



**ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO
SEDE - LATACUNGA.**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

**PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL.**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA TERCERIZADORA DE SERVICIOS DE
LIMPIEZA PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS Y
PRIVADAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**

ELABORADO POR:

KARINA GISSELA PROAÑO CAÑIZARES.

DIRECTOR:

Econ. FRANCISCO CAICEDO ATIAGA, Mba.

CODIRECTOR:

Ing. XAVIER FABARA.

Latacunga, Septiembre del 2005.

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO SEDE LATACUNGA.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

CERTIFICADO.

En nuestra condición de Director y Codirector, certificamos que la Señora Karina Gissela Proaño Cañizares, ha desarrollado el Proyecto de Grado titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA TERCERIZADORA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, aplicando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas; que regulan esta actividad académica, por lo que autorizamos a la mencionada alumna, reproduzca el documento definitivo, presente a las autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente;

Econ. Francisco Caicedo Atiaga, Mba.

DIRECTOR

Ing. Xavier Fabara.

CODIRECTOR

AUTORIA.

Los criterios emitidos en el presente **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA TERCERIZADORA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este trabajo de grado.

Latacunga, Septiembre del 2005

LA AUTORA.

KARINA GISSELA PROAÑO CAÑIZARES.

Agradecimiento.

A Dios por haberme brindado su amor y colmado de bendiciones durante toda mi vida universitaria y por haberme dado la fuerza y voluntad suficiente para la culminación de este proyecto, y mediante el cual alcanzar el Título de Ingeniera Comercial.

A mis padres, Angel y Zoila por su amor y que hicieron de mi una persona útil en la vida, por haberme dado la mejor herencia que un padre puede dar a su hijo, el estudio, y también por su apoyo incondicional tanto moral como económico durante el transcurso de toda mi vida estudiantil.
Y gracias por haber depositado su confianza en mí.

A mi hermana, Zahira por el apoyo incondicional, su amistad en cualquier momento que lo necesitaba y por el ánimo prestado durante la elaboración de mi proyecto.

A mi querida compañera Sofía, por haberse convertido en la persona con la cual yo podía contar a cada instante en la elaboración de mi proyecto.

Un agradecimiento especial a mi Director Eco. Francisco Caicedo y a mi Codirector Ing. Xavier Fabara, por su ayuda y paciencia en el desarrollo y culminación de este proyecto.

Gissela

Dedicatoria.

*A mi esposo, Marco, el amor de mi vida y que significa para mí tranquilidad,
serenidad, equilibrio, amor, cariño, pasión y entrega.*

*A mi hija, Fernandita, mis sueños y que significa en mi vida ternura, delicadeza,
dulzura, paz y amor.*

INTRODUCCIÓN.

La evaluación de este proyecto analiza la factibilidad para instalar una empresa tercerizadora de servicios de limpieza para empresas públicas y privadas existentes en la ciudad de Latacunga.

La primera parte de este proyecto comprende la definición del tema, su justificación e importancia y los objetivos del proyecto.

La segunda parte del proyecto comprende el estudio de mercado en donde se determinará el tamaño al cual va dirigido este estudio, cuales son las razones principales por las que los clientes contratarán a este tipo de tercerizadoras, luego el análisis de la oferta en la cual nosotros identificamos a la competencia, después pronosticamos la demanda y con esto el pronóstico de la demanda insatisfecha con la finalidad de obtener nuestro posible mercado al cual se va a dirigir esta tercerizadora y finalmente la fijación de los precios de cada una de las actividades a realizarse. Al finalizar esta primera parte, se tendrá una clara visión de las condiciones actuales del mercado lo que permitirá decidir si es conveniente o no la instalación de la tercerizadora de servicios de limpieza.

La tercera parte del proyecto abarca el estudio técnico y de administración de la tercerizadora, que implica la localización óptima, precisar tanto la maquinaria como la mano de obra necesaria a utilizarse, las condiciones del trabajo en donde incluye los turnos laborales, la estructura y comunicación de la organización, estimación de los recursos y finalmente los aspectos legales concernientes a su instalación.

La cuarta parte de este proyecto conforma el estudio económico de todas las condiciones realizadas en el estudio técnico, en esto incluye determinar la inversión inicial, los costos totales de operación, el capital de trabajo, el cálculo de los estados financieros, es decir aquí obtenemos todas las cifras necesarias para llevar a cabo la evaluación financiera.

La quinta parte se refiere a la evaluación financiera de la inversión del presente proyecto, en donde determinamos la rentabilidad de toda la inversión bajo ciertos criterios como son el VAN, la TIR, la relación B / C, el período de recuperación para así determinar la factibilidad del proyecto.

Y en la sexta parte del proyecto tenemos la propuesta estratégica que refleja la estructura de la tercerizadora la cual se compone de la planeación en donde consta de la misión ,visión, objetivos, estrategias, políticas y es lo *que se va a hacer* para que la tercerizadora llega a cumplir con las expectativas requeridas por los clientes y finalmente la organización constará de una estructura orgánica la cual reflejará *como se va a hacer* adecuadamente las actividades que se van a realizar dentro de la tercerizadora para llegar a cumplir con todo lo planificado.

Finalmente tenemos las conclusiones y las recomendaciones de todo el proyecto las cuales obtenemos en base a los resultados de cada una de sus partes .

ÍNDICE DE CONTENIDOS.

CAPÍTULO I:

GENERALIDADES.

	Pág.
Definición del tema	1
Justificación e importancia	2
Proyecto de inversión	2
Necesidad	3
Estructura	4
Estudio de mercado	5
Estudio técnico	6
Estudio económico	7
Evaluación financiera	7
Enfoque metodológico	8
Objetivos del proyecto	9
Objetivo general	9

CAPÍTULO II:

ESTUDIO DE MERCADO.

	Pág.
Objetivos del estudio de mercado	11
Objetivo general	11
Objetivos específicos	11
Identificación del tamaño de la población	12
Estimación de la muestra	16
Formulación de la encuesta	18
Tratamiento de las encuestas	20
Resultados del estudio de mercado	34
Análisis de la oferta	35
Pronóstico de la demanda	36
Pronóstico de la demanda insatisfecha	38
Fijación de precios	40

CAPÍTULO III:

ESTUDIO TÉCNICO Y DE ADMINISTRACIÓN.

Objetivo general	42
Objetivos específicos	42
Localización	43
Macro localización	44
Micro localización	46
	Pág.
Ingeniería del servicio	50
Definición del servicio	51
Marco legal	53
Organización	54
Estructura	55
Organigrama estructural	56
Organigrama posicional	57
Organigrama funcional	58
Comunicación	60
Estimación de recursos	61
Recursos humanos	61
Recursos materiales	62
Recursos tecnológicos	64

CAPÍTULO IV:

ESTUDIO ECONÓMICO.

Objetivo general.	66
Objetivos específicos.	66
Inversión del proyecto.	67
Activos fijos.	68
Depreciación.	70
Capital de trabajo.	71
Financiamiento.	73
Presupuestos de operación.	75
	Pág.
Ingresos.	75
Presupuesto de ventas.	76
Egresos.	78
Egresos operacionales.	78
Presupuesto de gastos de operación.	79
Gastos administrativos.	79
Gastos de ventas.	81
Egresos financieros.	82
Estados financieros presupuestados.	82
Análisis de cuentas por cobrar.	84
Análisis de cuentas por pagar.	84
Flujo de efectivo indirecto.	85
Estructura del balance de situación general.	87
Estructura de los estados de pérdidas y ganancias.	89

CAPÍTULO V:

EVALUACIÓN FINANCIERA.

Objetivo general.	92
Objetivos específicos.	92
Análisis financiero.	93
Razones financieras.	93
Evaluación del punto de equilibrio.	97
Estructura de Costos.	97
Costos fijos.	111
	Pág.
Costos variables.	112
Flujo nominal proyectado.	113
Evaluación financiera.	115
Valor actual neto.	115
Calculo valor actual neto.	116
Tasa interna de retorno.	118
Período de recuperación.	119
Relación beneficio / costo.	123
Cálculo relación beneficio / costo.	120
Análisis de sensibilidad.	122

CAPÍTULO VI: PROPUESTA ESTRATEGICA, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Misión.	124
Visión.	124

Objetivos.	125
Objetivo general	125
Objetivos específicos	125
Estrategias Área RR.HH	125
Estrategias área de mercadotecnia	128
Estrategia área de servicios	130
Estrategia área financiera	132
Políticas	135
Estructura organizacional.	136
	Pág.
Conclusiones.	138
Recomendaciones.	139
Anexos	
Bibliografía	

ÍNDICE DE TABLAS.

Capítulo II.

	Pág.
• Ubicación de las empresas en la zona centro y en los alrededores de la ciudad de Latacunga.	12
• Empresas públicas y privadas del centro y de los alrededores en la ciudad de Latacunga.	13
• Tablas de la encuesta	21-33
• Precios de la limpieza en las diferentes tercerizadoras existentes en la ciudad de Latacunga.	40

Capítulo III.

• Matriz de decisión	48
• Detalle del recurso humano necesario para la tercerizadora con sus correspondientes sueldos.	61

- Vehículo para uso de la tercerizadora. 62
- Detalle de los enceres a utilizar en la tercerizadora. 63
- Detalle de los enseres menores. 63
- Detalle de la maquinaria y del equipo de oficina a utilizar en la tercerizadora. 64

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Capítulo II.

	Pág.
• Ubicación de las empresas en la zona centro y en los alrededores de la ciudad de Latacunga.	13
• Gráficos de la encuesta	21-33

ÍNDICE DE CUADROS.

Capítulo IV.

	Pág.
• Inversión total.	68
• Vehículos.	69
• Porcentaje de depreciación y vida útil de Activos Fijos.	71
• Depreciación activo fijo.	71
• Capital de Trabajo.	72
• Calendario de Inversión.	74
• Estimación de la demanda insatisfecha en unidades.	76
• Estimación del precio por m ² de las áreas a realizar la limpieza.	77
• Estimación precio por m ² anual en dólares.	77
• Estimación ventas anuales en dólares	77
• Gastos administrativos.	79
• Requerimientos de personal.	80

• Remuneraciones.	80
	Pág.
• Gastos generales.	80
• Gastos de ventas.	81
• Préstamo por pagar.	82
• Flujo de Efectivo Indirecto.	86
• Balance General.	88
• Estado de resultados.	90

Capítulo V.

• Razones Financieras.	94
• Costos Fijos.	112
• Costos Variables.	112
• Punto de Equilibrio.	113
• Flujo Nominal Proyectado.	114
• Valor Actual Neto.	117

CAPÍTULO I:

GENERALIDADES.

1.1.DEFINICIÓN DEL TEMA.

El proyecto denominado: “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa tercerizadora de servicios de limpieza para instituciones públicas y privadas en la ciudad de Latacunga” cumplirá con la finalidad de brindar una solución relacionada con este tipo de servicio para las empresas públicas y privadas, las cuales no poseen personal propio para realizarlo; y a su vez se considera este servicio como fuente de problemas.

El presente proyecto se orienta a realizar un estudio minucioso de las diferentes necesidades que se presentan en las empresas públicas y privadas en la búsqueda de un buen servicio de limpieza.

Estará acorde a las necesidades de las empresas pueden con relación a su horario, número de personas y principalmente ofrecerá costos cómodos por el servicio prestado. Esta empresa se identificará por la excelencia de sus servicios que cubrirá todos los aspectos relacionados con la limpieza de oficinas e instalaciones de empresas.

Las empresas tanto públicas como privadas no solamente están interesadas en solucionar su problema con la limpieza, sino también

conseguir un servicio rápido y eficiente, que cubra con todos los aspectos relacionados con la higiene ambiental.

El cliente no se preocupará de la maquinaria y los suministros de limpieza, porque la empresa será la encargada de llevar los mismos para la elaboración de un excelente servicio y al mismo tiempo brindar comodidad al cliente.

1.2.JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.

Proyecto de Inversión.

“Descrito en forma general, el proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana”.¹

“El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”.²

El proyecto es una actividad económica que busca acrecentar la riqueza de quién lo realice. En general un proyecto se compone de una inversión inicial y una serie de flujos futuros que compensan la inversión realizada.

¹ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág.2.

² BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág.2.

Este proyecto de inversión se enfoca hacia los servicios de limpieza de oficinas, especialmente para las empresas públicas y privadas de la ciudad de Latacunga que tienen problemas al momento de realizar la contratación de personal para la limpieza de sus oficinas.

Este proyecto va a tener un beneficio social debido a que esté coadyuvará a la ciudad de Latacunga a un desarrollo, en el que se combinan debidamente los recursos humanos, físicos y financieros.

Necesidad.

“Cada día que pasa en cualquier lugar que nos encontremos vamos a tener a la mano un sinnúmero de bienes y servicios prestados por el mismo hombre; desde la ropa que vestimos hasta las computadoras modernas que apoyan al trabajo del ser humano; cada uno de estos bienes y servicios fueron evaluados desde varios puntos de vista, pero como un objetivo final es la satisfacción humana.”³

Siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o un servicio. Es claro que las inversiones no se hacen sólo porque alguien desea producir determinado artículo, o piensa que produciéndolo ganará dinero. “En la actualidad, una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos”.⁴

³ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 2.

⁴ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 2.

El proyecto surge como respuesta a una “idea” que busca, ya sea, la solución a un problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros.

El proyecto debe evaluarse de acuerdo a la conveniencia y así resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

En nuestro país existen muchas tercerizadoras de servicios de limpieza para empresas, las cuales están destinadas a resolver problemas de las pequeñas y grandes empresas que tienen mucha dificultad en el momento de contratar personal, puesto que les incurre en un costo más para su empresa.

En nuestra ciudad, se ha visto la necesidad de crear una tercerizadora de servicio de limpieza, para empresas públicas y privadas debido a que las empresas que prestan este servicio son muy escasas y no satisfacen la demanda existente.

Una tercerizadora es la subcontratación de personal, destinado a realizar un determinado trabajo que beneficiará a las empresas que tienen dificultad en la contratación de personal propio para la realización de distintos trabajos, entonces esta empresa será una solución para la limpieza de sus oficinas facilitando el respectivo material y el personal adecuado para la ejecución de este servicio.

Finalmente, con el presente proyecto se pretende ofrecer a los clientes los beneficios de un buen servicio con precios relacionados al mercado. Por parte del personal de la tercerizadora debe haber responsabilidad,

puntualidad y honradez ; además se debe brindar buen trato y amabilidad al cliente en el momento de la contratación y entrega del servicio.

Estructura.

I. Estudio de Mercado

“Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización. El objetivo general de esta investigación será verificar la posibilidad real de ingresar el producto o servicio en un mercado determinado”.⁵

“Se entiende por mercado al área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”⁶

Nuestra potencial demanda serán todas las empresas públicas y privadas existentes en la ciudad de Latacunga.

El objetivo de nuestra empresa es la satisfacción de nuestros clientes mediante el servicio prestado con horarios accesibles, personal capacitado y lo más importante con costos admisibles.

II. Estudio Técnico.

⁵ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 7.

⁶ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 14.

Este estudio nos permite analizar el tamaño óptimo, la localización, los equipos y las instalaciones requeridas en el proyecto.

El tamaño óptimo dependerá del monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra u otro efecto relacionado con la economía.

La estructura fija de la empresa y el correspondiente espacio físico, estarán supeditados a las necesidades de sus clientes y también se ubicará en un punto estratégico que ofrecerá calidad en el servicio, con miras a la expansión del negocio.

La publicidad para la venta de este servicio lo haremos de dos maneras: un representante de la empresa visitará las diferentes empresas públicas y privadas existentes en esta ciudad, para ofrecer los servicios de limpieza y al mismo tiempo dar a conocer la existencia de esta tercerizadora. Y mediante anuncios en los diferentes medios de comunicación existentes en esta ciudad, es decir mediante cuñas comerciales en las radios de mayor audiencia, propagandas en los canales de televisión y anuncios en la diario de la ciudad.

III. Estudio Económico.

Después de haber concluido el estudio técnico, nos daremos cuenta de que existe un mercado potencial por cubrir y que tecnológicamente no existe impedimento para llevar a cabo el proyecto. “El análisis económico permite determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto”.⁷

⁷ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 16.

El costo total de la operación de la empresa estará dado por :

- El personal fijo (administrativo) con que va a contar la tercerizadora.
- El personal contratado para la ejecución del servicio.
- Los materiales a ser utilizados en la ejecución del servicio.

IV. Evaluación Financiera.

En la evaluación financiera hay que tomar como referencia los estudios anteriores, para así llegar a conocer la tasa interna de retorno y el valor presente neto, y concluir si se puede implantar el proyecto en evaluación.

- *Valor Presente Neto (VPN).*- Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. El VPN puede ser positivo (+), cero (0), o negativo (-). Si el VPN es mayor que cero (0) el proyecto se acepta, si el VPN es igual a cero (0) es indiferente entre realizar este proyecto o escoger otras alternativas que tenemos de inversión en vista que arrojan el mismo beneficio, si el VPN es menor que cero (0) este proyecto no vale la pena en vista que tenemos alternativas de inversión que pueden arrojar un mayor beneficio.
- *Tasa Interna de Retorno (TIR).*- Es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero (0); o sea la tasa que igualará la suma de los flujos descontados de la inversión inicial. Dado que el resultado del VPN arroje un valor positivo (+), se acepta el proyecto; ahora mediante el cálculo de la TIR se conocerá el valor real del rendimiento del dinero en la inversión.

Tomando en cuenta los estudios previos para así llegar a conocer el VPN y el TIR podemos concluir si este proyecto de inversión se puede implantar en la ciudad de Latacunga.

1.2.1 . Enfoque metodológico.

Los métodos de investigación a utilizarse en este proyecto son: método deductivo y el método inductivo.

- *Método deductivo.*- Este método sigue un proceso sintético – analítico, se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales de las cuales extraemos conclusiones.

Este método se lo va a utilizar en el capítulo I ,mediante la recopilación de información secundaria como textos, revistas o internet, con la finalidad de obtener conclusiones en las cuales vamos a examinar casos particulares sobre afirmaciones generales presentadas. También vamos a utilizar fuentes primarias de información, constituidas por el consumidor del servicio, obteniendo la información necesaria de él para el análisis del proyecto. Utilizamos el acercamiento y observación directa con el usuario, mediante la realización de entrevistas personales con cuestionarios preelaborados (preguntas abiertas y cerradas), que permitan dar a conocer las necesidades de las pequeñas y medianas empresas de la zona, en cuanto al servicio de limpieza de oficinas.

- *Método inductivo.*- Es un proceso analítico – sintético mediante el cual se parte del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para llegar al descubrimiento de un principio o ley general que rige.

Este método lo vamos a utilizar del capítulo II al VI, debido a la información primaria recopilada por entrevistas, encuestas y

observaciones, para así obtener hechos, fenómenos particulares y luego llegar a un principio o una ley que nos rijan.

1.3. OBJETIVOS DEL PROYECTO.

1.3.1 Objetivo general.

Desarrollar un proyecto de inversión para la creación de una tercerizadora de servicios de limpieza para instituciones públicas y privadas en la ciudad de Latacunga, con el propósito de ofrecer servicios de limpieza a empresas que no tienen personal para realizarlo.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Determinar y cuantificar la demanda insatisfecha, por medio del análisis de los precios y su estudio de comercialización, para así poder verificar la posibilidad real de penetración de la tercerizadora de servicios de limpieza en el mercado de la zona.
- Determinar el tamaño de la planta, la localización óptima y el análisis administrativo, con el objetivo de obtener una mayor tasa de rentabilidad.
- Elaborar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.
- Desarrollar los estudios previos para así llegar a conocer el TIR y el VAN y concluir si se implementa el proyecto.

CAPÍTULO II:

ESTUDIO DE MERCADO.

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.⁸

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación a realizarse en el presente proyecto, más que describir y proyectar el mercado óptimo este viene a ser la base sólida sobre la que continuará el estudio completo y además es el que va a proporcionar los datos básicos para el resto del estudio.

A pesar de que la información sobre la oferta y la demanda podemos obtenerlo fácilmente de fuentes de información secundarias, es recomendable realizar una investigación de fuentes primarias debido a que proporcionan información actualizada, directa y sobre todo confiable.

“Se denominan **fuentes secundarias** aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras”⁹

“Las **fuentes primarias** de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo”¹⁰

El estudio de mercado también es útil para predecir una adecuada política de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el servicio y sobre todo determinará la calidad del servicio a prestar para así cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

⁸ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 14.

⁹ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 19.

¹⁰ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 31.

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

2.1.1. Objetivo general.

Verificar la posibilidad de penetración del servicio de limpieza en las empresas públicas y privadas existentes en la ciudad de Latacunga.

2.1.2. Objetivos específicos.

- Establecer el tamaño de la demanda que podría esperarse y conocer las características y ubicación de los consumidores potenciales.
- Reconocer el segmento de mercado al que va dirigido el proyecto de inversión.
- Establecer las razones que tienen los clientes para adquirir el servicio de limpieza.
- Identificar a la competencia.

2.2. IDENTIFICACIÓN DEL TAMAÑO DE LA POBLACIÓN.

En la ciudad de Latacunga existen muchas empresas tanto públicas como privadas las cuales brindan un determinado servicio a la

ciudadanía y al mismo tiempo ayudan al engrandecimiento tanto comercial como económico de la misma.

“Servicio, conjunto organizado de personas que atienden necesidades planteadas en entidades públicas o privadas y labor que éstas realizan”¹¹

Estas empresas se ubican en un 54% en una zona central, comercial y a la vez residencial de la ciudad de Latacunga y en un 46% en los alrededores de la ciudad, debido a que no todas tienen una determinada función. Estas empresas son: comerciales, industriales y de servicios.

Tabla 2.1.

Ubicación de las empresas en la zona centro y en los alrededores de la ciudad de Latacunga.

Ubicación	N° de empresas	%
Zona central	50	54
Alrededores	42	46

Fuente: INEC

Elaborado por: Karina Proaño.

Gráfico 2.1.

Ubicación de las empresas en la zona centro y en los alrededores de la ciudad de Latacunga.



Fuente: Tabla 2.1.

Elaborado por: Karina Proaño.

¹¹ GRIJALBO. Diccionario Enciclopédico. Pág. 1695.

Entre las empresas más importantes tenemos:

Tabla 2.2.

Empresas públicas y privadas del centro y de los alrededores en la ciudad de Latacunga.

N°	EMPRESA	DIRECCIÓN	TIPO DE EMPRESA.
1	Aglomerados Cotopaxi	Norte de Lasso	Privada
2	Agriful	Joseguango Bajo	Privada
3	Agripac	Felix Valencia y Antonio Clavijo	Privada
4	Agrirose Cia Ltda..	Pastocalle	Privada
5	Agroganadera Espinoza	Piedra Colorada	Privada
6	Agrorab	Pujilí Alpamala	Privada
7	Alcopecsa S.A (licores)	San Felipe	Privada
8	Arcoiris	Pujilí Alpamala	Privada
9	Argorosas S.A	Santa Lucía Cunchibamba	Privada
10	Andinatel S.A	General Maldonado	Privada
11	Aceropaxi S.A	Lasso	Privada
12	Banco Centro Mundo	Av.. Amazonas	Privada
13	Banco de Guayaquil	San Francisco	Privada
14	Banco del Austro	Calle Quito	Privada
15	Banco del Litoral	Calle Guayaquil	Privada
16	Banco del Pichincha	Calle Quito	Privada
17	Base Aérea CENFA	Av. Amazonas	Privada
18	Balanceados Marilu	Pana Sur vía a Salcedo	Privada
19	Bellavis la Flowers	Mulalillo	Privada
20	Brigada de Fuerzas N° 9	Lasso	Privada
21	BYCACE	Av. Cinco de Junio	Privada
22	Cacpeco Cia. Ltda	Calle Quito	Privada
23	Calzacuero	Panamericana Sur	Privada
24	Cámara de Comercio	Sanchez de Orellana	Privada
25	Cedal	Av. Unidad Nacional	Privada
26	CEMOPLAF	Av. Amazonas	Privada
27	Centro Agrícola de Ltga	Calle Quito y Guayaquil	Pública
28	Cereales la Pradera	Belisario Quevedo	Privada
29	Clínica Continental	Ciudadela Rumipamba	Privada
30	Clínica Latacunga	Calle Sanchez de Orellana	Privada
31	Clínica los Andes	Av. Cinco de junio	Privada
32	Colegio de Contadores	Marquez de Maenza	Privada

33	Coop. 29 de Octubre Cia. Ltda.	2 de Mayo y Tarqui	Privada
34	Correos de Cotopaxi	General Maldonado	Pública
35	Corte Superior de Justicia	Av. Amazonas	Pública
36	Curtilan	Pana. Km2 el Niagara	Privada
37	Comisariatos FAE	Av. Amazonas	Privada
38	C.I.D	Av. Amazonas	Privada
39	Coop. OSCUS Ltda	General Maldonado	Privada
40	Coop. El Sagrario	Calle Quito	Privada
41	Diamond Roses	Via Mulalo	Privada
42	Don Diego	Pana Sur	Privada
43	ESPE	Quijano y Ordoñez	Privada
44	E.Q.R S.A	Hcda. San José Pana Norte	Privada
45	Ecuadorian New Rosas	Vía a Toacazo Pastocalle	Privada
46	Efandina Cia. Ltda	Barrio Libertad la Cienega	Privada
47	ELEPCO S.A	Marquez de Maenza	Mixta
48	Embotelladora ILREPSA	San Felipe	Privada
49	Ecuatoriana Autopartes S.A	Bellavista	Privada
50	Explocen	Km3 Poalo	Privada
51	Exrocob	Lasso	Privada
52	Fideos Ripalda	Gral Proaño Vía a San Martín	Privada
53	FEDE.. Deport. De Cotopaxi	Calle Guayaquil y Napo	Pública
54	FEPP Latacunga	Av. Cinco de Junio	
55	Ferretería San Agustín	Calle Quito	Privada
56	Ferretería Sansur	Calle Quijano y Ordóñez	Privada
57	Flotasa	Vía a Toacaso Pastocalle	Privada
58	Flomaca	Joseguango Bajo	Privada
59	Flores de Cotopaxi	Lasso entrada a la Cienega	Privada
60	Flores Santa Mónica	Vía Alaquez	Privada
61	Fruti	San Felipe	Privada
62	Frutor	Santa Inés Mulalillo	Privada
63	Fuentes San Felipe	San Felipe	Privada
64	Golden Roses	Lasso San Ignacio	Privada
65	Hospital del IESS	Calle Quito y Atahualpa El Loreto	Pública
66	Hostería San Mateo	Lasso	Privada
67	Induacero Cia. Ltda	Pana Sur	Privada
68	IESS	Calle Quito y Tarqui	Pública

69	INFA	El Loreto	Pública
70	Indulac	Pana Norte	Privada
71	I.T.S.A (Aeronáutico)	Av. Amazonas	Privada
72	La Finca	Salache	Privada
73	Megaroses	Vía a Mulalo	Privada
74	Molinos Poultier	Av.. Rumiñahui y Quito	Privada
75	Mutualista Pichincha	Calle Quito	Privada
76	Naranja Roses	Salache Km 45	Privada
77	Policía Nacional	San Martín	Pública
78	Prodicereal	El Niagara	Privada
79	Produc. Familia Ecuador	Lasso	Privada
80	Radio 11 de Noviembre AM	General Maldonado	Privada
81	Radio 11 de Noviembre FM	General Maldonado	Privada
82	Radio Elite	Belisario Quevedo	Privada
83	Radio Impacto	General Maldonado	Privada
84	Radio Latacunga	Calle Quito	Privada
85	Registro Civil	Antonia Vela Y General Maldonado	Pública
86	Rosaleda	Lasso	Privada
87	Sanbel Flowers	Entrada Agronomía Laigua	Privada
88	Secohi Cia Ltda	Pana Norte	Privada
89	Semayari	Pana Sur	Privada
90	Tamboroses	Vía Mulalo	Privada
91	Top Roses	Illuchi	Privada
92	Uni Banco	Av. Amazonas	Privada

Fuente: INEC.

Elaborado por: Karina Proaño.

2.2.1. Estimación de la muestra.

Nuestra población objetivo son las empresas públicas y privadas existentes en la ciudad de Latacunga tanto en el centro como en sus alrededores. Para calcular el tamaño de la muestra se empleará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{e^2(N-1) + Z^2(PQ)}$$

En donde:

n= muestra.

Z= nivel de confiabilidad (95% = 1.96)

N= población.

P= probabilidad a favor del evento.

Q= probabilidad en contra del evento.

e= margen de error.

El margen de error con el que se trabajará será del 7%, el cual es un valor intermedio ya que este índice puede estar entre 5 y 10%.

También decimos que la utilización de esta fórmula es óptima en este estudio debido a que:

- El muestreo es probabilístico.
- Dentro de la investigación realizada las variables son de tipo cualitativo.
- Y además se conoce la población objetivo.

Entonces reemplazando en la fórmula tenemos:

$$n = \frac{Z^2 NPQ}{e^2(N-1) + Z^2(PQ)}$$

$$(1.96)^2(92)(0.5)(0.5)$$

$$n = \frac{(0.07)^2(92-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}{1.4063}$$

$$n = \frac{88.3568}{1.4063}$$

n= 62.82

Las encuestas se van a realizar a 62 empresas públicas y privadas existentes en el centro como en los alrededores de la ciudad de Latacunga.

2.2.2. Formulación de la encuesta.

ENCUESTA.

La presente encuesta tiene como objeto conocer las necesidades para brindar un servicio de limpieza a las empresas públicas y privadas en la ciudad de Latacunga, pedimos su colaboración llenando lo siguiente:

1. Utiliza Ud. personal especializado en el servicio de limpieza para su empresa?

SI _____

NO _____

2. Dispone Ud. de personal suficiente para realizar la limpieza en su empresa?

SI _____

NO _____

3. Con que frecuencia se realiza la limpieza en su empresa:

Cada día _____

Cada dos días _____

Cada tres días _____

Cada semana _____

4. Cuales son las tareas que realizan principalmente?

Trapear _____

Encerar _____

Limpiar vidrios _____

Barrer. _____

Pasar aspiradora _____

Otras(especifique)

5. El servicio que Ud. tiene para realizar la limpieza de su empresa es:

Personal propio de la empresa _____

Personal contratado _____

6. El servicio que Ud. recibe cumple con sus expectativas?

SI _____

NO _____

Porqué

7. Considera Ud. como un problema la adquisición de personal para la limpieza de su empresa?

SI _____

NO _____

Porqué

8. Considera Ud. como una opción la tercerización del servicio de limpieza para su empresa?

SI _____

NO _____

Porqué _____

9. Cuáles de los siguientes factores consideraría Ud. necesarios para el servicio de tercerización?

Horario _____

Precio _____

Personal capacitado _____

Maquinaria adecuada. _____

Puntualidad _____

Honradez _____

Otras _____

10. Su empresa ha tenido alguna relación con una tercerizadora que brinde estos servicios?

SI _____

NO _____

11. Si hubo alguna relación se ha llegado a efectuar el contrato. Por cuanto tiempo?

SI _____

NO _____

12. En el caso de no haberse efectuado el contrato cual fue el motivo?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

2.2.3. Tratamiento de las encuestas.

Análisis de los datos obtenidos mediante las encuestas realizadas a las empresas públicas y privadas tanto del centro como de los alrededores de la ciudad de Latacunga.

1.- Respecto a la primera pregunta sobre si se utiliza personal especializado en el servicio de limpieza para la empresa obtuvimos los siguientes resultados:

SI 39 (63%)

NO 23 (37%)

En la tabla 2.3 y en el gráfico 2.2 se puede apreciar de mejor manera los resultados obtenidos con sus correspondientes porcentajes en donde un mayor porcentaje (63%) las empresas utilizan personal especializado para el servicio de limpieza y en un menor porcentaje (37%) las empresas no utilizan personal especializado para realizar la limpieza.

Tabla 2.3.

Utiliza Ud. personal especializado en el servicio de limpieza para su empresa.

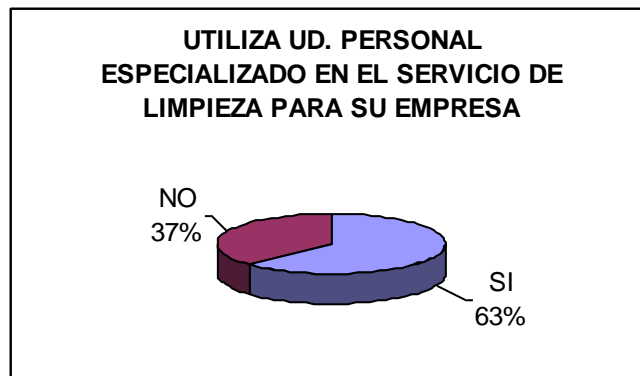
Personal especializado	N° de empresas	%
SI	39	63
NO	23	37

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño.

Gráfico 2.2.

Utiliza Ud. personal especializado en el servicio de limpieza para su empresa.



Fuente: Tabla 2.3.
Elaborado por: Karina Proaño.

2.- Referente a si se dispone de personal suficiente para realizar la limpieza de las empresas obtuvimos los resultados:

SI 40 (65%)

NO 22 (35%)

La tabla 2.4 y el gráfico 2.3 nos demuestran que las empresas en un 65% disponen de personal suficiente para realizar la limpieza de su empresa por lo tanto el servicio realizado va a cumplir con las expectativas. Finalmente con un 35% las empresas carecen de personal suficiente para realizar las tareas de limpieza por lo cual no se llegara a cumplir con las expectativas requeridas.

Tabla 2.4.

Dispone Ud. de personal suficiente para realizar la limpieza en su empresa.

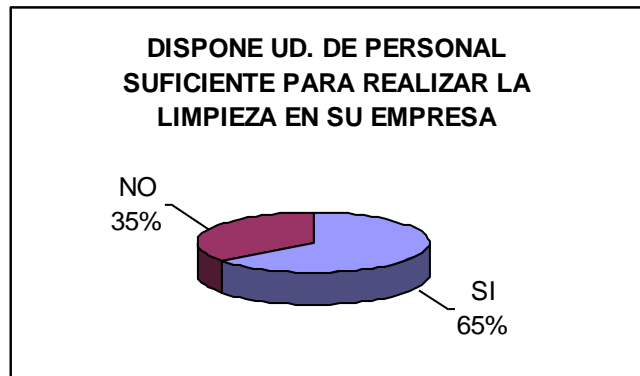
Personal suficiente	N° de empresas	%
SI	40	65
NO	22	35

Fuente: Datos de la encuesta.
Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.3.

Dispone Ud. de personal suficiente para

realizar la limpieza en su empresa.



Fuente: Tabla 2.4.

Elaborado por: Karina Proaño.

3.- En cuanto a la pregunta tres sobre con que frecuencia se realiza la limpieza en su empresa, los datos obtenidos son:

Cada día **47 (76%)**

Cada dos días **5 (8%)**

Cada tres días **3 (5%)**

Cada semana **7(11%)**

Con un gran porcentaje (76%) la frecuencia de limpieza en las empresas es diario, luego un 11% la frecuencia de limpieza es semanal, después tenemos que la frecuencia de limpieza es cada dos días con un 8% y finalmente con un mínimo porcentaje (5%) la limpieza de las empresas es cada tres días, como lo demuestran los datos en la tabla 2.5 y en el gráfico 2.4.

Tabla 2.5.

Con que frecuencia se realiza la limpieza en su empresa.

Frecuencia	N° de empresas	%
Cada día	47	76
Cada dos días	5	8

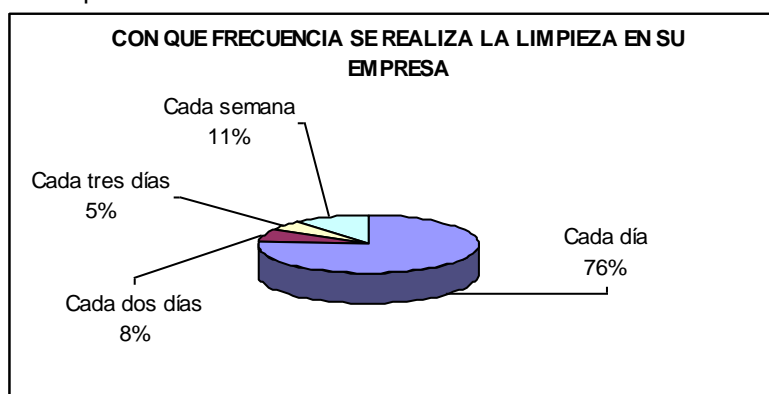
Cada semana	7	11
Cada tres días	3	5

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño.

Gráfico 2.4.

Con que frecuencia se realiza la limpieza para su empresa.



Fuente: Tabla 2.5.

Elaborado por: Karina Proaño

4.- En relación a las principales tareas que realizan los de limpieza en las empresas los resultados son:

Barrer	61 (30%)
Trapear	47 (22%)
Encerar	25 (12%)
Limpiar vidrios	30 (14%)
Pasar aspiradora	28 (13%)
Otras	20 (9%)

La principal tarea que realiza el personal de limpieza que poseen las empresas es barrer a la cual le corresponde un gran porcentaje (30%), después en segundo lugar con un 22% tenemos a la tarea trapear, luego tenemos a la tarea de limpiar vidrios con un 14%, con un 13% tenemos a la tarea de pasar aspiradora, posteriormente tenemos a la tarea como lo

es encerar con un 12% y finalmente tenemos otras con un 9% , este porcentaje corresponde a la tarea de botar basura la cual tubo un mayor puntaje entre algunas opciones citadas en la encuesta, estos datos podemos observar de mejor manera en la tabla 2.6 y en el gráfico 2.5.

Tabla 2.6.

Cuales son las principales tareas que realizan.

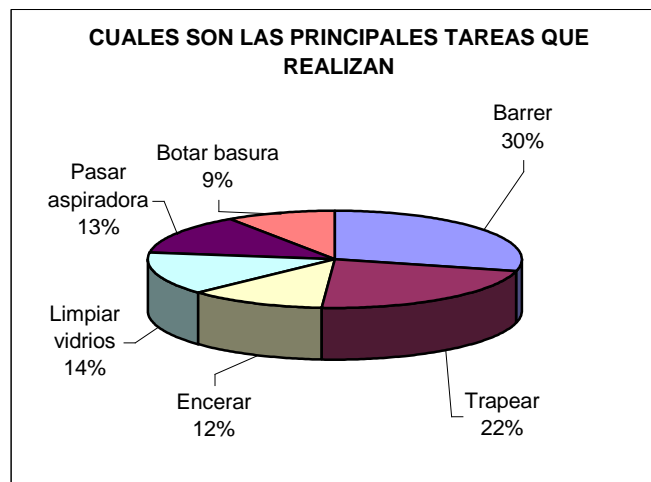
Principales tareas	N° de empresas	%
Barrer	61	30
Trapear	47	22
Limpiar vidrios	30	14
Pasar aspiradora	28	13
Encerar	25	12
Botar basura	20	9

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.5.

Cuales son las principales tareas que realizan.



Fuente: Tabla 2.6.

Elaborado por: Karina Proaño

5.- Pertinente a la quinta pregunta sobre el personal que tiene la empresa obtuvimos los siguientes resultados:

Personal propio de la empresa **47 (76%)**

Personal contratado **15 (24%)**

En la tabla 2.7 y en el gráfico 2.6 podemos observar que el personal para realizar la limpieza dentro de las empresas en un gran porcentaje (76%) es personal propio y en un 24% el personal es contratado, entonces podemos ver que la mayor parte de empresas del centro como de los alrededores en la ciudad de Latacunga tiene personal de planta para realizar la limpieza de sus empresas.

Tabla 2.7.

El servicio que Ud. tiene para realizar la limpieza de su empresa es.

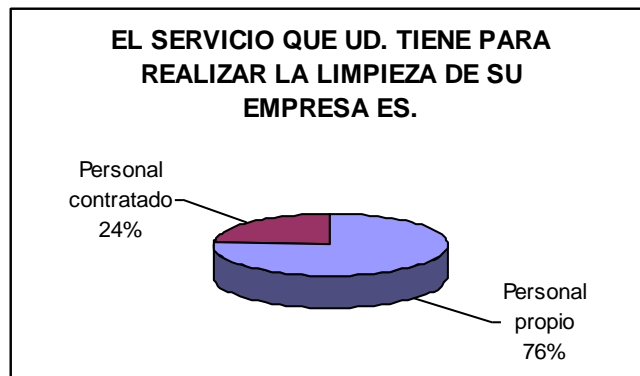
Servicio	N° de empresas	%
Personal propio	47	76
Personal contratado	15	24

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.6.

El servicio que Ud. tiene para realizar la limpieza de su empresa es.



Fuente: Tabla 2.7.

Elaborado por: Karina Proaño

6.- Acerca de las expectativas en relación al servicio de limpieza tenemos los siguientes datos:

SI 41 (66%)

NO 21 (34%)

Estos datos podemos observarlos de mejor manera en la tabla 2.8 y en el gráfico 2.7, donde en un gran porcentaje (66%) el servicio de limpieza cumple con sus expectativas debido que el personal lo realiza con la responsabilidad que lo requiere, en cambio con un 34% el servicio de limpieza no cumple con las expectativas porque el personal no realiza con responsabilidad su trabajo.

Tabla 2.8.

El servicio que Ud. recibe cumple con sus expectativas.

Expectativa del servicio	N° de empresas	%
SI	41	66
NO	21	34

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.7.

El servicio que Ud. recibe cumple con sus expectativas.



Fuente: Tabla 2.8.

Elaborado por: Karina Proaño

7.- Correspondiente a la séptima pregunta sobre si la empresa considera como un problema la contratación de personal, tenemos los siguientes datos:

SI 32 (52%)

NO 30 (48%)

Con un 52% para las empresas existentes en el centro y en los alrededores de la ciudad de Latacunga consideran como un problema la contratación de personal para realizar la limpieza debido a que la mayor parte de las empresas no tienen conocimiento de la existencia de tercerizadoras de servicios de limpieza y a más de eso viene a ser un costo adicional para la empresa en lo que tiene que ver a pago de sueldos. Finalmente con un 48% las empresas no consideran como un problema la contratación de personal gracias a que estas poseen personal propio para realizar la limpieza de las empresas, los porcentajes anteriormente mencionados lo podemos observar de mejor manera en la tabla 2.9 y en el gráfico 2.8.

Tabla 2.9.

Considera Ud. como un problema la contratación

de personal para la limpieza de su empresa.

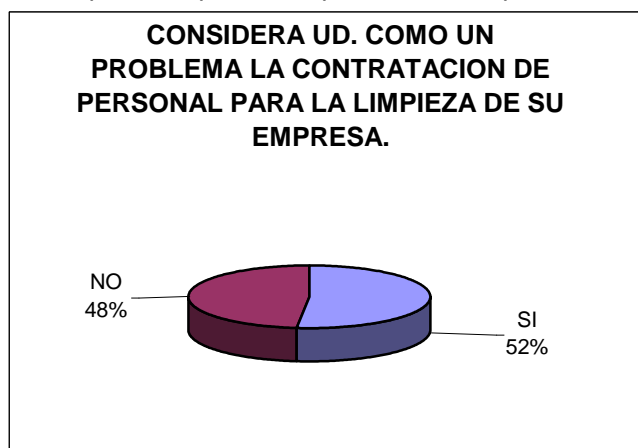
Contratación de personal	N° de empresas	%
SI	32	52
NO	30	48

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.8.

Considera Ud. como un problema la contratación de personal para la limpieza de su empresa.



Fuente: Tabla 2.9.

Elaborado por: Karina Proaño

8.- Acerca de la opción de tercerización del servicio de limpieza para las empresas, obtuvimos los siguientes datos:

SI 44 (71%)

NO 18 (29%)

En la tabla 2.10 y en el gráfico 2.9, en donde con un gran porcentaje (71%) las empresas consideran como una opción la tercerización del servicio de limpieza debido a que estas poseen personal especializado, capacitado y responsable en el momento de prestar sus servicios y al mismo tiempo cumplen con las expectativas del cliente, finalmente con un porcentaje inferior (29%) no consideran necesario la opción de

tercerización del servicio de limpieza en vista de que las empresas tienen personal propio para realizar dicha función y también no tienen conocimiento de la existencia de una tercerizadora en la ciudad de Latacunga.

Tabla 2.10.

Considera Ud. como una opción la tercerización del servicio de limpieza para su empresa.

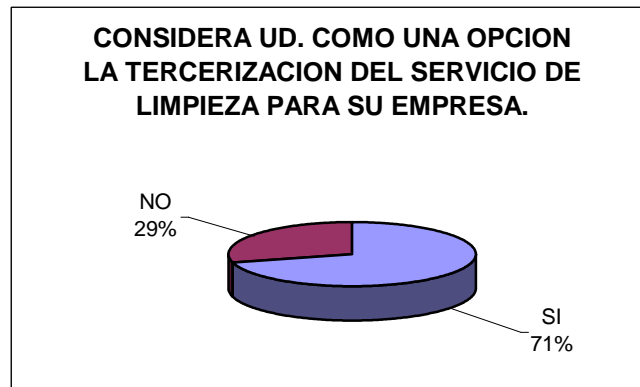
Tercerización	N° de empresas	%
SI	44	71
NO	18	29

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.9.

Considera Ud. como una opción la tercerización del servicio de limpieza para su empresa.



Fuente: Tabla 2.10.

Elaborado por: Karina Proaño

9.- Por cuanto a los factores que una empresa consideraría necesarios para el servicio de tercerización los datos son los siguientes:

Horario **39 (14%)**

Precio **48 (18%)**

Personal capacitado **43 (16%)**

Maquinaria adecuada. **28 (10%)**

Puntualidad **46 (17%)**

Honradez **48 (18%)**

Otras **20 (7%)**

En la tabla 2.11 y en el gráfico 2.10 podemos observar de mejor manera los porcentajes, en donde como prioridad en los factores necesarios para el servicio de tercerización tenemos al precio y a la honradez ocupando el primer lugar con un 18%, luego tenemos con un 17% como un factor necesario a la puntualidad, después el servicio de tercerización con un 16% considera que debe tener personal capacitado, con un 14% tenemos como factor necesario al horario, inmediatamente con un 10% consideran que el servicio de tercerización debe tener maquinaria adecuada y finalmente tenemos a otros factores con un 7% aquí aclaramos que este porcentaje corresponde a la paciencia debido que el servicio de personal debe ser paciente en el momento de realizar el servicio de limpieza.

Tabla 2.11.

Cuáles de los siguientes factores consideraría Ud. necesarios para el servicio de tercerización.

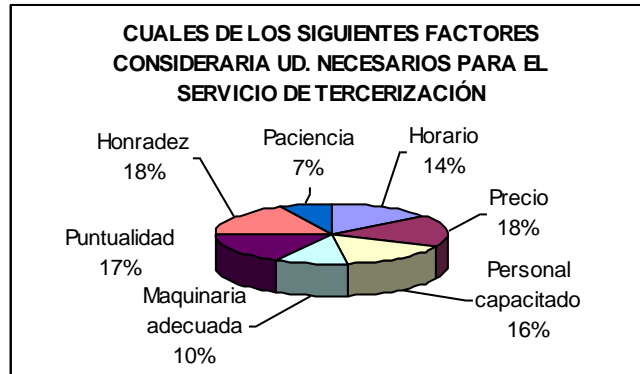
Factores necesarios	N° de empresas	%
Precio	48	18
Honradez	48	18
Puntualidad	46	17
Personal capacitado	43	16
Horario	39	14
Maquinaria adecuada	28	10
Paciencia	20	7

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.10.

Cuáles de los siguientes factores consideraría Ud. necesarios para el servicio de tercerización.



Fuente: Tabla 2.11.

Elaborado por: Karina Proaño

10.- Con respecto a la décima pregunta acerca de alguna relación existente de las empresas con alguna tercerizadora, obtuvimos los siguientes datos:

SI **10 (16%)**

NO **52 (84%)**

La menor parte de las empresas existentes en el centro y en los alrededores de la ciudad de Latacunga tienen relación con tercerizadoras que ofrecen el servicio de limpieza en cambio la mayor parte de empresas no tienen relación alguna con tercerizadoras para el servicio de limpieza, los porcentajes correspondientes los podemos observar de mejor manera en la tabla 2.12 y en el gráfico 2.11.

Tabla 2.12.

Su empresa ha tenido alguna relación con una tercerizadora que brinde estos servicios.

Relación con tercerizadora	N° de empresas	%
SI	10	16

NO	52	84
-----------	----	----

Fuente: Datos de la encuesta.
Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.11.

Su empresa ha tenido alguna relación con una tercerizadora que brinde estos servicios.



Fuente: Tabla 2.12.
Elaborado por: Karina Proaño

11.- En relación si alguna empresa ha llegado a efectuar el contrato tenemos:

SI 10 (100%)

en donde:

2 (20%)

8 (80%)

En la tabla 2.13 y en el gráfico 2.12 podemos observar que en un menor porcentaje (20%) las empresas que efectuaron el contrato lo hicieron solamente por un año con las tercerizadoras de limpieza , en cambio con

un porcentaje considerable (80%) las empresas efectuaron un contrato renovable anualmente con estas tercerizadoras de limpieza.

Tabla 2.13.

Empresas que llegaron a efectuar el contrato.

Tiempo realizado	N° de empresas realizado el contrato.	%
Por un año	2	20
Renovable anualmente	8	80

Fuente: Datos de la encuesta.

Elaborado por: Karina Proaño

Gráfico 2.12.

Empresas que llegaron a efectuar el contrato.



Fuente: Tabla 2.13.

Elaborado por: Karina Proaño

12.- En la décima segunda pregunta en lo referente al motivo por el cual una empresa no se llegó a efectuarse el contrato; de las diez empresas que tuvieron relación con tercerizadoras todas realizaron el contrato con estas, pero como nos damos cuenta el porcentaje es mínimo, en cambio en un porcentaje mayor o considerable decimos que las empresas no tienen relación alguna con tercerizadoras debido a que las empresas tienen personal de planta para realizar este tipo de actividades, también no tienen suficiente presupuesto para realizar este tipo de contratación y

finalmente muchas empresas no tienen el conocimiento de la existencia de tercerizadoras del servicio de limpieza en esta ciudad ya sea por falta de publicidad por parte de estas.

2.2.4. Resultados del Estudio de Mercado.

Al analizar las encuestas podemos decir que la mayor parte de las empresas realizan diariamente la limpieza con personal de planta especializado y suficiente para cumplir con las expectativas del servicio de limpieza realizado.

La tercerización del servicios de limpieza es una opción en la mayor parte de las empresas, debido a que estas posee personal especializado, capacitado y responsable en la ejecución del servicios para satisfacer a sus clientes; teniendo también un precio cómodo, maquinaria adecuada, un horario flexible y un personal honrado y puntual.

La mayor parte de las empresas existentes en el centro y en los alrededores de la ciudad de Latacunga no tienen relación alguna con tercerizadoras para realizar el servicio de limpieza por no saber la existencia de estas o porque poseen personal de planta para realizar este tipo de tareas.

Finalmente, son las empresas grandes las que tienen relación con alguna tercerizadora.

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”¹²

¹² BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág.43.

En la ciudad de Latacunga existen cuatro tercerizadoras que brindan el servicio de limpieza como son:

- Temposervicios.
- System Clean.
- Djef Sistemas de Limpieza.
- Vida sana Sistemas de Limpieza.

Se estima que el 84% de las empresas no tienen alguna relación con estas tercerizadoras por tanto podemos concluir que la oferta es insuficiente, por presencia de personal propio o por falta de conocimiento de la existencia de estas empresas.

Estas tercerizadoras no tienen estrategias de publicidad para darse a conocer en el mercado, tampoco poseen excelentes relaciones públicas para mejorar, mantener y proteger a su empresa. No realizan visitas personales para ofrecer sus servicios y darse a conocer en el mercado.

El 71% de las empresas públicas y privadas consideran como opción la tercerización del servicio de limpieza debido a que estas empresas poseen personal especializado, capacitado y también van a realizar su trabajo con gran responsabilidad para así llegar a satisfacer a sus clientes.

2.4. PRONÓSTICO DE LA DEMANDA.

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”¹³

“A medida que un país va desarrollando su economía, va pasando de la atención de las necesidades primarias a la provisión de bienes industrializados y servicios. La concentración de la población en las ciudades exige movilizar mayores volúmenes de producción activando la demanda y creando presión sobre las industrias existentes y las que están por instalarse”¹⁴

Para nuestro caso, al no existir un registro histórico de las diferentes empresas existentes, la demanda se determinará a través de un intervalo de confianza estableciendo el porcentaje de empresas que utilizan diariamente este servicio; los datos son extraídos de la encuesta realizada en la pregunta referente a: con que frecuencia se realiza la limpieza en su empresa, el 76% lo realiza cada día entonces:

$$p = 0.76$$

$$q = 0.24$$

$$Z = 1.96 \Rightarrow \beta = 0.95$$

$$N = 92$$

$$n = 62$$

En donde:

p = probabilidad a favor del evento.

q = probabilidad en contra del evento.

¹³ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 17.

¹⁴ Econ. COSTALES Gavilanes Bolívar. DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Pág. 57.

Z = nivel de confianza (1.96 \Rightarrow $\beta = 0.95$)

N = población.

n = muestra.

$\leq \pi \geq$ = intervalo de confianza.

Entonces reemplazando en la fórmula tenemos:

$$p - Z \sqrt{\frac{p*q}{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}} \leq \pi \geq p + Z \sqrt{\frac{p*q}{n}} \sqrt{\frac{N-n}{N-1}}$$

$$0.76 - 1.96 \sqrt{\frac{0.76*0.24}{62}} \sqrt{\frac{92-62}{92-1}} \leq \pi \geq 0.76 +$$

$$1.96 \sqrt{\frac{0.76*0.24}{62}} \sqrt{\frac{92-62}{92-1}}$$

$$0.76 - (1.96) (0.0542396117) (0.5741692518) \leq \pi \geq 0.76 + (1.96) (0.0542396117) (0.5741692518)$$

$$0.76 - 0.0610397258 \leq \pi \geq 0.76 + 0.0610397258$$

$$0.6989 \leq \pi \geq 0.8210$$

$$69.89\% \leq \pi \leq 82.10\%$$

Con un nivel de confianza del 95% podemos afirmar que las empresas que requieren del servicio de limpieza esta entre el **69.89%** y el **82.10%**.

2.5. PRONÓSTICO DE LA DEMANDA INSATISFECHA.

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”¹⁵

Las tercerizadoras existentes en la ciudad no tienen datos históricos, debido a que su permanencia en el mercado data de dos a tres años.

Para nuestro estudio tomamos un porcentaje optimista (35%), para el cálculo de la demanda potencial insatisfecha, entonces decimos que nuestra demanda potencial insatisfecha está entre el intervalo de confianza del 24.46 % y el 28.74 % de las empresas que realizan la limpieza de manera diaria.

El hecho de que no se ha podido calcular numéricamente la demanda insatisfecha, no quiere decir que tal demanda no existe, pero por los resultados obtenidos en las encuestas realizadas determinamos que si existe mercado suficiente para nuestra tercerizadora.

¹⁵ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 46.

Finalmente podemos decir que el análisis de la oferta, el pronóstico de la demanda y el pronóstico de la demanda insatisfecha lo obtuvimos de fuentes primarias (encuestas realizadas), debido a que no existen datos históricos de la existencia de este tipo de tercerizadoras en la ciudad de Latacunga.

2.6. FIJACIÓN DE PRECIOS.

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio ”¹⁶

“Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien.”¹⁷

En el mercado se obtuvo la siguiente tabla de precios por cada actividad:

Tabla 2.14.

¹⁶ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 48.

¹⁷ Econ. COSTALES Gavilanes Bolívar. DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 100.

Precios de la limpieza en las diferentes tercerizadoras existentes en la ciudad de Latacunga.

ACTIVIDADES (limpieza, lavado por m ²)	Tempo servicios (valor en dólares por día)	System Clean (valor en dólares por día)	Djef Sistemas de limpieza (valor en dólares por día)	Vida sana sistemas de limpieza (valor en dólares por día)	\bar{X}
Pisos	0.10	0.08	0.12	0.10	0.10
Alfombras	1.50	1.20	1.00	1.30	1.25
Ventanas	0.50	0.60	0.50	0.60	0.55
Cisternas	4.00	3.50	3.00	3.50	3.50

Fuente: Entrevista realizada a los gerentes de cada una de estas empresas.

Elaborado por: Karina Proaño.

Con el análisis realizado obtuvimos un precio promedio para cada actividad, lo que nos servirá para continuar con nuestro estudio.

Dando como conclusión a este capítulo podemos decir que nuestra demanda esperada esta entre 24.46 % y el 28.74 % de las empresas que realizan la limpieza de manera diaria, las que se encuentran ubicadas tanto en el centro como en los alrededores de la ciudad de Latacunga.

El servicio de limpieza por parte de tercerizadoras es un excelente opción para las empresas públicas y privadas del centro como de los alrededores de la ciudad por las siguientes razones: tienen personal especializado, capacitado, responsable, honrado al momento de realizar sus tareas y también estas poseen un precio cómodo, horario accesible y una maquinaria adecuada para cumplir con las expectativas de los clientes.

Nuestra competencia son las cuatro tercerizadoras existentes en esta ciudad como son:

- Temposervicios.
- System Clean.
- Djef Sistemas de Limpieza.
- Vida sana Sistemas de Limpieza.

Pero la mayor parte de las empresas existentes en Latacunga no tienen conocimiento sobre estas, debido a que las tercerizadoras acuden principalmente a las grandes empresas en la ciudad.

La publicidad es el método más adecuado para dar a conocer a las empresas de esta ciudad nuestra existencia en el mercado, por tanto utilizaremos los medios de comunicación para promocionar nuestros servicios de limpieza.

CAPÍTULO III:

ESTUDIO TÉCNICO Y DE ADMINISTRACIÓN.

“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año”¹⁸

El tamaño de este proyecto debe responder a la demanda del servicio de limpieza obteniendo los mejores resultados para la tercerizadora. El tamaño está íntimamente vinculado con la oferta y la demanda del servicio.

Objetivo general.

Determinar el tamaño óptimo de la tercerizadora de servicios de limpieza para empresas públicas y privadas en la ciudad de Latacunga.

Objetivos específicos.

- Definir cual va a ser la localización óptima de la tercerizadora para satisfacer una porción de la demanda potencial insatisfecha.
- Precisar el equipo óptimo para el servicio de limpieza como también la mano de obra necesaria para la misma.
- Organizar el recurso humano para la realización del servicio y al mismo tiempo para cumplir con las expectativas del cliente.

¹⁸ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 34.

3.1. LOCALIZACIÓN.

“Las industrias se establecen, por lo general, próximas a lugares dotados de infraestructura básica: agua potable, alcantarillado, teléfonos, servicios y transporte, con fácil acceso a los mercados internos o externos de materia prima, mano de obra, energía eléctrica, condiciones de vida, clima, servicios estatales, etc.”¹⁹

“El estudio de localización debe contemplar los asuntos relacionados con la expansión, diversificación y descentralización de la planta. En una economía cambiante y en constante crecimiento, las necesidades de expansión son frecuentes, la diversificación implica el crecimiento de las diversas formas o maneras de producir bienes o servicios, utilizando la misma estructura de la planta. La descentralización obedece a las necesidades de ampliar partes restringidas de la planta debido a la existencia de áreas sobrecargadas o sobre utilizadas y a requerimientos de protección de los productos.”²⁰

La localización condiciona la tecnología a utilizar ya sea por restricciones físicas como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a la ubicación posible.

Sin embargo, el estudio de localización no puede ser meramente un análisis técnico, mas bien consiste en elegir aquella ubicación que permita las mayores ganancias, considerando factores técnicos, tributarios, sociales como también las preferencias y emociones.

¹⁹ Econ. COSTALES Gavilanes Bolívar. DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 129.

²⁰ Econ. COSTALES Gavilanes Bolívar. DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 130.

La ubicación de la empresa se va a relacionar directamente con el desarrollo regional, pues las decisiones acerca del sitio de la empresa va a influir directamente en el crecimiento de las diferentes regiones del país.

El estudio de localización consta de dos etapas: la macro localización y la micro localización.

La macro localización permitir acotar el número de soluciones posibles, determinando la región óptima. La micro localización determina la ubicación definitiva del proyecto, partiendo de la región determinada en la macro localización.

Así la macro localización considera muchos factores distintos a los utilizados en la micro localización (ejemplo, políticas impositivas, clima).

3.1.1. Macro localización.

Para determinar la localización hay varios factores que debemos tomar en cuenta, como son:

- La cercanía a las fuentes de abastecimiento.- Es muy importante porque influye directamente en el costo del transporte y finalmente al mercado (zona comercial) con el fin de dar un servicio de calidad a un precio al alcance de los consumidores.
- Factores ambientales.- Este es un factor a tener en cuenta porque existen zonas que debido a sus condiciones climáticas extremas impiden el establecimiento de ciertas empresas.

- Costo y disponibilidad de la adquisición del local.- El valor del local no debe ser demasiado caro en el caso de ser comprado o arrendado, debido a las necesidades requeridas actuales y las expectativas de crecimiento futuro de la empresa.
- Disponibilidad y costos de mano de obra idónea.- Generalmente es un factor predominante en la elección de la ubicación , más aun cuando la tecnología que se emplee sea intensiva en mano de obra.

Lo más deseable es que exista mano de obra hábil y que tengan una capacidad potencial para adaptarse rápidamente a las diferentes tareas a realizarse en su jornada de trabajo.

- Existencia de una infraestructura adecuada.- El local a ser utilizado debe tener el espacio suficiente para realizar las correspondientes adecuaciones que necesite la empresa.
- Hoy en día la comunicación es muy importante, es una gran ventaja, como podemos encontrar en la labor de ventas del servicio por parte de la secretaria de la tercerizadora, la cual reduce los tiempos y dificultad al estar comunicada mediante un teléfono, fax con el cliente en todo momento y lugar. Esto permitirá que los clientes puedan adquirir con facilidad los servicios que presta esta tercerizadora.
- Disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo.- Aquí incluye los servicios de agua, electricidad, combustibles, protección contra incendios, comunicación rápida, segura y otros.

Para todas las empresas y negocios en general el consumo de agua es considerable, tal es el caso en el uso de las baterías sanitarias para aseo personal, aseo del local entre otras, no solo hay que tener en cuenta la

abundancia o escasez de agua, sino también considerar la calidad de esta.

La disponibilidad y costo de la energía eléctrica es otro factor muy importante. Debemos tomar en cuenta la instalación correcta y segura, los regímenes tarifarios y finalmente que no exista cortes de energía por ninguna razón.

Muchas empresas al realizar la ubicación deben tomar en cuenta el comportamiento del consumidor y la proximidad de los consumidores debido a que una excelente ubicación para el cliente puede ser la consideración más importante.

La tercerizadora que va a dar servicios de limpieza a empresas públicas y privadas va a estar ubicada en el centro de la ciudad de Latacunga provincia del Cotopaxi, (Anexo 1), debido a que este lugar esta cerca de la mayoría de las empresas en donde se llevará a cabo las actividades económicas.

3.1.2. Micro localización.

Habiéndose definido la ubicación donde estará la tercerizadora también tomamos en cuenta los factores utilizados para la localización, pero ya no desde el punto de vista del costo, sino teniendo en cuenta la facilidad de acceso a éste, como es la presencia de transporte.

Otro aspectos a considerar son los servicios básicos, los cuales son primordiales para la instalación de un negocio, así como también la seguridad del lugar.

Matriz de decisión.

“Consiste en un elemento que mediante la comparación de los factores preponderantes de las posibles alternativas de localización ayuda a optar la óptima ubicación”²¹.

La matriz se separa en dos partes. La primera compara los objetivos fundamentales u obligatorios, basta con que la ubicación analizada no cumpla con alguna de ellas para que sea descartada. La segunda parte contiene los objetivos deseables, los mismos que se ordenarán según la importancia y se les asignará a cada uno un puntaje del 1 al 10 (cuanto más importante sea el factor mayor puntaje le corresponde).

Luego se estudia la actividad que cumple cada alternativa con cada uno de los factores deseables y se le asigna un puntaje según su cumplimiento, cuanto más se acerque al valor óptimo mayor será el puntaje.

Ponderando estos valores según su importancia y sumando los mismos se obtiene la ubicación, que corresponde a la de mayor valor resultante.

Tabla 3.15.
Matriz de localización.

²¹ WWW. MONOGRAFÍAS.COM/ PROYECTOS DE INVERSIÓN. SHTML

NECESIDADES		ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN										
		A			B			C				
OBLIGATORIAS	Servicios básicos	si			Si			si				
	DESEABLES	Sector	40	Muy buena	5	200	Excelente	10	400	Muy buena	5	200
	Arriendo	30	Muy buena	5	150	Buena	2	60	Buena	2	60	
	Presentación	15	Buena	2	30	Muy buena	5	75	Buena	2	30	
	Amplitud	10	Buena	2	20	Muy buena	5	50	Buena	2	20	
	Adecuaciones	5	Buena	2	10	Buena	2	10	Buena	2	10	
TOTAL		100	410			595			320			

Fuente: Investigación Proyecto.

Elaborado por: Karina Proaño.

De lo anterior se puede ver que la mejor ubicación es **B**.

Para mayor comprensión de la matriz se resume a continuación las principales características de los locales posibles para arrendarse.

LOCAL A.

- Centro de Negocios.
- Local número 01.
- Calle Quijano y Ordóñez, # 2 – 109, frente a la ESPE.
- Extensión 60 m².
- Arriendo 200 dólares.

LOCAL B.

- Centro Comercial “Shopping Center” del Sindicato de Choferes.
- Local número 02.
- Calle Quito, #16 – 57, diagonal al parque “Vicente León”.
- Extensión 15 m².
- Arriendo 250 dólares.

LOCAL C.

- Barrio La Estación.
- Avenida 5 de Junio, #4 - 48.
- Extensión 15 m².
- Arriendo 300 dólares.

Tomando en cuenta los factores antes mencionados se determinó que la tercerizadora de servicios de limpieza se ubicará en el local N° 2, del centro comercial “Shopping Center”, del Sindicato de Chóferes de la Provincia del Cotopaxi en la calle Quito número 16 – 57, diagonal al parque Vicente León, (Anexo 2), el cual vamos a tomarlo bajo el concepto de arrendamiento.

Se ha considerado este lugar debido a que está en una zona central y a la vez comercial muy cercana a las empresas más importantes de la ciudad y a las cuales podemos brindar nuestro servicio.

La extensión completa del local es de 15 m², los cuales están destinados para la oficina de administración, la secretaria y una pequeña sala de espera, (Anexo 3).

El costo de arrendamiento del local es de 250 dólares.

Este local consta con la disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo donde incluyen los servicios públicos de: electricidad, línea telefónica, agua y protección contra incendio.

En lo que tiene que ver a la recolección de basura, es realizada por la Empresa Municipal de Aseo diariamente y en horario vespertino.

En cuanto al servicio de rediseño y mantenimiento para realización de los cambios en el local se contratará a un profesional en la rama de arquitectura, quien será el encargado de ejecutar dichos cambios.

El mantenimiento del local no tendrá valor alguno porque la empresa no realizará ningún tipo de contrato debido a que esta va a dedicarse a brindar servicios de limpieza y la limpieza de está estará a cargo del personal de la empresa.

3.2 . INGENIERÍA DEL SERVICIO.


El estudio de ingeniería comprende resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria; determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que tendrá el proyecto.

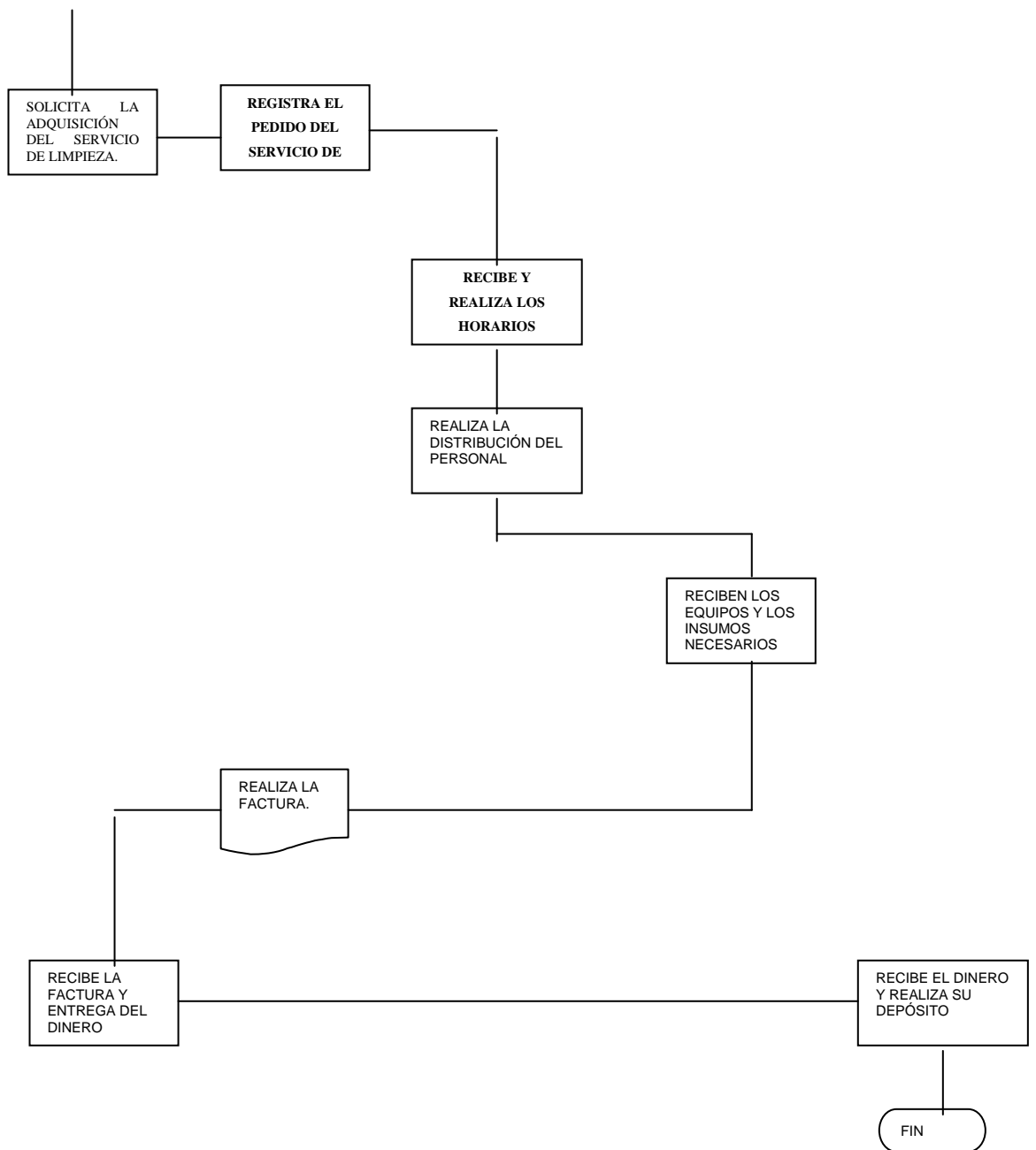
Los requerimientos de las empresas demandan recursos técnicos, los que van a permitir precisar los elementos necesarios para llevar a cabo las funciones en forma adecuada.

3.2.1. Definición del Servicio.

- El cliente solicita el servicio de limpieza mediante un acuerdo con el representante de la tercerizadora.
- Inmediatamente la Secretaria se encargara de realizar la solicitud del servicio de limpieza .
- La solicitud se entregará al Jefe de Personal.
- Una vez elaborado el horario, el Jefe de Personal se encargará de la distribución del personal destinada a cumplir las diferentes tareas.
- El personal recibe el equipo y los insumos necesarios para la realización de la limpieza de las empresas.
- El personal es transportado a las diferentes empresas.
- Al finalizar el horario de limpieza en las diferentes empresas el Jefe de Personal realizará el reporte de cada uno de los empleados.
- Finalmente se entrega la factura al cliente, para proceder a la recaudación del dinero y realizar el correspondiente depósito.

DIAGRAMA DE FLUJO DE LA DEFINICIÓN DEL SERVICIO.

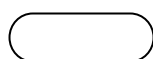
CLIENTE	SECRETARIA	JEFE DE PERSONAL	PERSONAL	GERENTE
<p align="center">  INICIO </p>				



Fuente: Investigación Proyecto.

Elaborado por: Karina Proaño.

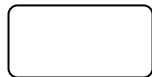
En donde:



Inicio y fin del proceso.



Documento en el proceso.



Un paso o tarea del proceso.

3.2.2 Marco Legal.

Esta tercerizadora va a tener como objetivo social la prestación de servicios de limpieza a las empresas públicas y privadas existentes en la ciudad de Latacunga, entre los servicios a prestar tenemos los siguientes:

- Limpieza de pisos.
- Limpieza de alfombras.
- Limpieza de vidrios.
- Limpieza de escritorios.
- Limpieza de oficinas en general.
- Otros.

Esta tercerizadora es creada con el ánimo de emprender operaciones y participar de sus utilidades.

El nombre comercial de esta será “SERVI CLEAN”, y su razón social se lo hará a través del RUC, el cual se adquirirá en el Servicio de Rentas Internas, este estará a nombre de Karina Gissela Proaño Cañizares debido a que pertenecerá a una persona natural.

El domicilio principal de la Tercerizadora es en la ciudad de Latacunga, en el local N° 02 del centro comercial “Shopping Center”, del Sindicato de Chóferes de la Provincia del Cotopaxi en la calle Quito número 16 – 57 diagonal al parque Vicente León y por resolución del Gerente se podrá establecer sucursales, agencias, oficinas, representaciones y establecimientos en cualquier lugar del Ecuador.

Entre las obligaciones como persona natural tenemos:

- Declaración del IVA mensual.
- Impuesto a la renta si los ingresos brutos sobrepasa a 7400 dólares (para el año 2005).
- Pagos mensuales del personal, agua, luz, teléfono y gastos de la tercerizadora.

3.3. ORGANIZACIÓN.

Es la disposición, arreglo, orden con una finalidad, es decir, es el conjunto de elementos personales o ideales que implican la existencia de planes, programas, estrategias y la adecuación del recurso humano en el desenvolvimiento armónico de la empresa o institución.

La organización constituye una estructuración técnica de todo lo planificado.

Todas las organizaciones independientemente de su naturaleza, requieren de una estructura orgánica en donde nos indica una división ordenada y sistemática de las unidades de trabajo.

“Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas o unidades administrativas, en la

que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen”²²

3.3.1. Estructura

Es la representación gráfica de todas las unidades administrativas de una organización así como sus relaciones de jerarquía o dependencia. Son el instrumento idóneo para transmitir la composición de una organización.

La estructura de toda organización debe estar integrada por diversos niveles relacionados entre sí, es decir, las unidades administrativas deben ubicarse en una escala que permita su atención, control y supervisión, puesto que a la función asignada le corresponde una autoridad y responsabilidad determinada.

Los organigramas deben ser lo más simple para representar la estructura en forma clara de todas las unidades de la empresa.

El organigrama “es el instrumento idóneo para plasmar y transmitir en forma gráfica y objetiva la composición de una organización”.²³

Organigrama Estructural.

Es un esquema de la organización donde señala la distribución de los cuadros administrativos por áreas de gestión.

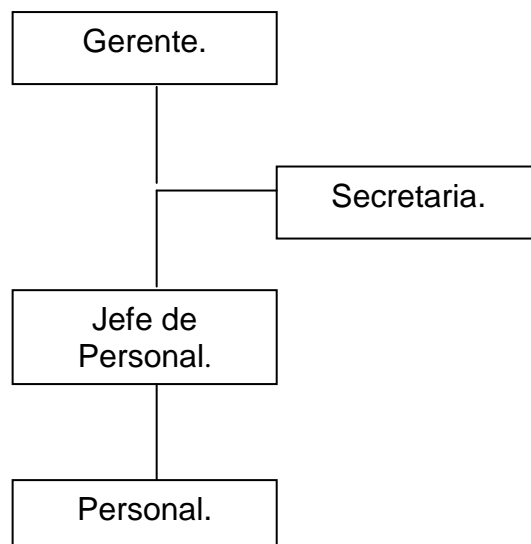
²² FRANKLIN Enrique Benjamín. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. Pág. 65

²³ FRANKLIN Enrique Benjamín. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. Pág. 65

Contiene información representativa de una organización así como sus relaciones de jerarquía o dependencia.

La tercerizadora “SERVI CLEAN”, presenta un organigrama estructural básico el cual se acopla a todas las actividades básicas a realizarse en ésta y es el siguiente:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.



Fuente: Investigación Proyecto.
Elaborado por: Karina Proaño.

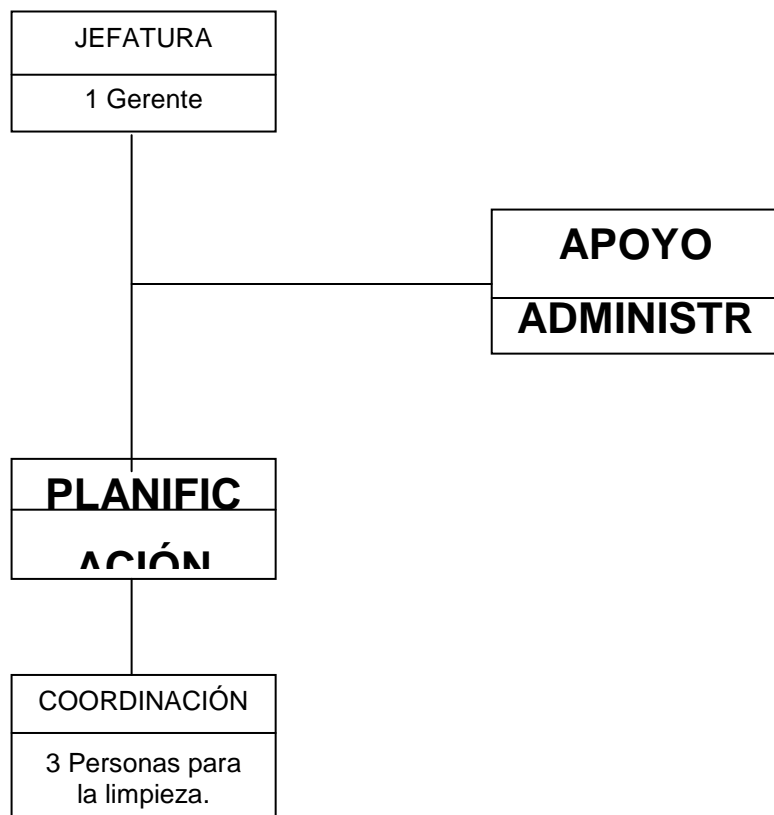
Organigrama Posicional.

Es la distribución específica de las jerarquías o categorías de puestos desempeñados por el personal directivo, ejecutivo u operacional de la empresa.

Este organigrama nos indica el número de puestos, así como el número de plazas existentes.

El organigrama posicional de esta tercerizadora es el siguiente:

ORGANIGRAMA POSICIONAL.



Fuente: Investigación Proyecto.

Elaborado por: Karina Proaño.

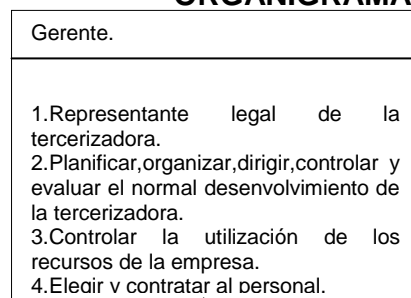
Organigrama Funcional.

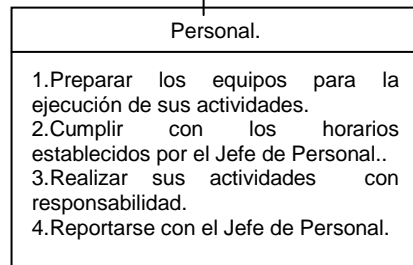
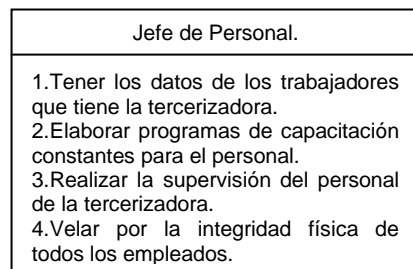
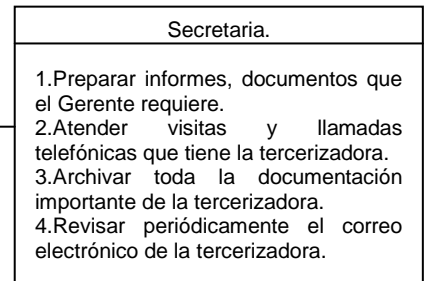
En este organigrama incluye además de las unidades y sus interrelaciones, las principales funciones que tienen cada persona asignada en las unidades de la empresa, es decir detalla la relación de

autoridad y dependencia entre cada una de las unidades de la organización.

La tercerizadora "SERVI CLEAN", tiene el siguiente organigrama funcional:

ORGANIGRAMA FUNCIONAL.





Fuente: Investigación Proyecto.

Elaborado por: Karina Proaño.

3.3.2. Comunicación.

La comunicación es un proceso recíproco en que las unidades y las personas intercambian información con un propósito determinado. La comunicación formal ocurre entre individuos o unidades, con base en el puesto o jerarquía que ocupan; en razón de las actividades encomendadas o conforme a niveles jerárquicos y procedimientos

determinados por la organización, con el propósito de coordinar de manera eficiente todas las acciones.

La estructura del organigrama indicado señala por donde tiene que fluir la información. Esta empresa tendrá una comunicación lineal en donde los niveles superiores están arriba y a medida que baja también lo hace la autoridad y responsabilidad.

“Autoridad, es la facultad de dirigir las acciones, adoptar decisiones, dar las órdenes para que se realice alguna actividad o bien para que se acate una decisión; sintéticamente, se dice que autoridad es la capacidad que tiene el responsable de un órgano para lograr que sus subordinados hagan o dejen de hacer algo lo cual necesariamente implica el ejercicio del mando.”²⁴

“Responsabilidad, es la exigencia que tiene todo individuo u órgano administrativo de dar cumplimiento a las acciones encomendadas y de rendir cuentas de su ejecución a la autoridad correspondiente. La responsabilidad implica que toda unidad administrativa y sus miembros deben responder por los efectos y resultados derivados del ejercicio de la autoridad.”²⁵

En una organización lineal la autoridad y responsabilidad se transmite a través de un solo jefe para cada función en especial, es decir estas líneas están íntimamente relacionadas con la jerarquización a la vez que representan el enlace entre las unidades; constituyen el elemento estructural de los organigramas porque representan gráficamente la delegación de autoridad. De acuerdo a esto varios departamentos deben ser controlados por una sola dirección.

3.4. ESTIMACIÓN DE RECURSOS.

3.4.1. Recursos Humanos.

El recurso humano que se requerirá para el funcionamiento de la tercerizadora de servicios de limpieza es:

²⁴ FRANKLIN Enrique Benjamín. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. Pág. 245

²⁵ FRANKLIN Enrique Benjamín. ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS: Pág. 245

Tabla 3.16.

Detalle del recurso humano necesario para la tercerizadora con sus correspondientes sueldos.

DETALLE	N°.	SUELDO BASICO MENSUAL POR PERSONA: US\$	SUELDO TOTAL: US\$
Gerente	1	350	350
Jefe de personal	1	280	280
Secretaria	1	180	180
Personal para la limpieza	3	150	450
TOTAL	8	960	1260

Fuente: IESS.

Elaborado por: Karina Proaño.

Esta tercerizadora va a disponer de 3 personas las cuales van a realizar la limpieza en las diferentes empresas de acuerdo a su horario establecido y a la distribución dada por parte del Jefe de Personal de la tercerizadora.

Este personal será propio de la empresa y si por algún motivo nos faltara personal lo contrataríamos al instante tomando en cuenta que el personal a contratarse trabajará temporalmente en la tercerizadora.

3.4.2. Recursos Materiales.

Entre los recursos materiales tenemos:

Tabla 3.17.

Vehículo para uso de la tercerizadora.

VEHÍCULO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO. US\$	PRECIO TOTAL. US\$
Camioneta LUV 4x2	1	17000	17000
TOTAL	1	17000	17000

Fuentes: Automotores de la sierra. S.A

Elaborado por: Karina Proaño.

Tabla 3.18.

Detalle de los enseres a utilizar en la tercerizadora.

DETALLE	CANTIDAD. Unidades	PRECIO UNITARIO. US\$	PRECIO TOTAL. US\$
Escritorio	3	162	486
Sillas Secretaria	3	45	135
Sillas de Espera	4	26	104
Archivadores	2	100	200
Basureros	4	4	16
Porta Televisor	1	40	40
Mesa de Centro	1	35	35
Mesa de Reuniones	1	130	130
TOTAL	19	542	1146

Fuentes: Office system.

Elaborado por: Karina Proaño.

Entre los enseres menores tenemos:

Tabla 3.19.

Detalle de los enseres menores.

DETALLE.	CANTIDAD AL MES. Unidades	PRECIO UNITARIO US\$	PRECIO TOTAL MENSUAL US\$
Escoba	20	0.80	16
Trapeador	20	1.00	20
Pala	20	1.10	22
Balde	20	1.50	30
Cloro	4 galones	5	20
Ambiental	4 galones	5	20
Limpia vidrios y espejos	4 galones	5	20
Cera amarilla	4 galones	5	20
Cera líquida	4 galones	5	20
TOTAL		29.40	188

Fuente: DAM productos de limpieza.

Elaborado por: Karina Proaño.

3.4.3. Recursos Tecnológicos.

Entre los recursos tecnológicos tenemos:

Tabla 3.20.

Detalle de la maquinaria y del equipo de oficina a utilizar en la tercerizadora.

DETALLE	CARACTERÍSTICAS. Artículo	CANTIDAD Unidades	PRECIO UNITARIO. US\$	PRECIO TOTAL. US\$
Computadoras	Clon XP	2	650	1300
Impresoras	Lexmark Z25	1	160	160
Teléfono / Fax	SONY	1	90	90
Grabadoras	COBY	1	85	85
TV 14 Pulgadas	HCL	1	100	100
Aspiradora/Abrillantadora	Electrolux Z93	4	135	540
Lavadora Alfombras	Electrolux	1	180	180
Mangueras	Plásticas normales	4	45	180
Juego de Herramientas	Selected – Steel	3	85	255
Escaleras	Normales de madera	3	60	180
TOTAL		21	1590	3070

Fuente: A.J Computación - Almacenes REX – Ferretería SANSUR.

Elaborado por: Karina Proaño.

Como conclusión a este capítulo decimos que la ubicación de la tercerizadora es óptima por encontrarse en un lugar central y comercial de la ciudad de Latacunga, también está cerca de los clientes y proveedores, todo esto con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

Los equipos a utilizarse en el servicio de limpieza de esta tercerizadora son los más adecuados con la mejor tecnología y mano de obra, es decir

el personal será capacitado, especializado y responsable al momento de realizar su trabajo.

Esta tercerizadora dispondrá de una excelente manera su recurso humano para el cumplimiento de cada una de las tareas en el servicio y con ello llegar a cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ECONÓMICO.

“La parte de análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como la base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.”²⁶

Objetivo general.

Establecer cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

²⁶ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 160.

Objetivos específicos.

- Establecer la inversión total inicial requerida, con base en el estudio técnico.
- Calcular el capital de trabajo necesario para el normal funcionamiento de la tercerizadora de servicios de limpieza.
- Determinar los ingresos y los egresos del proyecto. Calcular el monto del financiamiento necesario para la ejecución del proyecto.
- Establecer los costos de operación.

4.1. INVERSIÓN DEL PROYECTO.

El volumen de los recursos financieros a invertir dependerá de las características del negocio y fundamentalmente de la capacidad de inversión. Para obtener los recursos necesarios lo podemos hacer de diferentes fuentes como: fondos propios, socios, préstamo bancario, etc.

Las inversiones antes de implementar el proyecto las podemos agrupar en dos: activos fijos y capital de trabajo.

La inversión en activos fijos son las que se realizan en los bienes tangibles los cuales se utilizaran en las diferentes actividades de la tercerizadora, al ofrecer el servicio de limpieza.

La teoría financiera se refiere normalmente al **capital de trabajo** denominándolo activo de corto plazo; esto es efectivo, desde el punto de vista de su administración, más no así de la inversión, ya que el capital

de trabajo se recupera recién cuando el proyecto dejó de operar, este lo vamos a ver más adelante cuando realicemos su cálculo en el punto 4.1.3.

La inversión requerida para la implementación del proyecto es de 24.372.60 dólares, así:

Cuadro 4.1.
Inversión total

INVERSIÓN	VALOR
VEHÍCULOS	17.000,00
MUEBLES Y ENSERES	1.146,00
EQUIPO	3.070,00
CAPITAL DE TRABAJO	3.156,60
TOTAL	24.372,60

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Karina Proaño.

4.1.1. Activos Fijos.

Son todos los bienes permanentes y derechos que la empresa utiliza en el desarrollo de sus actividades.

Para que un bien sea considerado como activo fijo debe cumplir con los siguientes requisitos:

- No estar dispuesto para venta.
- Tener un costo representativo.
- Ser de propiedad de la empresa.
- Poseer una vida útil de por lo menos un año.

Los activos fijos de la tercerizadora “SERVI CLEAN”, son los siguientes:

Vehículos.

El costo de la adquisición de una camioneta es de 17.000 dólares con impuestos incluidos.

Cuadro 4.2.
Vehículos

VEHÍCULOS	CANTIDAD	PRECIO	
		Unitario	Total
CAMIONETA LUV 4X2	1	17,000.00	17,000.00
TOTAL		17,000.00	17,000.00

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Karina Proaño.

Equipos de oficina.

En la tabla 3.19 del estudio técnico nos detalla los enseres a utilizar en esta tercerizadora, los equipos requeridos tienen un costo que asciende a 3.070.00 dólares.

MUEBLES Y ENSERES.

La inversión en muebles y enseres es de 1.146.00 dólares, lo cual podemos encontrar detalladamente en la tabla 3.17 del estudio técnico.

Los vehículos, equipos, los muebles y enseres, están constituidos por aquel grupo de activos que a causa de su deterioro natural o por caer en desuso pierden su valor con el tiempo, es decir que a estos activos se debe aplicar la depreciación.

4.1.2. Depreciación.

“Depreciación es la pérdida de valor, no recuperable con el mantenimiento, que sufren los activos y se debe a diferentes factores que causan finalmente su inutilidad, obligando por tanto el remplazo del activo”²⁷

Los activos fijos se deprecian en línea recta y los valores anuales de rescate que se consideran son del 10% de su valor histórico.

Cuando el activo ha dejado de ser útil, siempre conserva algún valor, así sea como chatarra o material de desecho; este valor residual recibe el nombre de **valor de rescate**.

“El método de línea recta es el más simple y el más utilizado; consiste en suponer que la depreciación anual es la misma para toda la vida útil del activo y de acuerdo con esto, se reserva cada año partes iguales, de modo que al terminar la vida útil del activo, se tenga un fondo de reserva que sumando al valor de salvamento dé el valor de remplazo.”²⁸

²⁷ SCHAWUM. MATEMÁTICAS FINANCIERAS. Pág. 277

²⁸ SCHAWUM. MATEMÁTICAS FINANCIERAS. Pág. 278

Fórmula:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor original} - \text{Valor de rescate}}{\text{Valor útil en años}}$$

Cuadro 4.3.

Porcentaje de depreciación y vida útil de Activos Fijos.

CONCEPTO	VIDA ÚTIL	% DEPRECIACIÓN
VEHÍCULOS	5	20%
MUEBLES Y ENSERES	10	10%
EQUIPO	5	25%

Fuente: Principios Fundamentales de Contabilidad.

Elaborado por: Karina Proaño.

La vida útil o duración probable de un activo, se determina con base en la experiencia y, tanto los expertos en estas materias como los fabricantes de equipos y maquinarias, señalan la vida útil de los distintos activos y sobre estos datos se basa el cálculo de la depreciación.

Cuadro 4.4.

Depreciación activo fijo

DEPRECIACIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	RESCATE 10%	DEPRECIACIÓN
VEHÍCULOS	17.000,00	5	1.700,00	3.060,00
MUEBLES Y ENSERES	1.146,00	10	114,60	103,14
EQUIPOS	3.070,00	5	307,00	552,60
TOTAL	21.216,00		2.121,60	3.715,74

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Karina Proaño.

El valor de depreciación del proyecto es de 3.715.74 dólares durante los cinco años de vida del proyecto, presentando un valor de recuperación final de 2.121.60 dólares.

4.1.3. Capital de Trabajo.

La fijación del capital de trabajo se la estima considerando el valor de egresos mensuales que tendrá la compañía, con el fin de que se pueda asegurar la operación del negocio con un capital en caja equivalente a los desembolsos del primer mes de cada año.

El capital de trabajo hace referencia a los activos circulantes y pasivos circulantes. El término “circulante” quiere decir aquellos activos que la tercerizadora espera convertir en efectivo en un período a un año. Los activos circulantes incluyen el efectivo; el inventario, que genera efectivo cuando se venden los artículos; y las cuentas por cobrar, que producen efectivo cuando los clientes cancelan sus cuentas. Los activos circulantes se consideran líquidos porque pueden transformarse en efectivo en un tiempo relativamente corto.

El Capital de Trabajo obtenemos: los gastos (administrativos + ventas), divididos para doce.

Cuadro 4.5.

Capital de Trabajo.

CAPITAL DE TRABAJO	AÑOS.				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital de trabajo (Gastos/12)	3156.60	3348.74	3556.65	3955.50	4208.41
Variación Capital de Trabajo		192.14	207.90	398.85	252.91
Incremento Capital de trabajo (%)		6.086	6.208	11.21	6.393

Fuente: Estado de Resultados.

Elaborado por: **Karina Proaño.**

4.1.4. Financiamiento.

El financiamiento del proyecto señala las fuentes de recursos financieros necesarios para la ejecución de este.

Se dice que un documento que causa interés está amortizado cuando todas las obligaciones contraídas (tanto capital como interés), son liquidadas mediante una serie de pagos (generalmente iguales), realizados en intervalos de tiempos iguales.

“Para efectos es conveniente preparar una tabla que muestre la distribución de cada pago amortizado respecto a los intereses que se cubre y a la reducción de la deuda (tabla de amortización).”²⁹

“El financiamiento del proyecto se lo puede obtener a través de un préstamo bancario, la tasa activa promedio en el mercado financiero oscila en un 12 % anual.”³⁰ Para el mes febrero, año 2003.

El préstamo bancario será sobre el 60% del monto de inversión, a una tasa de financiamiento del 12% anual y por lo tanto el inversionista aportara con el 40% del monto de inversión. Los pagos se realizarán con cuotas iguales durante los cinco años de vida útil del proyecto.

Por lo tanto se presenta la siguiente tabla de amortización con pagos iguales:

²⁹ SCHAWUM. MATEMÁTICAS FINANCIERAS Pág. 95

³⁰ WWW.SUPERCOMPAÑIAS.GOV.EC

Cuadro 4.6. Calendario de Inversión.

Inversión	24.372,60	
Aporte Socios	9.749,04	40%
Saldo Amortizar	14.623,56	60%
Tasa anual	12,00%	
(días año)	360	

AÑO	Capital Insoluto	Interés al final	Pago	Capital Pagado
1	14.623,56	1.754,83	4.056,72	2.301,89
2	12.321,67	1.478,60	4.056,72	2.578,12
3	9.743,55	1.169,23	4.056,72	2.887,49
4	6.856,06	822,73	4.056,72	3.233,99
5	3.622,07	434,65	4.056,72	3.622,07
		5.660,03	20.283,59	14.623,56

El calculo del pago lo hacemos con la siguiente fórmula:

$$VP = R \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

en donde al despejar R tenemos:

$$R = \frac{VP * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

$$R = \frac{(14623.56)(0.12)}{1 - (1 + 0.12)^{-5}}$$

$$R = 4056.72$$

El préstamo bancario solicitado es de 14,623.56 dólares, que producen pagos fijos anuales de 4.056.72 dólares, llegándose a pagar un monto total de deuda de 20.283.59 dólares durante los cinco años.

4.2. PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN.

“Para el establecimiento de los Presupuestos de Operación se considera el análisis en un escenario pesimista, con una tasa creciente anual del 5% de inflación.”³¹

4.2.1. Ingresos.

³¹ CARTA DE INTENCIÓN AL FMI MARZO 2003.

“Constituyen flujos de efectivo o propiedades que se reciben a cambio de los bienes o servicios que se proporcionan a los clientes.”³²

También podemos decir que los ingresos son activos recibidos, no necesariamente en efectivo, todo a cambio de un bien o servicio vendido o prestado.

Los ingresos totales son, en general, la cantidad facturada y en la mayoría de las situaciones no generan ningún problema de determinación.

- **Presupuesto de ventas.**

De acuerdo al tratamiento de información obtenida en el estudio de mercado, se presentan los siguientes datos estimados de ventas:

Cuadro 4.7.
Estimación de la demanda insatisfecha en unidades..

Empresas Totales	92	98	105	113	121
% Demanda insatisfecha total	69,89%	69,89%	69,89%	69,89%	69,89%
% Segmento Esperado	24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	24,00%
TOTAL	15	17	18	19	20

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Karina Proaño.

³² PYLE William. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE CONTABILIDAD. Pág. 27.

Nuestra aspiración es alcanzar un 24% del 69.89% de la demanda insatisfecha total.

Cuadro 4.8.

Estimación del precio por m² de las áreas a realizar la limpieza.

PRECIO	Metros Promedio Por Empresa. m ²	Precio/m ² US\$	2 Veces/semana. US\$	Ventas Año/ Empresa. US\$
Pisos	40	0,10	8,00	384,00
Alfombras	6	1,25	15,00	720,00
Ventanas	16	0,55	17,60	844,80
Cisternas	4	3,50	28,00	1.344,00
Total				3.292,80

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Karina Proaño.

Cuadro 4.9

Estimación del precio por m² anual en dólares.

PRECIO ESTIMADO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pisos	384,00	403,20	423,36	444,53	466,76
Alfombras	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Ventanas	844,80	887,04	931,39	977,96	1.026,86
Cisternas	1.344,00	1.411,20	1.481,76	1.555,85	1.633,64
Total	3.292,80	3.457,44	3.630,31	3.811,83	4.002,42

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Karina Proaño.

Cuadro 4.10.

Estimación ventas anuales en dólares

VENTAS DOLARES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pisos	5.925,78	6.657,61	7.479,83	8.403,58	9.441,47
Alfombras	11.110,83	12.483,02	14.024,67	15.756,72	17.702,68
Ventanas	13.036,71	14.646,74	16.455,62	18.487,85	20.771,11
Cisternas	20.740,22	23.301,64	26.179,39	29.412,55	33.045,04
Total	50.813,54	57.089,01	64.139,51	72.060,70	80.960,28

Fuente: Estudio de Mercado.

Elaborado por: Karina Proaño.

Se estiman ventas iniciales por 50.813.54 dólares en el primer año y se alcanza un monto de 80.960,28 durante el quinto año del proyecto.

4.2.2. Egresos.

“Son bienes o servicios consumidos durante la operación de un negocio o de cualquier otra unidad económica.”³³

Son bienes o servicios consumidos en la operación de la empresa.

Esta tercerizadora va a tener egresos operacionales como son los gastos administrativos (pago remuneraciones, gastos generales y las depreciaciones de los activos fijos), finalmente los gastos de ventas (publicidad, combustible y mantenimiento a equipos).

4.2.2.1. Egresos Operacionales.

Entre los egresos operacionales tenemos a los gastos de administración y a los gastos de ventas.

- **Presupuesto de gastos de operación.**

Gastos administrativos.

³³ PYLE William. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE CONTABILIDAD. Pág. 27..

Estos gastos provienen de la función administrativa que se da dentro de la tercerizadora de servicios de limpieza como: **remuneraciones** (son los pagos de los sueldos al Gerente, al Jefe de Personal, a la Secretaria y al personal que realiza la limpieza), **gastos generales** (son el pago de arriendo, seguro de los activos, suministros de oficina, materiales de limpieza y el pago de servicios básicos), **depreciaciones** (realizadas al vehículo, a los muebles y enseres y a los equipos que posee la tercerizadora).

Los egresos por concepto de remuneraciones, compra de insumos, pago de servicios y mantenimiento, así como depreciaciones son:

Cuadro 4.11.

**Gastos
administrativos.**

Gastos Administrativos	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Remuneración	15.120,00	15.876,00	16.669,8	19.587,02	20.566,37
Gastos Generales	10.913,28	11.458,94	12.031,89	12.633,49	13.265,16
Depreciaciones	3.715,74	3.715,74	3.715,74	3.715,74	3.715,74
Total	29.749,02	31.050,68	32.417,43	35.936,25	37.547,27

Fuente: Estudio de Técnico – Inversión.

Elaborado por: Karina Proaño.

El desglose de las cuentas que componen los gastos generales esta dado por:

Cuadro 4.12.

Requerimientos de personal.

Personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	1	1	1	1	1
Jefe de personal	1	1	1	1	1
Secretaria	1	1	1	1	1
Personal para la limpieza	3	3	3	4	4
Total	6	6	6	7	7

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Karina Proaño.

Cuadro 4.13.

Remuneraciones.

REMUNERACIÓN	Mensual	Año				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	350,00	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
Jefe de personal	280,00	3.360,00	3.528,00	3.704,40	3.889,62	4.084,10
Secretaria	180,00	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
Personal para la limpieza	150,00	5.400,00	5.670,00	5953.5	8.334.9	8.751,65
Total	960,00	15.120,00	15.876,00	16.669,8	19.587,02	20.566,37

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Karina Proaño.

Cuadro 4.14.

Gastos generales.

GASTOS GENERALES	Mensual	Año				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Oficinas	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
Seguros Activos 8%	141,44	1.697,28	1.782,14	1.871,25	1.964,81	2.063,05
Suministros Oficina	100,00	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Materiales		2.256,00	2.368,80	2.487,24	2.611,60	2.742,18

de limpieza	188,00					
Servicios Básicos	230,00	2.760,00	2.898,00	3.042,90	3.195,05	3.354,80
Total	909,44	10.913,28	11.458,94	12.031,89	12.633,49	13.265,16

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Karina Proaño.

Gastos de ventas.

A los gastos de ventas que tenemos en este proyecto se los considera totalmente variables y están en función de las ventas de acuerdo a un porcentaje asignado.

Entre los gastos de ventas tenemos a la publicidad la cual se ha estimado un 10% del total de ventas, el gasto en combustible un 5% de las ventas y finalmente 1% de las ventas designado al mantenimiento de equipos de la tercerizadora.

La estructura pronosticada es la siguiente:

Cuadro 4.15.
Gastos de ventas.

GASTOS DE VENTAS	% VENTAS	Año				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad (10% Ventas)	10%	5.081,35	5.708,90	6.413,95	7.206,07	8.096,03
Gastos Combustible (5% Ventas)	5%	2.540,68	2.854,45	3.206,98	3.603,04	4.048,01
Mantenimiento Equipos (1%)	1%	508,14	570,89	641,40	720,61	809,60

Ventas)						
Total		8.130,17	9.134,24	10.262,33	11.529,72	12.953,64

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Karina Proaño.

4.2.2.2. Egresos Financieros.

Entre los egresos financieros tenemos el préstamo por pagar a la entidad financiera en donde, el total del préstamo es de 20,283.59 dólares incluido el interés a una tasa del 12% anual y cuyos pagos anuales son de 4,056.72 dólares así:

Cuadro 4.16.
Préstamo por pagar.

Préstamos Por Pagar	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total	16.226,87	12.170,15	8.113,44	4.056,72	-

Fuente: Estudio Técnico.

Elaborado por: Karina Proaño.

4.3. ESTADOS FINANCIEROS PRESUPUESTADOS.

Los estados financieros son parte primordial de un negocio para así tener una clara visión del desarrollo de este, estos vienen a constituirse en uno solo para proporcionarnos información completa de los aspectos financieros.

Fundamentalmente, para un nivel de comprensión sobre el tema es el reconocimiento de que, en finanzas, hay tres documentos de los que obtenemos los datos en bruto para nuestro análisis y son:

- El balance general.
 - Balance de pérdidas y ganancias.
 - Y los flujos de fondos.
-
- **El balance general.-** Cuando elaboramos un balance para una empresa, tomamos una “instantánea” de los activos empleados por esa empresa y también de los fondos relacionados con estos activos: sin embargo, se trata de un documento estático que refleja un instante en el tiempo. En consecuencia debemos tomar repetidas “instantáneas” a intervalos fijos (meses, trimestres, años), para ver cómo cambian los activos y los fondos con el paso del tiempo.
 - **Balance de pérdidas y ganancias.-** El balance de pérdidas y ganancias mide los beneficios o las pérdida de las operaciones normales de la empresa, a lo largo de un período de tiempo. Mide los ingresos totales y deduce los gastos totales.
 - **Flujos de fondos.-** Este estado financiero depende a la vez del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias. Recoge los movimientos en ambos, de modo que, aunque es el más reciente en el tiempo, es considerado en la actualidad en algunos ambientes, como el más importante para explicar las actividades financieras de la empresa.

Estos tres estados financieros no son independientes unos de los otros, sino que están unidos en uno solo para facilitar un cuadro completo de las operaciones financieras de un negocio.

4.3.1. Análisis de Cuentas por Cobrar.

“Es una cantidad que se tiene derecho a cobrar a un deudor por concepto de bienes o servicios vendidos a crédito.”³⁴

El negocio trabajará bajo la política de prestación de servicios con pagos anticipados y de contado al consumir el servicio.

Las cuentas por cobrar que la tercerizadora va a tener a consecuencia de las actividades realizadas, será de la siguiente manera:

El cliente al solicitar el servicio de limpieza para su empresa va a efectuar un abono, para posteriormente cancelar la totalidad después de haber finalizado el servicio por parte de la tercerizadora.

4.3.2. Análisis de Cuentas por Pagar.

³⁴ PYLE William. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE CONTABILIDAD. Pág. 43.

“Es una deuda que se tiene con un acreedor, por la compra a crédito de bienes o servicios.”³⁵

De igual manera los egresos son a través de pagos al contado, pues en este tipo de negocios se adquieren insumos y no otro tipo de materiales o materia prima, por tratarse de un servicio.

Las cuentas por pagar que la tercerizadora va a tener con sus proveedores, se las va a efectuar al contado, es decir al momento que se realice la compra de los insumos.

4.3.3. Flujo de Efectivo Indirecto.

Este estado nos indica el destino que se le da al dinero, ya sea al capital del inversionista como al dinero de terceros (préstamos), para así financiar las necesidades de compra de activos entre otras; los cuales originan los saldos mínimos de caja anuales que deberá poseer la tercerizadora para afrontar los diferentes pagos que va a obtener en esta por la ejecución de sus actividades.

³⁵ PYLE William. PRINCIPIOS FUNDAMENTALES DE CONTABILIDAD. Pág.43.

Cuadro 4.17
Flujo de Efectivo Indirecto.

FLUJO DE EFECTIVO INDIRECTO	Inversión inicial	AÑO		
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
OPERACIÓN				
Utilidad Neta	-	5.659,49	8.190,20	11.094,43
Más Depreciaciones	-	3.715,74	3.715,74	3.715,74
Subtotal	-	9.375,23	11.905,94	14.810,17
Pasivos Diferidos		-4056.72	- 4.056,72	- 4.056,72
Más Aumento en Ctas por Pagar	-	3.218,14	1.439,03	1.651,41
EFFECTIVO GENERADO POR OPERACIÓN	-	8536.65	9.288,25	12.404,86
FINANCIAMIENTO	-	-	-	-
Más Adquisición de Capital	9.749,04	-	-	-
Más Préstamo Bancario	14.623,56			
EFFECTIVO GENERADO POR FINANCIAMIENTO	24.372,60	-	-	-
INVERSIÓN	-	-	-	-
Menos adquisición de Activos Fijos	- 21.216,00	-	-	-
EFFECTIVO GENERADO POR INVERSIÓN	- 21.216,00	-	-	-
CAMBIO EN EFECTIVO	-	-	-	-
Más Saldo Inicial de Efectivo	3.156,60	3.156,60	11.693,25	41.265,09
SALDO FINAL DE EFECTIVO	3.156,60	11.693,25	41.265,09	53.669,95

Fuente: Inversión – Gastos – Estado de Resultados.
Elaborado por: Karina Proaño.

4.3.4. Estructura del Balance de Situación General.

“Balance General es un estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de presentar una propuesta financiera futura probable, que contenga activos, pasivos y patrimonio que tendrá la entidad.”³⁶

El balance es una forma útil de ver los asuntos financieros de una empresa, es decir es el documento básico en donde constan los activos (contiene simplemente una lista de los objetos de valor, propiedad de la empresa) y los pasivos (relaciona las cantidades debidas a terceros) que posee la empresa.

³⁶ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 181

Cuadro 4.18.
Balance General.

BALANCE DE SITUACIÓN GENERAL	AÑO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Caja Bancos	11.693,25	41.265,09	53.669,96	67.558,40	86.175,05
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	11.693,25	41.265,09	53.669,96	67.558,40	86.175,05
ACTIVO FIJO					
Vehículos	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00
(Depreciación Acumulada Vehículos)	- 3.060,00	- 6.120,00	- 9.180,00	- 12.240,00	- 15.300,00
Equipo	3.070,00	3.070,00	3.070,00	3.070,00	3.070,00
(Depreciación Acumulada Equipo)	- 552,60	- 1.105,20	- 1.657,80	- 2.210,40	- 2.763,00
Muebles y Enseres	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00
(Depreciación Acumulada Muebles)	- 103,14	- 206,28	- 309,42	- 412,56	- 515,70
TOTAL ACTIVO FIJO	17.500,26	13.784,52	10.068,78	6.353,04	2.637,30
TOTAL ACTIVO	49.477,10	55.049,61	63.738,74	73.911,44	88.812,35
PASIVO					
PASIVO CORTO PLAZO					
Préstamos por Pagar	16.226,87	12.170,15	8.113,44	4.056,72	-
Participación por Pagar	1.331,64	1.927,11	2.610,45	3.080,70	3.960,40
Impuestos Por Pagar	1.886,50	2.730,07	3.698,14	4.364,33	5.610,56
TOTAL PASIVO CORTO PLAZO	19.445,01	16.827,33	14.422,03	11.501,75	9.570,96
TOTAL PASIVO	19.445,01	16.827,33	14.422,03	11.501,75	9.570,96
PATRIMONIO					
Capital Social	24.372,60	24.372,60	24.372,60	24.372,60	24.372,60
Utilidades retenidas		5.659,49	13.849,69	24.944,12	38.037,11
Utilidad del Ejercicio	5.659,49	8.190,20	11.094,43	13.092,98	16.831,69
TOTAL PATRIMONIO	30.032,09	38.222,29	49.316,72	62.409,71	79.241,40
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	49.477,10	55.049,61	63.738,74	73.911,44	88.812,35

Fuente: Flujo de Efectivo Indirecto – Estudio Técnico.

Elaborado por: Karina Proaño.

4.3.5. Estructura del Estado de Perdidas y Ganancias.

“El estado de resultados sirve para calcular la utilidad o pérdida netas que genera un proyecto durante su periodo operativo.”³⁷

Su función es identificar los ingresos totales y los gastos totales de un período contable, la diferencia entre estos dos valores es el beneficio; en consecuencia es un documento que se relaciona con un período de tiempo muy preciso.

“Los ingresos reflejan las cantidades obtenidas por la venta de los bienes o servicios producidos por la empresa, mientras que los gastos reflejan todas aquellas transacciones que hacen posible que la empresa desarrolle su actividad, por lo que en ellos se incluyen los salarios, los alquileres, el pago de intereses y los impuestos.”³⁸

Los estados de resultados son proyectados de acuerdo a los ingresos estipulados en el estudio de mercado a través de la demanda insatisfecha, y los egresos provienen de los gastos de administración y ventas presupuestados en los estimativos de gastos de operación, así:

³⁷ GALLARDO Cervantes Juan. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. Pág. 49.

³⁸ © Encarta © 2005.

Cuadro 4.19.
Estado de Resultados.

	Año				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	50.813,54	57.089,01	64.139,51	72.060,70	80.960,28
EGRESOS					
OPERACIONALES	37.879,19	40.184,92	42.679,76	47.465,97	50.500,91
Gastos Administrativos	29.749,02	31.050,68	32.417,43	35.936,25	37.547,27
Gastos de Ventas	8.130,17	9.134,24	10.262,33	11.529,72	12.953,64
UTILIDAD OPERACIONAL	12.934,35	16.904,09	21.459,75	24.594,73	30.459,37
Gastos Financieros	4.056,72	4.056,72	4.056,72	4.056,72	4.056,72
Utilidad antes de Impuestos	8.877,63	12.847,37	17.403,03	20.538,01	26.402,65
Participación trabajadores	1.331,64	1.927,11	2.610,45	3.080,70	3.960,40
UTILIDAD DESPUES PARTICIPACION	7.545,99	10.920,26	14.792,58	17.457,31	22.442,25
Impuesto a la Renta	1.886,50	2.730,07	3.698,14	4.364,33	5.610,56
UTILIDAD NETA	5.659,49	8.190,20	11.094,43	13.092,98	16.831,69

Fuente: Inversión – Gastos.

Elaborado por: Karina Proaño.

Se observa que la tercerizadora arroja utilidades desde el primer año de operación.

Como conclusión a este capítulo decimos que la inversión total para implementar esta tercerizadora de servicios de limpieza es de 24,372.60

dólares, tomando en cuenta todos los estudios realizados anteriormente en el estudio de mercado, en el estudio técnico y de administración.

La tercerizadora "SERVI CLEAN", para completar la inversión total requiere de un préstamo, el cual vamos a obtener a través de una institución financiera, a una tasa de interés del 12% anual.

Una parte muy importante de este capítulo es determinar los ingresos y los egresos los cuales van a reflejar resultados positivos durante el desarrollo de las actividades de la empresa durante un período de tiempo determinado, los ingresos y los egresos se comparara para así obtener el beneficio del período contable.

CAPÍTULO V:

EVALUACIÓN FINANCIERA.

“El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, se sabrá hasta este punto que existe un mercado potencialmente atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo para la localización del proyecto y el tamaño más adecuado para este último, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y dominará el proceso de producción, así como todos los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto”.³⁹

Objetivo general.

Determinar si se pone en marcha el presente proyecto de inversión, mediante el cálculo de los métodos más usados como son: VPN, TIR, período de recuperación y relación beneficio/costo.

Objetivos específicos.

- Establecer el VPN , es la medida más directa del flujo de fondos actualizados para determinar el valor de un proyecto.
- Determinar la TIR, la cual nos va a permitir medir la rentabilidad del dinero que se mantendrá dentro del proyecto de inversión.
- Establecer el período en el cual se va a recuperar la inversión total en el presente proyecto.

5.1. ANÁLISIS FINANCIERO.

Para evaluar la situación y desempeño financiero de una empresa, se requiere la utilización frecuente de las razones financieras o índices, las cuales relacionan datos financieros entre sí. El análisis e interpretación de varias razones permitirá tener un mejor conocimiento de la situación y

³⁹ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 212.

desempeño financieros de la empresa que el que se podría obtener mediante el análisis aislado de los datos financieros.

- Razones Financieras.

“Son instrumentos que se utilizan para evaluar resultados de las operaciones de la institución y analizarlos para llegar a conclusiones válidas de toma de decisiones.”⁴⁰

El análisis de las razones financieras nos va a permitir comparar una razón presente con las razones pasadas y futuras esperadas para la misma empresa.

También permite realizar una comparación de las razones de una empresa con las de empresas similares, esta comparación permite obtener elementos de juicio sobre las condiciones y desempeño financiero relativos de la empresa.

**Cuadro 5.1.
Razones Financieras.**

RAZONES FINANCIERAS	AÑO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ					
Prueba Acida	1,64	2,45	3,72	5,87	9,00
Capital de trabajo	12.531,83	24.437,77	39.247,92	56.056,66	76.604,09
RENTABILIDAD					
Margen de Utilidad Sobre Ventas	11,14%	14,35%	17,30%	18,17%	20,79%
Rendimiento Sobre Activos	11,44%	14,88%	17,41%	17,71%	18,95%
Rendimiento Sobre Capital Contable	23,22%	33,60%	45,52%	53,72%	69,06%
UO / Ventas (Margen)	25,45%	29,61%	33,46%	34,13%	37,62%
ENDEUDAMIENTO					
Activo/ Capital (Apalancamiento)	2,03	2,26	2,62	3,03	3,64

⁴⁰ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág.183

Fuente: Estado de Resultados – Balance General.
Elaborado por: Karina Proaño.

LIQUIDEZ.

- ***Prueba ácida.***

Tiene que ser de 1 hasta 1.5.

Interpretación.- Por cada dólar de la empresa tenemos un dólar para pagar.

Fórmula:

$$\text{Prueba Acida} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente.}}$$

- ***Capital de trabajo.***

Interpretación.- Es todo lo que la empresa tiene para realizar su actividad diaria.

Fórmula:

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente.}$$

RENTABILIDAD.

- ***Margen de utilidad sobre ventas.***

Interpretación.- Por cada dólar vendido tenemos un dólar de utilidad.

Fórmula:

$$\text{Margen de utilidad / Ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas netas}}$$

- ***Rendimiento sobre activos.***

Interpretación.- Por cada dólar que tenemos en activos tenemos una utilidad de un dólar .

Fórmula:

$$\text{Utilidad neta}$$

$$\text{Rendimiento / Activos} = \frac{\quad}{\text{Activo total}}$$

- ***Rendimiento sobre capital contable.***

Interpretación.- Por cada dólar que tenemos en el capital contable tenemos un dólar en utilidad.

Fórmula:

$$\text{Rendimiento / Capital contable} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Capital contable}}$$

- ***Margen de utilidad operativa sobre ventas.***

Interpretación.- Por cada dólar que vendemos tenemos un dólar en utilidad operacional.

Fórmula:

$$\text{Margen de utilidad operativa / Ventas} = \frac{\text{Utilidad operativa}}{\text{Ventas netas}}$$

El negocio refleja una rentabilidad sobre los ingresos por ventas que oscila entre un margen del 11.14% al 20.79% durante los cinco años de estimación del proyecto de inversión.

La liquidez del proyecto va desde el 1,64 al 9,00 dólares para pagar cada dólar de deuda de corto plazo, liquidez que crece debido a que no se estimó repartición de utilidades en los años de análisis, por que al inversionista le interesa conocer la cifra que devengará su inversión.

5.2. EVALUACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio nos estima el nivel de ingresos por venta de servicios de la tercerizadora en los que deberá incurrir el negocio anualmente, con la finalidad de no ganar ni generar pérdidas, de manera que permita la operación normal del negocio.

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los beneficios.

- Estructura de Costos.

COSTO UNITARIO.

1.- PISOS.

COSTOS VARIABLES.

40m^2 por empresa x 15 empresas = 600 m^2 semanales

600m^2 x 4 = 2400m^2

2400m² mensuales x 12 = 28800m² anuales

- **Combustible.** **\$0.03**

\$20semanal x 4 = \$80

\$80mensual x 12 = \$960

\$960 / 28800m²anuales = **\$0.03**

- **Materiales para la limpieza.** **\$0.010825**

6 escobas mensuales x \$0.80 = \$4.80

\$4.80 mensual x 12 = \$57.60

\$57.60 anual / 28800m²anuales = **\$0.002**

6 trapeadores mensuales x \$1 = \$6.00

\$6.00 mensual x 12 = \$72.00

\$72.00 anual / 28800 m²anuales = **\$0.0025**

6 palas mensuales x \$1.10 = \$6.60

\$6.60 mensual x 12 = \$79.20

\$79.20 anual / 28800 m²anuales = **\$0.002575**

6 baldes mensuales x \$1.50 = \$9.00

\$9.00 mensual x 12 = \$108

\$108 anual / 28800 m²anuales = **\$0.00375**

- **Insumos de limpieza.** **\$0.0415**

4 galones de cloro mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 28800 m²anuales = **\$0.0083**

4 galones de ambiental mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

$$\$240 \text{ anuales} / 28800 \text{ m}^2\text{anuales} = \mathbf{\$0.0083}$$

$$4 \text{ galones de limpiador vidrios mensual} \times \$5 = \$20$$

$$\$20 \text{ mensual} \times 12 = \$240$$

$$\$240 \text{ anuales} / 28800 \text{ m}^2\text{anuales} = \mathbf{\$0.0083}$$

$$4 \text{ galones de cera amarilla mensual} \times \$5 = \$20$$

$$\$20 \text{ mensual} \times 12 = \$240$$

$$\$240 \text{ anuales} / 28800 \text{ m}^2\text{anuales} = \mathbf{\$0.0083}$$

$$4 \text{ galones de cera liquida mensual} \times \$5 = \$20$$

$$\$20 \text{ mensual} \times 12 = \$240$$

$$\$240 \text{ anuales} / 28800 \text{ m}^2\text{anuales} = \mathbf{\$0.0083}$$

TOTAL COSTOS VARIABLES **\$0.082325**

COSTOS FIJOS.

- **Gastos servicios básicos.** **\$1080**

Agua \$10

Luz \$30

Teléfono \$30

\$90 mensual

\$90 mensual x 12 meses = **\$1080**

- **Sueldos.** **\$15120**

1 Gerente = \$ 350

1 Jefe Personal = 280

3 Empleados (\$150) = 450

1 Secretaria = 180

\$ 1260 mensual

\$1260 mensual x 12 meses = \$ **15120**

- **Suministros.** **\$1200**

\$100 mensuales x 12 meses = **\$1200 anual**

- **Arriendo local.** **\$3000**

\$250 mensuales x 12 meses = **\$3000 anual**

- **Depreciaciones.** **\$4282**

Vehículo

17000 x 20% = 3400

Muebles y enseres.

1146 x 10% = 114.6

Equipos

3070 x 25% = 767.5

TOTAL COSTOS FIJOS

\$24682.

COSTO UNITARIO PISOS.

40m² por empresa x 15 empresas = 600 m² semanales

600m² x 4 = 2400m²

2400m² mensuales x 12 = 28800m² anuales

Por lo tanto el costo unitario se determina por:

$$\text{Costo unitario} = \text{Costo Variable} + \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{metros}}$$

$$= 0.082325 + \frac{24682}{28800}$$

$$= \$ 0.10$$

2.- ALFOMBRAS.

COSTOS VARIABLES.

30m²por empresa x 15 empresas = 450 m² semanales

450m² x 4 = 1800m²

1800m² mensuales x 12 = 21600m² anuales

- **Combustible.** **\$0.044**

\$20semanal x 4 = \$80

\$80mensual x 12 = \$960

\$960 / 21600 m²anuales = **\$0.044**

- **Materiales para la limpieza.** **\$0.0145**

6 escobas mensuales x \$0.80 = \$4.80

\$4.80 mensual x 12 = \$57.60

\$57.60 anual / 21600 m²anuales = **\$0.0026**

6 trapeadores mensuales x \$1 = \$6.00

\$6.00 mensual x 12 = \$72.00
\$72.00 anual / 21600 m²anuales = **\$0.0033**

6 palas mensuales x \$1.10 = \$6.60
\$6.60 mensual x 12 = \$79.20
\$79.20 anual / 21600 m²anuales = **\$0.0036**

6 baldes mensuales x \$1.50 = \$9.00
\$9.00 mensual x 12 = \$108
\$108 anual / 21600 m²anuales = **\$0.005**

- **Insumos de limpieza.** **\$0.055**

4 galones de cloro mensual x \$5 = \$20
\$20 mensual x 12 = \$240
\$240 anuales / 21600 m²anuales = **\$0.011**

4 galones de ambiental mensual x \$5 = \$20
\$20 mensual x 12 = \$240
\$240 anuales / 21600 m²anuales = **\$0.011**

4 galones de limpia vidrios mensual x \$5 = \$20
\$20 mensual x 12 = \$240
\$240 anuales / 21600 m²anuales = **\$0.011**

4 galones de cera amarilla mensual x \$5 = \$20
\$20 mensual x 12 = \$240
\$240 anuales / 21600 m²anuales = **\$0.011**

4 galones de cera liquida mensual = \$20
\$20 mensual x 12 = \$240
\$240 anuales / 21600 m²anuales = **\$0.011**

TOTAL COSTOS VARIABLES **\$0.1135**

COSTOS FIJOS.

- **Gastos servicios básicos.** **\$1080**

Agua \$10

Luz \$30

Teléfono \$30

\$90 mensual

\$90 mensual x 12 meses = **\$1080**

- **Sueldos.** **\$15120**

1 Gerente = \$ 350

1 Jefe Personal = 280

3 Empleados (\$150) = 450

1 Secretaria = 180

\$ 1260 mensual

\$1260 mensual x 12 meses = **\$ 15120**

- **Suministros.** **\$1200**

\$100 mensuales x 12 meses = **\$1200 anual**

- **Arriendo local.** **\$3000**

\$250 mensuales x 12 meses = **\$3000 anual**

- **Depreciaciones.** **\$4282**

Vehículo

17000 x 20% = 3400

Muebles y enseres.

$$1147 \times 10\% = 114.6$$

Equipos

$$3071 \times 25\% = 767.5$$

TOTAL COSTOS FIJOS

\$24682.

COSTO UNITARIO ALFOMBRAS.

$$30\text{m}^2 \text{ por empresa} \times 15 \text{ empresas} = 450 \text{ m}^2 \text{ semanales}$$

$$450\text{m}^2 \times 4 = 1800\text{m}^2$$

$$1800\text{m}^2 \text{ mensuales} \times 12 = 21600\text{m}^2 \text{ anuales}$$

Por lo tanto el costo unitario se determina por:

$$\text{Costo unitario} = \text{Costo Variable} + \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{metros}}$$

$$= 0.1135 + \frac{24682}{21600}$$

$$= \$ 1.25$$

3.- VENTANAS.

COSTOS VARIABLES.

67m²por empresa x 15 empresas = 690 m² semanales

690m² x 4 = 2760m²

2760m² mensuales x 12 = 48240m² anuales

- **Combustible.** **\$0.0199**

\$20semanal x 4 = \$80

\$80mensual x 12 = \$960

\$960 / 48240 m²anuales = **\$0.0199**

- **Materiales para la limpieza.** **\$0.00637**

6 escobas mensuales x \$0.80 = \$4.80

\$4.80 mensual x 12 = \$57.60

\$57.60 anual / 48240 m²anuales = **\$0.0011**

6 trapeadores mensuales x \$1 = \$6.00

\$6.00 mensual x 12 = \$72.00

\$72.00 anual / 48240 m²anuales = **\$0.0014**

6 palas mensuales x \$1.10 = \$6.60

\$6.60 mensual x 12 = \$79.20

\$79.20 anual / 48240 m²anuales = **\$0.00164**

6 baldes mensuales x \$1.50 = \$9.00

\$9.00 mensual x 12 = \$108

\$108 anual / 48240 m²anuales = **\$0.00223**

- **Insumos de limpieza.** **\$0.02485**

4 galones de cloro mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 48240 m²anuales = **\$0.00497**

4 galones de ambiental mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 48240 m²anuales = **\$0.00497**

4 galones de limpiavidrios mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 48240 m²anuales = **\$0.00497**

4 galones de cera amarilla mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 48240 m²anuales = **\$0.00497**

4 galones de cera liquida mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 48240 m²anuales = **\$0.00497**

TOTAL COSTOS VARIABLES **\$0.05112**

COSTOS FIJOS.

- **Gastos servicios básicos.** **\$1080**

Agua \$10

Luz \$30
Teléfono \$30
\$90 mensual
\$90 mensual x 12 meses = **\$1080**

- **Sueldos.** **\$15120**

1 Gerente = \$ 350
1 Jefe Personal = 280
3 Empleados (\$150) = 450
1 Secretaria = 180
\$ 1260 mensual
\$1260 mensual x 12 meses = **\$ 15120**

- **Suministros.** **\$1200**

\$100 mensuales x 12 meses = **\$1200 anual**

- **Arriendo local.** **\$3000**

\$250 mensuales x 12 meses = **\$3000 anual**

- **Depreciaciones.** **\$4282**

Vehículo

17000 x 20% = 3400

Muebles y enseres.

1148 x 10% = 114.6

Equipos

3072 x 25% = 767.5

TOTAL COSTOS FIJOS
\$24682.

COSTO UNITARIO VENTANAS

67m²por empresa x 15 empresas = 690 m² semanales

690m² x 4 = 2760m²

2760m² mensuales x 12 = 48240m² anuales

Por lo tanto el costo unitario se determina por:

$$\text{Costo unitario} = \text{Costo Variable} + \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{metros}}$$

$$= 0.05112 + \frac{24682}{48240}$$

$$= \$ 0.55$$

4.- CISTERNAS.

COSTOS VARIABLES.

11m²por empresa x 15 empresas = 165 m² semanales

$$165\text{m}^2 \times 4 = 660\text{m}^2$$

$$660\text{m}^2 \text{ mensuales} \times 12 = 7920\text{m}^2 \text{ anuales}$$

- **Combustible.** **\$0.121**

$$\text{\$20semanal} \times 4 = \text{\$80}$$

$$\text{\$80mensual} \times 12 = \text{\$960}$$

$$\text{\$960} / 7920 \text{ m}^2\text{anuales} = \text{\$0.121}$$

- **Materiales para la limpieza.** **\$0.0398**

$$6 \text{ escobas mensuales} \times \text{\$0.80} = \text{\$4.80}$$

$$\text{\$4.80 mensual} \times 12 = \text{\$57.60}$$

$$\text{\$57.60 anual} / 7920 \text{ m}^2\text{anuales} = \text{\$0.0072}$$

$$6 \text{ trapeadores mensuales} \times \text{\$1} = \text{\$6.00}$$

$$\text{\$6.00 mensual} \times 12 = \text{\$72.00}$$

$$\text{\$72.00 anual} / 7920 \text{ m}^2\text{anuales} = \text{\$0.0090}$$

$$6 \text{ palas mensuales} \times \text{\$1.10} = \text{\$6.60}$$

$$\text{\$6.60 mensual} \times 12 = \text{\$79.20}$$

$$\text{\$79.20 anual} / 7920 \text{ m}^2\text{anuales} = \text{\$0.01}$$

$$6 \text{ baldes mensuales} \times \text{\$1.50} = \text{\$9.00}$$

$$\text{\$9.00 mensual} \times 12 = \text{\$108}$$

$$\text{\$108 anual} / 7920 \text{ m}^2\text{anuales} = \text{\$0.0136}$$

- **Insumos de limpieza.** **\$0.15**

$$4 \text{ galones de cloro mensual} \times \text{\$5} = \text{\$20}$$

$$\text{\$20 mensual} \times 12 = \text{\$240}$$

$$\text{\$240 anuales} / 7920 \text{ m}^2\text{anuales} = \text{\$0.030}$$

$$4 \text{ galones de ambiental mensual} \times \text{\$5} = \text{\$20}$$

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 7920 m²anuales = **\$0.030**

4 galones de limpia vidrios mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 7920 m²anuales = **\$0.030**

4 galones de cera amarilla mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 7920 m²anuales = **\$0.030**

4 galones de cera liquida mensual x \$5 = \$20

\$20 mensual x 12 = \$240

\$240 anuales / 7920 m²anuales = **\$0.030**

TOTAL COSTOS VARIABLES

\$0.3108

COSTOS FIJOS.

- **Gastos servicios básicos.**

\$1080

Agua \$10

Luz \$30

Teléfono \$30

\$90 mensual

\$90 mensual x 12 meses = **\$1080**

- **Sueldos.**

\$15120

1 Gerente =\$ 350

1 Jefe Personal = 280
3 Empleados (\$150) = 450
1 Secretaria = 180
\$ 1260 mensual
\$1260 mensual x 12 meses = \$ **15120**

- **Suministros.** **\$1200**
\$100 mensuales x 12 meses = **\$1200 anual**

- **Arriendo local.** **\$3000**
\$250 mensuales x 12 meses = **\$3000 anual**

- **Depreciaciones.** **\$4282**
Vehículo
17000 x 20% = 3400

Muebles y enseres.
1149 x 10% = 114.6

Equipos

3073 x 25% = 767.5

TOTAL COSTOS FIJOS
\$24682.

COSTO UNITARIO CISTERNAS.

11m²por empresa x 15 empresas = 165 m² semanales

165m² x 4 = 660m²

660m² mensuales x 12 = 7920m² anuales

Por lo tanto el costo unitario se determina por:

$$\text{Costo unitario} = \text{Costo Variable} + \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{metros}}$$

$$= 0.3108 + \frac{24682}{7920}$$

$$= \$ 3.50$$

Costos Fijos.

Los costos fijos son aquellos que no dependen del nivel de ventas, también son los costos que incurre la empresa haya o no producido durante el período contable, para el presente proyecto se tiene la siguiente estructura de costos fijos:

Cuadro 5.2.

Costos Fijos.

COSTOS FIJOS	AÑO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneración	15.120,00	15.876,00	16.669,80	19.587,02	20.566,37
Gastos Generales	10.913,28	11.458,94	12.031,89	12.633,49	13.265,16
Depreciaciones	3.715,74	3.715,74	3.715,74	3.715,74	3.715,74

Gastos Financieros	4.056,72	4.056,72	4.056,72	4.056,72	4.056,72
TOTAL	33.805,74	35.107,40	36.474,15	39.992,97	41.603,99

Fuente: Estado Resultados – Balance General.

Elaborado por: Karina Proaño.

- **Costos Variables.**

Los costos variables son aquellos que se encuentran dependiendo directamente del volumen de ventas, podemos decir que si la tercerizadora no desarrolla su actividad productiva, el costo variable es igual a cero. La estructura de este tipo de costos se presenta a continuación:

Cuadro 5.3.
Costos Variables.

COSTOS VARIABLES	AÑO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad (10% Ventas)	5.081,35	5.708,90	6.413,95	7.206,07	8.096,03
Gastos Combustible (5% Ventas)	2.540,68	2.854,45	3.206,98	3.603,04	4.048,01
Mantenimiento Equipos (5% Ventas)	508,14	570,89	641,40	720,61	809,60
Total	8.130,17	9.134,24	10.262,33	11.529,72	12.953,64

Fuente: Estado Resultados – Balance General.

Elaborado por: Karina Proaño.

Cuadro 5.4.

Punto de Equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Operacional	-	-	-	-	-
Más Costos Fijos	33.805,74	35.107,40	36.474,15	39.992,97	41.603,99
Margen de Contribución	33.805,74	35.107,40	36.474,15	39.992,97	41.603,99
Más Costos Variables	8.130,17	9.134,24	10.262,33	11.529,72	12.953,64
EQUILIBRIO TOTAL DOLARES	41.935,91	44.241,64	46.736,48	51.522,69	54.557,63
PRECIO POR SERVICIO	3.292,80	3.457,44	3.630,31	3.811,83	4.002,42
Pisos	384	403	423	445	467
Alfombras	720	756	794	833	875
Ventanas	845	887	931	978	1.027
Cisternas	1.344	1.411	1.482	1.556	1.634
EQUILIBRIO POR SERVICIO USD					
Pisos	4.890,48	5.159,37	5.450,32	6.008,50	6.362,48
Alfombras	9.169,66	9.673,83	10.219,35	11.265,89	11.929,45
Ventanas	10.759,07	11.350,62	11.990,68	13.218,62	13.997,29
Cisternas	17.116,70	18.057,81	19.076,12	21.029,68	22.268,41
	41.935,91	44.241,64	46.736,48	51.522,69	54.557,63

Fuente: Estructura de Costos.

Elaborado por: Karina Proaño.

5.3. FLUJO NOMINAL PROYECTADO.

“Es considerado como un estado contable de carácter dinámico explicativo de las variaciones del efectivo en un periodo de tiempo determinado, tiene como objetivo principal explicar los movimientos de los fondos del proyecto.”⁴¹

⁴¹ BOUSON Enrique. ESTADOS FINANCIEROS. Pág. 109

Cuadro 5.5.
Flujo Nominal.

FLUJOS NOMINALES	Inversión inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Inversión	24.372,60				
Ventas Nominales		50.813,54	57.089,01	64.139,51	72.060,7
Menos Gastos Nominales		- 41.935,91	- 44.241,64	- 46.736,48	- 51.522,6
Variables		8.130,17	9.134,24	10.262,33	11.529,7
Fijos		33.805,74	35.107,40	36.474,15	39.992,9
Utilidad Operacional		8.877,63	12.847,37	17.403,03	20.538,0
Menos Participación e Impuestos		- 3.218,14	- 4.657,17	- 6.308,60	- 7.445,0
UTILIDAD NETA		5.659,49	8.190,20	11.094,43	13.092,9
Más Depreciación		3.715,74	3.715,74	3.715,74	3.715,7
Flujo Real de Operación		9.375,23	11.905,94	14.810,17	16.808,7
Más Requerimientos/Recuperación CT			- 192,14	- 207,90	- 398,8
Flujo Neto antes de Venta Activos	24.372,60	9.375,23	11.713,80	14.602,27	20.125,6
Más Recuperación Final CT					
Más Recuperación Activos					
Total Flujos	(24.372,60)	9.375,23	11.713,80	14.602,27	20.125,6

Fuente: Estado de Resultados.

Elaborado por: Karina Proaño.

5.4. EVALUACIÓN FINANCIERA.

“La evaluación financiera del proyecto compara mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada además de recuperar la inversión. Los métodos más comunes son valor actual neto (VAN), la tasa interna de retorno (TIR), el período de recuperación y la relación beneficio-costos.”⁴²

El empleo de estos métodos, nos permite conocer cuantitativamente datos o resultados sumamente importantes para adoptar acertadas decisiones en el presente proyecto.

5.4.1. Valor Actual Neto.

“El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. Para ello calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja proyectados a partir del primer período de operación y le resta la inversión total expresada en el momento cero.”⁴³

Es la medida más directa del flujo de fondos actualizados para determinar el valor de un proyecto.

También podemos decir que el valor actual neto se lo puede interpretar como el valor actual corriente de ingresos generada por una inversión.

⁴² NASSIR Sapag Chain. EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. Pág. 227.

⁴³ NASSIR Sapag Chain. EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. Pág. 228.

- Sí el **VAN** es cero o positivo el proyecto debe aceptarse.
- Sí el **VAN** es negativo el proyecto debe rechazarse.

Esta claro que para aceptar el proyecto las ganancias deberán ser mayor que los desembolsos, lo cual da como resultado que el VAN sea mayor que cero.

- **Cálculo del valor actual neto (VAN).**

Para calcular el valor actual neto **VAN** o para medir el rendimiento de un proyecto de inversión, es necesario la determinación de un flujo de efectivo y de una tasa de descuento (**TD**), la cual descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, que representa las expectativas del inversionista, la tasa deberá contener un premio real, un premio para cubrir la inflación y un premio para cubrir el riesgo asumido.

El valor actual neto ha sido calculado considerando una tasa de descuento del 12.0%, de acuerdo a la tasa activa vigente en el mercado financiero.

$$\mathbf{VAN} = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+i)^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+i)^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+i)^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+i)^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+i)^5)$$

En donde i representa la tasa de interés calculada para el costo de oportunidad.

$$\text{VAN} = - 24,372.60 + \frac{9.375,23}{((1+0.12))^1} + \frac{11.713,80}{((1+0.12))^2} + \frac{14.602,27}{((1+0.12))^3} + \frac{20.125,61}{((1+0.12))^4} + \frac{26.624,53}{((1+0.12))^5}$$

$$\text{VAN} = - 24.372,60 + 8.370,74 + 9.338,17 + 10.393,61 + 12.790,19 + 15.107,47$$

$$\text{VAN} = 31.627,58$$

Cuadro 5.6. Valor Actual Neto.

VALOR ACTUAL NETO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VAN	31.627,58	8.370,74	9.338,17	10.393,61	12.790,19	15.107,47

Fuente: Flujo de Efectivo Nominal.

Elaborado por: Karina Proaño.

El **VAN** tiene un costo de oportunidad del 12%.

De acuerdo a los flujos de fondos proyectados, el **VAN** para los próximos cinco años es mayor que cero, lo que significa que se ganará **31.627,58**

dólares después de recuperar la inversión. Por lo tanto el proyecto es factible.

5.4.2. Tasa Interna de Retorno.

Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Este método consiste en encontrar una tasa de interés, en la cual se cumplen las condiciones buscadas en el momento de iniciar o aceptar un proyecto de inversión.

La **TIR** es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto, en la medida de las condiciones y alcance del proyecto.

“La tasa interna de retorno es la tasa de descuento por la que el valor actual neto es igual a cero.”⁴⁴

- Sí la **TIR** es mayor que la **TD** el proyecto se acepta.
- Sí la **TIR** es menor que la **TD** el proyecto se rechaza.

Este método presenta más dificultades y es menos fiable que el anterior, por eso suele usarse como complementario al VAN.

VAN = 0

⁴⁴ BACA Urbina Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 216.

$$0 = - \text{Inversión} + (\text{Flujo año 1}) / ((1+\text{TIR})^1) + (\text{Flujo año 2}) / ((1+\text{TIR})^2) + (\text{Flujo año 3}) / ((1+\text{TIR})^3) + (\text{Flujo año 4}) / ((1+\text{TIR})^4) + (\text{Flujo año 5}) / ((1+\text{TIR})^5)$$

La tasa interna de retorno para el proyecto desarrollado es de **47.46%** lo que significa que es mayor que la tasa de descuento ($r = 12.0\%$) utilizada para calcular el VAN, por lo tanto se demuestra la factibilidad del proyecto.

5.4.3. Período de Recuperación.

“El período de recuperación de la inversión tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.”⁴⁵

Se define como el período que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto.

La inversión se recupera en el año en el cual los flujos de caja acumulados superan a la inversión inicial.

Tomando en cuenta la suma de los flujos de fondos proyectados, la inversión se recupera en 2 años con 2 meses.

Cálculo:

Año 1 + año 2 + año 3 = Inversión inicial.
 $9.375,23 + 11.713,80 + 3.307,57 = \mathbf{24.372,60}$

Entonces:
 Año 3 flujo es 14.602,27

14.602,27	12 meses
3.307,57	X meses

⁴⁵ NASSIR Sapag Chain. EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN . Pág. 230.

$$\frac{3.307,57 * 12}{14.602,27} = 2.7$$

Se recupera la inversión en 2 años con 2 meses.

5.4.4. Relación Beneficio / Costo.

Se define como el resultado de dividir el valor actual de los ingresos sobre el valor actual de los costos.

“La relación beneficio-costos indica la rentabilidad promedio que genera el proyecto por cada dólar que se invierte en la ejecución y funcionamiento del mismo.”⁴⁶

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, lo que implica que:

- B/C > 1 implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.
- B/C = 1 implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- B/C < 1 implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

- **Calculo relación beneficio / costo.**

$$B / C = \Sigma \text{Flujo de Fondos} / \text{Inversión.}$$

⁴⁶ GALLARDO Cervantes Juan. EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 57.

$$B / C = \frac{\Sigma (\text{flujo año 1} + \text{flujo año 2} + \text{flujo año 3} + \text{flujo año 4} + \text{flujo año 5})}{\text{Inversión}}$$

$$B / C = \frac{\Sigma (9.375,23 + 11.713,80 + 14.602,27 + 20.125,61 + 26.624,53)}{24.372,60}$$

$$B / C = \frac{82.441,44}{24.372,60}$$

B / C = 3.38 dólares.

La relación B/C indica que por cada dólar invertido la empresa recibe 3.38 dólares.

5.5. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Al evaluar los parámetros presentados en el cuadro, se concluye y afirma la factibilidad del proyecto.

Como conclusión a este capítulo decimos que el proyecto es viable, una vez realizada la evaluación financiera.

La tasa interna de retorno es del 47,46%, la cual es superior al costo de oportunidad, razón por la que el proyecto se presenta atractivo para la ejecución de este.

El VAN es el método más apropiado a la hora de analizar la rentabilidad de un proyecto.

Si da positivo; el negocio o proyecto está recuperando todos los costos y los ingresos están por encima de los costos generando unas ganancias, por lo tanto el proyecto es rentable.

Si da negativo; lo contrario y por el momento no sería rentable invertir en este proyecto.

El valor actual neto es positivo de 31.627,58 dólares, por lo tanto, es atractiva la ejecución del proyecto.

Esta claro que para aceptar el proyecto las ganancias deberán ser mayor que los desembolsos, lo cual da como resultado que el VAN sea mayor que cero.

El indicador del costo beneficio representa que por cada dólar invertido en el negocio se espera recuperar 3,38 dólares.

El criterio formal de selección para la medida de la relación B/C, del valor de un proyecto, es aceptar los proyectos independientes con una relación B/C igual o mayor a uno ($B/C \geq 1$).

CAPÍTULO VI:
PROPUESTA ESTRATEGICA, CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES.

6.1. MISIÓN.

Brindar servicios de limpieza a las empresas públicas y privadas existentes en la ciudad de Latacunga en la provincia del Cotopaxi, satisfaciendo las expectativas de nuestros clientes, brindando confianza, honradez y credibilidad, contando para ello con el mejor recurso humano y maquinaria adecuada.

6.2. VISIÓN.

Llegar a ser el líder del centro del país entre las tercerizadoras que brindan los servicios de limpieza, gracias a nuestros servicios de calidad, a la ubicación estratégica, preservando la integridad personal de nuestro recurso humano y clientes, aceptando con orgullo y responsabilidad nuestro rol en el desarrollo de la ciudad y la economía del país.

6.3. OBJETIVOS.

6.3.1. OBJETIVO GENERAL.

Satisfacer las necesidades de limpieza de las empresas existentes en la ciudad de Latacunga, que no disponen de personal propio para realizarlo, esto a través de la entrega de un servicio de calidad.

6.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Objetivo Área de RR.HH.

Plantear una estructura organizacional y funcional de la empresa, además un sistema de reclutamiento y selección del personal que permita disponer de un personal idóneo para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

- **Estrategias Área de RR.HH.**

1. Estructura organizacional y funcional de la empresa.

Actividades.

- ✓ Presentar un organigrama estructural y funcional de la empresa, con cada una de las áreas administrativas, en donde se mostrarán las relaciones que guardan cada una de estas.
- ✓ Distribuir las áreas administrativas de acuerdo a las actividades de la tercerizadora.
- ✓ Disponer de un organigrama estructural y funcional acorde a las necesidades de la tercerizadora.

2. Reclutamiento y selección de personal.

Actividades.

- ✓ Publicar en los medios de comunicación de la ciudad, que la tercerizadora de servicios de limpieza, necesita personal para las áreas existentes en la misma.
- ✓ Analizar las carpetas de las personas preseleccionadas para encontrar al personal que cubra con las necesidades de la tercerizadora.
- ✓ Diseñar formularios para la aplicación de las pruebas de las personas elegidas.
- ✓ Ubicar a la persona idónea en el puesto señalado para que la misma cumpla con eficiencia las actividades destinadas.

3. Capacitación del personal.

Actividades.

- ✓ Aplicar pruebas de conocimientos al personal contratado, para identificar las falencias que tienen y de esta manera capacitarlos para que su desempeño sea óptimo.
- ✓ Elaborar un plan de capacitación con el fin de preparar y formar los conocimientos del personal que trabaja en la tercerizadora.
- ✓ Establecer un reglamento para la capacitación.
- ✓ Relacionarse con instituciones que brindan capacitación continúa al personal.
- ✓ Desarrollar la capacitación del personal de manera continua, para así contar con personal motivado y eficiente dentro de la tercerizadora.
- ✓ Aplicar pruebas para evaluar los conocimientos adquiridos por el personal durante los cursos de capacitación.

4. Motivación del personal.

Actividades.

- ✓ Contratar a un profesional calificado para que brinde conferencias al personal de la empresas motivandoles así a realizar un excelente servicio.
- ✓ Promover al personal de la tercerizadora de acuerdo al crecimiento de la empresa y esencialmente en función al desempeño de estos.

- ✓ Establecer un nivel mínimo de estimulación hacia el personal de la tercerizadora, elevando el estado de ánimo de estos, como puede ser en la mejora de sus salarios, la seguridad, la formación personal, por la eficiencia que demuestren en sus áreas de trabajo.
- ✓ Desarrollar programas de motivación y promoción del personal existente en la tercerizadora con el objeto de que estos se sientan a gusto en sus puestos de trabajo.

- **Objetivo Área de Mercadotecnia.**

Introducir en un corto plazo el servicio de limpieza ofrecido en el presente proyecto, mediante la aplicación de los elementos del marketing, llegando a ser una tercerizadora reconocida por la calidad de servicio prestado.

- **Estrategias Área de Mercadotecnia.**

1. Producto.

Actividades.

- ✓ Administrar con eficiencia el servicio de limpieza que ofrece esta tercerizadora, con el objeto de satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.
- ✓ Brindar un servicio de calidad con sus correspondientes permisos, para así dar seguridad al cliente en el momento de adquirir el servicio.

- ✓ Ofrecer una garantía al cliente después de realizar el servicio de limpieza, esto en cuanto a la responsabilidad y honestidad del personal de la tercerizadora.

2. Precio.

Actividades.

- ✓ Conservar precios competitivos para mantenernos en el mercado y tener así un buen posicionamiento en este.
- ✓ Comparar los servicios de limpieza de las empresas existentes en el mercado con la finalidad de brindar al cliente un servicio de calidad.
- ✓ Buscar proveedores que nos ofrezcan los materiales e insumos de la misma calidad a un precio más bajo del que comúnmente se adquiere.

3. Plaza.

Actividades.

- ✓ El canal de distribución del servicio de limpieza a ofrecerse en el presente proyecto será de forma directa.
- ✓ Realizar visitas continuas a los clientes con la finalidad de saber si el servicio ofrecido cumple con las expectativas requeridas.

4. Promoción y publicidad.

Actividades.

- ✓ Mediante la utilización de anuncios en la radio de mayor audiencia, en el canal de televisión de la ciudad y volantes al público en general, dar a conocer la existencia de la tercerizadora en el mercado.
- ✓ Realizar visitas personales a las empresas existentes con el fin de dar a conocer de una manera más exhaustiva las características del servicio a ofrecer.
- ✓ Tener relaciones públicas con el objeto de mejorar la imagen empresarial.

- Objetivo Área de Servicio.

Entregar el servicio de limpieza con puntualidad, responsabilidad y honestidad, para así cumplir con el contrato establecido con el cliente.

• Estrategias Área de Servicio.

1. Recepción de las solicitudes para adquirir el servicio de limpieza.

Actividades.

- ✓ Verificar que los datos estén correctos, es decir toda la información completa de las empresas a las cuales vamos a ofrecer el servicio de limpieza.
- ✓ Establecer el monto total por el servicio, el cual será cobrado por m².

- ✓ Determinar los insumos necesarios para la prestación del servicio de limpieza.

2. Elaboración de horarios para realizar el servicio de limpieza.

Actividades.

- ✓ Identificar a cuantas empresas se va a brindar el servicio de limpieza.
- ✓ Realizar un horario acorde al personal existente en la tercerizadora, con el fin de proporcionar un servicio de calidad.

3. Ejecución del servicio de limpieza.

Actividades.

- ✓ El personal con su respectivo horario recibe los insumos necesarios para la realización del servicio de limpieza a las empresas destinadas.
- ✓ El personal es trasladado a las diferentes empresas con el fin de cumplir con responsabilidad sus actividades.
- ✓ Al finalizar el servicio de limpieza el Jefe de Personal de la tercerizadora se encargará del reporte de cada uno de los empleados.

- **Objetivo Área Financiera.**

Llevar de manera clara todas las actividades financieras de la empresa con la ayuda de los estados financieros.

- **Estrategias Área Financiera.**

- 1. Llevar ordenadamente las cuentas de la empresa.**

Actividades.

- ✓ Establecer cada una de las cuentas de acuerdo a las necesidades de la tercerizadora.
- ✓ Emplear un proceso contable para registrar las operaciones de la tercerizadora .
- ✓ Identificar y registrar cada una de las cuentas permitiendo de esa manera ser más eficiente y así no cometer errores al momento de mostrar la información de los registros contables.

- 2. Elaborar los estados financieros de manera oportuna.**

Actividades.

- ✓ Realizar un análisis de los estados financieros, para así saber la rentabilidad y eficiencia de la tercerizadora..
- ✓ Aplicar en el análisis de los estados financieros las “razones financieras”, que son herramientas de análisis para el desarrollo de la tercerizadora.

- ✓ Presentar los estados financieros en las fechas señaladas para saber la situación real de la tercerizadora.
- ✓ Evaluar anualmente a la tercerizadora a través de los estados e indicadores financieros.

3. Controlar el sistema financiero de la empresa.

Actividades.

- ✓ Crear y mantener una base de datos de las operaciones financieras realizadas por la tercerizadora, para mantener actualizado el sistema financiero.
- ✓ Evaluar el sistema financiero con el fin de saber si este es el adecuado para llevar las operaciones de la tercerizadora.
- ✓ El sistema financiero de la empresa debe ser manejado por una persona con experiencia con el objeto de que la tercerizadora tenga un excelente control de las actividades financieras realizadas.

Las estrategias son aquellas directrices que se encargan de buscar los diferentes caminos para el cumplimiento de los objetivos establecidos, para de esta forma determinar como lograr cada objetivo planteado.

La tercerizadora "SERVI CLEAN" a más de las estrategias anteriormente señaladas va a tomar en cuenta algunas estrategias a nivel de negocios para enfrentar la competencia así:

- Mediante una inversión en tecnología de punta y la obtención de productos eficientes para la limpieza, lograr tener precios bajos en relación a la competencia.
- Reclutar personal capacitado y adquirir productos de calidad con el fin de evitar quejas por parte de los clientes a los cuales se ofreció el servicio de limpieza.
- Obtener un sistema de información muy desarrollado con el objeto de conocer las necesidades y preferencias de los clientes a los cuales se va a ofrecer el servicio de limpieza.
- Establecer horarios exactos y oportunos para el cumplimiento del servicio a las diferentes empresas.
- La tercerizadora de servicios de limpieza a más de prestar sus servicios a las empresas públicas y privadas lo hará también a familias existentes en la ciudad, las cuales requieran adquirir este servicio.
- La tercerizadora de servicios de limpieza ofrecerá un precio más bajo de lo establecido a las empresas grandes existentes en la ciudad, en cambio a las empresas medianas y pequeñas el precio será el establecido.
- La tercerizadora "SERVI CLEAN", creará una sociedad con la competencia para compartir capacidades y aptitudes del personal existente en las empresas con el fin de realizar un servicio de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.
- La tercerizadora para mejorar los servicios de limpieza podrá optar con la alternativa de crear una nueva empresa, es decir fusionándose con otra en donde los socios tendrán sus respectivo capital.

- Para evitar el incremento de tercerizadoras de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga, las empresas existentes participarán de alianzas para competir con las nuevas empresas que puedan ubicarse en el mercado.

6.4. POLÍTICAS.

Las políticas deben ayudar a que se logre cada una de las aspiraciones que tiene la tercerizadora, por lo que deben ser de fácil interpretación para el personal de esta, así las políticas que la empresa aplica, son las siguientes:

- El pago a los proveedores se realizará al contado.
- El cobro a los clientes por la prestación del servicio de limpieza será también al contado.
- En lo que tiene que ver al arrendamiento del local en donde funcionará la tercerizadora, se utiliza un monto de \$250 mensual, cuyo valor se cancelará en fin de mes, el arrendamiento del local se lo hará con contrato por dos años con la posibilidad de renovación.
- Tanto el personal administrativo como el personal de limpieza deberá utilizar uniforme.
- Los empleados deben asistir puntualmente a la empresa, de existir un retraso, este sea máximo de quince minutos.

- Los empleados recibirán constantemente cursos de relaciones humanas y trato al cliente, con el fin de brindar un servicio de calidad.
- Se realizará un mantenimiento de las máquinas y equipos dos veces al mes, para asegurar su funcionamiento en forma adecuada.
- El personal de la empresa debe tener una actitud positiva y desempeñando su jornada de trabajo al máximo y así cumplir con los objetivos de la empresa.

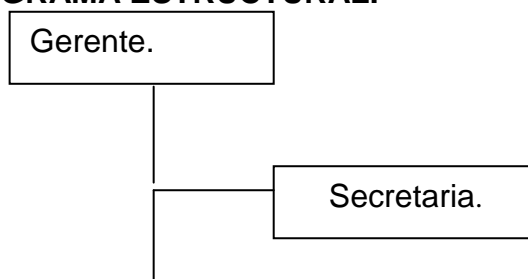
6.5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

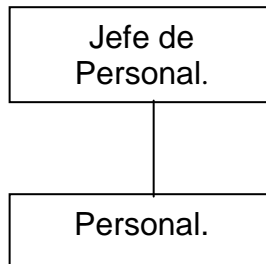
La estructura organizacional de la tercerizadora de servicios de limpieza para las empresas públicas y privadas del centro como de los alrededores de la ciudad de Latacunga, se representa mediante el organigrama jerárquico, que es una representación gráfica simplificada de la estructura formal de la organización y de la forma en que esta dispuesta y seleccionadas sus partes, muestra la división del trabajo y las relaciones superior – subordinado.

La estructura organizacional define un nivel de administración responsable del desarrollo de los programas, que se relacionan con los problemas derivados de la ejecución de las tareas y operaciones del resultado final de la gestión y de la producción de los servicios.

Seguidamente se presenta el organigrama jerárquico de la tercerizadora “SERVI CLEAN”:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.





Fuente: Investigación Proyecto.
Elaborado por: Karina Proaño.

Esta estructura orgánica responde adecuadamente a las necesidades que se va a realizar dentro de la tercerizadora.

6.6. CONCLUSIONES.

- En la ciudad de Latacunga se ha dado un crecimiento y desarrollo en todos los ámbitos, tanto comerciales, bancarios y poblacionales por lo cual se a visto la necesidad de implantar un tercerizadora de servicios de limpieza para empresas públicas como privadas existentes en esta ciudad.

- Nuestra demanda potencial insatisfecha esta entre el 24.46 % y el 28.74 % de las empresas, las cuales están ubicadas en el centro y en los alrededores de la ciudad, esta tercerizadora comercializará sus servicios mediante visitas personales por parte del personal disponible a las diferentes empresas, para así darse a conocer y al mismo tiempo ofrecer los servicios de la tercerizadora.
- La mayor parte de empresas existentes en la ciudad de Latacunga consideran como una buena opción la tercerización del servicio de limpieza, por lo tanto podemos determinar una excelente demanda para ésta, la cual va a ofrecer precios accesibles y cómodos para nuestros clientes.
- Las razones para que las empresas soliciten el servicio es porque poseen personal especializado, capacitado, responsable, honrado al momento de realizar su trabajo y también por su precio y su horario.
- La inversión es primordial para la ejecución del proyecto y asciende a \$24.372,60 cuyo financiamiento se lo hará un 40% con capital propio y el 60% mediante un préstamo bancario al 12% anual. El préstamo bancario está previsto obtenerlo a un plazo máximo de cinco años.
- El proyecto es factible después de haber realizado correctamente la evaluación financiera, en donde los métodos utilizados son: VAN, TIR, el período de recuperación, relación B / C, como resultado se obtuvo que:

El **VAN** debe ser mayor que cero, la **TIR** tiene que ser mayor que la **TD** y la relación **B/C** mayor que uno para que un proyecto sea aceptable.

entonces:

El **VAN** del presente proyecto es de **\$31.627,58** su **TIR** es **47.46%** y la relación B/C es de **\$3.38**, con los resultados obtenidos decimos que el proyecto es viable, es decir, que se recupera la inversión.

- La misión, visión y los objetivos constituye lo que esta tercerizadora debe realizar para lograr con éxito un buen posicionamiento en el mercado y la organización constituye hacer todo lo planificado mediante un organigrama estructural, el cual esta acorde a las necesidades que tiene la tercerizadora.

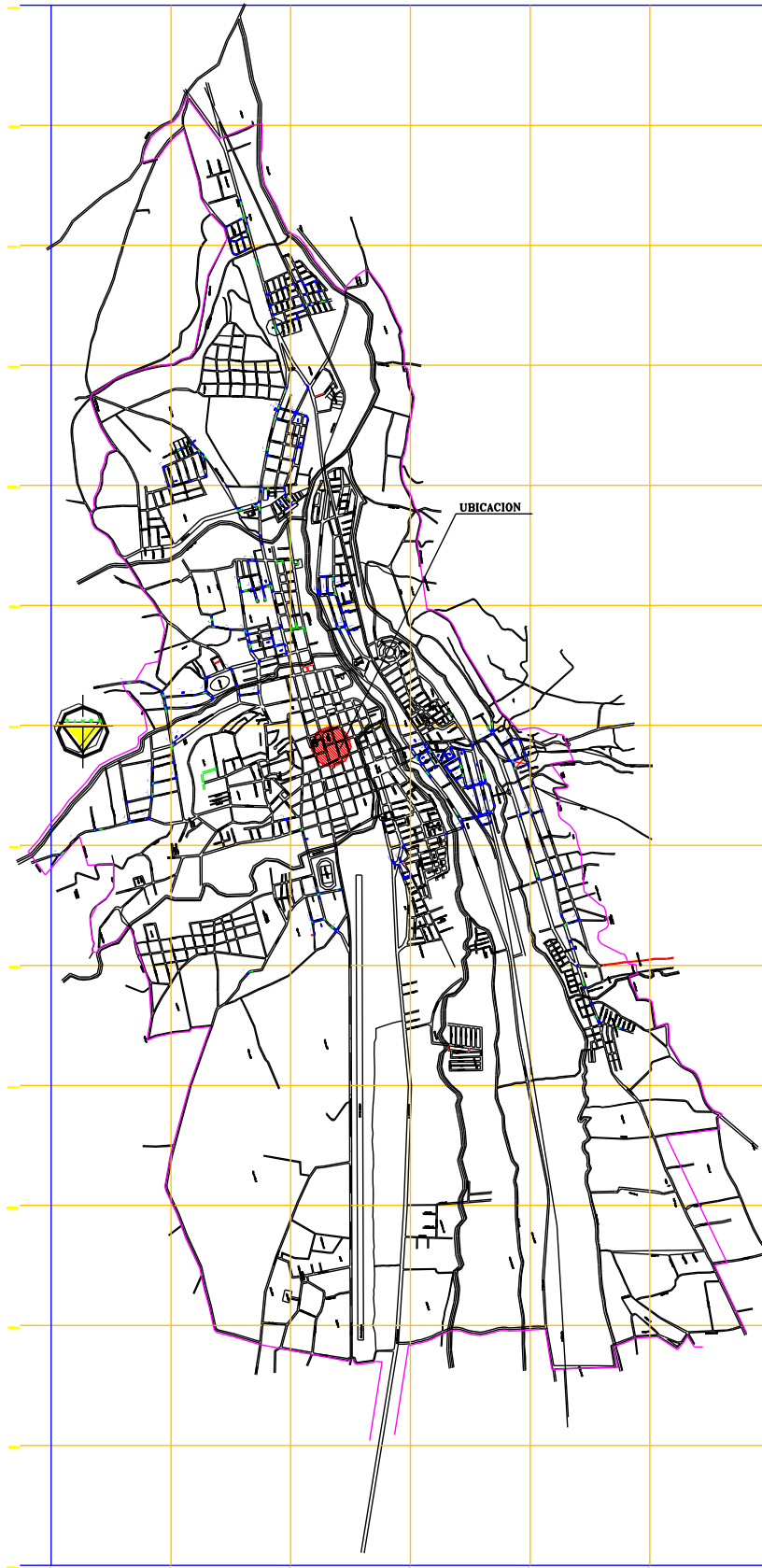
6.7. RECOMENDACIONES.

- Se recomienda aplicar el presente proyecto para satisfacer las necesidades y requerimientos de las empresas que no poseen personal propio para la realización de la limpieza.
- Una vez puesto en marcha este proyecto es necesario realizar estrategias de publicidad con el objetivo de dar a conocer en el mercado la presencia de esta tercerizadora, también desarrollar programas de capacitación, charlas de motivación para el personal con el fin de que brinden un servicio de calidad.
- Se recomienda una adecuada utilización y distribución del financiamiento obtenido con la finalidad de desarrollar el proyecto en forma eficaz, beneficiando así a la persona la cual va a poner en marcha el presente proyecto.
- Elaborar estados financieros adecuados para un control de todas las actividades financieras que la tercerizadora va a realizar en un determinado tiempo.

ANEXOS

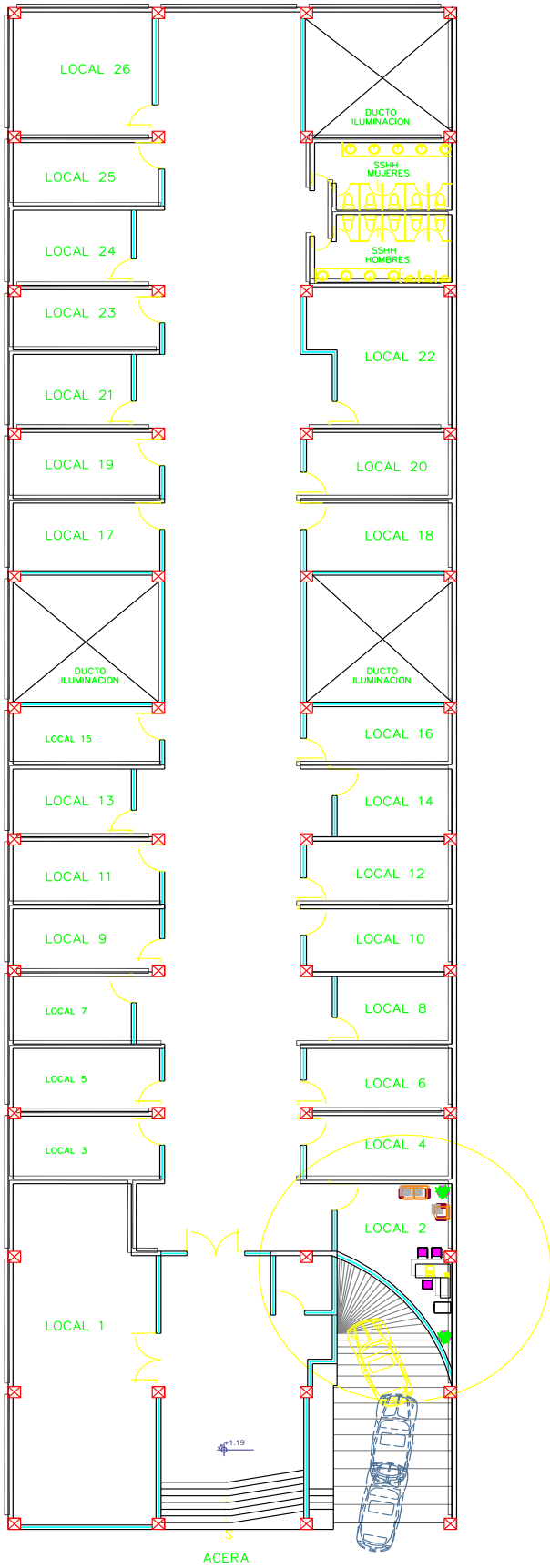
ANEXO 1

PLANO DE LA CIUDAD DE LATACUNGA



ANEXO 2

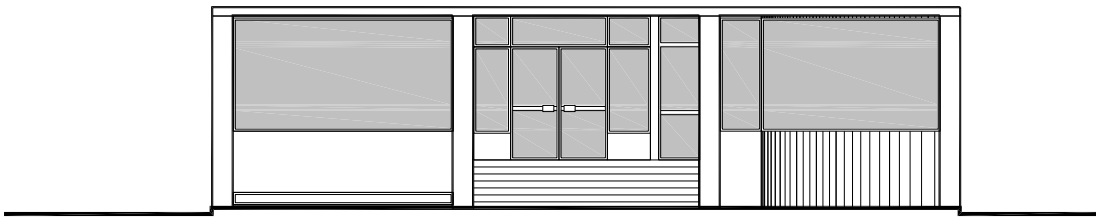
PLANO DE LA UBICACIÓN DE LA PLANTA



PLANTA BAJA

1.....100

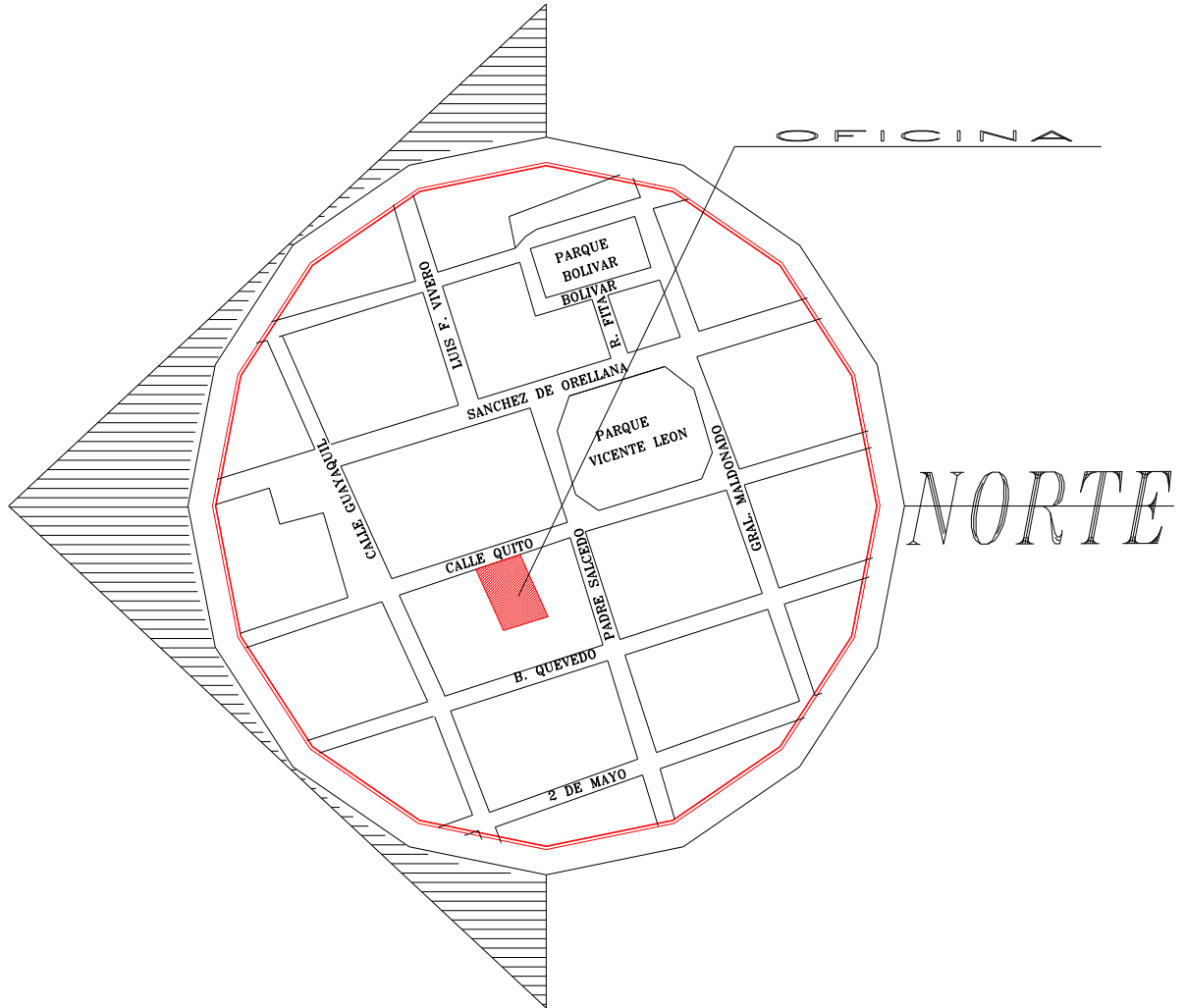
FACHADA FRONTAL



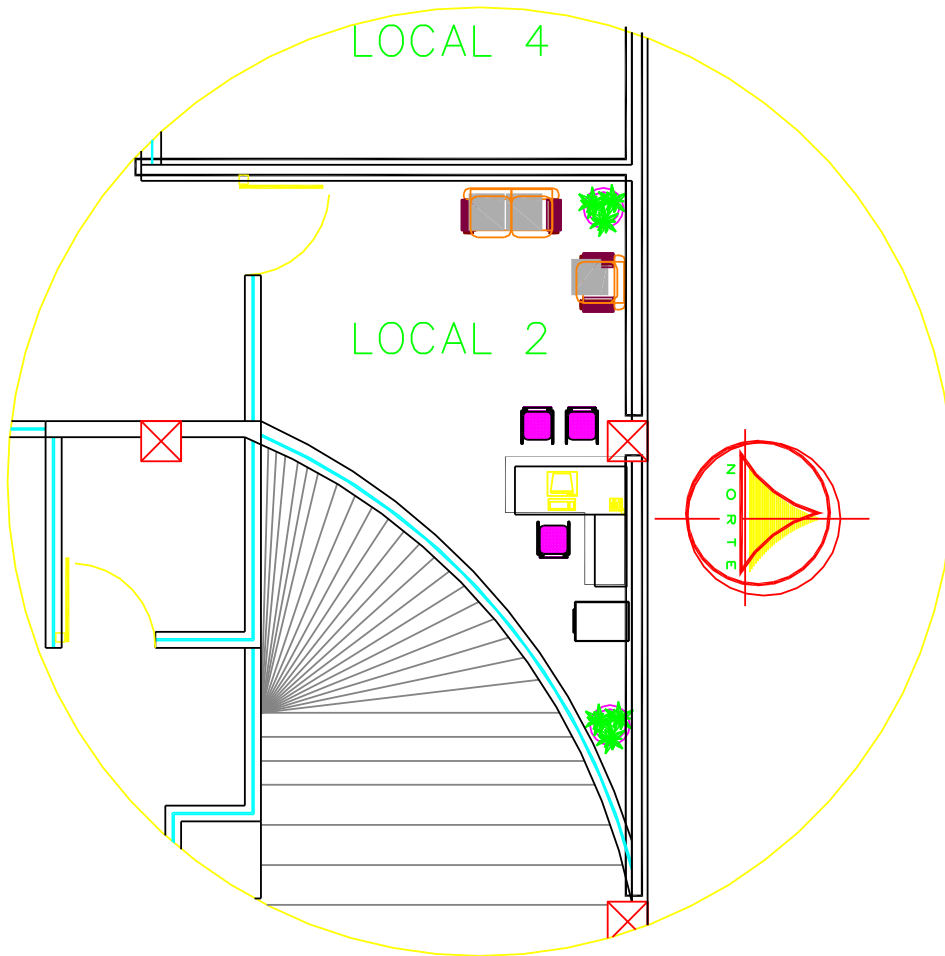
FACHADA FRONTAL

1.....100

ANEXO 3



UBICACION
SIN ESCALA



PLANTA OFICINA

1.....50

BIBLIOGRAFÍA.

- BACA URBINA GABRIEL. Evaluación De Proyectos. Editorial Mc Graw Hill. 4^{ta} edición.
- BOUSON ENRIQUE. Estados Financieros. Ediciones RA – MA. Marzo de 1996.
- CARTA DE INTENCIÓN AL FMI. Marzo 2000.
- Eco. COSTALES GAVILANES BOLÍVAR. Diseño, Elaboración y Evaluación De Proyectos. AGILPRINT Impresión Gráfica & Diseño. 3^{ra} edición. 2003.
- FRANKLIN ENRIQUE BENJAMIN. Organización De Empresas. Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. 1998.
- GARRARDO CERVANTES JUAN. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión . Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México 1988.
- GRIJALBO. Diccionario Enciclopédico. Ediciones Grijalbo, S.A.1986.

- NARSSIR SAPAG CHAIN. Evaluación De Proyectos De Inversión. Editorial Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. 3^{ra} edición.
- PYLE WILLIAM. Principios Fundamentales de Contabilidad. Compañía Editorial Continental, S.A. DE C.V. 1981.
- SCHAWUM. Matemáticas Financieras. Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V. México 1997.
- BIBLIOTECA DE CONSULTA MICROSOFT ® ENCARTA ® 2005. © 1993-2004 MICROSOFT CORPORATION. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS.
- WWW.CYTA.COM.AR/BIBLIOTECA/BDDOC/BDLIBROS/FLUXOGRAMA/TECNICA.
- WWW.MONOGRAFIAS.COM/TRABAJOS11/ASESO/ASESO.SHTML#TOP
- WWW.MONOGRAFIAS.COM/TRABAJOS12/FLUCRO/FLUCRO.SHTML
- WWW.MONOGRAFÍAS.COM/PROYECTOSDEINVERSIÓN.SHTML

- WWW.SUPERCOMPAÑIAS.GOV.EC

Latacunga, Septiembre 2005

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO SEDE LATACUNGA.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.

Este Proyecto fue realizado por:

Karina Gissela Proaño Cañizares.

Ing. Cecil Aguirre.

MAYOR DE C.S.M.

DECANO DE LA FACULTAD.

Dr. Eduardo Vásquez.

Secretario Académico.

FACULTAD CC.AA.

