitución de la compañía contendrá:

- ❖ El nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman.
- ❖ La razón social, objeto y domicilio de la compañía.

- ❖ El nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella.
- ❖ La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la compañía.
- ❖ El tiempo de duración de esta.

## **CAPITAL.**

**Art 43.-** El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar. Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito. Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

## **Administración.**

**Art 44.-** A falta de disposición especial en el contrato se entiende que todos los socios tienen la facultad de administrar la compañía y firmar por ella. Si en el acto constitutivo de la compañía solo algunos de los socios hubieren sido autorizados para obrar, administrar y firmar por ella solo la firma y los actos de estos, bajo la razón social, obligaran a la compañía.

## **Nombramiento.**

**Art 49.-** el nombramiento del o de los administradores se hará ya sea en la escritura de constitución o posteriormente por acuerdo entre los socios y salvo pacto en contrario por mayoría de votos.

## **Estudio Financiero.**

Dentro el estudio financiero se realizará algunas matrices, las cuales muestran desde las inversiones que se deben realizar hasta el flujo de ingresos que la empresa poseerá.

## **Inversión Fijas.**

Se caracteriza por su materialidad y están sujetos en su mayor parte a la depreciación, llamados actualmente Propiedad, Planta y equipo, constituyen aquellos bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la empresa utiliza sin restricciones, en el desarrollo de sus actividades productivas.

Se llama inversión “fija” porque el proyecto no puede desprenderse fácilmente de esos activos, sin que con ello perjudique las actividades productivas.

En este proyecto no hay las inversiones de terreno ni edificio porque estos activos fijos representan un costo demasiado elevado.

## **CUADRO DE LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA**

**Cuadro 15: Activos de la Empresa**

Equipo	Cantidad	Valor (\$)	Total (\$)
Vehículo	1	12.000,00	12.000,00
Equipo de Computación	2	580,00	1.160,00
Muebles de oficina	2	180,00	360,00
Equipo de oficina	2	160,00	320,00
Enceradoras	3	1.250,60	3.751,80
Aspiradora	3	1.150,68	3.452,04
Pulidora	3	1.050,00	3.150,00
Herramientas			
Escalera	1	90,00	90,00
Escobas	3	2,50	7,50
Recogedor	3	2,00	6,00

Escurridor de piso	3	2,75	8,25
Trapeadores	3	3,00	9,00
<b>Total Activos fijos</b>			<b>24.314,59</b>

**Fuentes:** Anexo 3

**Elaborado:** Autoras

La Empresa para comenzar a funcionar necesitará invertir \$ 24314.59 en activos fijos.

### **Capital de Trabajo.**

El capital de operación o trabajo es el patrimonio en efectivo que se necesita para atender las operaciones de producción o distribución de los bienes o servicios elaborados.

La inversión en Capital de trabajo está formada por el dinero disponible inmediatamente en caja o bancos, dependiendo de la clase de empresa de que se trate su capital de trabajo, estará representado en mayor o menor escala en efectivo, o en inventarios

**Cuadro 16: Capital de trabajo**

<b>Gastos Operativos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor (\$)</b>	<b>Total (\$)</b>
Insumos	1	3754,08	3754,08
Arriendo	1	180,00	180,00
Gastos Administrativos			
Gerente	1	360,00	360,00
Secre-	1	340,00	340,00

Contadora			
Auxiliar de Limpieza	1	320,00	320,00
Personal de Mantenimiento	1	320,00	320,00
Total Administrativos			1.340,00
Gastos de venta			
Publicidad	1	1.000,00	1.000,00
Total Gastos Ventas			1.000,00
Capital de trabajo Mensual			6274,08

**Fuentes:** Anexo 3

**Elaborado:** Autoras

### **Inversiones Intangibles**

Se caracterizan por su inmaterialidad, son servicios necesarios para el estudio e implementación del proyecto, no están sujetos a desgaste físico. Usualmente están conformados por trabajos de investigación, tecnología e ingeniería, organización o administración, funcionamiento y puesta en marcha de los equipos, intereses durante la instalación del proyecto, asistencia técnica, capacitación del personal, imprevistos.

A continuación se detallan los ítems considerados como diferidos para el estudio del presente proyecto.

- ❖ Gastos de Constitución
- ❖ Gasto de Investigación
- ❖ Software

**Cuadro 17: Inversiones Intangibles**

<b>INTANGIBLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNIT. (\$)</b>	<b>V. TOTAL (\$)</b>
Gasto Constitución	1	800,00	800,00
Gasto investigación	1	450,00	450,00
Software	1	2.000,00	2.000,00
<b>Total Intangible</b>			<b>3.250,00</b>

**Fuentes:** Directa

**Elaborado:** Autoras

#### **Cuadro de Inversiones.**

Para ello es necesario anexar el Cuadro de Resumen de las inversiones fijas y diferidas a realizarse con el presente proyecto:

**Cuadro 18: Cuadro de Inversiones**

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor (\$)</b>	<b>Total (\$)</b>
Vehículo	1	12.000,00	12.000,00
Equipo de Computación	2	580,00	1.160,00
Muebles de oficina	2	180,00	360,00
Equipo de oficina	2	160,00	320,00

Enceradoras	3	1.250,60	3.751,80
Aspiradora	3	1.150,68	3.452,04
Pulidora	3	1.050,00	3.150,00
Escalera	1	90,00	90,00
Escobas	3	2,50	7,50
Recogedor	3	2,00	6,00
Escurreidor de piso	3	2,75	8,25
Trapeadores	3	3,00	9,00
<b>Total Activos fijos</b>			24.314,59
<b>Intangible</b>			
Gasto Constitución	1	800,00	800,00
Estudio	1	450,00	450,00
Software	1	2.000,00	2.000,00
<b>Total Intangible</b>			<b>\$ 3.250,00</b>
<b>Gastos Operativos</b>			
Insumos	1	3754,08	3754,08
Arriendo	1	180,00	180,00
Gastos Administrativos			
Gerente	1	360,00	360,00
Secre- Contadora	1	340,00	340,00
Auxiliar de Limpieza	1	320,00	320,00
Personal de Mantenimiento	1	320,00	320,00

Total Administrativos			1.340,00
Gastos de venta			
Publicidad	1	1.000,00	1.000,00
Total Gastos Ventas			1.000,00
<b>Capital de trabajo Mensual</b>			<b>\$6274,08</b>
<b>Total Inversión</b>			<b>\$ 33838,67</b>

**Fuentes:** Cálculos aproximados realizados

**Elaborado:** Autoras

### 3.3 Financiamiento.

#### 3.3.1 Fuentes propias y externas.

Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas, cuantificar las necesidades de fondos es preciso determinar de dónde provendrán aquellos, ya sea identificar su fuente en contrapartida de las inversiones; por tanto los conceptos de inversión y el financiamiento están relacionados a los de fuente y uso de fondos respectivamente.

Para la ejecución del proyecto se debe disponer de dos fuentes principales de fondos que son:

- ❖ Capital propio.
- ❖ Capital ajeno.



**Cuadro 19: Fuentes de Financiamiento**

<b>RUBRO</b>	<b>PRESUPUESTO (\$)</b>	<b>RECURSOS PROPIOS (\$)</b>	<b>% RECURSO PROPIO</b>	<b>FINANCIADO (\$)</b>	<b>% RECURSO FINANCIADO</b>
Capital de Trabajo	6.274,08	6.274,08	18,54	0,00	0,00
Activos fijos	24.314,59	12.157,30	35,93	12.157,30	35,93
Activo diferido	3.250,00	3.250,00	9,60	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>\$ 33.838,67</b>	<b>\$ 21.681,38</b>	<b>64,07%</b>	<b>\$ 12.157,30</b>	<b>35,93%</b>

**Fuentes:** Tabla de Amortización

**Elaborado:** Autoras

Como podemos observar en el cuadro anterior el 64.07% serán aporte de los accionistas de la empresa mientras 35.93% se va a financiar (ver anexo 2 tabla de amortizaciones).

### **3.3.2 Gastos.**

#### **3.3.2.1 Gastos de operación.**

Los gastos de operación son resultados de las ventas, administración y financiamiento. Los gastos de ventas están compuestos por los gastos laborales (como sueldos, publicidad, empaques, transportes y almacenamiento). Los gastos generales y de administración componen los gastos laborales como: sueldos, arriendo, suministros de oficina, servicios básicos (Agua, luz eléctrica, teléfono). Depreciaciones de: muebles y enseres, equipo de cómputo, equipos de oficina y maquinaria industrial. Amortizaciones de: Gasto de constitución, adecuación e investigación. Gastos financieros por el gasto de interés, además de impuestos.

### **3.3.2.2 Sueldos.**

Son los salarios que el empleador paga al empleado en virtud del contrato de trabajo. El sueldo se estipulará libremente, pero en ningún caso podrá ser inferior al establecido como mínimo vital.

**Cuadro 20: Sueldos**

Gastos Administrativos	Mensual (\$)	Anual (\$)
Gerente	360,00	4320
Secre- Contadora	340,00	4080
Auxiliar de Limpieza	320,00	3840
Personal de Mantenimiento	320,00	3840
Total Administrativos	\$1.340,00	\$ 16080

**Fuentes:** Anexo 3

**Elaborado:** Autoras

### **3.3.2.3 Servicios básicos.**

Se refieren a los pagos que se realizan por agua, luz, teléfono. Para el cálculo del pago de la luz, agua, y teléfono se tomará un valor aproximado, considerando el horario de atención de la empresa “desde las 07:30 hasta las 12:00 y de las 14:00 hasta las 18:30.

**Cuadro 21: Servicios Básicos**

Servicio Básico	Valor Mensual (\$)	Valor Anual (\$)
Agua	15	180
Luz	20	240
Teléfono	32	384
Total	\$ 67	\$804

**Fuentes:** Cálculos aproximados realizados

**Elaborado:** Autoras

#### **3.3.2.4 Arriendo.**

Para la prestación del servicio de limpieza y mantenimiento de oficinas y edificios, se requiere el espacio suficiente distribuido para el área administrativa, servicio y ventas así el local de la microempresa realizará sus actividades un costo de 180 dólares mensuales.

**Cuadro 22: Arriendo**

Rubro	Mensual	Anual
Arriendo de oficina	\$180	\$2160

**Fuentes:** Cálculos aproximados realizados

**Elaborado:** Autoras

#### **3.3.2.5 Costos variables.**

Son los productos que necesitaremos para desempeñar nuestras labores de forma permanente:

**Cuadro 23: Costos Variables**

<b>Insumos</b>	<b>Valor (\$)</b>	<b>Oficina 9 (\$)</b>	<b>Mensual (\$)</b>	<b>Anual (\$)</b>
Detergentes	0,35	3,15	831,60	9.979,20
Cloro	0,15	1,35	356,40	4.276,80
Desinfectante	0,18	1,62	427,68	5.132,16
Ambiental	0,08	0,72	190,08	2.280,96
Cera	0,22	1,98	522,72	6.272,64
Desgrasante	0,21	1,89	498,96	5.987,52
Limpia vidrio	0,05	0,45	118,80	1.425,60
Guantes	0,34	3,06	807,84	9.694,08
<b>Total</b>	<b>\$ 1,58</b>	<b>\$ 14,22</b>	<b>\$ 3.754,08</b>	<b>\$ 45.048,96</b>

**Fuentes:** Cálculos aproximados realizados

**Elaborado:** Autoras

Como podemos apreciar en el cuadro anterior el costo variable unitario por una oficina de 9<sup>m</sup>² es de \$ 3.15 tomamos referencias a la oficina de esta medida ya que serán estos nuestros clientes principales.

### **3.3.2.6 Depreciación de activos fijos.**

El período de depreciación de los activos fijos es de cinco años. Muebles y enseres, equipo de oficinas, equipo de cómputo y maquinaria industrial. El valor residual es del 10% para Muebles y enseres, equipo de oficinas; y del 3.33% para equipo de cómputo y el 10% maquinaria industrial. Para calcular el cargo por depreciación se utiliza el método de línea recta.

**Cuadro 24: Depreciación de Activos Fijos**

<b>CUENTA</b>	<b>VALOR REAL (\$)</b>	<b>VALOR RESIDUAL (\$)</b>	<b>VALOR DEPRECIABLE (\$)</b>	<b>VALOR ANUAL (\$)</b>
Equipo de Cómputo	1.160,00	232,00	928,00	185,00

Muebles de oficina	360,00	36,00	324,00	32,40
Equipo de oficina	320,00	32,00	288,00	28,80
Vehículo	12.000,00	2.400,00	9.600,00	1.920,00
Enceradoras	3.751,80	750,36	3.001,44	600,29
Aspiradora	3.452,04	690,41	2.761,63	552,33
Pulidora	3.150,00	630,00	2.520,00	504,00
Escalera	90,00	18,00	72,00	14,40
<b>Total</b>	<b>\$ 24.283,84</b>	<b>\$ 4.788,77</b>	<b>\$ 19.495,07</b>	<b>\$ 3.837,81</b>

**Fuentes:** Cuadro 15

**Elaborado:** Autoras

### **3.3.2.7 Amortizaciones.**

Los activos diferidos se amortizan de acuerdo a porcentajes legales, a continuación se detalla el siguiente cuadro:

**Cuadro 25: Amortizaciones**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR (\$)</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>	<b>VALOR ANUAL (\$)</b>
GASTO CONSTITUCIÓN	800,00	20	160,00
ESTUDIO	450,00	20	90,00
SOFTWARE	2.000,00	20	400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3.250,00</b>		<b>\$ 650,00</b>

**Fuentes:**

**Elaborado:** Autoras

### 3.3.3 Gastos financieros

Se contará con el financiamiento del Banco Nacional de Fomento, seremos considerados como Artesanos Calificados para el préstamo y los requisitos son los siguientes:

- ❖ Cedula de identidad y certificado de votación.
- ❖ Libreta de ahorros o cuenta corriente.
- ❖ Escritura original del predio.
- ❖ Certificado del registrador de la propiedad.
- ❖ Carta de pago del impuesto predial.
- ❖ Preformas

<b>MONTO SOLICITADO:</b>	\$ 12.157,30
<b>TASA DE INTERÉS:</b>	17.5 % anual
<b>PLAZO EN DÍAS:</b>	1080
<b>TIPO DE AMORTIZACIÓN:</b>	GRADUAL FIJA
<b>PAGO DE CAPITAL:</b>	CADA 30 DÍAS
<b>PAGO DE INTERÉS:</b>	CADA 30 DÍAS

**Cuadro 26: Gastos Financieros (USD)**

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>AÑO 1 (\$)</b>	<b>AÑO 2 (\$)</b>	<b>AÑO 3 (\$)</b>	<b>AÑO 4 (\$)</b>	<b>AÑO 5 (\$)</b>	<b>TOTAL (\$)</b>
Préstamo	3.372,13	4.011,97	4.773,20			12.157,30
Gastos de interés	1.865,53	1.225,70	464,46			3.555,70
<b>TOTAL</b>	<b>5.237,67</b>	<b>5.237,67</b>	<b>5.237,67</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>15.713,00</b>

**Fuentes:** Cálculos realizados

**Elaborado:** Autoras

Como podemos apreciar en la tabla anterior la empresa se endeudara con el banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 17.50 deberá hacer pago de \$436.47 dólares americanos mensuales por 3 años (anexo 3)

### 3.3.4 Ingresos

Teniendo en cuenta que la demanda insatisfecha es de 660 oficinas, pequeños negocios de 9  $\square^2$ , y nosotros trataremos de satisfacer atenderemos el 10% mensuales en el primer año y aumentaremos de acuerdo a nuestra participación en el mercado en la tabla de la demanda insatisfecha en las oficinas y pequeños negocios de 9  $\square^2$  el precio por  $\square^2$  es de 3,00 dólares americanos tal como se comprobó en el estudio de mercado y número de visita es de 4 veces al mes o una vez por semana y a partir del tercer mes se incrementará el precio a 3.75 por la inflación. A continuación se demuestra en los ingresos anuales y mensuales:

**Cuadro 27: Ingresos**

<b>Ingresos</b>	<b>Oficinas mensuales</b>	<b>Precios x Ofic. \$</b>	<b>Ingreso mensual \$</b>	<b>ingreso Anual \$</b>
0	66	27	7128	85536
1	68	27	7344	88128
2	71	27	7668	92016
3	74	33.75	9585	115020
4	76	33.75	10260	123120
5	79	33.75	10935	127980

**Fuentes:** Cuadro 9

**Elaborado:** Autoras

### 3.4.1 Financieros.

**Cuadro 28: Estado de Resultados Proyectados**

**(USD)**

	Mensual (\$)	1 (\$)	2 (\$)	3 (\$)	4 (\$)	5 (\$)	6 (\$)
Ingresos Por generación de servicios	7.128,00	85.536,00	88.128,00	115.020,00	119.880,00	123.120,00	127.980,00
(-)costo de generación de servicios	4.001,08	48.012,96	52.267,82	57.640,41	63.446,92	68.967,14	75.839,14
Costo insumos variables	3.754,08	45.048,96	49.254,62	54.574,99	60.326,09	65.787,50	72.596,50
servicio básicos	67,00	804,00	853,20	905,42	960,83	1.019,64	1.082,64
Arriendos	180,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Utilidad bruta	3.126,92	37.523,04	35.860,18	57.379,59	56.433,08	54.152,86	52.140,86
Gasto operativos	1.600,63	23.433,34	28.778,31	30.280,96	31.932,93	34.105,19	36.336,06
Gastos Administrativo	1.340,00	16.080,00	21.064,80	22.328,69	23.445,12	24.617,38	25.848,25
Gasto Publicidad	83,33	1.000,00	2.000,00	3.000,00	4.000,00	5.000,00	6.000,00
Gasto Financiero	177,29	1.865,53	1.225,70	464,46			
Depreciaciones	319,82	3.837,81	3.837,81	3.837,81	3.837,81	3.837,81	3.837,81
Amortizaciones	54,17	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00



Utilidad antes de participación trabajadores (15%)	1.526,29	14.089,70	7.081,87	27.098,63	24.500,15	20.047,67	15.804,80
(-15%) trabajadores	228,94	2.113,45	1.062,28	4.064,79	3.675,02	3.007,15	2.370,72
Utilidad antes de I.R	1.297,35	11.976,24	6.019,59	23.033,83	20.825,13	17.040,52	13.434,08
(-25%) I.R	324,34	2.994,06	1.504,90	5.758,46	5.206,28	4.260,13	3.358,52
Utilidad neta	973,01	8.982,18	4.514,69	17.275,38	15.618,84	12.780,39	10.075,56
Para la proyección de serv. Básicos costo de generación de servicio se utilizó la inflación anual del 2012 (6,12%) para gasto administrativos de utilizo el método de proyección lineal Ver anexo 3							

**Fuentes:** Proyección lineal Anexo 3

**Elaborado:** Autoras

### 3.4.2 Balance general

**Cuadro 29: Balance General**

Activos	0 (\$)	1 (\$)	2 (\$)	3 (\$)	4 (\$)	5 (\$)
Equipo						
Caja, Bancos	6.274,08	9.991,06	4.883,74	16.883,18	19.999,85	17.161,40
Activos fijo	24.314,59	20.473,57	16.632,55	12.791,53	8.950,51	5.109,49
Vehículo	12.000,00	10.080,00	8.160,00	6.240,00	4.320,00	2.400,00
Equipo de Computación	1.160,00	974,40	788,80	603,20	417,60	232,00
Muebles de oficina	360,00	327,60	295,20	262,80	230,40	198,00
Equipo de oficina	320,00	288,00	256,00	224,00	192,00	160,00
Enceradoras	3.751,80	3.151,51	2.551,22	1.950,93	1.350,64	750,35
Aspiradora	3.452,04	2.899,71	2.347,38	1.795,05	1.242,72	690,39
Pulidora	3.150,00	2.646,00	2.142,00	1.638,00	1.134,00	630,00
Escalera	90,00	75,60	61,20	46,80	32,40	18,00

Escobas	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50	7,50
Recogedor	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
Escurridor de piso	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25	8,25
Trapeadores	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00
Diferidos	3.250,00	2.600,00	1.950,00	1.300,00	650,00	0,00
Gasto Constitución	800,00	640,00	480,00	320,00	160,00	0,00
Estudio	450,00	360,00	270,00	180,00	90,00	0,00
Software	2.000,00	1.600,00	1.200,00	800,00	400,00	0,00
Total Activo	33.838,67	33.064,63	23.466,29	30.974,71	29.600,36	22.270,89
Pasivo						
Préstamo	12.157,30	8.785,17	4.773,20	0,00	0,00	0,00
Patrimonio						
Capital	21.681,37	33.064,63	23.466,20	16.309,66	24.505,46	17.038,29

**Fuentes:** Proyección lineal

**Elaborado:** Autoras

### 3.4.3 Evaluación financiera

Valor actual neto

Para el cálculo del VAN se ha tomado una tasa de actualización de 10.65% que es la sumatoria de la inflación acumulada 6.12% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco Central del Ecuador 4.53%

La fórmula del Valor Actual Neto es:

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

Dónde:

$V_t$  Representa los flujos de caja en cada periodo t.

$I_0$  Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

$n$  Es el número de períodos considerado.

**Cuadro 30: Valor Neto**

Años	Flujo de caja (\$)	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual (\$)	Flujo de efectivo acumulado (\$)
		$1 / (1 + i)^n$		
0	-33.838,67	1	-33.838,67	- 33.838,67
1	9.991,06	0,85106383	8.503,03	- 25.335,64
2	4.883,74	0,72430964	3.537,34	- 21.798,30
3	16.883,18	0,61643374	10.407,36	-11.390,94
4	19.999,85	0,52462446	10.492,41	- 898,53
5	17.161,40	0,4464889	7.662,37	6.763,85

**Fuentes:** Flujo de Caja

**Elaborado:** Autoras

Como el van de 6763.85 lo cual es mayor a uno el proyecto es factible

#### 3.4.4 Tasa interna de retorno

Representa en definitiva, porcentualmente cuánto el proyecto entrega a sus partícipes (inversionistas y financistas) con respecto a la inversión realizada.

Dicha evaluación permitirá conocer qué tan rentable será la ejecución del proyecto, los resultados obtenidos deberán ser analizados por el o los inversionistas para determinar si se ejecuta o no el proyecto.

Para el cálculo de la tasa interna se requiere un VAN negativo próximo a cero, para lo cual se aplicará una tasa de descuento del 19,41% para la aplicación de la fórmula de la misma.

**Cuadro 31: Tasa Interna de Retorno**

Años	Flujo de caja (\$)	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual (\$)	Flujo de efectivo acumulado (\$)
		$1 / (1 + i)^n$		
0	22.838,67	1	-22.838,67	-22.838,67
1	9.991,06	0,6993007	6.986,76	-15.851,91
2	4.883,74	0,48902147	2.388,25	-13.463,66
3	16.883,18	0,34197305	5.773,59	-7.690,07
4	19.999,85	0,239142	4.782,80	-2.907,26
5	17.161,40	0,16723217	2.869,94	- 37,33

**Fuentes:** Flujo de Caja

**Elaborado:** Autoras

**Cuadro 32: Flujo de caja**

TIR =	$t1 + ((t2 - t1) (VAN1 / VAN1 - VAN2))$		
TIR =	17.5%	+25.5%	*0,9945
TIR =	17.5%	25.36%	
TIR =	42.86%		

**Fuentes:** Flujo de Caja

**Elaborado:** Autoras

La fórmula de la tasa interna de retorno ha arrojado un 42.86 % y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

### 3.4.5 Relación beneficio-costos

**Cuadro 33: Relación Beneficio-Costo**

Años	Flujo de caja (\$)	Factor de actualización	Flujo de efectivo actual (\$)	Flujo de efectivo acumulado (\$)
		$1 / (1 + i)^n$		
0				
1	9.991,06	0,85106383	8.503,03	8.503,03
2	4.883,74	0,72430964	3.537,34	12.040,37
3	16.883,18	0,61643374	10.407,36	22.447,73
4	19.999,85	0,52462446	10.492,41	32.940,14
5	17.161,40	0,4464889	7.662,37	40.602,52

**Fuentes:** Flujo de Caja

**Elaborado:** Autoras

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$R\ b/c = \$ 40602.52 / \$ 33838.67$$

$$R\ b/c = \$ 1.19$$

El proyecto muestra una relación B/C de 1.19 resultado mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto obtiene un retorno de 0,19 centavos por cada dólar invertido, asignación a la que se puede calificar como económicamente eficiente.

#### **3.4.6 Periodo de recuperación de la inversión**

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se determinará hasta qué año se recupera el monto principal y el faltante se lo realiza por regla de tres.

**Cuadro 34: Periodo de Recuperación de la Inversión**

<b>Periodo</b>	<b>Inversión</b>	<b>Flujos (\$)</b>	<b>flujos Acumulados (\$)</b>
0	33838,67		
1		9991,06	9991,06
2		4883,74	14874,8
3		16883,18	31757,98
4		19999,85	51757,83
5		17161,4	68919,23

**Fuentes:** Flujo de Caja

**Elaborado:** Autoras

Como se puede observar la recuperación será entre el tercer y cuarto año, para determinarlo exactamente se realizará una regla de tres, considerando que, si \$ 19999.85 (4to año) se hace en un año, el faltante para recuperar la inversión que es \$ 2080.69 (\$ 33838.67-\$ 31757.98) en que tiempo se hará:

**Cuadro 35: Flujos**

Flujos (\$)	Años
19999.85	1
2080.69	0,10403528

**Fuentes:** Flujo de Caja

**Elaborado:** Autoras

Para el cálculo más exacto se transformará 0,10403528 años a meses a través de una regla de tres.

**Cuadro 36: Flujos**

Años	Meses
1	12
0.10403528	1.248423363

**Fuentes:** Flujo de Caja

**Elaborado:** Autoras

El periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 1 meses, y dado que el proyecto tiene un periodo de evaluación de 5 años, en general la puesta en marcha del mismo es recomendable.



## **CAPÍTULO IV**

### **4. Conclusiones y recomendaciones**

#### **4.1. Conclusiones**

1. El proyecto se localiza en la provincia de Chimborazo cantón Riobamba el mismo que contará con todos los recursos necesarios para su funcionamiento.
2. La idea resulta novedosa para los habitantes de la ciudad de Riobamba ya que no cuenta con varias empresas dedicadas al servicio de limpieza y mantenimiento que cubran sus expectativas.
3. La elaboración del estudio técnico contribuyó a determinar los factores necesarios tanto humanos como técnicos para la instalación y operación de la empresa, aspectos como son el tamaño y la distribución del servicio la localización, los procesos de comercialización, la maquinaria y equipo requerido.
4. Se contará con el financiamiento del Banco Nacional de Fomento, seremos considerados como Artesanos Calificados para el préstamo y los requisitos son los siguientes: Monto Solicitado:\$ 12.157,30 Tasa de interés: 17.5 % Anual Plazo en días: 1080 Tipo de Amortización: Gradual Fija Pago de Capital: cada 30 días Pago de Interés: cada 30 días
5. Con la ayuda de los indicadores de rentabilidad, se determinó la factibilidad del proyecto, obteniendo un VAN positivo y un TIR que alcanza el 42.88%

## **4.2. Recomendaciones**

1. Comprobada la factibilidad técnica y económica del proyecto, se recomienda la implantación del negocio, en vista de que los indicadores financieros muestran una rentabilidad por encima el costo de oportunidad.
2. Mantener una buena imagen de la compañía ante los consumidores, brindando un servicio eficiente a través de profesionales capacitados que se involucren con los objetivos empresariales.
3. Implementar estándares de calidad en el servicio de limpieza y mantenimiento, a fin de buscar fidelidad entre los clientes y conseguir nuevos usuarios del servicio.
4. Adoptar políticas de marketing constantes, promocionando productos de limpieza que estimulen la compra y mejoren la rentabilidad del negocio.

## **RESUMEN**

Estudio de factibilidad para la creación de la empresa FLORALIMP, Cía. Ltda. En la Ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, de servicio de limpieza y mantenimiento de oficinas y edificios en general.

Determinar las necesidades actuales y futuras del mercado objetivo, así como sus perfiles y las posibles empresas que ingresarían a la oferta de los productos de servicio, limpieza y mantenimiento.

El presente trabajo consta de tres componentes fundamentales encaminados a dar respuesta a la factibilidad del proyecto, todos ellos explicados por una serie de ítems. En primer lugar se presenta el estudio de mercado; Durante el desarrollo de la investigación, se recolectó una serie de información objetiva y sistemática de datos por medio de un modelo de encuesta, la cual permitió explicar el comportamiento del mercado, información ligada principalmente por: gustos, horarios, modos de pagos igualmente para establecer el análisis de la competencia.

Se contará con el financiamiento del Banco Nacional de Fomento, seremos considerados como Artesanos Calificados para el préstamo y los requisitos son los siguientes: MONTO SOLICITADO: \$ 12.157,30 TASA DE INTERÉS: 17.5 % anual PLAZO EN DÍAS: 1080 TIPO DE AMORTIZACIÓN: GRADUAL FIJA PAGO DE CAPITAL: cada 30 días PAGO DE INTERÉS: cada 30 días

Como el van de 6763.85 lo cual es mayor a uno el proyecto es factible. La fórmula de la tasa interna de retorno ha arrojado un 42.86 % y al ser mayor a la tasa de oportunidad que se ha tomado como la suma de la inflación más la tasa que pagarían en el banco, se afirma que el proyecto es viable.

Comprobada la factibilidad técnica y económica del proyecto, se recomienda la implantación del negocio, en vista de que los indicadores financieros muestran una rentabilidad por encima el costo de oportunidad.

## **ABSTRACT**

The present investigation is a feasibility study to create the enterprise Froralimp. Ltd., which provides an office and building cleaning and maintaining service, in the city of Riobamba, province of Chimborazo.

It aims at determining not only the current and further target market needs but also profiles and possible enterprises interested in the cleaning and maintaining service product offer.

This research is made up of three fundamental elements aiming at determining the project feasibility, all of them broken down by a series of items. First, focus group is presented; objective and systematic data information was gathered throughout the research by means of a model survey explaining the market behavior. This information is about preferences, schedules, and payment methods to establish the competence analysis.

Banco nacional de Fomento will finance it. It will be known as qualified craftsmen for loans and the requests are as follows: REQUIRED AMOUNT: \$12.157,30 INTEREST RATE: 17.5% Per year, TERMS IN DAYS: 1080, TYPE OF AMORTIZATION: FIXED GRADUAL CAPITAL PAYMENT: every 30 days, INTEREST PAUMENT: every 30 days.

NPV 6763.85 is higher than 1 that is, the project is feasible. The internal return rate formula shows 42.86% that is, it is higher than the opportunity rate which is the inflation plus the rate banks would pay so the project is feasible.

The technical and economical project feasibility is proven, it is recommended to set up this business because financial indicators show profits in relation to the opportunity cost.

## **Bibliografía**

ANAYA TEJERO, Julio Juan, (2009)El transporte de mercancías, Madrid ESIC, , 2009. 178p.

ANDRADE, Raúl. (2008)Planificación del Desarrollo Estratégico Empresarial. Riobamba, 2008

Schiffman, León Leslie Lazar KanukComportamiento Del Consumidor  
Pág. 50

Philip Kotler,GaryArmstron (2002) Fundamentos de Marketing Pag.237

OSGOOD.W.(2002)Métodos de planificación de negocios. México limusa.

ENTREPRENEUR” en “L'Encyclopédie, (Pagina 5:732),

CRUZ, Luis. GUZMAN, Oscar. NOBOA, Paul.(2008) Diseño y Evaluación de Proyectos de Inversión: Una aplicación práctica. Ed. Asociación María Augusta, Quito.

GALINDO, Edwin.(2009) Estadística para la Administración y la Ingeniería, Gráficas Mediavilla. Hnos.,.

MUÑOS, Eduardo.(2007) Guía Metodológica “2do Concurso de Emprendimientos ”. Edit. Espoch, Riobamba, 113p.

ILUSTRE MUNICIPIO DE RIOBAMBA.(2008) Requisitos de Patente y Datos Generales. Riobamba, IMR.

## **INTERNET**

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación, Tasa de Interés Activa referencial, Producto Interno Bruto, Índice de Pobreza, 2012 ([www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)) (en línea)

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN, Índices, Tasas, Estadísticas, 2013(<http://www.inen.gov.ec>) (en línea)

[http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB\\_iframe=true&height=530&width=1100](http://www.inec.gob.ec/cpv/?TB_iframe=true&height=530&width=1100).Fecha de consulta: 10 marzo 2012 (en línea)

<http://sandraramon.wordpress.com/2009/07/08/panorama-del-emprendimiento-en-ecuador-y-la-situación-> html(en línea)

[www.ecotravel.com/ecuador/ciudades-destinos/riobamba.php](http://www.ecotravel.com/ecuador/ciudades-destinos/riobamba.php) consultado 12 febrero 2012 (en línea)

[www.weatherbase.com/weather/ weather.php3?s=352267&refer=&units=metric](http://www.weatherbase.com/weather/weather.php3?s=352267&refer=&units=metric)(en línea)

[www.es.wikipedias.org/wiki/Riobamba-](http://www.es.wikipedias.org/wiki/Riobamba) consultado 20 febrero 2012 (en línea)

[www.laprensa.com.ec/ediciones.asp?notid=6280](http://www.laprensa.com.ec/ediciones.asp?notid=6280) (en línea)

[www.senescyt.gob.ec/UNIVERSIDADES.pdf](http://www.senescyt.gob.ec/UNIVERSIDADES.pdf) (en línea)

<http://www.gerencie.com/emprendimiento.html>(en línea)

# ANEXOS

## **Anexo 1 Encuesta**

### **Objetivo de la encuesta**

La presente tiene como finalidad determinar la factibilidad de la creación de la empresa “FLORALIM” que tiene como objetivo principal dar servicios de mantenimiento y limpieza a las instituciones, oficinas y edificios de la ciudad de Riobamba.

Se realizó las siguientes preguntas esperando obtener respuestas con la mayor sinceridad posible

- 1. ¿Le gustaría a usted que exista una empresa que se encargue del mantenimiento y limpieza de su empresa y/o oficina?**

Si

No

- 2. ¿Conoce usted si en la ciudad de Riobamba existe una empresa que brinde estos servicios?**

Si

No

- 3. ¿Qué frecuencia le gustaría recibir el mantenimiento y limpieza?**

Una vez a la semana

Dos veces a la semana

Una vez al mes

Dos veces al mes

Todos los días

- 4. ¿Qué superficie tiene su oficina/ pequeño negocio?**

8 m<sup>2</sup>



$9m^2$

$10m^2$

Más  $10 m^2$

**5. ¿Qué precio le gustaría pagar por la limpieza?**

\$ 2 por  $m^2$

\$ 3 por  $m^2$

\$ 4 por  $m^2$

Más de \$ 4 por  $m^2$

**6. ¿En qué horario le gustaría que se hiciera la limpieza?**

7 a 8 am

6 a 8 pm

Sábados y Domingo

**7. ¿Qué forma de pago le gustaría realizar?**

Efectivo

Crédito

**8. ¿Le gustaría que se utilicen productos de limpieza amigables con el medio ambiente sin importar que tenga que pagar más?**

Si

No

**Gracias por su colaboración**

## Anexo 2: Cálculo de la proyección de la demanda

$$a = \frac{[\sum y (\sum x^2) - (\sum x * \sum xy)]}{n (\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{[4390 (10) - (0 * 490)]}{5 (10) - (0)^2}$$

$$a = \underline{493900}$$

$$50$$

$$a = 878$$

$$b = \frac{[(n * \sum xy) - (\sum x * \sum y)]}{(n * \sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{[(5 * 490) - (0 * 4390)]}{(5 * 10) - (0)^2}$$

$$b = \underline{2450}$$

$$50$$

$$b = 49$$

$$y = a + b(x)$$

$$y_{2011} = 878 + 49 (6)$$

$$y_{2011} = 878 + 294$$

$$y_{2011} = 1172$$

$$y_{2012} = 878 + 49(7)$$

$$y_{2012} = 878 + 343$$

**y2012= 1221 (Demanda Actual)**

**y2013= 878+49 (8)**

**y2013= 878+392**

**y2013= 1270**

**y2014= 878+49 (9)**

**y2014= 878+441**

**y2014= 1349**

**y2015= 878+49 (10)**

**y2015= 878+490**

**y2015= 1368**

**y2016= 878+49 (11)**

**y2016= 878+539**

**y2016=1417**

**y2017= 878+49 (12)**

**y2017= 878+588**

**y2017= 1466**

**Anexo 3: Tabla de amortización (USD)**

Préstamo	12157,3			
Interés	17.5%			
Numero de cuotas	36	Meses		

	Detalle	Capital	Interés	Letra
0	\$ 12.157,30			
1	\$ 12.157,30	\$ 259,18	\$ 177,29	\$ 436,47
2	\$ 11.898,12	\$ 262,96	\$ 173,51	\$ 436,47
3	\$ 11.635,16	\$ 266,79	\$ 169,68	\$ 436,47
4	\$ 11.368,37	\$ 270,68	\$ 165,79	\$ 436,47
5	\$ 11.097,69	\$ 274,63	\$ 161,84	\$ 436,47
6	\$ 10.823,06	\$ 278,64	\$ 157,84	\$ 436,47
7	\$ 10.544,42	\$ 282,70	\$ 153,77	\$ 436,47
8	\$ 10.261,72	\$ 286,82	\$ 149,65	\$ 436,47
9	\$ 9.974,90	\$ 291,00	\$ 145,47	\$ 436,47
10	\$ 9.683,89	\$ 295,25	\$ 141,22	\$ 436,47
11	\$ 9.388,65	\$ 299,55	\$ 136,92	\$ 436,47
12	\$ 9.089,09	\$ 303,92	\$ 132,55	\$ 436,47
13	\$ 8.785,17	\$ 308,36	\$ 128,12	\$ 436,47
14	\$ 8.476,81	\$ 312,85	\$ 123,62	\$ 436,47
15	\$ 8.163,96	\$ 317,41	\$ 119,06	\$ 436,47
16	\$ 7.846,55	\$ 322,04	\$ 114,43	\$ 436,47

17	\$ 7.524,50	\$ 326,74	\$ 109,73	\$ 436,47
18	\$ 7.197,76	\$ 331,50	\$ 104,97	\$ 436,47
19	\$ 6.866,26	\$ 336,34	\$ 100,13	\$ 436,47
20	\$ 6.529,92	\$ 341,24	\$ 95,23	\$ 436,47
21	\$ 6.188,68	\$ 346,22	\$ 90,25	\$ 436,47
22	\$ 5.842,45	\$ 351,27	\$ 85,20	\$ 436,47
23	\$ 5.491,18	\$ 356,39	\$ 80,08	\$ 436,47
24	\$ 5.134,79	\$ 361,59	\$ 74,88	\$ 436,47
25	\$ 4.773,20	\$ 366,86	\$ 69,61	\$ 436,47
26	\$ 4.406,34	\$ 372,21	\$ 64,26	\$ 436,47
27	\$ 4.034,13	\$ 377,64	\$ 58,83	\$ 436,47
28	\$ 3.656,49	\$ 383,15	\$ 53,32	\$ 436,47
29	\$ 3.273,34	\$ 388,74	\$ 47,74	\$ 436,47
30	\$ 2.884,60	\$ 394,41	\$ 42,07	\$ 436,47
31	\$ 2.490,20	\$ 400,16	\$ 36,32	\$ 436,47
32	\$ 2.090,04	\$ 405,99	\$ 30,48	\$ 436,47
33	\$ 1.684,05	\$ 411,91	\$ 24,56	\$ 436,47
34	\$ 1.272,13	\$ 417,92	\$ 18,55	\$ 436,47

35	\$ 854,21	\$ 424,01	\$ 12,46	\$ 436,47
36	\$ 430,20	\$ 430,20	\$ 6,27	\$ 436,47

#### Anexo 4: Cálculos de proyección (USD)

INSUMOS	2	68	Oficinas		
	inflación 6,12%	Por m	Oficina 9	MENSUAL	ANUAL
Detergentes	0,02142	0,37142	3,34278	909,23616	10910,83392
Cloro	0,00918	0,15918	1,43262	389,67264	4676,07168
Desinfectante	0,011016	0,191016	1,719144	467,607168	5611,286016
Ambiental	0,004896	0,084896	0,764064	207,825408	2493,904896
Cera	0,013464	0,233464	2,101176	571,519872	6858,238464
Desgrasante	0,012852	0,222852	2,005668	545,541696	6546,500352
Limpia vidrio	0,00306	0,05306	0,47754	129,89088	1558,69056

Guantes	0.020808	0.360808	3.247272	883.257984	10599.09581
Total	0,096696	1,676696	15,090264	4104,551808	49254,6217

INSUMOS	3	71	Oficina 9		
	Inflación 12%	Por m.	Oficina 9	Mensual	Anual
Detergentes	\$ 0,02	\$ 0,39	\$ 3,55	\$ 1.007,45	\$ 12.089,40
Cloro	\$ 0,01	\$ 0,17	\$ 1,52	\$ 431,76	\$ 5.181,17
Desinfectante	\$ 0,01	\$ 0,20	\$ 1,82	\$ 518,12	\$ 6.217,40
Ambiental	\$ 0,01	\$ 0,09	\$ 0,81	\$ 230,27	\$ 2.763,29
Cera	\$ 0,01	\$ 0,25	\$ 2,23	\$ 633,25	\$ 7.599,05



Desgrasante	\$ 0,01	\$ 0,24	\$ 2,13	\$ 604,47	\$ 7.253,64
Limpia vidrio	\$ 0,00	\$ 0,06	\$ 0,51	\$ 143,92	\$ 1.727,06
Guantes	\$ 0,02	\$ 0,38	\$ 3,45	\$ 978,67	\$ 11.743,99
Total	\$ 0,10	\$ 1,78	\$ 16,01	\$ 4.547,92	\$ 54.574,99

INSUMOS	4	71	Oficina 9		
	Inflación 12%	Por m	Oficina 9	MENSUAL	ANUAL
Detergentes	\$ 0,02	\$ 0,42	\$ 3,76	\$ 1.114,28	\$ 13.371,35
Cloro	\$ 0,01	\$ 0,18	\$ 1,61	\$ 477,55	\$ 5.730,58
Desinfectante	\$ 0,01	\$ 0,22	\$ 1,94	\$ 573,06	\$ 6.876,69
Ambiental	\$ 0,01	\$ 0,10	\$ 0,86	\$ 254,69	\$ 3.056,31
Cera	\$ 0,02	\$ 0,26	\$ 2,37	\$ 700,40	\$ 8.404,85
Desgrasante	\$ 0,01	\$ 0,25	\$ 2,26	\$ 668,57	\$ 8.022,81

Limpia vidrio	\$ 0,00	\$ 0,06	\$ 0,54	\$ 159,18	\$ 1.910,19
Guantes	\$ 0,02	\$ 0,41	\$ 3,66	\$ 1.082,44	\$ 12.989,31
Total	\$ 0,11	\$ 1,89	\$ 16,99	\$ 5.030,17	\$ 60.362,09

INSUMOS	5	74	Oficina 9		
	Inflación 12%	Por m	Oficina 9	Mensual	Anual
Detergentes	\$ 0,03	\$ 0,44	\$ 3,99	\$ 1.214,43	\$ 14.573,18
Cloro	\$ 0,01	\$ 0,19	\$ 1,71	\$ 520,47	\$ 6.245,65
Desinfectante	\$ 0,01	\$ 0,23	\$ 2,05	\$ 624,56	\$ 7.494,78
Ambiental	\$ 0,01	\$ 0,10	\$ 0,91	\$ 277,58	\$ 3.331,01
Cera	\$ 0,02	\$ 0,28	\$ 2,51	\$ 763,36	\$ 9.160,28

Desgrasante	\$ 0,02	\$ 0,27	\$ 2,40	\$ 728,66	\$ 8.743,91
Limpia vidrio	\$ 0,00	\$ 0,06	\$ 0,57	\$ 173,49	\$ 2.081,88
Guantes	\$ 0,02	\$ 0,43	\$ 3,88	\$ 1.179,73	\$ 14.156,80
Total	\$ 0,12	\$ 2,00	\$ 18,03	\$ 5.482,29	\$ 65.787,50

INSUMOS	6	76	Oficina 9		
	Inflación 12%	Por m	Oficina 9	Mensual	Anual
Detergentes	\$ 0,03	\$ 0,47	\$ 4,24	\$ 1.339,63	\$ 16.075,52
Cloro	\$ 0,01	\$ 0,20	\$ 1,82	\$ 574,13	\$ 6.889,51
Desinfectante	\$ 0,01	\$ 0,24	\$ 2,18	\$ 688,95	\$ 8.267,41
Ambiental	\$ 0,01	\$ 0,11	\$ 0,97	\$ 306,20	\$ 3.674,41

Cera	\$ 0,02	\$ 0,30	\$ 2,66	\$ 842,05	\$ 10.104,61
Desgrasante	\$ 0,02	\$ 0,28	\$ 2,54	\$ 803,78	\$ 9.645,31
Limpia vidrio	\$ 0,00	\$ 0,07	\$ 0,61	\$ 191,38	\$ 2.296,50
Guantes	\$ 0,03	\$ 0,46	\$ 4,12	\$ 1.301,35	\$ 15.616,22
Total	\$ 0,12	\$ 2,13	\$ 19,14	\$ 6.047,46	\$ 72.569,50

## SUELDOS BÁSICOS

Años	Dólares	X	x2	x*y
2009	218	-2	4	-436
2010	240	-1	1	-240
2011	264	0	0	0
2012	292	1	1	292
2013	318	2	4	636

	1332	0	10	252
--	------	---	----	-----

### **SUELDOS PROYECTADOS (USD)**

Gastos Administrativos	mensual	Mensual 2014	Mensual 2015	Mensual 2016	Mensual 2017	Anual 2014	Anual 2015	Anual 2016	Anual 2017
Gerente	360	471,6	499,896	524,8908	551,13534	5659,2	5998,752	6298,6896	6613,62408
Secre- Contadora	340	445,4	472,124	495,7302	520,51671	5344,8	5665,488	5948,7624	6246,20052
Auxiliar de Limpieza	320	419,2	444,352	466,5696	489,89808	5030,4	5332,224	5598,8352	5878,77696
Personal de Mantenimiento	320	419,2	444,352	466,5696	489,89808	5030,4	5332,224	5598,8352	5878,77696
Total Administrativos	1340	1755,4	1860,724	1953,76	2051,448	21064,8	22328,69	23445,12	24617,38