



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

MODALIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (ESPE-MED)

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

INGENIERÍA COMERCIAL

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE HOGARES EN
LA CIUDAD DE CUENCA, PROVINCIA DEL AZUAY”**

Tesis presentada como requisito previo a la obtención de
grado de:

INGENIERA COMERCIAL

PRESENTADA POR:

TANIA LORENA WASHCO CASTRO

Año 2010

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

En nuestra condición de Director y Co-Director CERTIFICAMOS que hemos revisado y evaluado el desarrollo de la Tesis “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa de Limpieza y Mantenimiento de hogares en la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay” presentado por la señora Tania Washco Castro en el cual se han observado las disposiciones de la Institución, metodología y técnicas que regulan esta actividad académica.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat® PDF.

Por ello autorizamos a la mencionada alumna a reproducir el documento definitivo, presentarlo a las autoridades de la Escuela Politécnica del Ejército Modalidad de Educación a Distancia (ESPE-MED) y proceder a la exposición de su contenido.

Sangolquí, marzo de 2010

CPA. Carlos Ramírez Lafuente M.Sc.

DIRECTOR

Ing. Aracely Tamayo

CO-DIRECTORA

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Tania Washco Castro

DECLARO QUE:

El Proyecto de Grado denominado “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa de Limpieza y Mantenimiento de hogares en la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, marzo de 2010

Tania Washco Castro

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Tania Washco Castro

Autorizo a Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “Proyecto de Factibilidad para la creación de una Empresa de Limpieza y Mantenimiento de hogares en la ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría

Sangolquí, marzo de 2010

Tania Washco Castro

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a mis padres y hermanos, pilares fundamentales en mi vida, dignos de ejemplo de trabajo, constancia, y honestidad. A mi esposo, compañero de toda mi vida por su comprensión a lo largo de mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Son tantas personas a las cuales debo parte de este triunfo, de lograr alcanzar mi culminación académica, la cual es el anhelo de todos los que así lo deseamos.

Definitivamente, Dios, mi Señor, mi Guía, mi Proveedor, mi Fin Último; sabes lo esencial que has sido en mi posición firme de alcanzar esta meta, esta alegría, y que a través de ella, podré siempre de tu mano alcanzar otras que espero sean para tu Gloria.

Mis padres, por darme ese ejemplo de lucha y honestidad, estabilidad emocional y económica; para poder llegar hasta el logro. A mis hermanos por darme el ejemplo y enseñarme que las metas más grandes requieren siempre de esfuerzo propio, de ustedes he aprendido el valor del esfuerzo, trabajo y superación.

De igual manera mi agradecimiento a mi director de tesis Ing. Carlos Ramírez, mi codirectora Ing. Aracely Tamayo y al Ing. Sarmiento por guiarme y darme pautas para la culminación de este trabajo.

Desde luego llego al final de este proyecto gracias al apoyo de mi esposo Paúl, y el amor que siempre me inspira.

Contenido

Resumen.....	1
ANTECEDENTES	2
i. TEMA	2
ii. DESCRIPCIÓN	2
iii. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
iv. OBJETIVOS DEL PROYECTO	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos.....	3
v. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	4
vi. METODOLOGÍA.....	4
CAPÍTULO I.....	6
1. ASPECTOS GENERALES	6
1.1. INTRODUCCIÓN	6
1.2. ALCANCE.....	7
1.3. ANÁLISIS SITUACIONAL.....	8
1.3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO.....	8
1.3.1.1. Factores Políticos y Legales	8
1.3.1.2. Factores Económicos.....	8
1.3.1.3. Factores Sociales	9
1.3.1.4. Factores Tecnológicos	9
1.3.2. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS SITUACIONAL.....	11
Tabla 1.1: Población Económicamente Activa (Cuenca)	13
1.4. ANÁLISIS FODA	14
1.4.1. ANÁLISIS EXTERNO	14
1.4.1.1. Oportunidades	14
1.4.1.2. Amenazas	14
1.4.2. ANÁLISIS INTERNO.....	14
1.4.2.1. Fortalezas	14
1.4.2.2. Debilidades.....	15
CAPÍTULO II.....	16
2. ESTUDIO DE MERCADO	16
2.1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	16
2.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	16
2.3. SERVICIO EN EL MERCADO	18
2.4. ÁREA DE MERCADO.....	18
2.4.1. AMENAZA DE INGRESO	18
2.4.2. AMENAZA DE SUSTITUTO.....	19
2.4.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES.....	19
2.4.4. PODER NEGOCIADOR CON LOS PROVEEDORES	19
2.4.5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES.....	20
2.4.6. BARRERAS CONTRA EL INGRESO DE LA COMPETENCIA.....	20
2.5. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA.....	21
2.5.1. SITUACION ACTUAL.....	21
2.5.2. LIDERAZGO TOTAL EN COSTOS.....	23
2.5.2.1. DIFERENCIACIÓN	23
2.5.2.2. ENFOQUE O ALTA SEGMENTACIÓN	24

2.5.3. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	25
Tabla 2.1: Determinación del mercado potencial	25
2.5.4. SITUACIÓN FUTURA.....	26
2.6. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	26
2.6.1. SITUACIÓN ACTUAL.....	26
2.6.2. ANÁLISIS DEL RÉGIMEN DE MERCADO.....	26
2.6.3. SITUACIÓN FUTURA.....	27
2.7. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO.....	27
Tabla 2.2: Estimación de Precio por limpieza de una casa promedio.....	28
2.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DE MERCADO.....	29
2.9. POSIBILIDADES DEL PROYECTO	34
2.9.1. CONDICIONES DE COMPETENCIA DEL PROYECTO	34
2.9.2. DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO.....	34
2.10. PROYECCIONES.....	35
2.10.1. DE DEMANDA.....	35
2.10.2. DE OFERTA.....	37
2.10.3. PROYECCIÓN DE VENTAS EN BASE AL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	37
Tabla 2.3: Proyección de Ventas en base al Tamaño del Proyecto.....	38
CAPÍTULO III.....	39
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	39
3.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	39
3.1.1. ¿EN QUÉ CONSISTE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA?	40
Gráfico 3.1: Estrategia Competitiva	40
3.1.2. FUERZAS COMPETITIVAS.....	42
3.1.2.1. BARRERAS CONTRA EL INGRESO DE LA COMPETENCIA.....	42
3.1.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA SÚPER LIMPIO	43
3.1.3.1. FILOSOFÍA	43
3.1.3.2. PRINCIPIO EMPRESARIAL	43
3.1.3.3. FUTURO EMPRESARIAL	44
3.1.3.4. VALORES DE LA EMPRESA	44
3.1.4. MISIÓN	45
3.1.5. VISIÓN	45
3.1.6. OBJETIVOS.....	45
3.1.7. POLÍTICAS	46
3.1.7.1. OBJETIVOS DE CALIDAD.....	46
3.1.7.2. ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE “SÚPER LIMPIO”	47
3.1.7.2.1. VALORES FILOSÓFICOS.....	47
3.1.7.2.2. VALORES PERSONALES	48
3.1.7.2.3. VALORES DE TRABAJO	48
3.1.8. ESTRATEGIAS	49
3.1.8.1. CICLO DE VIDA INSTITUCIONAL.....	50
3.2. ORGANIZACIÓN	50
3.2.1. ÁREAS FUNCIONALES	51
3.2.1.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.....	51
3.2.1.2. ORGANIZACIÓN DURANTE LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS	51
3.2.1.3. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN	52
3.2.1.4. PREVISIONES DEL IMPACTO ECOLÓGICO.....	52
3.3. ORGANIGRAMA.....	52
Gráfico 3.2: Organigrama	53

3.4. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	55
3.4.1. RECLUTAMIENTO.....	55
3.4.1.1. CLASES DE RECLUTAMIENTOS.....	56
3.4.1.1.1. RECLUTAMIENTO INTERNO.....	56
3.4.1.1.2. RECLUTAMIENTO EXTERNO	57
3.4.2. SELECCIÓN DE PERSONAL.....	58
3.4.2.1. PROCESO DE SELECCIÓN	58
3.4.2.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN	60
3.4.2.3. ORIENTACIÓN O INDUCCIÓN	61
3.4.3. CAPACITACIÓN Y DESARROLLO	61
3.5. PLAN DE EJECUCIÓN.....	65
3.5.1. ESPECIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES.....	65
Gráfico 3.3: Preparación del Plan de Ejecución	66
3.5.2. PASOS PRELIMINARES	67
3.5.3. ASPECTOS TÉCNICOS (MANO DE OBRA E INSUMOS).....	68
3.5.3.1. DEFINICIÓN DE OPERARIO DE LIMPIEZA.....	68
3.5.3.2. CUALIDADES DEL OPERARIO DE LIMPIEZA.....	68
3.5.3.3. PRESENTACIÓN E IMAGEN DEL OPERARIO DE LIMPIEZA.....	69
3.5.3.4. ASEO PERSONAL.....	69
3.5.3.5. PUNTUALIDAD.....	70
3.5.3.6. INSUMOS.....	70
3.6. ESTUDIO DEL TIEMPO.....	70
3.6.1. ESTIMACIÓN DE COSTOS.....	71
3.6.2. ESTIMACIÓN DE RECURSOS Y COSTES	72
3.6.3. ESTIMACIÓN DE LA DURACIÓN PROBABLE	72
Gráfico 3.4: Campana de Gauss	73
3.6.3.1. ESTIMACIÓN DE TIEMPO UTILIZANDO DIAGRAMA DE BARRAS O DE GANTT	74
3.6.4. ANÁLISIS DE LA SECUENCIA.....	74
3.6.5. CONFECCIÓN DEL CALENDARIO	75
Cuadro 3.1: Listado de Actividades para el Proyecto	76
Gráfico 3.5: Diagrama de Gantt de Actividades del Proyecto.....	77
3.7. ESQUEMA DE LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA CADA ACTIVIDAD	78
Cuadro 3.2: Requisitos necesarios para el Proyecto	78
CAPÍTULO IV	81
4. ESTUDIO LEGAL	81
4.1. MARCO LEGAL	81
4.2. REQUISITOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA.....	82
4.2.1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC).....	82
4.2.1.1. REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL RUC PERSONAS NATURALES.....	82
4.2.1.2. TRÁMITE REALIZADO POR UNA TERCERA PERSONA.....	83
4.2.1.3. REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL RUC DE SOCIEDADES	84
4.2.2. NÚMERO PATRONAL DEL SEGURO SOCIAL	84
4.2.2.1. REGISTRO PATRONAL EN EL SISTEMA DE HISTORIA LABORAL	84
4.2.2.2. INSCRIPCIÓN DEL TRABAJADOR EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA.....	85
4.3. ASPECTO LABORAL	86
4.3.1. CONTRATO DE TRABAJO	86
4.3.1.1. TÉRMINO DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO.....	89
4.3.1.2. SISTEMAS DE TERMINACIÓN.....	90
4.3.1.3. CAUSALES DE TERMINACIÓN	90

4.3.1.4. TIPOS DE CONTRATO DE TRABAJO.....	92
4.3.1.5. EL PERÍODO DE PRUEBA.....	93
4.3.2. REGLAMENTO DE TRABAJO.....	93
4.3.2.1. PROCEDIMIENTO DE APROBACIÓN.....	94
4.3.2.2. MODELO DE REGLAMENTO.....	94
CAPÍTULO V	95
5. ESTUDIO TÉCNICO	95
5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO	95
5.1.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DE UN PROYECTO	96
5.1.2. TAMAÑO Y MERCADO	98
5.1.3. TAMAÑO Y MATERIAS PRIMAS	98
5.1.4. TAMAÑO Y FINANCIAMIENTO.....	99
5.1.5. TAMAÑO Y TECNOLOGÍA.....	99
5.1.6. TAMAÑO PROPUESTO	100
5.1.7. ECONOMÍA DEL TAMAÑO	101
Gráfico 5.1: Utilidad/Pérdida en base al tamaño de un proyecto	102
5.1.8. OPTIMIZACIÓN DEL TAMAÑO	103
Gráfico 5.2: Relación del VAN y la TIR de un proyecto.....	104
Tabla 5.1: Escenarios para la determinación del Tamaño del Proyecto	105
5.2. TECNOLOGÍA	105
5.2.1. LA INGENIERÍA DE PROCESO	107
5.2.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	107
5.2.3. EFECTOS ECONÓMICOS DE LA INGENIERIA.....	109
5.2.4. VALORIZACIÓN DE OBRAS FÍSICAS	110
Gráfico 5.3: Diseño de distribución de áreas funcionales de la empresa	111
5.3. LOCALIZACIÓN	112
5.3.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN.....	112
5.3.2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN	114
5.3.2.1. MÉTODOS DE EVALUACIÓN POR FACTORES NO CUANTIFICABLES	114
5.3.2.2. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS.....	115
CAPÍTULO VI	116
6. ESTUDIO FINANCIERO	116
6.1. ANÁLISIS Y PROYECCIONES FINANCIERAS.....	116
6.2. RECURSOS FINANCIEROS PARA LA INVERSIÓN	116
6.2.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	117
Tabla 6.1: Inversión Inicial del Proyecto.....	118
Tabla 6.2: Balance de Situación Inicial	119
6.2.2. PROYECCIONES DE INGRESOS	119
Tabla 6.3: Proyección de Ventas	120
Tabla 6.4: Presupuesto de Ventas Proyectado	120
6.2.3. PROYECCIONES DE GASTOS.....	121
Tabla 6.5: Presupuesto de Gastos Operacionales.....	121
Tabla 6.6: Cálculo de Sueldos y Salarios.....	122
Tabla 6.7: Materiales e Insumos	123
Tabla 6.8: Costos de Indumentaria y Ropa de trabajo	123
Tabla 6.9: Depreciaciones de Activos Fijos	123
Tabla 6.10: Amortización de Obligaciones Bancarias.....	124
6.2.4. PUNTO DE EQUILIBRI.....	125
6.2.4.1. VENTAJAS	126

6.2.4.2. DESVENTAJAS	126
6.2.4.3. FORMULACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	127
Tabla 6.11: Punto de equilibrio	128
Gráfico 6.1: Punto de Equilibrio	128
6.3. ESTADOS FINANCIEROS PRESUPUESTADOS	129
6.3.1. FLUJO DE CAJA PROYECTADO.....	129
Tabla 6.12: Flujo de Caja Operacional Proyectado.....	129
6.3.2. ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO	129
Tabla 6.13: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	129
6.3.3. BALANCE GENERAL PROYECTADO.....	130
Tabla 6.14: Balance General Proyectado	130
6.4. EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	130
6.4.1. VALOR PRESENTE NETO DE LOS INGRESOS (VPN)	132
Tabla 6.15: Cálculo del Valor Presente Neto.....	133
6.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO.....	133
Tabla 6.16: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	134
6.5. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	134
6.5.1. MÉTODO VERTICAL, HORIZONTAL E HISTÓRICO.....	134
6.5.1.1. ANÁLISIS FINANCIERO VERTICAL.....	135
Tabla 6.17: Análisis Financiero Vertical.....	135
6.5.1.2. ANÁLISIS FINANCIERO HORIZONTAL.....	137
Tabla 6.18: Análisis Financiero Horizontal	137
6.5.2. RAZONES FINANCIERAS	138
Tabla 6.19: Indicadores Financieros.....	140
6.5.3. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO	141
CAPÍTULO VII	142
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	142
7.1. CONCLUSIONES	142
7.1.1. DEL ESTUDIO DE MERCADO	142
7.1.2. DEL ESTUDIO DE FINANCIERO	143
7.1.3. DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	143
7.1.4. DEL PLAN DE EJECUCIÓN	144
7.2. RECOMENDACIONES	145
Bibliografía y fuentes de información	147
ANEXO 1. Encuesta de Mercado	148
ANEXO 2. Materiales para limpieza.....	149
ANEXO 3. Implementos de Limpieza.....	157
ANEXO 4. Requisitos para la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada.....	160
ANEXO 5. Logotipo y eslogan de la compañía.....	164
ANEXO 6. Procedimientos para los servicios de limpieza	165
ANEXO 7. Formato de Contrato de Trabajo	176
ANEXO 8. Formato de un Reglamento Interno de Trabajo	178
ANEXO 9. Parámetros utilizados para los cálculos financieros del Proyecto.....	197

Resumen

En la elaboración de este proyecto de tesis nos damos cuenta que la ciudadanía exige y necesita un servicio completo de limpieza, brindándonos la oportunidad que este negocio sea todo un éxito. Es necesario que la administración emprenda programas de capacitación para sus colaboradores con la finalidad que el servicio que se brinde sea el más adecuado, la empresa deberá llegar a sus clientes con valor agregado en sus servicios para competir con las actuales empresas de limpieza. Es importante llevar a cabo una campaña agresiva de publicidad con la finalidad de posicionar la marca en el mercado y llegar a la potencial demanda insatisfecha.

El estudio financiero nos ha permitido proyectar a la empresa conociendo sus antecedentes, sus estados financieros, su capacidad de generar fondos y en base a estas variables proyectarse a futuro. La evaluación económica realizada se dice que de acuerdo a cada uno de los factores que determinan la factibilidad del proyecto, existe un mercado de al menos 60% de los cual el objetivo planeado para el primer año es cubrir el 12% con un servicio integral y de alta calidad para lograr la fidelidad de los clientes.

La empresa aportará al desarrollo y bienestar de los hogares de la ciudad de Cuenca, suministrándoles condiciones de saneamiento confiables, a través de las tareas de limpieza y de mantenimiento de hogares con altos niveles de eficiencia, calidad y rentabilidad con personal calificado, buscando el bienestar de los clientes, empleados y trabajadores de la empresa.

ANTECEDENTES

i. TEMA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO DE HOGARES EN LA CIUDAD DE CUENCA

ii. DESCRIPCIÓN

En la ciudad de Cuenca; tanto las empresas grandes, medianas, pequeñas y los hogares en general en la actualidad tienen la dificultad en conseguir personal para que realicen la limpieza y mantenimiento de sus oficinas. Este problema se está produciendo por las siguientes causas:

- La migración constante de la población azuaya especialmente del área rural, con educación a nivel primaria, hacia países que les brindan mejores oportunidades de trabajo con salarios muy superiores a los que ganarían dedicándose en nuestro país, porque en el exterior también hace el mismo trabajo doméstico pero por mucho más salario.
- El incremento de la delincuencia, los constantes robos con complicidad de personal doméstico hace que se busque maneras más seguras de obtener el servicio de mantenimiento.
- Las mujeres, hoy en día trabajan tiempo completo y se crea la necesidad de contratar a alguien para la limpieza y el mantenimiento del hogar.

En Cuenca existen pocas empresas que se dedican a prestar estos servicios, convirtiéndose en un negocio floreciente, por lo tanto, el crear una empresa mejorando la calidad y costo de los trabajos contribuirá a solucionar el problema de la falta de personal para limpieza.

iii. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es factible crear una empresa de limpieza y mantenimiento que: cubra el escaso personal doméstico que existe en la capital azuaya por la emigración de personas al extranjero, que pueda generar fuentes de empleo, que brinde seguridad a los clientes y que sea económicamente rentable?

iv. OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Ejecutar un estudio de factibilidad sobre la creación de una empresa que preste servicios de limpieza y mantenimiento para viviendas con personal adecuado, bajo supervisión de calidad y con tecnología actualizada para cubrir la oferta inexistente brindando un servicio de calidad con confianza y seguridad para la clientela.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de las empresas y hogares en lo que mantenimiento y limpieza se refiere.
- Además, elaborar un estudio de mercado, haciendo encuestas para lograr determinar una descripción del mercado, monitorear los cambios que se están dando, y decidir la introducción de una nueva empresa de limpieza en la ciudad de Cuenca.
- Efectuar un estudio para determinar el tamaño adecuado de la empresa en base de los recursos disponibles y demanda del mercado.
- Desarrollar un estudio financiero para verificar si es rentable o no una nueva empresa de limpieza de viviendas, haciendo un análisis de presupuesto.
- Finalmente, realizar un estudio legal y administrativo donde podremos saber acerca de permisos de funcionamiento, RUC, patentes y demás documentos para iniciar la empresa de limpieza.

v. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Del análisis efectuado en la ciudad de Cuenca y de la información que se ha obtenido de varias empresas y familias se ha detectado que en la actualidad la tendencia es contratar los servicios de una empresa para satisfacer las necesidades de limpieza y mantenimiento. Esto se atribuye también debido a la escasez de personal particular que se dedica al servicio doméstico puertas afuera o puertas adentro.

Por otra parte, la existencia de apenas 10 empresas dedicadas al servicio de mantenimiento y limpieza en la ciudad de Cuenca para abastecer a un mercado aproximado de 480.000 habitantes, hace tentativa la creación de una nueva empresa con nuevas y desarrolladas formas de trabajo pudiendo abarcar un considerable mercado debido a la necesidad de una empresa más de esta índole.

Con la creación de una nueva empresa de limpieza se lograría un beneficio mutuo tanto para la empresa, como para los clientes, ofertando un servicio de calidad y profesionalismo. Al existir únicamente diez empresas que se dedican a esto, la realización de este proyecto es totalmente factible, se cuenta con los medios humanos, económicos y la disponibilidad de tiempo para realizar el trabajo de campo y la creación de la empresa.

vi. METODOLOGÍA

Dentro de la metodología que se empleó en este proyecto, está el estudio descriptivo, a fin de identificar la conducta y actitudes de las personas que actuarían como clientes potenciales, establecer sus comportamientos sociales y preferencias de consumo.

Para la obtención de datos se utilizarán las técnicas de campo y bibliográficas.

Dentro de las técnicas de campo, se emplearon las siguientes:

- Observación y entrevistas para realizar el estudio de mercado, demostrar que existe una oportunidad de negocio, una labor de investigación a partir de datos externos.

- Encuestas ya sea telefónicas, personales o vía e-mail, para así determinar cómo este nuevo negocio de limpieza es percibido por el público.
- Para definir la cobertura de mercado, se realizaran entrevistas a personas elegidas al azar, a fin de obtener un listado de posibles clientes.
- Observación y visitas a las diferentes empresas existentes de limpieza a fin de descubrir las técnicas de servicio, políticas de descuento y formas de cobro, con este estudio plantearemos mejores y más efectivos métodos de limpieza.

Se realizó la consulta de libros que contengan temas referentes al estudio de mercado, de recursos humanos, de personal en materia financiera, etc. A fin de lograr:

- El estudio económico-financiero y determinar cuáles serán los fondos necesarios para poner en marcha la empresa.
- Definir, basándonos en la organización y recursos humanos, el organigrama para distribuir las tareas, los puestos de trabajo y las correspondientes funciones y sus responsables.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. INTRODUCCIÓN

En el Austro del Ecuador, y en particular, en la ciudad de Cuenca, existe un fenómeno migratorio muy generalizado desde hace muchos años que ha venido tomando mayor fuerza en los últimos tiempos, y considerando que el mayor porcentaje de los emigrantes son personas que se dedicaban al servicio doméstico, ha hecho que se torne complicado conseguir personal para realizar tareas de limpieza y mantenimiento de hogares; adicionalmente, los altos índices de delincuencia en complicidad con el personal doméstico, ha ocasionado que las familias opten por no contratar los servicios de personal “puertas adentro” para la limpieza de sus hogares. Por tal motivo, el servicio de limpieza es una actividad con una gran demanda en nuestro medio, que tiende a incrementarse ya que las mujeres hoy en día trabajan a tiempo completo instaurándose la necesidad de contratar servicios seguros y confiables de limpieza y mantenimiento de hogares. En Cuenca existen pocas empresas dedicadas a la prestación de estos servicios, por esta razón, el servicio de limpieza y mantenimiento de hogares se torna en una gran oportunidad de negocio floreciente lo que nos lleva a la iniciativa de crear una empresa con altos índices de calidad es sus servicios y precios competitivos, además este emprendimiento permitirá contribuir en algo a disminuir los índices de desempleo en nuestra ciudad, y de ésta manera aportar a solucionar el problema de falta de personal de limpieza.

Así mismo, en los últimos tiempos se ha producido un aumento de la profesionalización y especialización en este campo, lo que contribuye a ofertar servicios más especializados y de mejor calidad. Por otra parte cada vez es más frecuente la contratación de estos servicios a empresas especializadas por los motivos anteriormente mencionados.

El proyecto que se presenta, desarrolla la creación de una empresa de servicio de limpieza de casas, departamentos, estudios, etc. Los servicios que se prestarán tienen como propósito satisfacer las necesidades de los clientes en el ámbito de la

limpieza y mantenimiento de casas. Para determinar la factibilidad de llevar a cabo este proyecto se realizó un análisis del mercado con el fin de determinar la competencia y estar al tanto de los costos que tienen actualmente estos servicios, de manera de poder fijar los costos óptimos que se emplearían en este proyecto.

Luego se desarrolló un estudio técnico en donde se determinó la tecnología más óptima a utilizar, cuantificar la inversión necesaria para desarrollar eficientemente nuestro servicio.

Se realizó también un estudio en donde se muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definió el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado con el propósito de alcanzar las metas y objetivos planteados.

Se realizó un estudio financiero en donde se estableció la estructura del capital y las fuentes de financiamiento. Con toda esta información se procedió a elaborar un flujo de efectivo al cual se aplicó una tasa de descuento para obtener la tasa interna de retorno, el valor actual neto y de este modo determinar la viabilidad del proyecto.

1.2. ALCANCE

Luego de los estudios realizados, se ha determinado que la empresa prestará sus servicios de limpieza a casas, departamentos y estudios. La actividad de la empresa se circunscribirá en el perímetro de la ciudad de Cuenca, pudiendo ocasionalmente extenderse a algunas parroquias rurales cercanas a la ciudad, tales como: Ricaurte, Baños, Sayausí, Turi, El Valle, San Joaquín, entre otras.

Los servicios de la empresa estarán enfocados a cubrir las necesidades de limpieza de hogares de familias con un nivel económico medio en adelante, es decir, con un nivel promedio de ingresos familiares de más \$700 mensuales, considerando que el costo de la canasta básica a septiembre del 2009 es de \$ 541,88; por lo tanto, los hogares con un ingreso superior a la canasta básica estarán en capacidad de destinar un valor adicional al servicio de limpieza.

1.3. ANÁLISIS SITUACIONAL

1.3.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO EXTERNO

Se ha considerado, para los objetivos de este trabajo, cuatro áreas en las que se han analizado los principales factores relacionados con el entorno que afectan a la empresa. Los factores analizados son: político-legal, económico, social y tecnológico (Análisis PEST: Político, Económico, Social y Tecnológico).

En estos factores se realiza una breve descripción de la situación actual, como de las tendencias que se podrían esperar en algunos de ellos y sobre todo del efecto que tendrían en empresas similares.

1.3.1.1. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES

- Inestabilidad política: se prevé que no habrá inversión extranjera en el área de servicios. Esto es una amenaza por que el mercado será limitado.
- Inestabilidad jurídica: los inversionistas no ven al Ecuador como un destino seguro para sus inversiones, esto constituye una amenaza para la empresa para crecer en el mercado.
- No hay políticas de inversión social, por lo tanto la empresa deberá contar con sus propios recursos para emprender campañas de socialización de los servicios.

1.3.1.2. FACTORES ECONÓMICOS

- Disminución de la Inflación: Esta política monetaria asumida por el gobierno ha traído como efecto un ambiente de mayor estabilidad, donde las empresas pueden realizar sus proyecciones en un entorno de precios y costos más predecibles. Este factor constituye una oportunidad para inversión de las empresas. A septiembre de 2009 la inflación mensual es de 0,63% y la inflación acumulada a septiembre del 2009 es de 3,12% según datos del INEC.
- Efecto en las tasas de interés: Otro efecto beneficioso de la dolarización es la disminución en las tasas activas dentro del sistema financiero nacional. Esta disminución produce un impulso a la inversión y el ahorro de los hogares. De igual manera, este factor constituye una oportunidad para las empresas.

- Incremento en las aranceles de importación: esto ocasiona que la importación de maquinaria y equipo, así como insumos, subirán de precio, lo cual es un aspecto negativo para el desarrollo y funcionamiento de la empresa.
- Comercio Mundial: Mercado mundial integrado, fácil acceso a otros mercados y fácil ingreso de competidores al mercado ecuatoriano, libertad de comercio y prestación de servicios.
- Clientes tienen poder de elección.

Adicionalmente por la competencia que se presenta entre suministradores de servicios, un factor fundamental es la atención al cliente. En resumen el proveedor busca el cliente.

1.3.1.3. FACTORES SOCIALES

- Preocupación ambiental: En la actualidad existe en la sociedad mayor conciencia sobre la destrucción del medio ambiente, por lo que ha comenzado a demandar productos y servicios que no deterioren al medio ambiente. En este aspecto a las empresas les corresponderá anticipar estas presiones sociales y de grupos ambientalistas para ejecutar las inversiones que se requieran en sus procesos productivos con la finalidad de satisfacer estos nuevos requerimientos.
- Inclusión de la mujer en actividades económicas: Esto provoca que los hogares no cuenten con las amas de casa a tiempo completo y más bien se busque alternativas para la atención de las actividades del hogar por medio de empresas externas especializadas y confiables. Esta es un aspecto positivo para la consolidación de la empresa.

1.3.1.4. FACTORES TECNOLÓGICOS

- Actualización Tecnológica: Existe un cambio en la tecnología hacia la automatización de todos los procesos, esto obligará a las empresas que buscan productividad a evaluar la ventaja de cambiarse hacia este tipo de tecnología. Se tendrá que considerar el costo beneficio que resultaría de una actualización tecnológica o de un cambio total de tecnología.

- **Recurso Humano calificado:** Al mismo tiempo, el personal que controle y opere esta nueva tecnología tendrá que estar capacitado y con la experiencia suficiente para operar estos equipos automatizados.
- **Nuevas Herramientas de Información:** En la actualidad se cuenta con modernas herramientas tanto en hardware como en software, que permiten incrementar la productividad y facilitan el intercambio de información. Para las empresas ahora la ventaja competitiva es tener acceso a la información rápidamente y lograr antes que la competencia el conocimiento que de esta manera pueda conseguir.
- **Comercio Electrónico:** Otra tendencia de gran impacto para las empresas es el comercio electrónico (e-commerce), con gran facilidad pueden los clientes comprar en diversos mercados y elegir los productos y servicios con las características que ellos requieran. En resumen si una empresa no se integra al comercio electrónico, perderá competitividad.
- **Intranet:** En el interior de las organizaciones, la tecnología de información por medio de Intranet y sistemas de redes y transmisión de datos agiliza la toma de decisiones y optimiza el flujo de procesos en la empresa. Por esta razón es importante el diseño del área de sistemas y el apoyo que esta puede dar a nivel de gerencia.
- **Alianzas con proveedores para renovación tecnológica:** El desarrollo tecnológico de la informática es demasiado acelerado y obliga a los usuarios a una permanente actualización de hardware y software, por lo que es muy conveniente una alianza estratégica con los suministradores para obtener esta actualización continua, acompañada así mismo de una capacitación permanente.
- **Telecomunicaciones:** Las Telecomunicaciones van paralelamente con el desarrollo informático, siendo un factor fundamental para la obtención de información desde todo punto de vista, es decir abarcando todos los procesos de la organización. Así mismo disminuye los tiempos de entrega y recepción de información tanto en el ámbito interno como externo.

1.3.2. CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS SITUACIONAL

Dentro de los factores económicos está el precio de los servicios, aspecto que puede ser determinante a la hora de que un cliente se decida por una empresa u otra; por tal razón se deberá ofrecer un servicio a precios competitivos y que llegue a un amplio sector de la población o por el contrario, seleccionar la clientela en función del precio del servicio. Podemos observar ejemplos de éstos dos casos en el área de limpieza, por ejemplo Dimplo's ofrece servicios de limpieza más costosos que Servilimpio que ofrece precios asequibles con el fin de atraer un gran número de clientes a diferencia de Dimplo's que ante el mismo servicio selecciona una clientela determinada por su precio.

Considerando a inicios del 2009 se desencadenó una crisis mundial del capitalismo, esto ocasionó que los consumos de servicios no básicos se redujeron considerablemente. Sin embargo, a partir del segundo semestre del 2009, se ha notado una recuperación de la economía al observar los índices de inflación correspondientes a los del segundo semestre y de las remesas de los migrantes, se puede deducir que la economía da muestras de recuperación, por lo tanto, las familias con un nivel socio-económico medio en adelante, están volviendo a invertir y destinar recursos en servicios no básicos, lo cual nos permite considerar a estas mercado dentro de los potenciales consumidores o clientes de los servicio que la empresa oferta.

Otro de los factores es el alto costo de la canasta básica familiar que obliga a la diversificación de los ingresos familiares forzando al mayor número de miembros del hogar a buscar fuentes de ingreso y así cubrir el nivel de vida deseado, esto da origen a buscar alternativas de servicio de limpieza ya que no existe miembros de la familia dedicados a estos quehaceres.

Los factores tecnológicos son el resultado de los avances científicos y son estimulados por las consecuencias económicas favorables del empleo de la tecnología como instrumento para competir. Con la implementación de un programa de mantenimiento preventivo a las maquinarias y herramientas utilizadas en las labores

de limpieza, se lograría incrementar la vida útil de los equipos y de esta manera se logrará una mayor eficiencia y se vería incrementados los beneficios y réditos económicos. El obstáculo se encuentra en el capital desembolsado para llevar a cabo tal renovación de los equipos. Considerando los avances tecnológicos en el área de los equipos de limpieza domésticos e industriales y las facilidades para adquirirlos ya sea con importaciones directas o por intermediarios especializados en el campo, esto permitirá la fácil adquisición y renovación de los equipo de limpieza para prestar los diferentes servicios.

Además las medidas políticas del gobierno en reducir los aranceles de importación de maquinaria destinada a la producción, permite reducir los costos adquisitivos.

El factor principal del aumento de la demanda de empresas dedicadas a la limpieza, radica en el cambio social, enfocado a que hoy en día las mujeres pueden desenvolverse en cualquier ámbito laboral y ocupar un rol importante en las organizaciones lo que ha propiciado a que se reduzca el número de amas de casa de manera sustancial; y consecuentemente el abandono de las labores del hogar, originando la necesidad de contar con servicios de limpieza particulares; esto sumado a la falta de servicio doméstico que se produce por la migración, contribuye también a acrecentar la necesidad de contar con empresas de servicios de limpieza

La decisión de compra de algunos clientes puede estar motivada por el deseo de obtener un prestigio o un estatus, por ir a la moda o simplemente por satisfacer su identidad individual o colectiva. El factor comodidad, confianza, ahorro de tiempo y de trabajo también son otros de nuestras ventajas al ser prestadores de servicio de limpieza.

Tabla 1.1: Población Económicamente Activa (Cuenca)

	CUENCA		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
POBLACION TOTAL	389,555	185,352	204,204
Población Menor de 10 años	58,858	31,072	27,786
Población en Edad de Trabajar (PET)	330,697	154,279	176,418
Población Económicamente Activa (PEA)	199,187	105,872	93,315
Ocupados	186,164	98,459	87,705
Ocupados Plenos	105,814	60,703	45,112
Subempleados	77,738	36,342	41,396
Visibles	9,041	3,775	5,266
Otras formas	68,697	32,568	36,129
Ocupados No clasificados	2,611	1,414	1,197
Desocupados	13,024	7,413	5,611
Desempleo Abierto	11,344	6,541	4,803
Desempleo Oculto	1,680	873	807
Cesantes (*)	8,966	5,651	3,315
Trabajadores Nuevos (*)	4,058	1,762	2,296
Población Económicamente Inactiva (PEI)	131,510	48,407	83,103

* Estas variables corresponden a otra desagregación de la Población Desocupada

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Según el INEC, se confirma que la tasa de permanencia en la ocupación es mayor para los hombres (90,1%) que para las mujeres (82,89%) en relación a la población económicamente activa (PEA), pero este porcentaje de las mujeres en permanencia de trabajo se ha incrementado notablemente ésta última década, dándose por esta razón la necesidad de contratar servicios de limpieza externos.

Según estas mismas fuentes los hogares privados con servicio doméstico ascienden aproximadamente 5.587 familias en la ciudad de Cuenca, teniendo un amplio mercado restante donde llegar con nuestro servicio, de los cuales se estima que un 60% estará cubierto por la oferta de las demás empresas de limpieza (12.600) lo que arroja un mercado potencial de aproximadamente 8.200 familias. De ahí la empresa pretende abarcar al menos un 12% en el primer año de servicio (1.000 familias).

1.4. ANÁLISIS FODA

1.4.1. ANÁLISIS EXTERNO

1.4.1.1. OPORTUNIDADES

Las mejores oportunidades para la empresa son:

- Desarrollo Empresarial: La posibilidad de desarrollar una diversidad de servicios, crecimiento de la empresa e intercambio de tecnología con empresas afines a las actividades propias.
- Mercado: Un nuevo mercado, amplio, y en constante crecimiento.
- Tecnología y Equipo: La empresa contará con herramientas y equipos de última tecnología y con los estándares más altos en calidad.

1.4.1.2. AMENAZAS

Las más importantes amenazas para la empresa están en:

- La Competencia: Significa empresas ya establecidas con una imagen en el mercado consolidada y con años de experiencia.
- Importaciones: Los incrementos en los aranceles de las importaciones, constituyen una amenaza para la empresa, en particular en el aspecto económico.

1.4.2. ANÁLISIS INTERNO

1.4.2.1. FORTALEZAS

Las principales fortalezas de la empresa son:

- Empresa con una nueva visión de lograr satisfacer las demandas de los consumidores. Directivos con visión y emprendedores.
- Objetivos Empresariales.- Expectativas de crecimiento. Disponer de una gran voluntad de consolidar las operaciones de la empresa. Ser competitivos y lograr la satisfacción del personal, generando empleos y salarios adecuados. Este aspecto se resume como presencia en el mercado.

- Valores compartidos.- Significa un alto respeto por la gente que compone la empresa, la unidad en la consecución de los objetivos que se proponen, voluntad de trabajar por esos objetivos, sinceridad, deseo de superación.
- Recurso Humano comprometido: es el personal que conoce el trabajo, que dispone de la capacidad y experiencia con niveles de instrucción aceptables, conocedor de los procesos operativos y del equipo. Conoce como hacer el trabajo y comprometido con la empresa. Es decir, personal con experiencia y personal directivo comprometido.
- Otras fortalezas son:
 - Organización nueva
 - Estructura organizacional sólida
 - Disponibilidad de recursos económicos

1.4.2.2. DEBILIDADES

Las debilidades más importantes de la empresa son:

- Costo de mano de obra alto
- Desconocimiento de la competencia
- Insuficiente nivel de experiencia
- Otras debilidades son:
 - Completar la Estructura organizacional
 - Tecnología Insuficiente
 - Falta de Mercadeo

CAPÍTULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

La limpieza tiene dos mercados principales, el consumidor individual y el comercial. En el mercado individual, aquel en el cual se centra el presente proyecto, consiste principalmente en brindar servicios de limpieza residenciales, esto incluye servicios de limpieza de alfombras, ventanas y de una variedad de servicios de limpieza en los hogares, requeridos con menos frecuencia.

La ciudadanía exige un servicio de limpieza profesional y de calidad; un servicio completo, brindándole la posibilidad de cubrir todas las necesidades en el ámbito de la limpieza; por tal motivo, el proyecto se concentrará en brindar servicios de limpieza para hogares pudiendo estos ser departamentos, casas o estudios.

El objetivo principal de la empresa, será proporcionar un servicio integral y profesional que satisfaga en forma adecuada y oportuna las necesidades de nuestros clientes. En resumen limpieza de baños, pisos, paredes, puertas, ventanas, etc. con equipamiento y productos especializados. Incluirá además, la sanitización que le proporciona desinfección y total limpieza; además, de brindarle un agradable aroma a limpio, protegiendo la salud de clientes y empleados y mostrando una imagen de excelente servicio y profesionalismo que brinda la empresa.

Se ha determinado que el nombre comercial de la empresa de servicios de limpieza y mantenimiento será: “Súper Limpio”

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Las características del servicio de limpieza que brindará la empresa, son:

- Organización y métodos de trabajo; es decir, procedimientos estandarizados para llevar a cabo cada una de las actividades.
- Utilización adecuada de los productos de limpieza y desinfección y equipos.

- Considerar los aspectos y normas de seguridad e higiene al llevar a cabo las actividades.
- Personal calificado y confiable.
- Resultados óptimos en el menor tiempo posible, es decir, se optimizará tiempo y recursos, sin desmejorar la calidad de los servicios.

La actividad principal de la empresa “Súper Limpio” será la prestación de los siguientes servicios:

- Rasqueteado, encerado y abrillantado de pisos de madera
- Remoción de polvo sobre muebles y demás superficies
- Aspirado y lavado de alfombras
- Limpieza y desinfección de baños
- Lavado de ventanas
- Aspirado y trapeado de pisos de madera flotante, cerámica, etc.

Servicios adicionales para el hogar:

- Lavado de cortinas
- Limpieza y desinfección de cocinas
- Lavado y desmanchado de sillas, sillones, paredes enteladas, etc.

Para la prestación del servicio se emplearán las más modernas técnicas y los mejores productos disponibles en el mercado, los cuales deberán ser inocuos para la salud, con el objeto de ser aplicados en áreas cerradas y habitadas sin causar problemas al organismo humano.

Para proporcionar los servicios mencionados anteriormente la empresa también contará con maquinaria moderna que permita realizar las tareas de limpieza de manera rápida y eficaz.

Contaremos con personal calificado en continua formación, adaptado a las nuevas herramientas y a cada una de las necesidades que demanden los clientes.

2.3. SERVICIO EN EL MERCADO

En la actualidad el mercado esta ofertado por empresas que recientemente están posicionándose, lo cual hace que la barrera de ingreso de nuevas empresas hacia la industria no sea tan difícil, ya que además existe una demanda no cubierta por las empresas actuales. Esto sumado al crecimiento en el área de la construcción y en la demanda de empresas y familias en lo relacionado a limpieza de hogares, hace muy atractivo el ingreso a esta industria.

2.4. ÁREA DE MERCADO

Para determinar una estrategia competitiva de una organización, es necesario descubrir las fuerzas competitivas que están presentes en el mercado, entre ellas están las siguientes:

- Nuevos Ingresos
- Amenaza de sustitución
- Poder negociador de los compradores
- Poder negociador de los proveedores
- Rivalidad entre los actuales competidores

2.4.1. AMENAZA DE INGRESO

La formulación de nuevas empresas aporta capacidad adicional, el deseo de obtener una participación en el mercado y con frecuencia recursos sustanciales. Esto puede obligar a bajar los precios o inflar los costos de los fabricantes existentes, reduciendo la rentabilidad.

La amenaza de ingreso en un sector depende de las barreras para el ingreso que estén presentes, aunadas a la reacción de los competidores existentes que debe esperar el que ingresa.

2.4.2. AMENAZA DE SUSTITUTO

También pueden enfrentarse a distintos niveles de exposición con la competencia de servicios sustitutos si se abarcan servicios diferentes dentro de la línea de servicios, sirven a clientes distintos, operan a diferentes niveles de calidad o tecnológico, tienen disímiles posiciones de costo, etc. Tales diferencias pueden hacerlos más o menos vulnerables a los sustitutos, aun cuando todos los grupos estratégicos se encuentren en el mismo sector.

En consecuencia, debemos de evaluar la posición relativa de cada grupo estratégico contra servicios sustitutos.

2.4.3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Los compradores compiten forzando a la baja de precios, negociando por una calidad superior o más servicios y haciendo que los competidores compitan entre ellos.

El poder de cada uno de los grupos importantes de compradores, depende de varias características de su situación de mercado y de la importancia relativa de sus compras al sector en comparación con el total de ventas. Un grupo de compradores es poderoso si concurren las siguientes circunstancias:

- Está concentrado o compra grandes volúmenes con relación a las ventas del proveedor.
- Los productos o servicios que se compran son estándar o no diferenciados
- Se enfrenta con costos bajos por cambiar de proveedor
- Devenga bajas utilidades
- El producto o servicio no es importante para la calidad de los productos o servicios del comprador
- El comprador tiene información total

2.4.4. PODER NEGOCIADOR CON LOS PROVEEDORES

Los proveedores pueden ejercer poder de negociación sobre los que participan en un sector amenazando con elevar los precios o reducir la calidad de los productos o

servicios. Los proveedores poderosos pueden así exprimir los beneficios de un sector incapaz de repercutir los aumentos de costos con sus propios precios.

Las condiciones que determinan el poder de los proveedores no sólo están sujetas a cambio, sino a menudo fuera del control de la empresa. Sin embargo, como con el poder de los compradores, la empresa puede en ocasiones mejorar su situación mediante la estrategia. Puede intensificar su amenaza de integración hacia atrás, puede buscar la eliminación de los costos de cambio de proveedor, etc.

2.4.5. RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

Esto da origen a manipular su posición – utilizando tácticas como la competencia en precios, batallas publicitarias, introducción de nuevos productos o servicios e incrementos en el servicio al cliente o de la garantía. La rivalidad se presenta porque uno o más de los competidores sienten la presión o ven la oportunidad de mejorar su posición. En la mayor parte de los sectores, los movimientos competitivos de una empresa tienen efectos observables sobre sus competidores y así se pueden incitar las represalias o los esfuerzos para contrarrestar el movimiento. Es decir, las empresas son mutuamente dependientes.

2.4.6. BARRERAS CONTRA EL INGRESO DE LA COMPETENCIA

Existen seis factores que actúan como barreras para el ingreso de la competencia:

- Economías de escala: Reducción de los costos unitarios en tanto que aumenta el volumen absoluto.
- Diferenciación del producto: Las empresas establecidas tienen identificación de marca y lealtad entre los clientes, lo cual se deriva de la publicidad del pasado, servicio al cliente, diferencias del producto o sencillamente por ser el primero en el sector.
- Requisitos de capital: La necesidad de invertir grandes recursos financieros para competir crea una barrera de ingreso, en particular si se requiere el capital para publicidad riesgosa o agresiva e irrecuperable, o en

investigación y desarrollo. El capital puede ser necesario no sólo para las instalaciones de producción sino también para cosas como crédito al cliente, inventarios o para cubrir las pérdidas iniciales.

- **Costos cambiantes:** Los costos que tiene que hacer el comprador al cambiar de un proveedor a otro. Pueden incluir los costos de reentrenamiento del empleado, de nuevo equipo auxiliar, el tiempo para probar y calificar una nueva fuente, necesidad de ayuda técnica y el rediseño del producto.
- **Acceso a los canales de distribución:** La nueva empresa debe persuadir a los canales de que acepten su producto mediante reducción de precios, asignaciones para publicidad compartida y similar, lo cual reduce las utilidades.

Cuanto más limitados sean los canales de mayoreo o menudeo para un producto o servicio, es obvio que será más difícil el ingreso al sector industrial.

Con la creación de esta empresa de limpieza se proyecta abarcar el mercado en todos los sectores urbanos de la ciudad de Cuenca y sus parroquias rurales cercanas.

Como se mencionó anteriormente, al existir un mercado potencial cautivo en el ámbito de limpieza de hogares, la empresa no ve mayores barreras de ingreso a la industria; sin embargo se deberá estar atento a cualquier reacción que pudiera originarse por parte de la competencia y naturalmente esperar la aceptación de los clientes impulsado por una agresiva campaña publicitaria y buscando mejorar el servicio con calidad y profesionalismo.

2.5. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

2.5.1. SITUACION ACTUAL

El mercado al que está dirigido nuestro proyecto está en plena etapa de crecimiento ya que el sector de la construcción también ha tenido un apoyo por parte del gobierno, esto nos permite enfocar nuestro objetivo a este segmento nuevo de mercado.

Partimos de que el índice de pobreza esta en el 24% según estudios realizador por el Banco Central del Ecuador, en el segundo semestre del 2009, y la población que sería potenciales clientes están dentro del 76% restante con una población económicamente activa en la ciudad de Cuenca de alrededor de 200.000 habitantes. Que nos darían aproximadamente 152.000 habitantes. De estos, 4 habitantes promedio forman un hogar lo que nos daría alrededor de 36.000 hogares totales por ser limpiadas, pero de estas hay que clasificar las que serán nuestros clientes potenciales ya que muchos hogares por el celo de la intimidad familiar no permiten el ingreso de extraños.

La empresa deberá emprender una estrategia competitiva con el propósito de ubicarse dentro del sector, enfocada a la captación de clientes y lograr la fidelidad de los mismos.

Una estrategia competitiva genérica consiste en emprender acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en un sector, para enfrentarse con éxito a las cinco fuerzas competitivas y obtener así un rendimiento superior sobre la inversión para la empresa. Las empresas han descubierto muchos métodos distintos para este fin y la mejor estrategia para una empresa dada es, en última instancia una estrategia competitiva única que refleja sus circunstancias particulares. Sin embargo, a un nivel amplio, podemos identificar tres estrategias genéricas, internamente consistentes para crear dicha posición defendible a largo plazo y sobresalir por encima de los competidores en el sector.

En ocasiones la empresa puede seguir con éxito más de una estrategia como su objetivo principal, aunque rara vez esto es posible.

La implantación efectiva de estas estrategias genéricas por lo general requiere de un compromiso total y del apoyo con todos los elementos organizacionales que estarían diluidos si existe más de un objetivo primario. Las estrategias genéricas son tácticas para superar el desempeño de los competidores en un sector; en algunas estructuras significará que todas las empresas pueden obtener elevados rendimientos, en tanto que otras, el éxito al implantar una de las estrategias genéricas puede ser lo

estrictamente necesario para obtener rendimientos aceptables en un sentido absoluto.

Al enfrentarse a las cinco fuerzas competitivas, hay tres estrategias genéricas de éxito potencial para desempeñarse mejor que otras empresas en un sector determinado:

- Liderazgo general en costos
- Diferenciación
- Enfoque o alta segmentación

2.5.2. LIDERAZGO TOTAL EN COSTOS

Consiste en lograr el liderazgo total en costos en un sector industrial mediante un conjunto de políticas orientadas a este objetivo básico. El liderazgo en costos requiere de la construcción agresiva de instalaciones capaces de producir grandes volúmenes en forma eficiente, de vigoroso empeño en la reducción de costos basados en la experiencia, de rígidos controles de costo y de los gastos indirectos, evitar las cuentas marginales, y la minimización de los costos tales como investigación y desarrollo, servicio, fuerza de ventas, publicidad, etc. Esto requiere de una fuerte atención administrativa al control de costos para alcanzar estos fines. El bajo costo con calidad, el servicio y otras áreas no pueden ser ignorados.

Teniendo una posición de costos bajos, se logra que la empresa obtenga rendimientos mayores al promedio en su sector industrial, a pesar de la presencia de una intensa competencia.

2.5.2.1. DIFERENCIACIÓN

Consiste en crear algo que sea percibido en el mercado como único. Los métodos para la diferenciación pueden tomar muchas formas: diseño de imagen o marca; en tecnología, características muy particulares, en servicio al cliente, cadena de distribución o en otras dimensiones.

Debe subrayarse que la estrategia de diferenciación no permite que la empresa ignore los costos, sino más bien estos no son el objetivo estratégico primordial.

La diferenciación, es una estrategia viable para devengar rendimientos mayores al promedio, ya que crea una posición defendible para enfrentarse a las cinco fuerzas competitivas, aunque en una forma distinta al liderazgo en costos. La diferenciación proporciona un aislamiento contra la rivalidad competitiva. También aumenta utilidades, lo que evita la necesidad de una posición de costo bajo.

La diferenciación produce márgenes más elevados para tratar con el poder del proveedor y claramente mitiga el poder del comprador, ya que los compradores carecen de alternativas comparables y por lo tanto son menos sensibles al precio.

Esta estrategia es la que se empleara para conseguir posicionamiento en el sector. La empresa optará por brindar servicios especializados con un alto nivel de profesionalismo y calidad, así también la empresa empleará en sus actividades tecnología de punta y buscará instaurar una marca y una imagen que llegue a nuestra comunidad.

2.5.2.2. ENFOQUE O ALTA SEGMENTACIÓN

Consiste en enfocarse sobre un grupo de compradores en particular, en un segmento de la línea del producto o servicio, o en un mercado geográfico; igual que la diferenciación, el enfoque puede tomar varias formas.

Está construida para servir muy bien a un objetivo en particular y cada política funcional está formulada teniendo esto en mente.

Aun cuando la estrategia de enfoque no logra el bajo costo o la diferenciación, desde la perspectiva del mercado en su totalidad, alcanza una o ambas de estas posiciones frente al objetivo de su mercado limitado.

La estrategia de enfoque siempre implica ciertas limitaciones en cuanto a la participación total del mercado por alcanzar. El enfoque implica necesariamente un trueque entre lo rentable y el volumen de ventas.

2.5.3. CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Si tenemos 37.000 viviendas y considerando que de éstas un 15% realiza la limpieza el servicio doméstico particular, representando 5.600 viviendas aproximadamente; un 30% realizan las amas de casa, representando alrededor de 11.300 viviendas; se establece entonces que nuestros clientes potenciales serían alrededor de 20.800 hogares. Si promediamos que cada empresa atiende 1.800 casas al año, y existen 7 empresas que prestan los servicios a los hogares asumimos que 12.600 viviendas al año están atendidas, podrían existir 8.200 empresas por lo que no existiría la necesidad de romper precios para captar clientes, ni para captar el mercado, ya que existe mercado insatisfecho muy amplio. Podemos en tal caso ir abarcando más servicios especializados como mantenimiento de piscinas y jardines para poder complacer de mejor manera a nuestros potenciales clientes.

Tabla 2.1: Determinación del mercado potencial

P.E.A. Cuenca		199.187	habitantes
Índice de pobreza	24%	47.805	habitantes
Estimado de población con capacidad económica para contratar los servicios	76%	151.382	habitantes
Índice de individuos por hogar	4,0		
Estimado de hogares en Cuenca (con capacidad económica para contratar los servicios)		37.846	hogares
Realizan la limpieza con personal doméstico	15%	5.677	hogares
Realizan la limpieza las amas de casa	30%	11.354	hogares
Mercado potencial (número de hogares)		20.815	hogares
Hogares atendidos por cada empresa de la competencia por año		1.800	hogares
Número de empresas de la competencia (según nuestro estudio enfocadas a limpieza de hogares)		7	empresas
Total hogares atendidos por la competencia		12.600	hogares
Mercado potencial restante		8.215	hogares

Fuente: Autora

2.5.4. SITUACIÓN FUTURA

De acuerdo a nuestra proyección, el sector industrial no brinda mayores barreras al ingreso de nuevas empresas sin temor a que disminuya la cuota de clientes ya que tenemos una suficiente población insatisfecha, por lo que deducimos que ha futuro podemos crecer tanto en capital, tecnología y espacio; y de esta manera afianzarse en el mercado.

El mercado se verá incrementado en corto y mediano plazo dado que existe una gran tendencia a que las mujeres (amas de casa) continúen ocupando puestos de trabajo que antes eran ocupados únicamente por hombre, por esta razón, existirá una creciente demanda de los servicios especializados y profesionales de limpieza y saneamiento de hogares.

2.6. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

2.6.1. SITUACIÓN ACTUAL

En la actualidad podemos decir que se están atendiendo a 12.600 viviendas al año entre las empresas existentes en el mercado, según indagaciones en las empresas dedicadas a brindar servicios de limpieza en la ciudad de Cuenca; por lo tanto, constituye un mercado nuevo y ampliamente explotable para todas las empresas existentes y para la integración de nuevas.

2.6.2. ANÁLISIS DEL RÉGIMEN DE MERCADO

El mercado del que se habla se basa en un análisis de costos y gastos por servicio más una utilidad aceptable. El mercado al ser todavía no explotado y al existir demanda insatisfecha, las empresas pueden imponer sus precios claro que sin aprovecharse del cliente.

Las empresas que prestan estos servicios todavía no cuentan con todo el equipamiento ya sea por su costo o por desconocimiento (falta de know-how), es por esto que la empresa deberá invertir en capacitación a sus colaboradores y contar con tecnología que permita brindar un servicio especializado y de calidad.

2.6.3. SITUACIÓN FUTURA

Dado que la demanda de este tipo de servicios se verá incrementada en un futuro cercano, la oferta también deberá tratar de crecer en la medida de las exigencias de los consumidores, por lo tanto, existirá la tendencia a crearse más empresas orientadas a este tipo de servicios y a profesionalizar sus actividades; así como también existirá la tendencia a utilizar tecnología de punto y herramientas industrial con el fin de reducir tiempos y costos en los servicios y brindar una mejor asistencia a los consumidores.

2.7. DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL SERVICIO

Se ha procedido a establecer precios para cada uno de los servicios a brindarse en base a entrevistas a usuarios de los mismos, los cuales tienen vigencia en el mercado de oferta, de tal manera de poder proyectar ingresos y costo en los cuales se van a incurrir.

Servicios de limpieza básicos:

- Rasqueteado, encerado y abrillantado de pisos: \$0,60 por m². (En este precio se incluye el servicio de remoción de polvo sobre los muebles y aspirado de polvo de alfombras).
- Limpieza de baño completo: \$8,00. Implica remoción de residuos y acumulación de minerales y grasas en lavamanos, inodoros, urinarios y duchas.
- Limpieza de baño social: \$6,00.
- Limpieza de ventanas: \$0,50 por m².
- Lavado de alfombras decorativas: \$4,00 por m².
- Limpieza y desinfección de cocinas: \$15,00.
- Lavado de muebles de sala: \$30,00.
- Lavado de muebles de comedor: \$10,00.

Por lo tanto, para realizar la proyección de los ingresos se procedió a determinar un precio por un servicio de limpieza completo promedio, el cual ha sido

calculado en base a los precios de la competencia mencionados anteriormente y tomando en cuenta las siguientes consideraciones:

- En promedio, las casas poseen un baño social y un baño completo.
- En promedio, las casas poseen 8 ventanas con una dimensión promedio de 3,00 m2 por ventana.
- El área promedio a rasquetear, encerar y abrillantar es de 72,50 m2 por casa (incluyendo planta alta y planta baja).
- Una casa cuenta con una cocina.

De esta manera se procedió a determinar un precio aproximado de \$70,00 por un servicio de limpieza completo para casas, lo que incluye:

- Rasqueteado, encerado y abrillantado de pisos,
- Limpieza de baños, remoción de residuos y acumulación de minerales y grasas en lavamanos, inodoros, urinarios y duchas.
- Limpieza de ventanas,
- Remoción de polvo sobre los muebles y
- Aspirado de polvo de alfombras
- Limpieza y desinfección de cocina

Tabla 2.2: Estimación de Precio por limpieza de una casa promedio

SERVICIO	COSTO
BAÑO SOCIAL Y BAÑO COMPLETO	14,00
8 VENTANAS DE 3,00 C/U	12,00
RASQUETEADO/ABRILLANTADO	30,00
LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE COCINA	15,00
TOTAL SIN DESCUENTO	71,00

Fuente: Autora

En resumen, el costo total por el servicio completo promedio, sería de \$71,00.

Los servicios adicionales para el hogar, no han sido tomados en cuenta para proyectar los ingresos y gastos, ya que se considera que es importante realizar un estudio de mercado, para conocer cierto tipo de información, como por ejemplo:

cuántas casas tienen alfombras decorativas, si los muebles de sala y comedor son tapizados, de cuero o están forrados con plástico, etc., de ésta manera se podría proyectar cuál sería la demanda para cada uno de estos servicios y consecuentemente determinar los ingresos y gastos que se tendrían por los mismos.

También se ha considerado la maquinaria y personal a implementar, en base al estudio técnico, se determinó que la capacidad inicial de la empresa será atender o un promedio de 80 casas por mes. Este cálculo se hizo basándose en que se requieren 2 personas para proporcionar un servicio de limpieza completo en una casa y el tiempo promedio que se necesita para realizar el trabajo es de 4 horas aproximadamente, dando como resultado que con 2 equipos de 2 operarios cada uno, se pueden realizar el servicio hasta de 4 casas por día y consecuentemente 80 casas por mes, esto se detallará en el estudio financiero (Capítulo IV).

2.8. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DE MERCADO

La encuesta de mercado servirá para determinar varios aspectos en la conformación de la empresa, tales como: mercado objetivo, servicios de mayor demanda, precios de mercado de los servicios, frecuencia de uso de los servicios, entre otras.

La encuesta realizada, se muestra en el Anexo 1.

Para realizar una encuesta de mercado, es necesario estimar el tamaño de la muestra al cual irá dirigida nuestra investigación. Para ello es necesario conocer algunos conceptos básicos que nos permitirán entender de mejor manera la estimación del tamaño de la muestra.

A la muestra se la define como es desagregado de la población. ¿una muestra tiene características que le corresponden a la población.

Con la información obtenida de la población se determina la muestra con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\delta^2 Z^2}{(N - 1)E^2 + \delta^2 Z^2}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Universo o población

δ^2 = Valor constante $(0,5)^2$

Z = Nivel de confianza (95%) = 1,96

E = Límite aceptable de error muestral (5%)

$N - 1$ = Corrección que se usa para muestras grandes, mayores a 30

Datos:

N = 8200 (hogares de demanda potencial en la ciudad de Cuenca)

δ^2 = $(0,5)^2$

Z = 1,96

E = 5%

$N - 1$ = 8199

$$n = \frac{8200 * 0,5^2 * 1,96^2}{(8200 - 1)0,05^2 + 0,5^2 1,96^2}$$

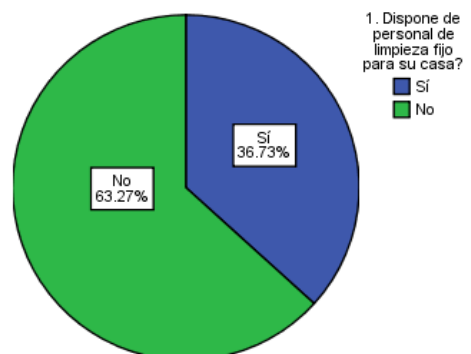
$$n = 367$$

A continuación se muestran las preguntas de la encuesta de mercado y su respectiva tabulación:

Pregunta 1: ¿Dispone de personal de limpieza fijo para su casa?

Objetivo: Determinar el mercado potencial disponible.

Interpretación: Existe un mayoritario mercado potencial de servicios de limpieza.

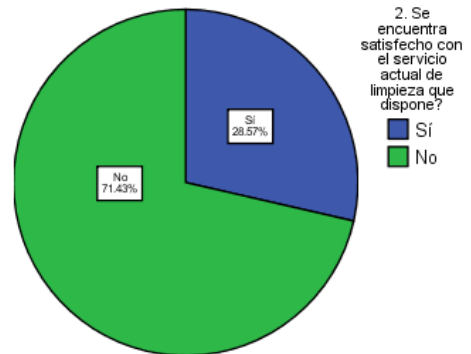


Análisis: Los resultados obtenidos nos permiten anticipar una favorable acogida a los servicios propuestos por la empresa.

Pregunta 2: ¿Se encuentra satisfecho con el servicio actual de limpieza que dispone?

Objetivo: Determinar la posibilidad de captar clientes insatisfechos de la competencia.

Interpretación: Existe una posibilidad alta de captar clientes insatisfechos.



Análisis: Los resultados obtenidos nos permiten anticipar una captación de mercado potencial alto.

Pregunta 3: ¿Le gustaría contar con un servicio de limpieza externo?

Objetivo: Determinar si los hogares tienen la predisposición de contratar servicios externos de limpieza.

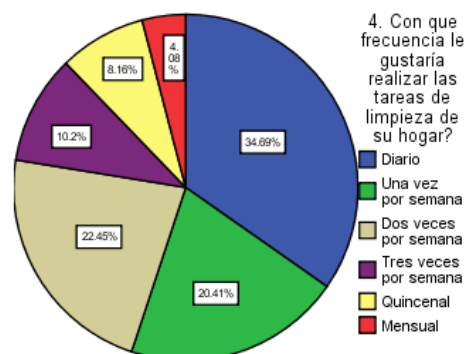
Interpretación: Existe un porcentaje cercanos al 50% de predisposición de servicios externos de limpieza.



Análisis: Los resultados obtenidos nos permiten planificar una campaña publicitaria con el objeto de brindar mayor confianza a los hogares en cuanto a los servicios de limpieza externos se refiere.

Pregunta 4: ¿Con qué frecuencia le gustaría realizar las tareas de limpieza de su hogar?

Objetivo: Determinar la frecuencia de oferta de servicios a un mismo cliente.



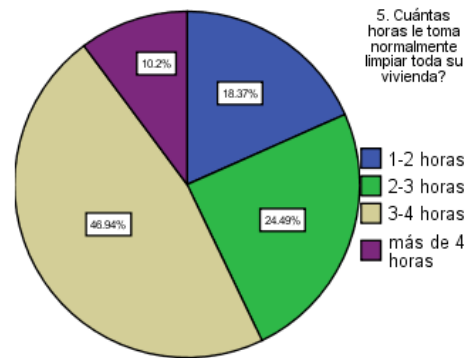
Interpretación: Existe una mayoritaria respuesta en cuanto la limpieza diaria y semanal.

Análisis: Estos resultados nos dan la posibilidad de llegar con nuestros servicios a un mismo hogar frecuentemente.

Pregunta 5: ¿Cuántas horas le toma normalmente limpiar toda su vivienda?

Objetivo: Determinar el tiempo promedio de realización del trabajo.

Interpretación: Existe una mayoritaria respuesta a los tiempos que van desde una hora hasta 4 horas.

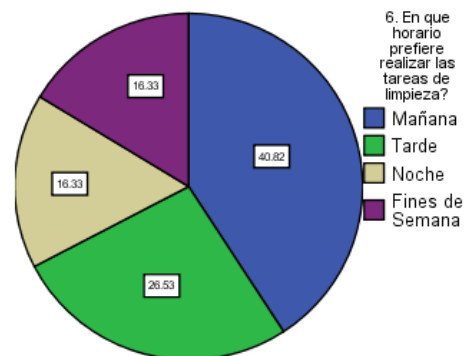


Análisis: Estos resultados nos indican que el tiempo promedio de limpieza de un hogar podría estar entre 3 y 4 horas, lo cual nos servirá para determinar la capacidad operativa de nuestra empresa.

Pregunta 6: ¿En qué horario prefiere realizar las tareas de limpieza?

Objetivo: Determinar la jornada más apropiada para realizar las tareas de limpieza de un hogar.

Interpretación: Existe una mayoritaria respuesta de realizar las tareas de limpieza entre la mañana y la tarde.

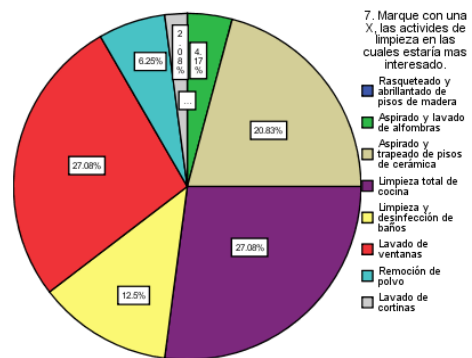


Análisis: De igual manera, estos resultados nos permiten planificar adecuadamente al personal operativo de la empresa.

Pregunta 7: Marque con una X, las actividades de limpieza en las cuales estaría más interesado.

Objetivo: Determinar los servicios más demandados por los clientes, en cuanto a las tareas de limpieza.

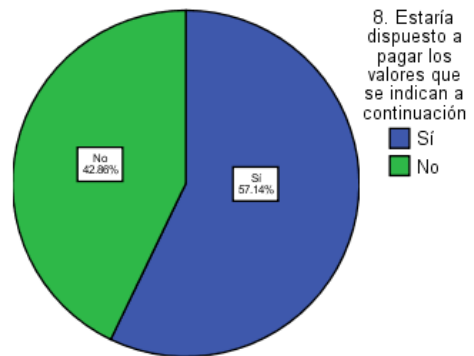
Interpretación: Existe una variada demanda en cuanto a los servicios requeridos, sin embargo, se destacan la limpieza de cocina, baños, ventanas y pisos.



Análisis: Estos resultados nos permiten prever los insumos necesarios para brindar la cobertura necesaria de los servicios con mayor demanda.

Pregunta 8: ¿Estaría dispuesto a pagar los valores que se indican?

Objetivo: Determinar la validez de los precios y aceptación de los mismos por parte de los potenciales clientes.

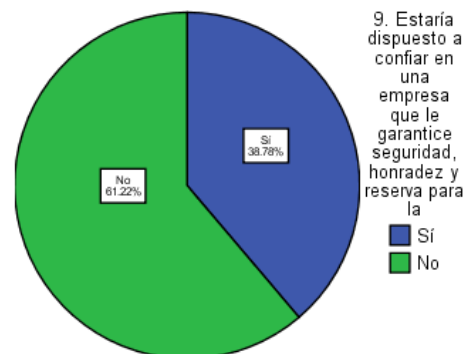


Interpretación: La mayoría estarían dispuestos a pagar los precios fijados por la empresa.

Análisis: Estos resultados nos permiten determinar precios competitivos sin afectar la captación de clientes potenciales.

Pregunta 9: ¿Estaría dispuesto a confiar en una empresa que le garantice seguridad, honradez y reserva?

Objetivo: Determinar el grado de confianza que tienen los hogares en permitir el ingreso a su intimidad familiar por parte personal externo de limpieza.

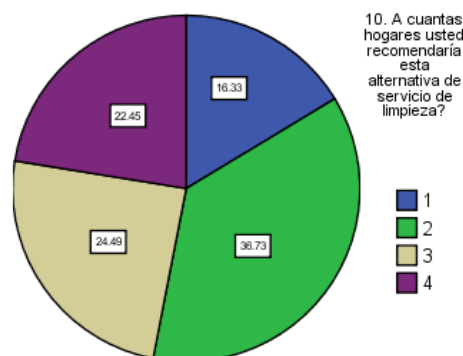


Interpretación: La mayoría nos ha dicho que desconfían del gaste extraña que ingrese a sus hogar.

Análisis: Estos resultados nos dan la pauta para crear primeramente un ambiente de confianza y honradez en los servicios brindados para revertir poco a poco este criterio de desconfianza.

Pregunta 10: ¿A cuántos hogares usted recomendaría esta alternativa de servicio de limpieza?

Objetivo: Determinar el grado de recomendación boca a boca por medio de experimentar un servicio satisfactorio.



Interpretación: La mayoría nos ha dicho que podría recomendar entre 1 y 2 personas dentro de su círculo de influencia.

Análisis: Estos resultados nos permiten estimar que si se brinda un excelente servicio, la recomendación estaría garantizada a través de los mismos clientes.

2.9. POSIBILIDADES DEL PROYECTO

2.9.1. CONDICIONES DE COMPETENCIA DEL PROYECTO

Las empresas en el mercado para ser competitivas tienen que ofrecer seguridad, eficiencia y calidad en el servicio; con ello garantizarán la tranquilidad y satisfacción del cliente. Por su parte, la empresa deberá utilizar equipos especializados e insumos que no sean nocivos a la salud, con el objeto de proteger al personal y a los usuarios, además el personal estará en continua capacitación y la empresa llevará un seguimiento de control para verificar la eficiencia y calidad brindada. Esto permitirá determinar, en caso de existir, cualquier anomalía a tiempo, para tomar las medidas correctivas oportunamente.

2.9.2. DEMANDA POTENCIAL DEL PROYECTO

Como se definió anteriormente, la demanda potencial del proyecto queda determinada en 8.200 viviendas aproximadamente, por esto determinamos que

tenemos un amplio sector de mercado para la expansión, brindando oportunidad de crecimiento sin tener el riesgo inmediato de saturación del mercado. La empresa estimó una cobertura inicial en el primer año de aproximadamente el 12% de este mercado potencial; es decir, 1.000 hogares para brindar los servicios en el primer periodo.

2.10. PROYECCIONES

Como ya se anotó los servicios que se esperan ofrecer están encaminados a satisfacer a los clientes más exigentes en lo que servicios de limpieza se refieren. Lo especial del proyecto estará en el hecho de que en una misma estructura se pueda contar con una gama de servicios.

La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor) con el fin de realizar actividades de producción o de intercambio de bienes o servicio que satisfacen las necesidades de un mercado en particular. En el presente proyecto, la empresa será una sociedad de responsabilidad limitada, aspecto al cual nos referiremos en el capítulo V, numeral 4 (Marco Legal).

La determinación de un nicho de mercado para una nueva empresa se origina cuando existe una diferencia entre la demanda esperada y la oferta que proporcionan las otras empresas, es decir, la industria; esta diferencia define el volumen de producción o de prestación de servicios inicial para la nueva empresa.

2.10.1. DE DEMANDA

Para determinar la demanda potencial del proyecto en cuestión, se ha segmentado el mercado estableciendo que el servicio de limpieza va a estar dirigido a aquellas familias cuyos ingresos promedios mensuales sean de \$700; es decir, familias con un nivel socio-económico de clase media en adelante.

La población de Cuenca según fuentes del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) a junio del 2009 es de 386.163 habitantes. Si esta cantidad es dividida para cuatro, resulta el número de familias en la ciudad de Cuenca en el área urbana, obteniéndose un valor de 96.540 familias. Según encuestas realizadas por el INEC el

65% de las familias; es decir, el rededor de 62.700 familias, no tuvo dificultad para pagar sus gastos; por lo tanto este sería el mercado potencia que demandaría los servicios de limpieza de nuestra empresa.

Adicionalmente, según el INEC, los hogares privados con servicio doméstico en el área urbana de Cuenca son 5.587 (aproximadamente el 15%), además se estima que existe una cobertura de la demanda por parte de las demás empresas de la ciudad de aproximadamente el 60% del mercado; además, se estima que el 30% de los hogares realizan su limpieza personalmente; por lo tanto, se estima una demanda potencia insatisfecha de aproximadamente 8.000 familias. La empresa estima cubrir al menos un 12% de la demanda potencial restante en el primer año de servicio, lo que nos arroja un valor aproximado de 1.000 familias. Esto nos exige tener una cobertura de servicio de al menos 4 familias por día, considerando días laborables de lunes a viernes.

Por lo tanto la demanda potencial para el servicio de limpieza es de 1.000 hogares, estimado que empleará para la elaboración del flujo de efectivo dentro del análisis financiero del proyecto.

Debido a la creciente participación de las mujeres en el ámbito laboral y empresarial, se ha instaurado la necesidad de requerir los servicios de empresas de limpieza calificadas.

Uno de los limitantes de las empresas de limpieza es la falta de conocimiento de los clientes acerca de los servicios ofertados, por lo tanto será necesario emprender una campaña agresiva de publicidad enfocada a promocionar de mejor manera los servicios. Por otro lado, según encuestas realizadas, se determinó que únicamente el 30% de las familias estarían dispuestas a confiar en personal de limpieza externo sin estar ellos presentes en sus hogares, esto obligaría a la empresa a poner en práctica estrategias de publicidad y técnicas psicológicas para ganar confianza y así lograr captar la demanda existente en el mercado.

2.10.2. DE OFERTA

Una investigación de la oferta de mercado en la ciudad de Cuenca nos muestra que las empresas que se dedican a brindar servicios de limpieza de hogares, oficinas e instituciones son las que se enuncian a continuación, siendo éstas las de mayor trayectoria y mayor aceptación en la ciudad:

- ALPHA SERVICIOS
- SERVILIMPIA
- DIMPLO'S
- EL MEJOR
- INTERSERVISE CÍA. LTDA.
- TALENPROSA
- PROCERLIMP
- RJV CIA. LTDA.
- SERVIMAN

Se estima que estas empresas cubren el 60% de la demanda potencial del mercado en la ciudad de Cuenca, por tal motivo, como se indicó anteriormente, nuestra empresa tendrá como objetivo cubrir un 10% del mercado disponible.

2.10.3. PROYECCIÓN DE VENTAS EN BASE AL TAMAÑO DEL PROYECTO

En base al mercado potencial disponible y al porcentaje que el emprendedor pretende alcanzar en el primer período se estima prudente integrar 4 operarios (2 cuadrillas de 2 operarios cada una) para tener una cobertura diaria de al menos 4 hogares; cada cuadrilla atiende al menos una casa en la mañana y otra en la tarde; es decir se lograría una cobertura de la demanda de 4 hogares por día, lo que nos da un total de 20 casas atendidas por semana.

En la siguiente tabla se detalla la proyección de ventas (servicios) sobre la base de 4 operarios.

Tabla 2.3: Proyección de Ventas en base al Tamaño del Proyecto

Proyección de Ventas	
hogares	1.000
semanas al año	52
días laborables por semana	5
días laborables en el año	260
Porcentaje de días festivos (4%)	10
días laborables netos en el año	250
horas x jornadas diaria	8
horas hombre en el año	1.997
número de trabajadores (operarios)	4
total de horas hombre al año	7.987
tiempo promedio estimado por casa	4,00
número de servicios de limpieza (cuadrillas de 2 personas)	998
casas servidas por día con 2 cuadrillas	4

Fuente: Autora

Se determina por lo tanto que el proyecto será dimensionado con 4 operarios para el primer año, pudiendo en el segundo incrementarse a 6, dependiendo de los resultados reales obtenidos y de la experiencia y prestigio ganado en el mercado.

El detalle de todos los cálculos requeridos para llegar al flujo de capital que se mostró en la tabla anterior, se pormenorizará en el estudio financiero (Capítulo IV).

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

3.1. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

A la hora de definir la planeación estratégica de una organización es importante tomar conciencia de que dicha planeación es el puntal principal en el desarrollo de la organización. La planeación estratégica nos debe llevar a obtener expectativas de solidez y consolidación.

Así mismo, es imperativo que la planeación permita alcanzar los siguientes objetivos y metas:

- Que efectivamente haya una aclaración de metas, objetivos, las estrategias y modos de lograrlo.
- Entender los objetivos fundamentales de la Empresa, su planeación, su práctica, a fin de definir y decidir la participación personal.
- Que los objetivos planeados y deseados tengan un buen resultado.
- En el ámbito de la Calidad, se debe enfocar en los siguientes aspectos:
- Hacer que los clientes sean considerados los más importantes. Todos los departamentos son clientes internos del resto de procesos.
- Retención de conceptos para aplicar calidad, seguridad y confiabilidad a las labores que se desarrollen en la empresa.
- Trabajo conjunto para alcanzar estándares de calidad.
- En el aspecto de consolidación de la empresa, hay que considerar lo siguiente:
- Consolidar las bases para conseguir la mejor unión y afianzamiento de las compañías.
- Que la empresa se consolide y se fortalezca con ella todos sus miembros.
- Fortalecimiento de todo el personal que posee la Empresa para ser competitivos.
- Tener conciencia de que la empresa se está formando para el futuro de sus colaboradores.

- Apertura, conocimiento, empuje.
- Finalmente, en el ámbito de satisfacción laboral, la planeación estratégica, debe abordar los siguientes aspectos:
- Comodidad y seguridad en el ambiente laboral.
- Organización para ganar – ganar, tanto la empresa como el trabajador.
- Crear, formar y hacer un grupo de trabajo unido, sin egoísmo, y con compañerismo.

3.1.1. ¿EN QUÉ CONSISTE LA ESTRATEGIA COMPETITIVA?

Esencialmente, la definición de una estrategia competitiva consiste en desarrollar una amplia fórmula de cómo la empresa va a competir, cuáles deben ser sus objetivos y que políticas serán necesarias para alcanzar tales objetivos.

La estrategia competitiva es una combinación de los fines (metas) por los cuales se está esforzando la empresa y los medios (políticas) con las cuales está buscando llegar a ellos.

A continuación se esquematiza el contexto en el cual se formula la estrategia competitiva:

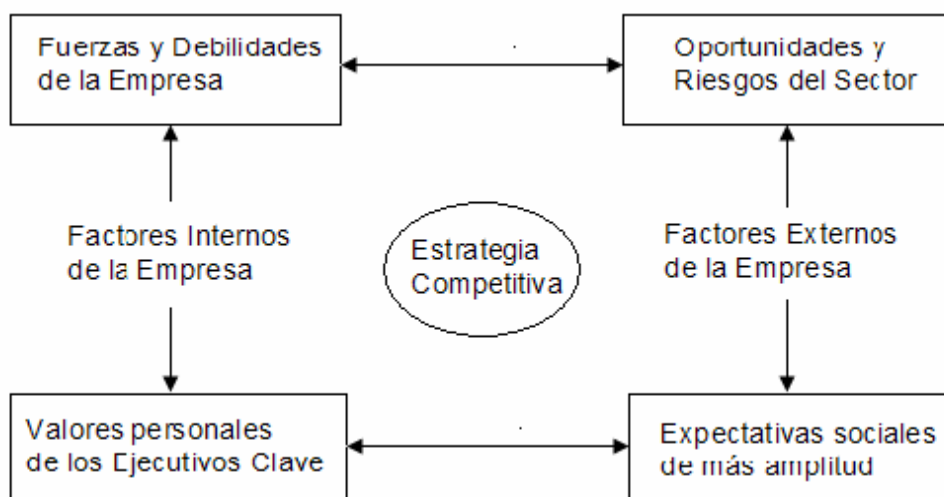


Gráfico 3.1: Estrategia Competitiva

Fuente: Autora

El Proceso para la formulación de una estrategia competitiva es el siguiente:

a. ¿En qué Sector del Mercado se encuentra posicionada actualmente la competencia?

- Identificación: ¿Cuál es la estrategia actual implícita o explícita?
- Suposiciones implícitas: ¿Qué suposiciones respecto a la posición relativa de la empresa, fuerzas y debilidades, competidores y tendencia del sector industrial deben hacerse para que tenga sentido la estrategia actual?

b. ¿Qué está sucediendo en el entorno?

- Análisis de la industria: ¿Cuáles son los factores clave para el éxito competitivo y las oportunidades y amenazas de importancia en el sector?
- Análisis del competidor: ¿Cuáles son las capacidades y limitaciones de las competencias existentes y potenciales, y sus acciones futuras probables?
- Análisis Social: ¿Qué factores gubernamentales, sociales y políticos presentarán oportunidades o amenazas?
- Fuerzas y Debilidades: Dado un análisis del sector y de la competencia. ¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la empresa, con relación a los competidores presentes y futuros?

c. ¿Qué es lo que debería estar haciendo la Empresa?

- Análisis de los supuestos y de la estrategia: ¿Cómo encajan los supuestos en la estrategia presente con relación al análisis precedente?
- Alternativas estratégicas: ¿Cuáles son las alternativas estratégicas factibles, dado el análisis anterior? ¿es actual la estrategia?
- Elección Estratégica: ¿Cuál alternativa se relaciona mejor con la posición de la compañía ante las oportunidades y peligros externos?

3.1.2. FUERZAS COMPETITIVAS

Para determinar la estrategia competitiva de una organización, es necesario descubrir las fuerzas competitivas que apremian a la organización, entre ellas están las siguientes (estos aspectos ya fueron analizados en el Capítulo II):

- Nuevos Ingresos
- Amenaza de sustitución
- Poder negociador de los compradores
- Poder negociador de los proveedores
- Rivalidad entre los actuales competidores

3.1.2.1. BARRERAS CONTRA EL INGRESO DE LA COMPETENCIA

Existen seis factores que actúan como barreras para el ingreso de la competencia:

- Economías de escala: Reducción de los costos unitarios en tanto que aumenta el volumen absoluto.
- Diferenciación del producto: Las empresas establecidas tienen identificación de marca y lealtad entre los clientes, lo cual se deriva de la publicidad del pasado, servicio al cliente, diferencias del producto o sencillamente por ser el primero en el sector.
- Requisitos de capital: La necesidad de invertir grandes recursos financieros para competir crea una barrera de ingreso, en particular si se requiere el capital para publicidad riesgosa o agresiva e irrecuperable, o en investigación y desarrollo. El capital puede ser necesario no sólo para las instalaciones de producción sino también para cosas como crédito al cliente, inventarios o para cubrir las pérdidas iniciales.
- Costos cambiantes: Los costos que tiene que hacer el comprador al cambiar de un proveedor a otro. Pueden incluir los costos de reentrenamiento del empleado, de nuevo equipo auxiliar, el tiempo para probar y calificar una nueva fuente, necesidad de ayuda técnica y el rediseño del producto.

- Acceso a los canales de distribución. La nueva empresa debe persuadir a los canales de que acepten su producto mediante reducción de precios, asignaciones para publicidad compartida y similar, lo cual reduce las utilidades.

Cuanto más limitados sean los canales de mayoreo o menudeo para un producto, es obvio que será más difícil el ingreso al sector industrial.

3.1.3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA SÚPER LÍMPIO

3.1.3.1. FILOSOFÍA

En el afán por definir el alcance de las actividades en términos de servicio y mercado, se ha pensado y ha discutido el concepto de la organización, y se ha acordado que la razón de ser de la empresa, debe formularse en una declaración de conceptos y actitudes que giren en torno a definiciones técnicas específicas.

Se reconoce que dicha declaración debe dirigir la razón fundamental de la compañía y establecer el rol que esta desempeña en su entorno, indicando con claridad el alcance y dirección de las actividades y debe proporcionar un esquema para la toma de decisiones por parte de las personas de los diferentes niveles de la organización.

Esa declaración corresponde a la Misión de la empresa, y se la define como el principio empresarial.

3.1.3.2. PRINCIPIO EMPRESARIAL

Aportar al desarrollo y bienestar de los hogares de la ciudad de Cuenca, suministrándole condiciones de saneamiento confiables, a través de las tareas de limpieza y de mantenimiento de hogares con altos niveles de eficiencia, calidad y rentabilidad, con personal calificado, buscando el bienestar de los clientes, empleados y trabajadores de la organización.

Las condiciones futuras básicas de la organización, estarán soportadas en la coherencia de las actividades cotidianas con ese principio empresarial declarado. La visión, declarada como el futuro, es el estímulo fundamental, es el estado esperado para la organización, a merced del cumplimiento de objetivos y de la mejora escalonada del desempeño.

3.1.3.3. FUTURO EMPRESARIAL

Ocupar una posición de liderazgo a nivel local y buscar posiciones de reconocimiento por factores de eficacia y productividad en los resultados profesionales asociados a las tareas de limpieza y saneamiento de hogares.

3.1.3.4. VALORES DE LA EMPRESA

La definición de la identidad como organización, está respaldada en primer lugar por los principios éticos y morales de quienes conforman la dirección de la empresa, planteando que las prácticas de compromiso y lealtad, permiten consolidar una imagen de altos valores, constituyéndose en una de las principales ventajas en el mundo de los negocios.

Se han definido políticas y normas en un código de ética, como soporte para la toma de las decisiones, y que se han establecido como tradición del comportamiento organizacional.

Por esto, las actividades cotidianas, el comportamiento ético y el compromiso y lealtad enmarcados en principios de justicia y preocupación por los demás, le permiten a la organización sintetizar los argumentos en lo siguiente:

- “Sabemos lo que tenemos que hacer y lo hacemos bien. Así trabajamos para la excelencia.”
- “Nuestros métodos de trabajo y sus resultados, se deben a la experiencia no a la casualidad”.
- “Las decisiones y acciones están respaldadas por la integridad de nuestra gente”.

- “Nuestros logros y éxitos son producto de la conciencia y la alegría del trabajo en equipo”.

3.1.4. MISIÓN

La misión de la empresa es la de satisfacer los requerimientos de servicios de saneamiento y limpieza de hogares, con profesionalismo, calidad y rentabilidad, con el concurso de personal calificado de excelencia con sólidos valores morales, éticos y de pertenencia, sin descuidar la satisfacción de todos los grupos de interés.

“Prestar servicios de saneamiento y limpieza de hogares con altos niveles de eficiencia, calidad y rentabilidad, con el concurso de personal calificado con sólidos valores morales, éticos y de pertenencia, buscando la satisfacción de todos los grupos de interés”.

3.1.5. VISIÓN

La visión inicial de “Súper Limpio” es:

“Ser una empresa líder a nivel local en servicios de saneamiento y limpieza de hogares mediante la utilización de nueva tecnología y personal especializado, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y la organización”

3.1.6. OBJETIVOS

Las metas grandes y audaces que se propone la empresa son:

- Realizar todas las actividades procurando la excelencia.
- Realizar todos los esfuerzos y competencias para la completa satisfacción de los clientes.
- Ser competitivos, procurando los mejores réditos para los accionistas, socios estratégicos y trabajadores.
- Ampliar las operaciones en otras regiones del país.
- Hacer alianzas estratégicas, en procura del cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos.

- Ser una empresa que realice sus actividades en base a la planificación, investigación y desarrollo, en procura de la innovación y la productividad.
- Capacitar al personal y contribuir con la formación de nuevos, mediante convenios con centros de capacitación.
- Actuar con responsabilidad social y la preservación del medio ambiente.
- Mejoramiento continuo en la eficiencia y calidad del servicio.
- Reforzamiento de la posición competitiva y aprovechamiento de las nuevas oportunidades.
- Valorizar la potencial competencia, buscando nuevos mercados y el ingreso a nuevos negocios.

La puesta en marcha del plan requiere la existencia de unas condiciones de entorno mínimas que aseguren su implantación:

- Cultura y visión de la empresa.
- Definición de un modelo organizativo y funcional de las actividades de la empresa.
- Establecimiento de los recursos tecnológicos y financieros.

3.1.7. POLÍTICAS

La empresa “Súper Limpio” ha definido como política de acción la siguiente:

“La competencia de nuestro personal, su responsabilidad y compromiso, se reflejan en una organización orientada al mejoramiento permanente, la optimización de recursos y a la satisfacción de necesidades y expectativas del cliente en los servicios de saneamiento y limpieza de hogares”.

3.1.7.1. OBJETIVOS DE CALIDAD

Los objetivos de calidad están fundamentados en el cumplimiento de los requisitos que se establecen en la implementación del sistema de gestión.

En coherencia con la política de calidad, se definen los objetivos del sistema de gestión, identificados como los de mayor relevancia, sin desconocer los objetivos específicos identificados en los diferentes procesos.

El seguimiento al cumplimiento de esos objetivos, a través de sus indicadores respectivos, su frecuencia de medición y las metas asociadas, está bajo la responsabilidad de la dirección, dentro de las actividades del proceso gestión de calidad.

Los objetivos de calidad son:

- Mantener los índices de calidad y servicio en todos los trabajos realizados.
- Cumplir las competencias del personal requeridas por el cliente.
- Optimizar la productividad del recurso humano.

3.1.7.2. ESTRUCTURA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE “SÚPER LÍMPIO”

Con el propósito de elaborar el plan estratégico se debe seguir el proceso de administración estratégica hasta llegar a la estrategia a nivel de negocio o estrategia global, en el caso de que la empresa desarrolle esta última actividad, su estructura tendrá los siguientes elementos:

3.1.7.2.1. VALORES FILOSÓFICOS

Lema: “Servicios profesionales de calidad, nuestro capital intelectual expresa la excelencia y el valor de nuestra Empresa”.

Implicación:

- Ser prescindibles en el día a día, a través de la creación de procesos adecuados y del compromiso de la dirección en la administración de las políticas y herramientas de recursos humanos.
- Generar la cultura de innovación y desafíos aplicada al éxito de los negocios.

- Aumentar el capital intelectual desarrollando los mejores talentos en el marco de la diversidad.
- Coherencia entre los mensajes y acciones de la organización.
- Fomentar la calidad de vida promoviendo el equilibrio entre vida personal y profesional.

3.1.7.2.2. VALORES PERSONALES

- Responsabilidad
- Experiencia
- Capacidad
- Trabajo honesto
- Confianza
- Honestidad
- Autovaloración
- Transparencia
- Lealtad
- Conocimiento
- Innovación
- Liderazgo
- Unión
- Respeto

3.1.7.2.3. VALORES DE TRABAJO

- Calidad de servicio
- Mística de trabajo
- Atención oportuna a los requerimientos presentados
- Calidad humana del grupo
- Predisposición al cambio
- Cooperación y trabajo en equipo
- Proactividad

3.1.8. ESTRATEGIAS

Para cumplir la misión y objetivos estratégicos, corresponde a la administración de la empresa desarrollar las siguientes estrategias:

- Cumplir y hacer cumplir el plan para la administración estratégica, revisando y ajustando periódicamente con la participación de todos los actores.
- Hacer que la empresa obtenga reconocimiento local por su calidad y profesionalismo,
- Mantener directivos innovadores capacitados con gran visión.
- Establecer un modelo de reuniones de coordinación y retroalimentación.
- Implantar sistemas de control gerencial, con indicadores de gestión.
- Implantar estrategias para el manejo de imagen corporativa.
- Obtener certificaciones de calidad.
- Desarrollar esquemas y estrategias para la intervención en procesos licitatorios y formulación de ofertas.
- Mantenimiento del valor técnico y económico de las instalaciones.
- Atención a la seguridad y salud personal y colectiva y cuidado del medio ambiente.
- Optimización de resultados: mejora de rendimientos y prácticas operativas apoyadas en la automatización.
- Calidad de servicio y mejora de la gestión: tecnologías y sistemas de información y procesos.
- Captación de nuevas oportunidades y servicios: adopción y desarrollo de tecnologías emergentes.
- Utilización de equipos y materiales de última tecnología.
- Incorporación de procedimientos de punta.
- Cumplimiento de la normativa y estándares.
- Cumplimiento de normas de seguridad e higiene industrial.
- Optimizar los procedimientos de cada actividad.

- Establecer las especificaciones de herramientas y equipos de prueba, e instrumentos de trabajo.
- Actualización de procedimientos de ejecución.
- Mantener la estabilidad financiera, mediante el manejo y control idóneo de los aspectos contables y financieros.
- Establecer sistemas de control de costos.
- Tomar acciones para el manejo del comportamiento organizacional.
- Disponer de un sistema propio de comunicación y transporte.
- Tener los mejores colaboradores retribuyéndoles con honorarios, salarios y beneficios acordes a la realidad económica de nuestro país, mediante evaluación de desempeño, medición del clima laboral.
- Desarrollar un plan de carrera.
- Coordinar y vigilar con eficacia, eficiencia y calidad todos los subprocesos y las actividades que requiera la empresa en los lugares en donde ésta preste sus servicios.
- Planificar oportunamente la adquisición, entrega de insumos y materiales necesarios para su logística.
- Elaborar anualmente el cronograma detallado de actividades, para la toma de decisiones oportunas que maximicen los recursos.
- Lograr buenas relaciones con los clientes, proveedores y con todos aquellos que requieran de los servicios de la empresa.
- Implementar un sistema de gestión de calidad.

3.1.8.1. CICLO DE VIDA INSTITUCIONAL

Del análisis de los competidores y la rivalidad existente, se desprende que la empresa se encuentra en la etapa de “Formación” donde la rivalidad es alta y la demanda de los servicios es creciente.

3.2. ORGANIZACIÓN

La organización de un proyecto es tan importante que puede haber muchos proyectos técnica y económicamente viables pero por carecer de algunos de los

aspectos de la organización no se pudieron materializar, o bien su materialización fue un fracaso.

Toda forma empresarial tiene que nacer bajo estructuras sólidas y una de ellas es su organización, en la que se definen la estructura funcional de la empresa y la función de cada persona relacionada con ella.

3.2.1. ÁREAS FUNCIONALES

En las organizaciones modernas ya no existen los *supermanes* (aquel individuo que hacía de todo: vendedor, contador, difusión, etc.), hoy en día nadie puede ser indispensable, el trabajo en equipo encaminados hacia un objetivo común, ha permitido que las áreas o departamentos cumplan un rol importante en la consecución de los objetivos y la visión dentro de la empresa, por tal motivo, dependiendo la magnitud de la empresa es necesario establecer estas áreas funcionales para un mejor desenvolvimiento de las personas que laboran dentro de ella.

3.2.1.1. ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

La organización administrativa deberá contemplar el esquema general y específico para operar normalmente la empresa. Se consideran los niveles jerárquicos, número de personas, montos, salarios y prestaciones que se requieran para satisfacer las características de cada uno de los niveles de responsabilidad. Se deberán asumir funciones y responsabilidades de los puestos estratégicos de la organización.

Se podrá formular un organigrama que permita visualizar gráficamente tanto el número de personas como sus niveles jerárquicos.

3.2.1.2. ORGANIZACIÓN DURANTE LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS

Concluida la etapa de pre inversión entra la etapa decisoria de invertir o no en el proyecto estudiado. Esta etapa puede depender de la evaluación reportada y de la disponibilidad de recursos. Cuando el proyecto implica grandes inversiones y no se

dispone de los recursos suficientes, la decisión de inversión se complementa con la etapa de gestión de recursos, o sea la de obtener financiamiento necesario.

Al formular la etapa de pre inversión se identifica la capacidad financiera del grupo o entidad que realizará el proyecto. Por lo tanto se estará en condiciones de prever las necesidades de una organización que sustente la gestión de recursos financieros, el lapso y el personal que podrán consolidar la viabilidad del proyecto. Esto implica inversión ya que la presentación del proyecto ante las fuentes de financiamiento representa un tiempo y costo.

3.2.1.3. ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN

Cuando el proyecto sea muy complejo y grande es conveniente que se estructure una organización temporal para su ejecución. Se entiende como tal delimitación de responsabilidades para la licitación o invitación a diferentes proveedores, para la construcción, adquisición de maquinaria y equipo, etc.

Prever la organización para la ejecución es necesario desde el momento en que se formula el estudio, en atención a que implica un costo, mismo que tiene y que deberá estar contenido en los renglones de inversión diferida.

3.2.1.4. PREVISIONES DEL IMPACTO ECOLÓGICO

Hay que tomar en consideración que una actividad puede ser prohibida por la legislación local si no se investiga oportunamente y los costos que resulta para proteger el ambiente puedan resultar onerosos y que la rentabilidad de las inversiones sea poco atractiva.

3.3. ORGANIGRAMA

Para lograr el funcionamiento adecuado de las estrategias planificadas, la empresa ha adoptado una estructura plana basada en la delegación de responsabilidades, tareas y autoridad. En su estructura se contempla la siguiente estructura:

- Gerente-Propietario
- Área Legal y de Recursos Humanos
- Área de Servicios y Operación (cuadrillas de trabajadores)
- Área Financiera y Contable
- Área de Abastecimientos y Compras
- Área de Transporte y Logística
- Área de soporte (Tecnología de la Información)

Para nuestro proyecto se ha establecido el siguiente organigrama funcional:

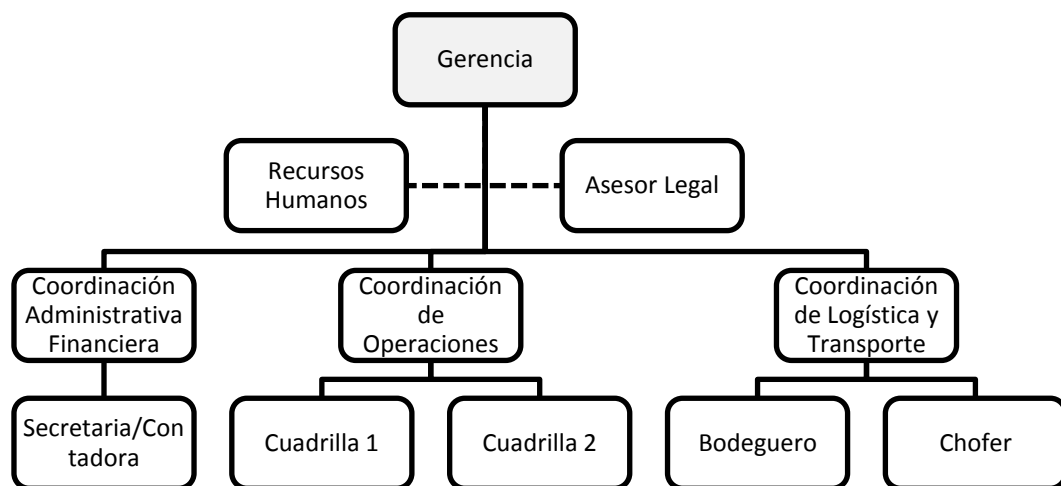


Gráfico 3.2: Organigrama

Fuente: Autora

En el diagrama se muestra la organización departamental. En virtud de que el emprendimiento es limitado en cuanto a los recursos económicos que el inversionista podrá realizar, se ha dispuesto que algunas actividades sean realizadas por una misma persona. A continuación se detalla las actividades de cada uno de los colaboradores:

- Gerente:
 - Administración
 - Gerencia de la empresa
- Contador(a):
 - Realizará las actividades inherentes al área contable

- Coordinación de actividades administrativas
- Actividades de secretaría
- Auditoría y control
- Manejo de mensajería
- Publicidad
- Bodeguero:
 - Realizará las actividades inherentes al cargo de bodeguero (custodia de insumos y equipos)
 - Adicionalmente será el responsable de contactar a los proveedores y recibir la mercadería.
 - Además estará a su cargo la logística de la empresa (transporte, traslados, envíos, etc.)
 - Mantenimiento de vehículo
- Operarios (4 personas):
 - Brindar el servicio de limpieza a los clientes
 - Mantenimiento preventivo de maquinaria, equipos y herramientas
 - Custodiar los insumos entregados a su cargo
 - Ocasionalmente tareas de transporte
- Servicios externos (tercerizados):
 - Servicios de Tecnología de la Información
 - Servicios Legales
 - Servicios de Recursos Humanos (selección y contratación)

Entre las opciones estratégicas que diferencian a la empresa de la competencia la más importante es el alto grado de especialización requerido para brindar un servicio confiable.

Los grupos estratégicos que se encargarán de cumplir los diferentes objetivos planteados son las áreas funcionales mencionadas anteriormente. A fin de lograr la integración de cada una de ellas e implementar la estrategia, se reforzará la cultura organizacional que sostenga la estrategia.

La empresa busca alinearse bajo las siguientes habilidades distintivas:

- El trabajo en equipo, entre las personas integrantes de la organización como con los accionistas y clientes, para resolver los problemas en forma ágil y oportuna, aportando nuevas y creativas soluciones;
- El liderazgo, que genere una motivación permanente desechando prácticas en las que adoptan el facilismo o la confianza excesiva.
- La seguridad y salud en el trabajo, que todo el conjunto humano ejecute sus tareas y actividades enmarcados en las normas de seguridad y salud en el trabajo;
- La flexibilidad de cada una de las personas que trabajan en la compañía, que les permita buscar permanentemente las mejores maneras para alcanzar resultados, además de la disponibilidad para asumir nuevos tipos de tareas, en los diferentes procesos que se incorporan dentro de las responsabilidades, todo esto en forma oportuna;
- La excelencia, que logra en los integrantes de la compañía adquieran conciencia de que la calidad de su trabajo es muy importante, como parte de un todo, para el logro de los objetivos que se propone el conjunto;
- La iniciativa, que, incentivada por una estructura cada vez más plana, permite a cada trabajador dar lo mejor de sí mismo.

Para la empresa “Súper Limpio”, es relevante su recurso humano ya que constituye su principal recurso para lograr los objetivos y metas organizacionales propuestos, es por esta razón que se debe dar lo mejor de la compañía con el objetivo de que sus integrantes se sientan a gusto y dar facilidad a sus aspiraciones, esta constituye la principal vía para motivar al personal y enfrentarlo con los nuevos desafíos.

3.4. PLANIFICACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

3.4.1. RECLUTAMIENTO

Es un conjunto de procedimientos orientado a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la organización. Es en

esencia un sistema de información mediante el cual la organización divulga y ofrece al mercado de recursos humanos las oportunidades de empleo que pretende llenar.

El reclutamiento es el proceso de identificar e interesar a candidatos capacitados para llenar una vacante. El proceso de reclutamiento se inicia con la búsqueda y termina cuando se reciben las solicitudes de empleo.

Las descripciones de puesto, constituyen un instrumento esencial, para los reclutadores; ya que proporcionan la información básica sobre las funciones y responsabilidades que incluye cada vacante.

Por lo general, los reclutadores llevan a cabo varios pasos. El reclutador identifica las vacantes mediante la planeación de recursos humanos o a petición del área que requiera el personal. Se referirá tanto a las necesidades del puesto como a las características de la persona que lo desempeñe, poniéndose en contacto con el gerente que solicitó el nuevo empleado.

Los reclutadores deben considerar el entorno en que habrán de moverse. Los elementos más importantes que influyen en el entorno son:

- Disponibilidad interna y externa de recursos humanos
- Políticas de la compañía
- Planes de recursos humanos
- Prácticas de reclutamiento
- Requerimientos del puesto

3.4.1.1. CLASES DE RECLUTAMIENTOS

3.4.1.1.1. RECLUTAMIENTO INTERNO

El reclutamiento es interno cuando, al presentarse determinada vacante, la empresa intenta llenarla mediante la reubicación de los empleados, los cuales pueden ser ascendidos (movimiento vertical) o transferidos (movimiento horizontal) o trasferidos con promoción (movimiento diagonal).

3.4.1.1.2. RECLUTAMIENTO EXTERNO

El reclutamiento es externo cuando al existir determinada vacante, una organización intenta llenarla con personas extrañas, vale decir, con candidatos externos atraídos por las técnicas de reclutamiento.

En la tarea de atraer candidatos podemos ver el papel que juegan los tres niveles que están más relacionados en una empresa con una selección específica.

En primer lugar, la administración o Gerencia, mediante la definición de las políticas generales que se aplican en el reclutamiento. Es conveniente tener en cuenta que estas políticas que define la gerencia resultan de la consideración de puntos de vista diversos de las partes interesadas. Además, influyen las características contingentes que puedan estar afectando las condiciones en que se lleva a cabo el proceso de reclutamiento y selección, en el mercado laboral.

En segundo lugar, está el área de Recursos Humanos, que prestará el apoyo logística y técnico al proceso de reclutamiento, en el marco de las políticas definidas por la gerencia. Como esta tarea es básicamente asesora, puede ser hecha en forma interna o externa. En empresas medianas y pequeñas es probable que el área de personal sea muy básica (o prácticamente no exista) y, por lo tanto, se busque un apoyo de asesores externos en los procesos de reclutamiento y selección. Esta asesoría se puede solicitar en forma muy flexible: desde el proceso completo, que puede incluir definición de las necesidades de personal, requerimientos del cargo, diseño del aviso y selección de medios donde publicar el anuncio, aplicación de pruebas o test relevantes y de entrevistas a los postulantes considerados, hasta presentar a la empresa, idealmente, de tres a cinco personas calificadas. Así, podrá hacer la selección final teniendo en cuenta factores como son la adaptabilidad del postulante a la cultura de la empresa, y la facilidad de sus relaciones interpersonales con los miembros de la organización. Existen también posibilidades intermedias, es decir, solicitar solo ciertos servicios de los mencionados. Es muy común es caso de las empresas que hacen gran parte del proceso pero encargan, por su naturaleza especializada, la evaluación psicológica de los postulantes a profesionales experimentados.

En tercer lugar, esta la línea que recibe el servicio de asesoría – ya sea del área de personal o externo de la empresa – quien deberá tomar la decisión final respecto a los postulantes, ya que es el área o departamento que estará en contacto permanente con el desempleo y que es quien, en definitiva, es responsable de su desempeño.

3.4.2. SELECCIÓN DE PERSONAL

Es el proceso por el cual una empresa elige de una lista de postulantes a la o las personas que mejor satisfacen los criterios de selección para el cargo disponible, considerando las condiciones internas y del entorno.

Así como el reclutamiento intenta obtener el mayor número de postulantes posibles que cumplan con los requerimientos planteados por la empresa, la selección va aplicando diferentes procesos sucesivos en que se va reduciendo el número de postulantes, eliminando a aquellos que no satisfacen adecuadamente los criterios de selección. En este proceso se aplican primero los criterios de menor costo, ya que hay mayor número de candidatos.

Para el final se dejan aquellos de mayor costo. Por ejemplo, en una primera etapa se seleccionará los currículos o solicitudes de empleo que efectivamente cumplen con los requisitos (profesión, experiencia, edad, etc.) En cambio, si la empresa desea hacer exámenes médicos de los postulantes, esto se hará en las etapas finales del proceso, debido a su mayor costo.

3.4.2.1. PROCESO DE SELECCIÓN

La selección implica evaluar a los postulantes en varios aspectos o dimensiones, algunos muy objetivos, concretos y mensurables; y otros abstractos, de juicio y apreciación. Así también, se puede señalar que no hay un procedimiento estandarizado de selección. Incluso en una misma empresa se suelen usar distintas formas de selección. Las de niveles más altos son más completas y rigurosas. A modo de ejemplo, se puede señalar un proceso bastante representativo:

- Currículo y/o solicitud de empleo

- Entrevista inicial, unidad de Recursos Humanos
- Pruebas o test
- Investigación de antecedentes
- Selección preliminar, unidad de Recursos Humanos
- Entrevistas de la línea (eventuales supervisores)
- Exámenes médicos
- Selección final, hecha por la línea (a veces, en coordinación con Recursos Humanos)
- Contratación

En cada etapa se va reduciendo el número de candidatos. Típicamente, Recursos Humanos va haciendo el proceso de selección hasta determinar quiénes serán enviados a las cabezas de áreas o supervisores inmediatos de los cargos en búsqueda de persona, para la selección final. Esta decisión la debe tomar la línea, por lo cual es muy importante que esté capacitada para hacerla técnicamente bien. Los pasos finales de la selección son coordinados con Recursos Humanos, quien controla aspectos tales como escalas de remuneraciones y beneficios.

En relación a la verificación de antecedentes es conveniente recalcar que, generalmente no se hace cuando la selección es hecha por una firma consultora, salvo que esté acordado expresamente por las partes. Por lo tanto, será responsabilidad de la empresa el realizar esta tarea. La verificación puede incluir aspectos tales como efectividad del trabajo desarrollado por el postulante en otras organizaciones. Esto puede ser fácil y confiable.

Sin embargo, si la verificación incluye recomendaciones, éstas deben ser objeto de mayor cautela, ya que por distintas razones, quien la da, puede estar sesgado en su recomendación respecto a un postulante.

3.4.2.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN

- Los criterios de selección que están incluidos en las etapas mencionadas anteriormente, pueden ser muchos y muy variados, pero se pueden resumir en los siguientes:
- Educación formal. Se puede caer en la tentación de preferir más o menos. Lo importante es establecer las necesidades reales para el cargo (eventualmente, pensando en un potencial para desarrollo futuro). Algunas empresas prefieren ciertas instituciones educacionales a otras, o exigen determinados promedios, o ubicación final en los estudios (por ejemplo, 25% superior del curso).
- Experiencia. Para una empresa, el lugar donde el postulante ha adquirido su experiencia laboral será más o menos atractivo. Se preferirá la experiencia adquirida en organizaciones preocupadas de la capacitación de su personal y de reconocidos buenos procedimientos de trabajo.
- Características físicas. Deben estar relacionadas con el trabajo, y pueden estar referidas, por ejemplo, a coordinación psico-motora, vista, fuerza, etc. Todas estas características pueden ser sometidas a pruebas.
- Características personales y tipos de personalidad. Este grupo de criterios es como una 'caja negra', que incluye a su vez variados factores, algunos de los cuales pueden presentar alta subjetividad. Por ejemplo, una empresa puede preferir personas casadas. La experiencia de muchas empresas muestra que los vendedores casados venden más, generan más comisiones que los solteros. Esto se asocia con que el tener, usualmente, más responsabilidades económicas, los hace ser más motivados, agresivos y con empuje en sus tareas de ventas.

En relación a características de personalidad, se suele preferir personas extrovertidas, especialmente cuando su trabajo se relaciona con atención al público o clientela, en el que una buena relación interpersonal será un factor de éxito importante.

3.4.2.3. ORIENTACIÓN O INDUCCIÓN

Es considerada una actividad menor, dentro de las actividades de personal, y no existe mucha investigación científica respecto de ella. El énfasis que se da a la orientación es muy diverso según cada empresa. Las organizaciones que desean desarrollar una cultura muy distintiva o tienen una cultura organizacional fuerte, le dan mucha importancia a lo que podríamos llamar socialización de los recién llegados, que en este tipo de empresas, son personas que generalmente lo hacen a cargos de entrada.

La orientación, inducción, o socialización – términos que podemos utilizar como sinónimos – se refieren a la actividad de personal que introduce a un nuevo trabajador a la empresa, sus tareas, sus superiores y su grupo de trabajo.

Un programa formal de orientación generalmente cubre los siguientes aspectos:

- Historia de la empresa y sus políticas generales.
- Descripción de los productos y servicios de la compañía.
- Organización de la empresa.
- Políticas y prácticas de personal.
- Normas y medidas de seguridad.
- Remuneraciones, beneficios y servicios provistos por la empresa y rutinas de trabajo.

3.4.3. CAPACITACIÓN Y DESARROLLO

Es la gestión integrada e integral del desarrollo personal de los funcionarios y demás colaboradores, para fortalecer su visión crítica, su sentido solidario y de pertenencia; propiciando la competitividad de la empresa, implica la intervención planificada y participativa en el desarrollo de actitudes, valores, destrezas y conocimientos requeridos para el logro de objetivos de la empresa.

Significa el proceso integral del hombre, es decir comprende la adquisición del conocimiento, el fortalecimiento de la voluntad, la disciplina del carácter y la adquisición de todas las habilidades y destrezas requeridas por los colaboradores, para alcanzar la eficacia y excelencia en la realización de sus tareas, funciones y responsabilidades. El ingrediente esencial para alcanzar el éxito institucional hasta llegar a una excelencia - administrativa es la capacitación del personal.

Ninguna organización puede alcanzar el éxito sin cierto grado de compromiso y esfuerzo de sus miembros, sobre todo en un mundo como el de hoy donde los retos de competitividad, intensificados por la globalización de los mercados, obligan a las empresas e instituciones a aprovechar en mayor grado la iniciativa y creatividad de sus colaboradores.

Para mantener el grado de compromiso y esfuerzo, las organizaciones tienen que propiciar climas laborales positivos que les faculte valorar adecuadamente la cooperación de sus miembros, estableciendo mecanismos que le permitan disponer de una fuerza de trabajo suficientemente eficiente y eficaz que conduzca al logro de los objetivos y metas de la organización, y al mismo tiempo logre satisfacer las aspiraciones de sus integrantes.

El desarrollo efectivo en la empresa implica planeamiento, estructuración, educación, y capacitación para brindar conocimiento destrezas y compromiso de sus colaboradores utilizándolos creativamente como herramientas para brindar poder.

El desarrollo del potencial humano implica no simplemente pensar en términos de aumento de la cantidad y la calidad del capital inteligente o recurso humano. Esta labor debe abarcar otros frentes. El verdadero desarrollo humano es aquel que también se dirige a alcanzar y defender la equidad, generar empleo, proteger el medio ambiente, aumentar los niveles de educación, salud y nivel de vida de las personas, pensando no solo en el presente sino en las generaciones futuras.

La administración de Recursos Humanos tiene como una de sus tareas proporcionar la capacitación humana, requerida por las necesidades de los puestos o de la organización. Aunque la capacitación auxilia a los miembros de la organización a

desempeñar su trabajo actual, sus beneficios pueden prolongarse a toda su vida laboral y pueden auxiliar en el desarrollo de esa persona para cumplir futuras responsabilidades.

No se debe olvidar que las empresas u organizaciones dependen para su funcionamiento, evolución y logros de objetivos, primordialmente del elemento humano o capital intelectual con que cuenta.

Por ello debe poner toda su atención en los requerimientos de sus necesidades de desarrollo personal.

La capacitación es un proceso educacional de carácter estratégico aplicado de manera organizada y sistémica, mediante el cual los colaboradores adquieren o desarrollan conocimientos y habilidades específicas relativas al trabajo, y modifica sus actitudes frente a los quehaceres de la organización, el puesto o el ambiente laboral.

Como componente del proceso de desarrollo de los recursos humanos, la capacitación implica por un lado, una sucesión definida de condiciones y etapas orientadas a lograr la integración del colaborador a su puesto de trabajo, y/o la organización, el incremento y mantenimiento de su eficiencia, así como su progreso personal y laboral en la empresa, y, por otro lado un conjunto de métodos, técnicas y recursos para el desarrollo de los planes y la implantación de acciones específicas de la organización para su normal desarrollo de sus actividades.

En tal sentido la capacitación constituye factor importante para que el colaborador brinde el mejor aporte en el puesto o cargo asignado, ya que es un proceso constante que busca la eficiencia y la mayor productividad en el desarrollo de sus actividades, así mismo contribuye a elevar el rendimiento, la moral y el ingenio creativo del colaborador

La capacidad de aprender con mayor rapidez que los competidores quizás sea la única ventaja competitiva sostenible. Requerimos convertir nuestras organizaciones en “Organizaciones Inteligentes, Creativas”, con capacidad de ver la realidad desde nuevas perspectivas.

El prestigio, reconocimiento y rendimiento laboral de una organización dependen en primer lugar de la atención profesional y del buen trato que brinde su personal a los usuarios o clientes en todo contacto interpersonal que se tenga con ellos y en segundo lugar, de las óptimas relaciones interpersonales que existan entre todos los miembros que componen la organización.

Por estas razones y con la finalidad de mantener y asegurar el prestigio ganado a través de los años, es necesario que dentro de los procesos de capacitación se deben desarrollar las siguientes potencialidades humanas: flexibilidad, originalidad, creatividad, espíritu de innovación, calidez y actitud de mejora continua.

Es necesario reiterar que la capacitación no es un gasto, por el contrario, es una inversión que redundara en beneficio de la institución y de los miembros que la conforman. Desarrollar las capacidades del colaborador, proporciona beneficios para los empleados y para la organización. Ayuda a los colaboradores aumentando sus habilidades y cualidades y beneficia a la organización incrementando las habilidades del personal de una manera costo-efectiva. Dado que el acceso a la capacitación con información actualizada nos da la oportunidad de estar en mejores condiciones para ser competitivos en nuestras perspectivas laborales y profesionales.

Por ello la capacitación y desarrollo del recurso humano, son las acciones claves para el cambio positivo de los colaboradores, siendo estos en las aptitudes, conocimientos, actitudes y en la conducta social, lo que va traer consigo mantener el liderazgo tecnológico, el trabajo en equipo y la armonía entre las personas colaboradoras dentro de una organización.

La capacitación y desarrollo son formas de educación orientados a mejorar la percepción habilidad, destreza, motivación, etc. de los colaboradores. Siendo necesario e imprescindible planificar y elaborar un plan de capacitación.

Existe una serie de formas de capacitación, siendo la más fundamental, la capacitación técnica, pero también tiene que abarcar aspectos humanos y sociales, con el cual el colaborador incrementa también su nivel cultural y al mismo tiempo se vuelve más humano

Los principales objetivos de la capacitación y desarrollo humano son:

- Preparar a los colaboradores para la ejecución de las diversas tareas y responsabilidades de la organización.
- Proporcionar oportunidades para el continuo desarrollo personal, no sólo en sus cargos actuales sino también para otras funciones para las cuales el colaborador puede ser considerado.
- Cambiar la actitud de los colaboradores, con varias finalidades, entre las cuales están crear un clima más propicio y armoniosos entre los colaboradores, aumentar su motivación y hacerlos más receptivos a las técnicas de supervisión y gerencia.

Todo el personal de de la empresa será seleccionado cuidadosamente analizando no sólo la aptitud profesional, sino también sus referencias, grupo familiar, trabajos anteriores y antecedentes.

Se le transmite capacitación respecto de la tarea a realizar, las características del cliente, la importancia de la calidad, manejo de maquinaria, información sobre normas de seguridad e higiene, utilización de los productos de limpieza y su forma eficaz de uso.

3.5. PLAN DE EJECUCIÓN

3.5.1. ESPECIFICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

El Plan de Ejecución es la descripción del trabajo que debe realizarse a fin de ejecutar el proyecto. Este plan consta de dos partes:

- Un plan de ejecución detallado, en el que se hace una descripción pormenorizada del trabajo que debe efectuarse durante el período, junto con un plan financiero detallado para ese mismo período con estimaciones de los costes subvencionables desglosados por contratista y por actividad.
- Un plan de ejecución esquemático, en el que se hace una descripción general del trabajo que debe efectuarse durante todo el período de

duración del proyecto, incluido un plan de acción no confidencial para el fomento de la igualdad entre hombres y mujeres dentro del proyecto.



Gráfico 3.3: Preparación del Plan de Ejecución

Fuente: Autora

El diseño del plan de ejecución del proyecto constituye un paso muy importante que requiere una profunda reflexión, ya que las modificaciones son mucho más costosas una vez implantados los sistemas.

Antes de desarrollar un plan de este tipo, se debe tomar el suficiente tiempo para reflexionar sobre cuáles son las cuestiones principales que deberá abordar el plan:

- ¿Qué ventajas se prevé que ofrezca a las partes interesadas?
- ¿Cuáles son los riesgos?
- ¿Qué tipo de tecnología necesita?
- ¿Qué servicios cubrirá el plan?
- ¿Qué personal se verá involucrado en el proceso?
- ¿Cómo podemos garantizar un rendimiento óptimo?
- ¿Cómo puede realizarse el mantenimiento del sistema a largo plazo?

Una vez que hayan analizado sobre las respuestas a estas preguntas, es el momento de dar el siguiente paso: elaboración de un plan detallado de ejecución del proyecto.

Se debe tomar el tiempo necesario, ya que los errores pueden tener consecuencias costosas. No hay que olvidar tampoco que para garantizar el éxito del proyecto, en el proceso de diseño se deberá contar con la máxima participación posible de todo el personal involucrado. Antes de seguir adelante, es necesario consultar a otras personas: “cuatro ojos ven más que dos”. A continuación se describen algunas de las tareas que se deberá llevar a cabo:

- Decisión sobre el tamaño y la duración del proyecto. La disponibilidad de fondos remanentes, la experiencia de sus empleados y la influencia de los proveedores locales de insumos repercutirán en el tamaño y la duración del proyecto. Una de las causas principales de fracaso de proyectos es la tendencia a comenzar a una escala excesiva. Sería recomendable avanzar con cautela, paso a paso, de modo que los errores serán menores y el costo que ocasione su corrección se podrá asumir más fácilmente.
- Identificación de objetivos y metas factibles y cuantificables. Se debe dividir en: objetivos del proyecto y metas empresariales (por ejemplo, aumento de los beneficios en un 20%, reducción de los costos financieros en un 30%, aumento del número de miembros en un 10%, etc.).
- Obtención de un acuerdo entre todos los interesados (proveedores, empleados y otros) acerca de los objetivos y las ventajas del proyecto. Intente llegar a un consenso. Las partes interesadas deben implicarse en el proyecto cuanto antes.
- Desarrollo de un método para el seguimiento de la ejecución del proyecto. Establezca indicadores de éxito mensurables que permitan controlar el progreso. Si es posible, asigne valor económico a algunos de los indicadores. Algunos ejemplos son: dinero ahorrado, número de clientes nuevos, beneficios empresariales, tiempo de servicio, etc.

3.5.2. PASOS PRELIMINARES

- Forme un equipo del proyecto cuya responsabilidad principal consistirá en ayudarlo a elaborar el plan y supervisar la ejecución del proyecto, que

mantendrá relaciones con los proveedores, los administradores y los colaboradores.

- Determine todas las tareas necesarias para alcanzar cada objetivo: recursos humanos fundamentales, necesidades de capital y presupuesto, análisis expreso de riesgos, planes para probar los servicios, planes de capacitación, plan piloto y plan de ejecución. Defina la duración y los recursos necesarios para cada tarea. Determine y calcule los costos. Asigne tareas a personas o grupos de personas.
- Determine todos los factores de riesgo y considere la adopción de medidas para reducir el riesgo al mínimo.
- Defina las referencias a otros documentos clave necesarios: por ejemplo, documento de evaluación de riesgos, plan de capacitación, plan de pruebas de insumos.

3.5.3. ASPECTOS TÉCNICOS (MANO DE OBRA E INSUMOS)

3.5.3.1. DEFINICIÓN DE OPERARIO DE LIMPIEZA

El operario de limpieza realiza funciones de limpieza de cristales, suelos, paredes y mobiliario con los productos y maquinaria apropiados y respeta las normas de utilización. El operario de limpieza puede desarrollar sus funciones de forma autónoma o bajo el control de un responsable de equipo siguiendo el plan de trabajo establecido. Además, lleva a cabo las tareas de mantenimiento básico de la maquinaria y comprueba el resultado de la limpieza mediante su revisión y reposición del material necesario para la finalización del servicio.

3.5.3.2. CUALIDADES DEL OPERARIO DE LIMPIEZA

El operario de limpieza debe contar con una serie de cualidades, como, por ejemplo:

- Receptividad ante las instrucciones recibidas.
- Seguimiento de un plan de trabajo.
- Facilidad de adaptación a las nuevas tecnologías de limpieza.

- Responsabilidad y capacidad de seguir un método de trabajo.
- Actitud discreta ante la documentación de los clientes.
- Organización.
- Atención.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Cuidado y rigor en el manejo de productos y mezclas peligrosas.
- Pulcritud.
- Eficiencia.
- Destreza manual en la utilización de maquinaria e instrumentos.
- Resistencia a largos períodos de pie.
- Flexibilidad y agilidad.

3.5.3.3. PRESENTACIÓN E IMAGEN DEL OPERARIO DE LIMPIEZA

El operario de limpieza deberá contar con una indumentaria adecuada para realizar su labor de limpieza de un hogar o estudio, esta indumentaria es la siguiente:

- Gorra
- Polo o camiseta
- Pantalón: jean o mandil (overol)
- Zapatos cerrados y antideslizantes

3.5.3.4. ASEO PERSONAL

- Cuerpo aseado. (Damas y varones)
- Cabello recortado y bien afeitado. (Varones)
- Cabello Recogido. (Damas)
- Aretes adecuados. (Damas)
- Maquillaje moderado. (Damas)
- Uñas recortadas y limpias. (Damas y varones)
- Aseo bucal. (Damas y varones)

3.5.3.5. PUNTUALIDAD

La puntualidad es una cualidad importante que todos nosotros deberemos tener presente para el desarrollo de nuestro trabajo, la puntualidad forma parte de la responsabilidad. Una persona que es puntual es una persona que tiene consideración por otra, una persona que es puntual es una persona ordenada.

3.5.3.6. INSUMOS

En el ámbito de los servicios de limpieza, es necesario realizar pruebas de rendimiento de los insumos y materiales que se emplearán, así como definir las características que deberán tener dichos insumos, como mínimo, se deberá considerar las siguientes variables:

- Rendimiento del producto.
- Grado de toxicidad.
- Grado de afección al medio ambiente.
- Calidad del producto.
- Facilidad de uso.

Un detalle de los aspectos técnicos de los materiales para las labores de limpieza y mantenimiento de los lugares a brindar el servicio, se muestran en el Anexo 2.

Luego, en el Anexo 3, se muestra un detalle de los implementos a utilizarse en las tareas de limpieza y mantenimiento.

3.6. ESTUDIO DEL TIEMPO

La estimación del tiempo forma parte del proceso de gestión del tiempo de la administración de proyectos.

La gestión del tiempo del proyecto incluye los procesos necesarios para lograr la conclusión del proyecto a tiempo. Los procesos de gestión del tiempo del proyecto incluyen lo siguiente:

- a) Definición de las Actividades: identifica las actividades específicas del cronograma que deben ser realizadas para producir los diferentes productos entregables del proyecto.
- b) Establecimiento de la Secuencia de las Actividades: identifica y documenta las dependencias entre las actividades del cronograma.
- c) Estimación de Recursos de las Actividades: estima el tipo y las cantidades de recursos necesarios para realizar cada actividad del cronograma.
- d) Estimación de la Duración de las Actividades: estima la cantidad de períodos laborables que serán necesarios para completar cada actividad del cronograma.
- e) Desarrollo del Cronograma: analiza las secuencias de las actividades, la duración de las actividades, los requisitos de recursos y las restricciones del cronograma para crear el cronograma del proyecto.
- f) Control del Cronograma: controla los cambios del cronograma del proyecto.

3.6.1. ESTIMACIÓN DE COSTOS

La estimación de costes de una actividad es una evaluación cuantitativa de los costes probables de los recursos necesarios para completar las actividades del cronograma del proyecto. Este tipo de estimación puede presentarse en forma de resumen o en detalle. Los costes se estiman para todos los recursos que se aplican a la estimación de costes de la actividad. Esto incluye, entre otros, la mano de obra, los materiales, los equipos, los servicios, las instalaciones, la tecnología de la información, y categorías especiales como una asignación por inflación o una reserva para contingencias de coste.

El resultado final de la estimación de costes es conocido como Presupuesto del Proyecto. La preparación del presupuesto de costes implica sumar los costes estimados de las actividades del cronograma o paquetes de trabajo individuales para establecer una línea base de coste total, a fin de medir el rendimiento del proyecto.

3.6.2. ESTIMACIÓN DE RECURSOS Y COSTES

La estimación de recursos y costes es una actividad importante que debe llevarse a cabo con el mayor detalle posible, porque permite al comprador establecer una aproximación al coste total y plazos del desarrollo del sistema.

Para ello se requiere experiencia, acceso a una buena información histórica y determinación para confiar en medidas cuantitativas cuando todo lo que existe son datos cualitativos.

3.6.3. ESTIMACIÓN DE LA DURACIÓN PROBABLE

El método PERT y del diagrama de Gantt, permiten estimar la duración probable de un proyecto, definiendo las tareas críticas y secuencialidad de las mismas, es decir, la vinculación que existe entre una tarea y otra.

ESTIMACIÓN DEL TIEMPO UTILIZANDO EL MÉTODO PERT

El Método PERT Program Evaluation and Review Technique (técnica de evaluación y revisión de programas) para el cálculo de la Ruta Crítica es un método desarrollado por la marina estadounidense en la década de 1950. Se trata de otro instrumento de planificación empleado para programar, organizar y coordinar las tareas de un proyecto. Una de las ventajas del diagrama PERT radica en que ilustra las relaciones entre tareas y actividades de un modo visualmente más explícito. Permite estimar las tareas de un proyecto, utilizando tres tiempos diferentes: El tiempo pesimista (p), el tiempo más probable (m) y el tiempo optimista (o).

El tiempo esperado (e) es el que será utilizado para elaborar el cronograma y se calcula como:

$$e = (o + 4m + p) / 6$$

La desviación estándar (de) de una actividad será utilizada para analizar cuánto ésta se puede retrasar, y se calcula como:

$$de = (p - o) / 6$$

Este sistema resulta más acorde con la realidad, ya que permite pensar en tres escenarios posibles. El hecho de disponer tres tiempos posibles por actividad permite calcular el promedio y la desviación estándar de las tareas. Aplicando la teoría de la distribución normal (Teoría de la Curva de Gauss en estadística), se puede tener en cuenta que:

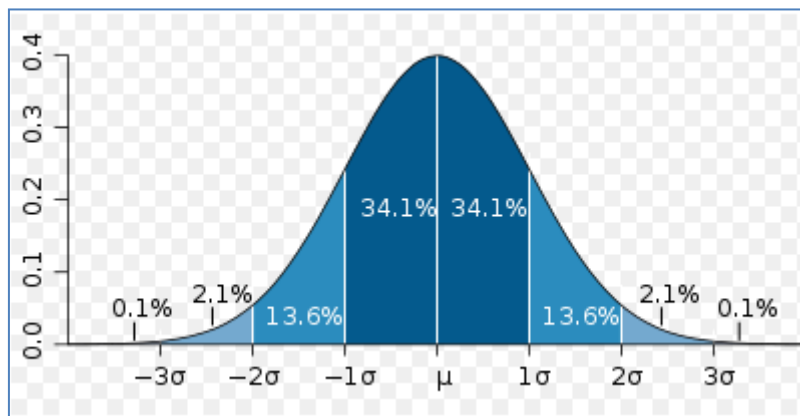


Gráfico 3.4: Campana de Gauss

Fuente: Autora

1. El 68% de los casos se encuentran entre el promedio +/- 1 desviación estándar (+/- 1δ).
2. El 95% de los casos se encuentran entre el promedio +/- 2 desviaciones estándar (+/- 2δ).
3. El 99,7% de los casos se encuentran entre el promedio +/- 3 desviaciones estándar (+/- 3δ).

Por ejemplo, para una actividad en donde:

- El tiempo pesimista (p) es 14.
- El tiempo más probable (m) es 11.
- El tiempo optimista (o) es 2.

$$e = (o + 4m + p) / 6$$

$$e = (2 + 4*11 + 14) / 6 = 10$$

$$de = (p-o) / 6$$

$$de = (14-2) / 6 = 2$$

La interpretación de estos resultados es la siguiente:

- Hay un 32% de probabilidad de que esta tarea se atrase más de 2 días. Es decir, que dure el promedio más dos días de atraso, $10+2 = 12$ días. Es decir: que hay un 32% de probabilidad de que esta tarea dure más de 12 días.
- Hay un 5% de probabilidad de que esta tarea se atrase más de 4 días.
- Hay un 0,3% de probabilidad de que esta tarea se atrase más de 6 días.

3.6.3.1. ESTIMACIÓN DE TIEMPO UTILIZANDO DIAGRAMA DE BARRAS O DE GANTT

Los diagramas de Gantt o «de barras», como se les suele denominar, se emplean con frecuencia en la gestión de proyectos; representan gráficamente un calendario que ayuda a planificar, coordinar y controlar las tareas concretas de un proyecto. En un lado del diagrama se enumeran las tareas o actividades en el orden en que deben realizarse y a la derecha de cada una se representa el tiempo necesario para completarlas mediante una línea o barra. Cuanto mayor sea la longitud de la barra, más tiempo se necesitará para completar la tarea o actividad. Si mantiene este gráfico actualizado con información real del proyecto, podrá controlar, detectar e incluso estimar el costo de un retraso en el proyecto.

3.6.4. ANÁLISIS DE LA SECUENCIA

Al momento de planificar las tareas del cronograma, una de las responsabilidades del gerente del proyecto es determinar la secuencia de tareas. La secuencia de tareas es el orden en que cada tarea debe ser ejecutada y qué dependencia hay entre una tarea y el resto. Por ejemplo, en un proyecto hipotético, podríamos decir que la Tarea A es una tarea que se hará al comienzo del proyecto, que la Tarea J tiene como predecesoras a las Tareas C y D, y que la Tarea K es la tarea final del proyecto.

A continuación se describe el procedimiento para graficar el diagrama de la secuencia de las tareas del proyecto:

1. El equipo del proyecto elabora una lista de tareas con tres columnas: código de la tarea, descripción de la tarea, predecesoras de la tarea.
2. Para cada tarea en la lista se debe analizar si las dependencias definidas son estrictamente necesarias. Para ello el equipo se debe preguntar:
¿Esta tarea es una tarea de comienzo? ¿Podemos hacerla al comienzo del proyecto, sin depender de otra tarea? ¿Esta tarea es una tarea de finalización? ¿Podemos hacerla al final, y con ella finaliza el proyecto?
¿Las actividades predecesoras son realmente predecesoras, o se puede hacer parte del trabajo en paralelo? ¿El tipo de dependencia es comienzo-final, comienzo-comienzo, final-comienzo o final-final? ¿Hay alguna demora o espera fija en el tiempo antes de ejecutar esta tarea?
3. Se construye un Diagrama de Red del proyecto utilizando la lista anterior.
4. Se calcula la holgura libre y la holgura total de las tareas, y por lo tanto se sabe la ruta crítica.

3.6.5. CONFECCIÓN DEL CALENDARIO

Programar las tareas es decidir cuándo el trabajo será realizado y quién lo realizará. La programación de tareas produce un Calendario de Trabajo o Cronograma, en donde para cada tarea se asigna una fecha de inicio, fecha de terminación y el nombre de las personas que la ejecutarán.

A continuación se muestra el listado de actividades requeridas para el presente proyecto, con la interrelación entre ellas. Luego se determina el tiempo estimado del proyecto y la ruta crítica del mismo:

Cuadro 3.1: Listado de Actividades para el Proyecto

	Actividad	Requisitos	Tp	Tm	To
A	Estudio de Mercado		8	5	4
B	Tabulación del Estudio de Mercado	A	3	2	1
C	Determinación de la demanda potencial	B	3	2	1
D	Determinación del tamaño del proyecto	C	3	2	1
E	Constitución de la empresa	A	15	10	7
F	Estimación de recursos financieros	E	12	8	5
G	Adquisición de maquinarias y equipos	F	20	15	10
H	Adecuación del local	F	12	8	5
I	Definición de personal administrativo	H,G	15	10	7
J	Selección de personal de operación	I	15	10	7
K	Publicidad	H,I,J	10	5	3
L	Capacitación a personal	I,J	15	8	5
M	Determinación de procedimientos de operación	I	10	7	5
N	Aplicación de pruebas de servicio	M	11	8	5

Fuente: Autora

A continuación se muestra el cálculo de tiempo estimado del proyecto y de la ruta crítica del mismo. Además se estima el porcentaje de probabilidad de culminar el proyecto en 65 días:

En la figura se grafica la secuencia de las actividades. Adicional, se determina lo siguiente:

- La estimación de la duración probable del proyecto es de 69 días.
- La ruta crítica es: *A,E,F,G,I,J,L*

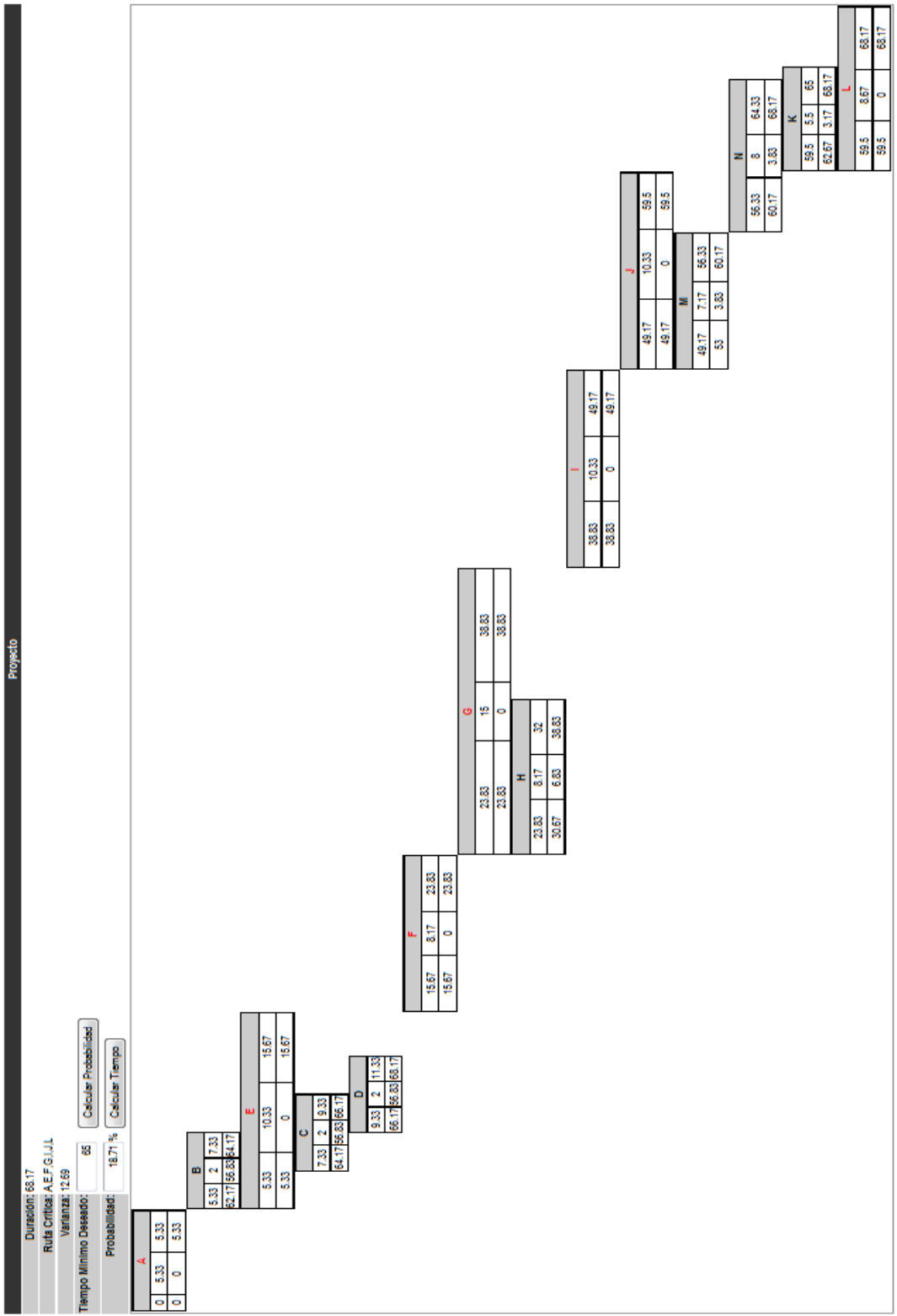


Gráfico 3.5: Diagrama de Gantt de Actividades del Proyecto

Fuente: Autora

3.7. ESQUEMA DE LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA CADA ACTIVIDAD

A continuación se esquematiza los requerimientos necesarios para llevar a cabo cada una de las actividades del proyecto.

Cuadro 3.2: Requisitos necesarios para el Proyecto

Actividad		Requisitos necesarios		
		Humanos	Materiales	Detalle de la actividad
A	Estudio de Mercado	Encuestador	Encuesta	Elaborar el cuestionario para la encuesta Realizar la encuesta al público
B	Tabulación del Estudio de Mercado	Encuestador	Hoja electrónica	Tabular las encuestas realizadas Determinar y graficar los resultados de la encuesta
C	Determinación de la demanda potencial	Investigador	Fuentes de información de empresas, INEC, Cámara de Comercio, Banco Central, etc.	En base a la información recolectada, se determina la demanda potencial del mercado
D	Determinación del tamaño del proyecto	Investigador	Demanda potencial, inversión económica a realizar	Una vez determinada la demanda potencial, se estima el tamaño del proyecto a través de mecanismos de cálculo, como el punto de equilibrio, VPN y TIR
E	Constitución de la empresa	Emprendedor, Abogado	Trámites legales para la constitución, inversión económica para la constitución de la empresa	Seguir los trámites legales correspondientes para la creación de una compañía de Sociedad Limitada. (Ver detalle en Anexo 4)
F	Estimación de recursos financieros	Emprendedor	Buscar financiamiento en instituciones financieras y/o financiamiento de inversionistas	Para el presente proyecto se ha definido que la inversión lo realizará únicamente el inversionista, sin recurrir a créditos en instituciones financieras

G	Adquisición de maquinarias y equipos	Emprendedor, Abogado	Cotizaciones, evaluación de proveedores, hoja electrónica para el análisis comparativo	Para la adquisición de maquinaria y equipo se requiere solicitar cotizaciones de varias empresas y evaluar los beneficios que brindan cada una de ellas. Estimar las mejores alternativas para la compra. Considerar las garantías ofrecidas
H	Adecuación del local	Pintor, albañil	Pintura, paneles divisorios, letrero, luminarias, línea telefónica, Internet	Elaborar un diagrama de la distribución de las oficinas (<i>layout</i>). Adecuar las oficinas con los colores corporativos de la empresa. Ver logotipo y colores corporativos y eslogan en el Anexo 5)
I	Definición de personal administrativo	Gerente	Empresa de selección y colocación de personal	La administración definirá los perfiles del personal administrativo que requiera contratar para que la empresa colocadora realice la selección de los candidatos más idóneos
J	Selección de personal de operación	Gerente	Empresa de selección y colocación de personal	La administración definirá los perfiles del personal administrativo que requiera contratar para que la empresa colocadora realice la selección de los candidatos más idóneos
K	Publicidad	Gerente	Empresa de publicidad e imagen corporativa	Una vez definida la imagen corporativa y el eslogan de la compañía, se entregará a la empresa de publicidad para que emprenda una campaña publicitaria para posicionar la nueva marca en el mercado
L	Capacitación a personal	Personal administrativo	Empresa de capacitación	La administración definirá los programas de capacitación que requiere cada una de las áreas de gestión de la empresa y con ello se apoyará de la asistencia de una empresa dedicada a la capacitación de personal. Deberán existir programas de capacitación en las siguientes áreas: servicio al cliente, uso de herramientas informáticas, uso de maquinarias y herramientas de servicio de limpieza, relaciones humanas
M	Determinación de procedimientos de operación	Personal administrativo	Reglamento interno y procedimientos de operación	En este punto se deben definir los procedimientos de operación para cada una de las actividades de manera que los procesos de estandaricen y se garantice un servicio de calidad uniforme en todas las actividades realizadas

N	Aplicación de pruebas de servicio	Personal de operación	Manuales técnicos de herramientas y maquinarias, recomendaciones de proveedores, información de Internet	En este punto, se trata de realizar pruebas de calidad de los insumos y herramientas utilizadas, con el objeto de garantizar una calidad estable en los servicios y determinar cualquier falla o falta de calidad en los insumos
---	-----------------------------------	-----------------------	--	--

Fuente: Autora

Posteriormente, en el Anexo 6 se encuentra detalladas las principales actividades de limpieza. Con ello se logra estandarizar los procedimientos y garantizar la calidad de los servicios.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO LEGAL

4.1. MARCO LEGAL

Se podrá constituir una Sociedad Anónima, Cooperativa, Compañía Limitada, Civil, etc. Las consideraciones básicas son la finalidad que tiene la empresa, el capital a invertir, el aprovisionamiento de las materias primas y las características del mercado consumidor.

En el caso de nuestro proyecto se constituirá una Compañía de Sociedad Limitada.

Una Asociación civil por ley, no puede procesar o transformar materias primas, de tal forma un proyecto de transformación no puede asumir esta forma jurídica.

El capital a invertir también perfila el tipo de organización que deberá asumir. La propiedad del capital necesario para emprender el proyecto y las disponibilidades del grupo promotor determinará si el tipo de organización es abierto y anónimo o bien implica nominativo y específico, representando exclusivamente pro personas en cuyo caso el capital lo representa en acervo de conocimientos del grupo que lo constituye y los requerimiento de capital monetario no condicionan las funciones de la empresa.

El aprovisionamiento de materias primas condiciona el tipo de organización. Los proveedores de la materia prima fundamentalmente al asociarse para llevar a cabo el proyecto garantizarán el aprovisionamiento y por lo tanto el éxito. Cuando la materia prima condicionante no puede asegurarse mediante la incorporación de los productores a la empresa se corre el riesgo de someter el proyecto a riesgos de volumen y precios de materia prima y por lo tanto al fracaso.

4.2. REQUISITOS PARA CREACIÓN DE UNA EMPRESA

4.2.1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro.

Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Si un obligado a inscribirse, no lo hiciere, en el plazo que se señala en la Ley, el Director General del Servicio de Rentas Internas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción; sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión.

4.2.1.1. REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL RUC PERSONAS NATURALES

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- Planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
- Pago del servicio de TV por cable, telefonía celular o estados de cuenta a nombre del contribuyente de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual o del año inmediatamente anterior.
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.
- Si el contribuyente no tuviese ninguno de los documentos anteriores a nombre de él, se presentará como última instancia una carta de cesión gratuita del uso del bien inmueble, adjuntando copia de la cédula del cedente y el documento que certifique la ubicación.

4.2.1.2. TRÁMITE REALIZADO POR UNA TERCERA PERSONA

- Para el contribuyente residente en el país, una carta de autorización en la que conste los nombres y apellidos completos, el número de cédula (identidad o ciudadanía) o pasaporte, y firma y rúbrica, del contribuyente y de la persona que realizará el trámite.
- Para el contribuyente residente en el exterior, una carta de autorización suscrita por él, con reconocimiento de firma ante el respectivo cónsul ecuatoriano y que contenga la información señalada en el párrafo anterior, o un poder general o con cláusula especial que le permita realizar los trámites a la tercera persona en el SRI.
- Se entregará una copia de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte del contribuyente y de la persona que realizará el trámite.
- Presentar el original del certificado de votación hasta un año posterior a los comicios electorales, de la persona que realizará el trámite y copia del certificado de votación del contribuyente.

4.2.1.3. REQUISITOS PARA OBTENCIÓN DEL RUC DE SOCIEDADES

La inscripción debe efectuarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de sus actividades. Recuerde que en el caso de sociedades la fecha de inicio de actividades está definida por el acto que genera su existencia jurídica.

Los requisitos básicos que se deben presentar para inscribirse son los formularios 01-A y 01-B, y otros documentos que varían según la constitución de la sociedad.

4.2.2. NÚMERO PATRONAL DEL SEGURO SOCIAL

4.2.2.1. REGISTRO PATRONAL EN EL SISTEMA DE HISTORIA LABORAL

Ingresar a la dirección www.iess.gov.ec, luego, en la sección IESS en línea, seguir los siguientes pasos:

- *Click* en la opción Empleadores
- Actualización de Datos del Registro Patronal
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico)
- Digitar el número del RUC
- Seleccionar el tipo de empleador.

En el caso de empleador doméstico, ingresar el número de cédula del patrono, luego y todos los datos que el sistema solicita -de creer necesario registra algún dato de interés en el campo de observaciones. Al finalizar el proceso se desplegará el registro de su inscripción y al final del formulario visualizará el botón Imprimir Solicitud de Clave.

Presentar en las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico)

- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave
- Copia de pago de teléfono o electricidad
- Calificación artesanal si es artesano calificado

4.2.2.2. INSCRIPCIÓN DEL TRABAJADOR EN RELACIÓN DE DEPENDENCIA

El empleador está obligado a registrar al trabajador, a través de la página web del IESS, desde el primer día de labor y dentro de los 15 días siguientes al inicio de la relación laboral.

El empleador informará a través del Sistema de Historia Laboral la modificación de sueldos, contingencias de enfermedad, separación del trabajador u otra novedad, dentro del término de 3 días posteriores a la ocurrencia del hecho.

En el registro de inscripción se hará constar los nombres completos del trabajador, fecha de ingreso, remuneración, cargo o función que desempeña, número de cédula de identidad o ciudadanía, o documento de identificación para los extranjeros, modalidad de contratación y dirección domiciliaria.

Para el cálculo del aporte de los trabajadores con relación de dependencia, se entiende como materia gravada a todo ingreso regular y susceptible de apreciación pecuniaria, percibido por el trabajador, que en ningún caso será inferior a la establecida por el IESS.

Para el caso de la contratación a tiempo parcial, el salario base de aportación será el ingreso efectivo del dependiente, sin que en ningún caso este sea inferior a un salario básico unificado mínimo del trabajador en general.

Los trabajadores que hubieren sido contratados por días, pagarán sus aportaciones por los días que efectivamente hubieren prestado sus servicios o ejecutado la obra, independientemente del número de horas laboradas en cada día; por tanto no se podrán transformar las horas en días para efectos de la aportación, bajo el concepto de día trabajado, día aportado.

Para el registro de trabajadores mayores de 60 años de edad, que inicien su afiliación o que reingresen como afiliados al IESS, se presentará el contrato de trabajo legalizado y la certificación médica de las unidades médicas del IESS, de que no adolece de enfermedades crónico-degenerativa. Se exceptúa del examen médico a quienes registren en el IESS 25 o más años de aportación y su reingreso se produzca dentro de los 6 meses posteriores al cese como afiliado.

4.3. ASPECTO LABORAL

4.3.1. CONTRATO DE TRABAJO

El contrato individual de trabajo es aquel por el cual una persona física denominada el trabajador se obliga a prestar servicios personales para una persona física o jurídica denominada el empleador bajo la dependencia y subordinación de éste quien, a su vez, se obliga a pagar por estos servicios una remuneración determinada.

Los sujetos de la relación contractual laboral son:

Empleador: es aquel que arrienda los servicios del trabajador, y que como contraprestación paga la remuneración convenida. A pesar de que se suele confundir, el concepto de empleador es más laxo que el de empresa, puesto que incluye personas físicas, y puede abarcar en ocasiones a todo un grupo de empresas determinado. También se lo denomina como "patrón" o "patrono".

Trabajador: aporta su trabajo personal a cambio de la remuneración del empleador.

Las características del contrato individual de trabajo son las siguientes:

- Es un contrato dirigido, esto altera la regla contractual por cuanto el Estado en dicho contrato fija los límites mínimos o máximos del contrato (jornada, remuneración, etc.), esto con el objeto de nivelar la desigualdad entre las partes.
- Es un contrato bilateral, ya que produce obligaciones para ambas partes.
- Es un contrato oneroso, porque ambas partes esperan y obtienen una ventaja económica (utilidad) de la prestación de la contraparte.
- Es un contrato conmutativo, debido a que las prestaciones se miran como equivalentes.
- Es un contrato de tracto sucesivo, ya que las obligaciones de las partes se cumplen sucesivamente a lo largo de la duración del contrato.
- Es un contrato consensual ya que basta con la voluntad de las partes para que este se realice.
- Es un contrato normado, porque gran parte de su contenido proviene de fuentes externas, es decir, de leyes, convenios colectivos, disposiciones administrativas, etc.
- Es un contrato intuito persona o contrato personalísimo respecto del trabajador.
- No es un contrato de adhesión, ya que permite que las dos partes incluyan cláusulas.

Las obligaciones que impone el contrato de trabajo se resumen a continuación:

Obligaciones para el trabajador:

- Prestar servicios personales. Que sean personales significa que debe hacerlo por sí mismo, sin posibilidad de enviar a un sustituto en su lugar. Esto, debido a que el empleador celebra el contrato en atención a las características físicas, intelectuales o psicológicas de la persona misma del trabajador.

- Prestar a estos bajo dependencia y subordinación. El elemento característico del contrato de trabajo es la dependencia del trabajador con respecto al empleador, que lo diferencia, por ejemplo, del contrato de locación de obra y del contrato de locación de servicios, en los cuales la obra o el servicio son ejecutados sin dicha dependencia.
- Cumplir con los lugares y tiempos estipulados para trabajar. Esto significa apegarse a un horario preestablecido (en términos particulares en el contrato, o generales en la reglamentación de la empresa del empleador), y hacerlo en el lugar al cual se le destine. Este lugar puede encontrarse dentro de la sede del empleador (en la mayoría de los casos), fuera de ella (como por ejemplo el trabajo de los conductores de vehículos o de los viajantes o corredores) e incluso en el domicilio del propio trabajador (caso del trabajo a domicilio o de nuevas modalidades como, por ejemplo, el teletrabajo).
- Ceñirse a la reglamentación interna de la empresa. Si el empleador ha fijado algunas reglas al interior de la empresa, que regulan el comportamiento y manera de trabajar que se deben observar en su interior, entonces el trabajador debe ceñirse a éstas.

Obligaciones para el empleador:

- Pagar la remuneración. Pagar un salario por los servicios prestados por el trabajador, es la obligación básica del empleador. Para cumplir con ella, debe hacerlo además en el tiempo y forma convenidos, el que debe ceñirse a la reglamentación legal correspondiente.
- De igualdad de trato (no discriminación). El empleador no puede hacer diferencias entre sus empleados por motivos de raza, religión, nacionalidad, sexo y edad. Algunas legislaciones amplían las restricciones.
- Cumplir obligaciones anexas al contrato de trabajo. Por el hecho del contrato de trabajo, el empleador se constituye frente a terceros en agente de retención por obligaciones que el trabajador contrae ante

ciertas instituciones por el hecho de ser tal. Estas instituciones pueden ser de carácter previsional (el empleador debe pagar los aportes previsionales que estén a cargo del trabajador) o tributario (el empleador debe pagar los impuestos que el trabajador genere con su remuneración, que constituye renta para efectos tributarios).

- Ofrecer la plaza de trabajo. Es la obligación correlativa a la propia del trabajador de prestar servicios en un determinado lugar, siempre y cuando antes haya sido pactado por mutuo acuerdo de las partes. Si es fuera del lugar de residencia del trabajador, el empleador deberá pagar los gastos que de ello deriven tales como, hospedajes, viáticos, alimentos, etc.
- Cumplir con la reglamentación sanitaria laboral. El empleador, como dueño o representante de la empresa, tiene la obligación legal de mantener condiciones saludables de trabajo. Esto implica que debe realizar de su propio bolsillo todos aquellos desembolsos que impliquen mejorar razonablemente la seguridad del lugar de trabajo, así como de obligar a los trabajadores al uso de implementos de protección, pudiendo incluso aplicarle sanciones disciplinarias si se niegan a hacerlo.

4.3.1.1. TÉRMINO DEL CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

Debido a la importancia social de la actividad laboral y a que el trabajador se encuentra en general en inferioridad de condiciones frente al empleador, la legislación tiende en general a regular las condiciones en las cuales finalizan los contratos de trabajo y las consecuencias que de ello se derivan. El contrato puede terminar por voluntad unilateral del trabajador (renuncia), o del empleador (despido), y tiene su explicación en que el contrato de trabajo presenta una situación asimétrica para las partes (no hay igualdad entre ellas, sino que una está subordinada a la otra), y además porque implica una relación de confianza entre ambas, derivada del hecho de que los servicios prestados por el trabajador son personales y no patrimoniales, representando por tanto un sacrificio mucho mayor para el trabajador, y una apuesta mucho más riesgosa para el empleador que si sólo hubiera dinero en juego.

4.3.1.2. SISTEMAS DE TERMINACIÓN

En legislación comparada, existen a lo menos tres sistemas diferentes por los cuales puede regularse la terminación del contrato individual de trabajo.

- Libre despido. El empleador es libre para despedir al trabajador cuando lo estime conveniente, incluso sin expresión de causa. Este sistema en general es repudiado por la doctrina, debido a la gran incertidumbre que introduce en el trabajador, al no tener una garantía mínima de que conservará su trabajo el día de mañana, y que incluso puede afectar su productividad.
- Despido regulado. En principio el empleador tiene cierta libertad para despedir al trabajador, pero para hacerlo, debe ceñirse a una serie de exigencias legales (expresión de causa, notificaciones, expedición de comprobantes de pago de obligaciones, etcétera) que garanticen los derechos del trabajador. Es el sistema más aceptado.
- Inmovilidad laboral. El trabajador derechamente no puede ser despedido, terminando el contrato sólo por su renuncia o por razones de fuerza mayor (quiebra de la empresa, típicamente), o bien despedirlo implica un procedimiento tan engorroso que es irrealizable en la práctica.

4.3.1.3. CAUSALES DE TERMINACIÓN

En general, las causales de terminación de un contrato individual de trabajo pueden agruparse del siguiente modo:

- Desahucio patronal o despido sin expresión de causa. El empleador, por su propia voluntad, decide poner fin al contrato de trabajo, sin ofrecer mayores justificaciones. En general, esta causal de terminación está asociada a los sistemas de libre despido.
- Renuncia del trabajador. El trabajador simplemente renuncia a su propio trabajo. Debido a que el empleador se encuentra en posición más fuerte que el trabajador, no se le hacen tantas exigencias a la renuncia como al despido, a pesar de lo cual varias legislaciones establecen un sistema de avisos y de tiempos de espera, para que el empleador pueda buscar un reemplazante.

- Terminación por causas propias del contrato. El contrato de trabajo llega a su fin por razones que le son propias, sin que intervenga la voluntad de las partes para ponerle término. Por ejemplo, el contrato fue pactado a plazo fijo, y el plazo concluyó. O fue pactado para la realización de una faena determinada, y dicha faena fue completada. O bien la empresa quiebra y se disuelve. O bien el trabajador muere, y por ende no puede seguir prestando servicios que, como dijimos, son de índole personal.
- Terminación por infracción del empleador o despido indirecto. Estas causales son el derecho que tiene el trabajador a considerarse despedido cuando el empleador comete una infracción grave que hace imposible continuar el vínculo. Estas pueden ser tales como falta de pago del salario, de depósito de los aportes patronales, de registro del contrato, discriminación, etcétera.
- Terminación por infracción del trabajador o despido con causa. Estas causales son el derecho que tiene el empleador a poner término al contrato de trabajo, despidiendo al trabajador, en caso de que éste realice una infracción grave que hace imposible continuar el vínculo. Generalmente, estas infracciones están tipificadas en la ley, como una manera de proteger al trabajador. Estas pueden ser tales como comportamiento inapropiado al interior de la empresa, hurtos o robos a la misma, sabotaje en sus instalaciones, negligencia inexcusable, no concurrencia al lugar de trabajo o no cumplimiento de los horarios establecidos, etcétera.
- Terminación por necesidades de la empresa. Algunas legislaciones reconocen el derecho de la empresa a terminar el contrato de trabajo, debido a consideraciones económicas que nada tienen que ver con el trabajador en sí mismo. Por ejemplo, la adquisición de una nueva maquinaria que reemplazará a un grupo de trabajadores acarreará el subsiguiente despido de éstos. Esta causal es, de lejos, la más discutida, debido a que deja al trabajador en una virtual indefensión, no pudiendo generalmente cuestionar los motivos que la empresa ha tenido para despedirle.

4.3.1.4. TIPOS DE CONTRATO DE TRABAJO

- El contrato de tiempo fijo: Cuando las partes pueden determinar la duración del contrato. La duración mínima de estos contratos es un año. Para dar por terminado el contrato de tiempo fijo, la parte interesada debe avisar por escrito su interés de que el contrato termine, por lo menos un mes antes de la fecha de terminación del contrato original. Sin este aviso, el contrato se prorrogará automáticamente.
- El contrato por tiempo indefinido: No tienen duración predeterminada por las partes o por la naturaleza de que se trata. La duración mínima de estos contratos es un año, este contrato podrá renovarse cuantas veces sea necesario.
- El contrato de temporada: Celebrado entre un empleador y un trabajador para que realice trabajos cíclicos o periódicos, en razón de la naturaleza discontinua de sus labores, gozando estos contratos de estabilidad, entendida, como la preferencia a ser llamados a prestar sus servicios en cada temporada que se requieran. Se configurará el despido intempestivo si no lo fuere.
- El contrato eventual: Se realiza para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente, en cuyo caso, en el contrato deberá justificarse la ausencia. También se podrá celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de seis meses.
- El contrato ocasional: Cuando el objeto es la atención de necesidades emergentes o extraordinarias, no vinculadas con la actividad habitual del empleador, y cuya duración no excederá de treinta días en un año.
- El contrato de jornada parcial: El trabajador gozará de estabilidad y de la protección integral de dicho cuerpo legal y tendrá derecho a una remuneración que se pagará aplicando la proporcionalidad en relación con la remuneración que corresponde a la jornada completa, que no podrá ser inferior a la remuneración básica mínima unificada. Asimismo, tendrá derecho a todos los beneficios de ley, incluido el fondo de reserva y la afiliación al régimen general

del seguro social obligatorio. En las jornadas parciales, lo que exceda del tiempo de trabajo convenido, será remunerado como jornada suplementaria o extraordinaria, con los recargos de ley.

4.3.1.5. EL PERÍODO DE PRUEBA

El período de prueba no podrá ser mayor a 90 días y sólo se podrá realizar por una vez y al principio de una relación de trabajo. Adicionalmente, una empresa no podrá contratar más del 15% de los empleados por un período de prueba.

Con el Mandato 8, vigente desde marzo de 2008, se eliminó y se prohibió la tercerización e intermediación laboral. Por lo que la relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador.

Bajo este nuevo marco laboral, se podrán celebrar contratos con personas naturales o jurídicas autorizadas como prestadores de actividades complementarias por el Ministerio de Trabajo y Empleo, cuyo objeto exclusivo sea la realización de actividades complementarias de: vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería y limpieza, ajenas a las labores propias o habituales del proceso productivo de la usuaria.

En el Anexo 7 se muestra un formato de contrato de trabajo para la empresa “Súper Limpio”.

4.3.2. REGLAMENTO DE TRABAJO

El Reglamento de Trabajo es el documento normativo administrativo interno, que contiene un conjunto de normas, que permite a la administración regular la relación laboral Colaborador- Empleador, dichas normas se sujetan a la legislación laboral vigente, requiriendo ser aprobado por el ministerio de trabajo para su implementación legal.

El Reglamento Interno de Trabajo, como instrumento de decisión en los asuntos labores interno de una empresa, requiere ser actualizado y/o modificado, cada vez que promulguen disposiciones labores que exijan su modificación.

4.3.2.1. PROCEDIMIENTO DE APROBACIÓN

Los empleadores presentarán a la Autoridad Administrativa de trabajo tres ejemplares, los que quedarán automáticamente aprobados a su sola presentación. La empresa está obligada a hacer entrega a los colaboradores de un ejemplar del reglamento interno, presentado a la Autoridad Administrativa de Trabajo, dentro de los 5 días naturales de realizado el mismo.

Los colaboradores o la organización sindical podrán impugnar el Reglamento Interno de Trabajo, si es que éste viola disposiciones legales o convencionales vigentes en el centro de labores, en la vía judicial.

4.3.2.2. MODELO DE REGLAMENTO

En el Anexo 8 se muestra un formato de guía para la elaboración de un Reglamento Interno de Trabajo.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO TÉCNICO

5.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma, la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta.

En este capítulo se analizarán los factores que influyen en la decisión del tamaño, los procedimientos para su cálculo y los criterios para buscar su optimización.

El tamaño es la capacidad de producción o servicio, en nuestro caso, que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando.

Por ejemplo: el tamaño de un proyecto industrial se mide por el número de unidades producidas por año. En un proyecto de educación el tamaño será la cantidad de alumnos admitidos en cada año escolar. En proyectos agrícolas la cantidad de productos obtenidos en cada ciclo agrícola constituye el tamaño. El tamaño de un proyecto hotelero se mide por el número de habitaciones construidas o instaladas. En proyectos mineros el tamaño será las toneladas métricas tratadas en el ingenio en un periodo determinado. La cantidad de kilos de carne obtenidos en el ciclo productivo será la medida del tamaño de un proyecto ganadero. En nuestro caso, el tamaño del proyecto será la cantidad de hogares (casas, departamentos, estudios y oficinas) atendidas en un año.

5.1.1. FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DE UN PROYECTO

La determinación del tamaño responde a un análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables de un proyecto: demanda, disponibilidad de insumos, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con el proyecto, entre otras cosas.

La cantidad demandada proyectada a futuro es quizás el factor condicionante más importante del tamaño, aunque este no necesariamente deberá definirse en función de un crecimiento esperado del mercado, ya que, el nivel óptimo de operación no siempre será el que se maximice las ventas. Aunque el tamaño puede ir adecuándose a mayores requerimientos de operación para enfrentar un mercado creciente, es necesario que se evalúe esa opción contra la de definir un tamaño con una capacidad ociosa inicial que posibilite responder en forma oportuna a una demanda creciente en el tiempo.

Hay tres situaciones básicas del tamaño que pueden identificarse respecto al mercado:

- Aquella en la cual la cantidad demandada sea claramente menor que la menor de las unidades productoras posibles de instalar.
- Aquella en la cual la cantidad demandada sea igual a la capacidad mínima que se puede instalar.
- Aquella en la cual la cantidad demandada sea superior a la mayor de las unidades productoras posibles de instalar.

Para medir esto se define la función de demanda con la cual se enfrenta el proyecto en estudio y se analizan sus proyecciones futuras con el objeto de que el tamaño no solo responda a una situación coyuntural de corto plazo, sino que se optimice frente al dinamismo de la demanda. El análisis de la cantidad demandada proyectada tiene tanto interés como la distribución geográfica del mercado. Muchas veces esta variable conducirá a seleccionar distintos tamaños, dependiendo de la

decisión respecto a definir una o varias fábricas, de tamaño igual o diferente, en distintos lugares y con número de turnos que pudieran variar entre ellos.

La disponibilidad de insumos, tanto humanos como materiales y financieros, es otro factor que condiciona el tamaño del proyecto. Los insumos podrían no estar disponibles en la cantidad y calidad deseada, limitando la capacidad de uso del proyecto o aumentando los costos del abastecimiento, pudiendo incluso hacer recomendable el abandono de la idea que lo originó. En este caso, es preciso analizar, además de los niveles de recursos existentes en el momento del estudio, aquellos que se esperan a futuro. Entre otros aspectos, será necesario investigar las reservas de recursos renovables y no renovables, la existencia de sustitutos e incluso la posibilidad de cambios en los precios reales de los insumos a futuro.

La disponibilidad de insumos se interrelaciona a su vez con otro factor determinante del tamaño: la localización del proyecto. Mientras más lejos esté de las fuentes de insumo, más alto será el costo de su abastecimiento. Lo anterior determina la necesidad de evaluar la opción de una gran planta para atender un área extendida de la población versus varias plantas para atender cada una de las demandas locales menores. Mientras mayor sea el área de cobertura de una planta, mayor será el tamaño del proyecto y su costo de transporte, aunque probablemente pueda acceder a ahorros por economías de escala por la posibilidad de obtener mejores precios al comprar mayor cantidad de materia prima, por la distribución de gastos de administración, de ventas y de producción, entre más unidades producidas, por la especialización del trabajo o por la integración de procesos, entre otras razones.

El tamaño muchas veces deberá supeditarse, más que a la cantidad demandada del mercado, a la estrategia comercial que se defina como la más rentable o la más segura para el proyecto. Por ejemplo, es posible que al concentrarse en un segmento del mercado se logre maximizar la rentabilidad del proyecto.

En algunos casos la tecnología seleccionada permite la ampliación de la capacidad productiva en tramos fijos. En otras ocasiones, la tecnología impide el crecimiento paulatino de la capacidad, por lo que puede ser recomendable invertir

inicialmente en una capacidad instalada superior a la requerida en una primera etapa, si se prevé que en el futuro el comportamiento del mercado, la disponibilidad de insumos u otras variables hará posible una utilización rentable de esa mayor capacidad.

5.1.2. TAMAÑO Y MERCADO

Este factor está condicionado al tamaño del mercado consumidor, es decir al número de consumidores o lo que es lo mismo, la capacidad de producción del proyecto debe estar relacionada con la demanda insatisfecha.

El tamaño propuesto por el proyecto, se justifica en la medida que la demanda existente sea superior a dicho tamaño. Por lo general el proyecto solo tiene que cubrir una pequeña parte de esa demanda. La información sobre la demanda insatisfecha se obtiene del balance de la oferta y demanda proyectada obtenida en el estudio de mercado. El análisis de este punto permite seleccionar el tamaño del proyecto.

En algunos casos es probable que no exista demanda insatisfecha, ante esta eventualidad siempre existe la posibilidad de captar la atención de los consumidores, diferenciando el producto del proyecto con relación al producto de la competencia u ofreciendo un mejor servicio o valor agregado a los clientes.

5.1.3. TAMAÑO Y MATERIAS PRIMAS

Se refiere a la provisión de materias primas o insumos suficientes en cantidad y calidad para cubrir las necesidades del proyecto durante los años de vida del mismo. La fluidez de la materia prima, su calidad y cantidad son vitales para el desarrollo del proyecto. Es recomendable levantar un listado de todos los proveedores así como las cotizaciones de los productos requeridos para el proceso productivo.

Si el mercado interno no tiene capacidad para atender los requerimientos del proyecto, entonces se puede acudir al mercado externo, siempre que el precio de la materia prima o insumo esté en relación con el nivel esperado del costo de producción.

Para clarificar este punto, se debe dar respuesta a las siguientes interrogantes. Considerando el lugar de ubicación de la planta ¿A qué distancia se encuentra el mercado proveedor de las materias primas o insumos requeridos por el proyecto? y ¿Cuáles son las características de ese mercado proveedor? ¿Se produce en el país las materias primas requeridas? caso contrario ¿de qué país se importará y a qué precio?

¿Existen diferencias entre la calidad y el precio de la materia prima importada o insumo en relación a la materia prima nacional? Describir las diferencias.

¿El aprovisionamiento de materia prima está asegurada para cubrir los años de vida del proyecto? identificar a los principales centros de abastecimientos y levantar un listado de los proveedores.

Esta información ayuda a visualizar el mercado proveedor de materia prima, así como los precios, pudiendo el proyecto identificar al proveedor que presenta precios menores pero sin perder la calidad de los insumos exigido por el proceso productivo.

5.1.4. TAMAÑO Y FINANCIAMIENTO

Si los recursos financieros son suficientes para cubrir las necesidades de inversión el proyecto no hará falta recurrir a financiamiento, por el contrario, si no existen los recursos económicos suficientes, el tamaño del proyecto debe ser aquel que pueda financiarse fácilmente y que en lo posible presente menores costos financieros.

La disponibilidad de recursos financieros que el proyecto requiere para inversiones fijas, diferidas y/o capital de trabajo es una condicionante que determina la cantidad a producir.

5.1.5. TAMAÑO Y TECNOLOGÍA

El tamaño también está en función del mercado de maquinarias y equipos, porque el número de unidades que pretende producir el proyecto depende de la disponibilidad y existencias de activos de capital. En algunos casos el tamaño se define por la capacidad estándar de los equipos y maquinarias existentes, las mismas que se

hallan diseñadas para tratar una determinada cantidad de productos, entonces, el proyecto deberá fijar su tamaño de acuerdo a las especificaciones técnicas de la maquinaria, por ejemplo 2.000 unidades por hora.

En otros casos el grado de tecnología exige un nivel mínimo de producción, por debajo de ese nivel es aconsejable no producir porque los costos unitarios serían tan elevados que no justificaría las operaciones del proyecto. La tecnología condiciona a los demás factores que intervienen en el tamaño (mercado, materia prima, financiamiento).

En función de la capacidad productiva de los equipos y maquinarias se determina el volumen de unidades a producir, la cantidad de materias primas e insumos a adquirir y el tamaño del financiamiento (a mayor capacidad de los equipos y maquinarias, mayor necesidad de capital).

5.1.6. TAMAÑO PROPUESTO

Analizados los puntos anteriores, se determina el tamaño del proyecto considerando: el volumen de producción o capacidad de servicio, cuyo componente deberá encontrarse dentro de los márgenes de la demanda insatisfecha del mercado. Los aspectos relacionados con el abastecimiento de materia prima, insumos, materiales, equipos, personal suficiente, etc.

La implementación de la planta, facilitada por la existencia de equipos y maquinarias con capacidad productiva acorde a las exigencias del proyecto. La predisposición y capacidad de los inversionistas para llevar a cabo el proyecto. Explicados estos factores es posible responder:

¿Cuál es la capacidad de producción (año, mes, día, hora) del proyecto desde el punto de vista del mercado consumidor, de la materia prima, la tecnología y el financiamiento? ¿Representa el proyecto un buen uso de los factores de producción (tierra, trabajo y capital), o sería mejor invertir los recursos en otro sector de la economía donde ellos contribuirían más en términos de desarrollo?

Cuando se elabora un proyecto de reemplazo de equipos, el tamaño del proyecto será la capacidad real de producción del equipo nuevo. La capacidad de producción del nuevo equipo debe ser superior a la capacidad del equipo antiguo que se pretende reemplazar.

5.1.7. ECONOMÍA DEL TAMAÑO

Casi la totalidad de los proyectos presentan una característica de desproporcionalidad entre tamaño, costo e inversión, que hace, por ejemplo, que al duplicarse el tamaño, los costos e inversiones no se dupliquen. Esto ocurre por las economías o deseconomías de escala que presentan los proyectos.

Para relacionar las inversiones inherentes a un tamaño dado con las que corresponderían a un tamaño mayor, se define la siguiente ecuación:

$$I_t = I_o \cdot \left[\frac{T_t}{T_o} \right]^\alpha$$

Donde:

I_t = Inversión necesaria para un tamaño T_t de planta

I_o = Inversión necesaria para un tamaño T_o de planta

T_o = Tamaño de planta utilizado como base de referencia

α = Exponente del factor de escala

Lo anterior es válido dentro de ciertos rangos, ya que las economías de escala se obtienen creciendo hasta un cierto tamaño, después del cual empieza a crecer, cuando se hace igual a uno no hay economías de escala y si es mayor a uno, hay deseconomías de escala. Por ejemplo, cuando para abastecer a un tamaño mayor de operación deba recurrirse a un grupo de proveedores más alejados, se encarece el proyecto de compra por el mayor flete que deberá pagarse.

La decisión de hasta que tamaño crecer deberá considerar esas economías de escala solo como una variable mas del problema ya que tan importantes como estas es la capacidad de vender los productos en el mercado.

Cubrir una mayor cantidad de demanda de un producto que tiene un margen de contribución positivo, no siempre hace que la rentabilidad se incremente, puesto que la estructura de costos fijos se mantiene constante dentro de ciertos límites. Sobre cierto nivel de producción es posible que ciertos costos bajen, mientras que otros suban. También es factible que para poder vender más de un cierto volumen, los precios deban reducirse, con lo cual el ingreso se incrementa a tasas marginales decrecientes. En forma grafica, puede exponerse esto de la siguiente manera:

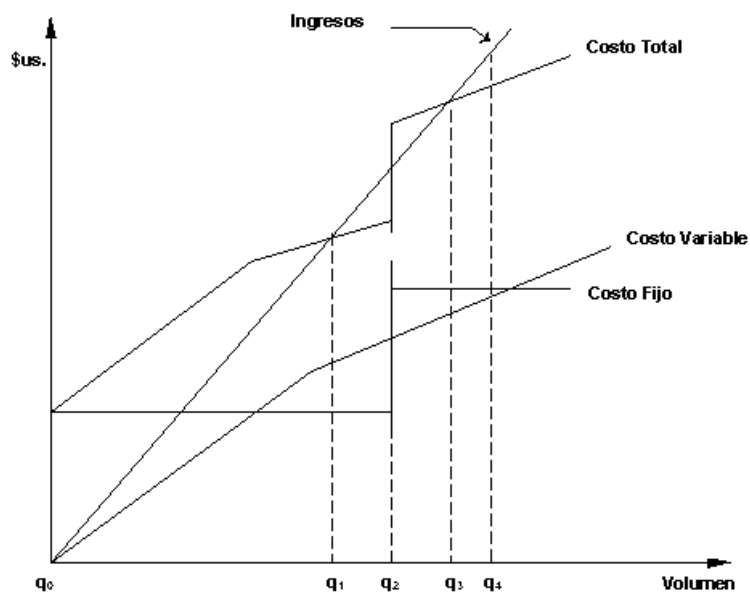


Gráfico 5.1: Utilidad/Pérdida en base al tamaño de un proyecto

Como puede observarse, el ingreso total supera a los costos totales en dos tramos diferentes. Si el tamaño está entre q_0 y q_1 , o entre q_2 y q_3 , los ingresos no alcanzan a cubrir los costos totales. Si el tamaño estuviese entre q_1 y q_2 o sobre q_3 , se tendrían utilidades.

El grafico permite explicar un problema frecuente en la formulación del tamaño de un proyecto. En muchos casos se mide la rentabilidad de un proyecto para un tamaño que satisfaga la cantidad demandada estimada y, si es positiva se aprueba o recomienda su inversión. Sin embargo, a veces es posible encontrar tamaños inferiores que satisfagan menores cantidades demandadas pero que maximicen el retorno para el inversionista. Si en el gráfico, el punto q_4 , representa el tamaño que satisface la cantidad demandada esperada, es fácil apreciar que rinde un menor resultado que el

que podría obtenerse para un tamaño q_2 que además podría involucrar menores inversiones y menor riesgo.

5.1.8. OPTIMIZACIÓN DEL TAMAÑO

La determinación del tamaño debe basarse en dos consideraciones que confieren un carácter cambiante a la optimización del proyecto: la relación precio-volumen, por las economías y deseconomías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo. La evaluación que se realice de estas variables tiene por objeto estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles de implementar y determinar el valor actual neto (VAN) de cada tamaño opcional para identificar aquel en el que éste se maximiza.

El criterio que se emplea en este cálculo es el mismo que se emplea para evaluar el proyecto global. Mediante el análisis de flujos de caja de cada tamaño, puede definirse una tasa interna de retorno (TIR) marginal del tamaño que corresponda a la tasa de descuento que hace nulo al flujo diferencial de los tamaños de alternativa. Mientras la tasa marginal sea superior a la tasa de cortes definida para el proyecto, convendrá aumentar el tamaño. El nivel óptimo estará dado por el punto donde ambas tasas se igualen. Esta condición se cumple cuando el tamaño del proyecto se incrementa hasta que el beneficio marginal del último aumento sea igual a su costo marginal.

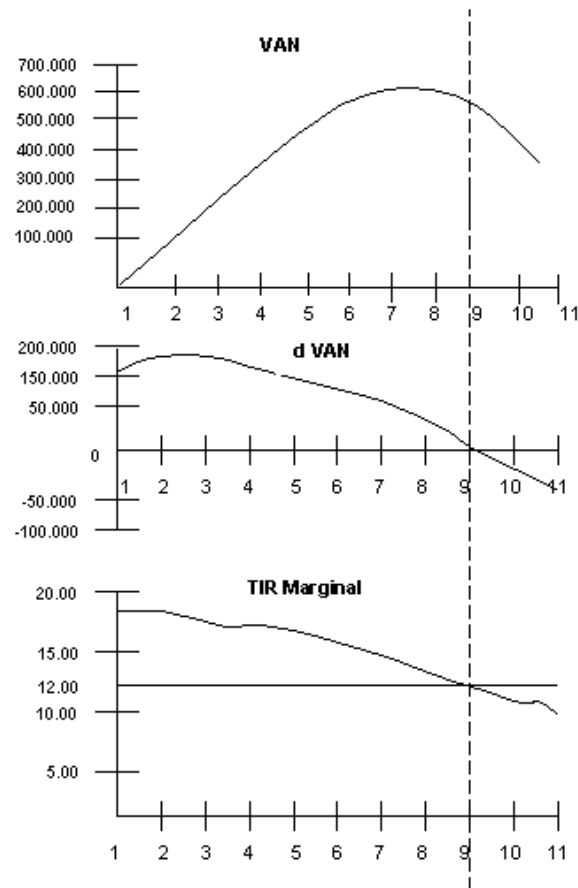


Gráfico 5.2: Relación del VAN y la TIR de un proyecto

En el gráfico se puede apreciar la relación de la TIR marginal, del valor actual neto (VAN) incremental y el VAN máximo con el tamaño óptimo (T_o). El tamaño óptimo corresponde al mayor VAN de las alternativas analizadas. Si se determina la función de la curva, este punto se obtiene cuando la primera derivada es igual a cero y la segunda es menor que cero, para asegurar que el punto sea un máximo. El mismo resultado se obtiene si se analiza el incremento del VAN que se logra con aumentos de tamaño. En T_o , el VAN se hace máximo, el VAN incremental es cero (el costo marginal es igual al ingreso marginal) y la TIR marginal es igual a la tasa de descuento exigida al proyecto.

Si bien lo anterior facilita la comprensión de algunas relaciones de variables y clarifica hacia donde debe tenderse en la búsqueda del tamaño óptimo, en la práctica este método pocas veces se emplea ya que como el número de opciones posibles es limitado, resulta más simple calcular el valor actual neto de cada una de ellas y elegir el tamaño que tenga mayor valor actual neto asociado.

Para efectos de nuestro estudio, se establecerá el tamaño del proyecto en base a la cobertura del potencial mercado disponible que resultará en variar el número de operarios para brindar la cobertura proyectada; es decir, para realizar los servicios de limpieza de los hogares. Además se considerará la inversión inicial que estaría dispuesta a realizar el inversionista.

Para tal efecto se han considerado tres escenarios: primer escenario: cobertura del mercado 6% (2 operarios), segundo escenario: cobertura del mercado 12% - esta es nuestra meta de cobertura en el primer año de operaciones (4 operarios); y tercer escenario: cobertura del mercado 18% (6 operarios).

El detalle del análisis se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 5.1: Escenarios para la determinación del Tamaño del Proyecto

% Cobertura del mercado potencial	Número de hogares atendidos
6%	499,20
12%	998,40
18%	1.497,60

Fuente: Autora

5.2. TECNOLOGÍA

El objetivo de este capítulo es exponer las bases fundamentales del aspecto técnico de un proyecto específico, que proveen la información de tipo económico al preparador y evaluador del proyecto, además es una propuesta de formas de recopilación y sistematización de la información relevante de inversiones y costos que se extraen del estudio técnico.

El estudio de ingeniería o tecnología es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto o servicio.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad a los

equipos y maquinarias elegidos. También, se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura, y de sistemas de distribución.

Las diferencias que cada proyecto específico presenta con respecto a la ingeniería hace muy complejo intentar generalizar un procedimiento de análisis que sea útil a cada uno de ellos. Sin embargo, obviando el problema de la evaluación técnica, es posible desarrollar un sistema de ordenación, clasificación y presentación de la información económica derivada del estudio técnico. Los antecedentes técnicos de respaldo a esta información sobre precios y acumulación de costos deben, necesariamente, incluirse al preparar y evaluar un proyecto, sean estos de tipo específico o mutuamente excluyentes.

Mediante este estudio deberá determinarse la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles destinados a la producción de bienes o servicios. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que pueden combinarse los factores productivos, identificando a través de la cuantificación y proyección del monto de inversiones, costos e ingresos que se asocian a cada una de las alternativas de producción. Por lo tanto, de la selección del proceso productivo se derivarán las necesidades de equipos y maquinarias del proyecto. De la determinación de su disposición en planta y el estudio de los requerimientos de los operarios, así como de su movilidad, podrán definirse las necesidades de espacio de planta y obras físicas. El cálculo de costos, mano de obra, insumos diversos, reparaciones y mantenimiento se obtendrán directamente del estudio del proceso productivo seleccionado.

El estudio de ingeniería no se realiza en forma aislada del resto de estudios del proyecto. Así el estudio de mercado definirá las variables relativas a las características del producto como: la demanda proyectada, la estacionalidad de las ventas, el abastecimiento de los materiales y el sistema de comercialización del producto, entre otras, cuya información deberá tomarse en cuenta al seleccionar el proceso productivo. El estudio legal podrá señalar ciertas restricciones del tamaño de planta o su localización, que podrían de alguna manera condicionar el tipo de proceso

productivo; por ejemplo, la calidad de las aguas subterráneas es prioritaria en la fabricación de las bebidas gaseosas. Si ésta no cumple con las exigencias requeridas en el tamaño y la localización permitida, el proyecto deberá incorporar los equipos necesarios para su purificación, aún cuando en otras zonas, donde la localización esté prohibida, pudiera evitarse esta inversión por contar con el agua de la calidad requerida.

El estudio financiero por su parte, puede ser determinante en la selección del proceso de producción, si en él se logra definir la imposibilidad de obtener los recursos para la adquisición de la tecnología más adecuada.

5.2.1. LA INGENIERÍA DE PROCESO

La ingeniería de proceso trata del desarrollo, evaluación y diseño de procesos productivos. Aunque muchas empresas subdividan la ingeniería de proceso en departamentos de desarrollo, de análisis económico y de diseño, no es raro que un solo ingeniero de proceso origine un nuevo proceso y lo continúe, a través de las distintas etapas de diseño, hasta la construcción de una planta completa. Muchos ingenieros de proceso con experiencia, y en base a sus conocimientos de ingeniería de proceso, son solicitados para dirigir el diseño de una nueva planta como ingeniero jefe de proyecto.

Cuando una empresa en operación decide construir una planta completa o un simple proceso unitario, deberá utilizar los servicios de un ingeniero jefe, o de una firma constructora especializada en ingeniería de proceso.

En este caso, es posible tener numerosas variantes en la división del trabajo, entre la empresa constructora contratista y el proyecto al cual se está realizando el trabajo.

5.2.2. PROCESO DE PRODUCCIÓN

El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de

obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar, y en cada caso particular, se tendrá diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto.

Según el flujo productivo, el proceso puede ser en serie, por pedido o por un proyecto específico. El proceso de producción es en serie cuando ciertos productos cuyo diseño básico es relativamente estable en el tiempo y que están destinados a un gran mercado permiten su producción para mantener existencias. Las economías de escala obtenidas por el alto grado de especialización que la producción en serie permite, van normalmente asociadas a bajos costos unitarios.

En un proceso por pedido, la producción sigue diferentes consecuencias que hacen necesaria su flexibilización a través de la mano de obra y los equipos suficientemente dúctiles para adaptarse a las características del pedido de una unidad de producto. Este proceso afectará los flujos económicos por la mayor especialidad del recurso humano y por las mayores existencias que será preciso mantener. Un proceso de producción corresponde a un producto complejo de carácter único que con tareas bien definidas en términos de recurso y plazos, da origen a un estudio de factibilidad.

Según el tipo de producto a manufacturar el proceso de producción se clasifican en función de los bienes que se van a producir; por ejemplo, se tiene el proceso extractivo, de transformación química, de montaje, de salud, de transporte, etc. Muchas veces un mismo producto puede obtenerse utilizando más de un proceso productivo. Si así fuera, deberá analizarse cada una de estas alternativas y determinarse la intensidad con que se utilizan los factores productivos; esto definirá en gran medida, el grado de automatización del proceso. Aquellas formas de producción intensivas en capital requerirán una mayor inversión, pero menores costos de operación por concepto de mano de obra, además de otras repercusiones, positivas o negativas, sobre otros costos e ingresos. La alternativa tecnológica que se seleccione afectará en forma directa a la rentabilidad del proyecto; por ello, deberá elegirse aquella que optimice los resultados.

5.2.3. EFECTOS ECONÓMICOS DE LA INGENIERIA

Indudablemente, la tecnología y el proceso de producción que se elija influirán directamente en la programación de la cuantía de inversiones, costos incurridos y beneficios generados del proyecto en ejecución. La cantidad y calidad de la maquinaria, equipos, herramientas, mobiliario de planta, vehículos y otras inversiones se caracterizarán normalmente por el proceso de producción que se ha elegido. En algunos casos, la disponibilidad de los equipos o maquinarias se obtienen no por su compra sino por su arrendamiento, con lo cual, en lugar de afectar al rubro de inversiones, se influirá en el de costos.

Los aspectos que se relaciona con la tecnológica son las que tienen mayor incidencia sobre la magnitud de costos incurridos y las inversiones de operación que se deberán efectuar en caso de implementarse el proyecto. De aquí la importancia de estudiar con especial énfasis la valorización económica de todas las variables técnicas de un proyecto específico.

Las necesidades de inversión en obra física se determinan principalmente en función a la distribución de los equipos productivos en el espacio físico. Sin embargo, también será preciso considerar las posibles ampliaciones futuras de la capacidad de producción que hagan aconsejable disponer desde un principio de la obra física necesaria, aun cuando se mantenga ociosa por algún tiempo. La distribución en planta debe evitar los flujos innecesarios de materiales, de personal, de productos en proceso o productos terminados, etc.

El proceso productivo a través de la tecnología usada, tiene incidencia directa sobre el costo de operación. Como ya se ha mencionado, la relación entre costos de operación y la inversión será de mayor incidencia mientras menos intensiva en capital sea la tecnología. En muchos casos el estudio de ingeniería debe proporcionar información económica relativa a los ingresos de operación. Por ejemplo, es el caso de equipos y maquinarias que deben reemplazarse y que al ser dados de baja permiten su venta. En otros casos, también los ingresos se generan por la venta de subproductos, como por ejemplo, el desecho derivado de la elaboración de envases de hojalata, que

se vende como chatarra, o la cáscara de limón, que se obtiene como residuo de la fabricación de pesticidas.

5.2.4. VALORIZACIÓN DE OBRAS FÍSICAS

Consiste en la valorización de las variables económicas que se relacionan con el aspecto técnico del proyecto, cuya inversión es común a las variables de producción, administración y ventas. En relación con la obra física, la valorización incluye desde la construcción o remodelación de edificios, oficinas de ventas, hasta la construcción de caminos, cercos o estacionamientos.

Para cuantificar estas inversiones es posible utilizar estimaciones aproximadas de costo (por ejemplo, el costo del metro cuadrado de construcción), si el estudio se hace en nivel de prefactibilidad. Sin embargo, para el estudio de factibilidad la información debe perfeccionarse mediante estudios complementarios de ingeniería que permitan una apreciación exacta de las necesidades de recursos financieros en las inversiones del proyecto.

El ordenamiento de la información relativa a inversiones en obras físicas se hace en un cuadro auxiliar que se denomina "Balance de Obras Físicas" y que contiene la información relacionado con obras de infraestructura.

El Balance de Obras Físicas debe contener todos los datos que determinan una inversión del proyecto. No es necesario un detalle máximo, puesto que se busca más que nada agrupar en función de componentes de costo. Así por ejemplo, en primera columna deberá ir cada una de las construcciones requeridas (plantas, bodegas, etc.), los terrenos, vías de acceso, instalaciones (sanitarias, redes de agua potable, redes eléctricas, etc.), cierres y otras que dependerán de cada proyecto en particular. Es necesario identificar cada una de las unidades de medida, para calcular el costo total de las obras físicas; por ejemplo, metros cuadrados, metros lineales, unidades, etc.

El costo total de las obras físicas se obtiene multiplicando la cantidad en metros cuadrados de construcción, por el costo unitario, que indica el valor unitario de la unidad de medida identificada. A este respecto, cabe destacar la necesidad de definir

en forma correcta la unidad de medida que represente mejor la cuantificación del costo total de las obras.

Así en muchos casos el diseño arquitectónico obligará a medir el costo en función a perímetros y no en metros cuadrados. La suma de los montos de la columna costo total dará el valor total de la inversión en obras físicas.

No todas las inversiones en obra física se realizan antes de la puesta en marcha del proyecto. En muchos casos será necesario hacer inversiones durante la operación, ya sea por ampliaciones programadas en la capacidad de operación de planta o por inversiones de reemplazo de las obras existentes. La proyección de la demanda puede hacer en muchos casos aconsejable no efectuar la inversión simultáneamente previa al inicio de la operación, sino a medida en que la programación lo determine.

Para el presente proyecto, se requiere contar únicamente con 2 oficinas para administración y una bodega para almacenaje de los insumos y equipos de limpieza. A continuación se muestra la distribución requerida para el proyecto.

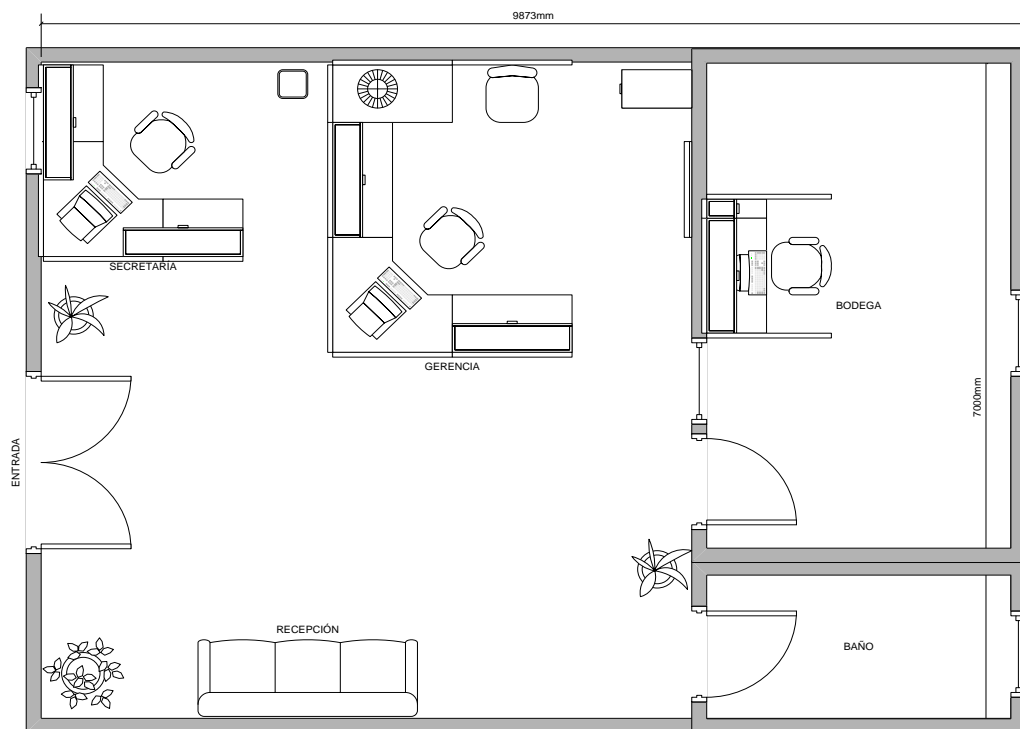


Gráfico 5.3: Diseño de distribución de áreas funcionales de la empresa

Fuente: Autora

Considerando que el objeto de la empresa será brindar servicios a domicilio, se requiere de una infraestructura mínima, tal como se muestra en el diagrama.

El almacenaje de los insumos, equipos y herramientas se lo hará en estantes muy bien identificados dentro de la bodega de almacenaje.

El bodeguero deberá llevar un control del kárdex de cada uno de los insumos y de un control de los bienes de control entregados a cada uno de los operarios.

5.3. LOCALIZACIÓN

La localización adecuada de la empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la decisión de donde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales, e incluso, de preferencias emocionales. Con todos ellos, sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

5.3.1. FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN

Los factores que influyen más comúnmente en la decisión de la localización de un proyecto se analizan en este apartado.

Las alternativas de instalación de la planta deben compararse en función de las fuerzas ocasionales típicas de los proyectos. Una clasificación concentrada debe incluir por lo menos los siguientes factores globales:

- Medios y costos de transporte
- Disponibilidad y costo de mano de obra
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento
- Factores ambientales
- Cercanía del mercado
- Costo y disponibilidad de terrenos
- Topografía de suelos
- Estructura impositiva y legal

- Disponibilidad de agua, energía y otros suministros
- Comunicaciones
- Posibilidad de desprenderse de desechos

La tendencia de localizar el proyecto en las cercanías de las fuentes de materias primas, por ejemplo, depende del costo de transporte.

Normalmente, cuando la materia prima es procesada para obtener productos diferentes, la localización tiende hacia la fuente de insumo; en cambio, cuando el proceso requiere variados materiales o piezas para ensamblar un producto final, la localización tiende hacia el mercado.

Respecto a la mano de obra, la cercanía del mercado laboral adecuado se convierte con frecuencia en un factor predominante en la elección de la ubicación, y aún más cuando la tecnología que se emplee sea intensiva en mano de obra. Sin embargo, diferencias significativas en los niveles de remuneración entre alternativas de localización podrían hacer que la consideración de este factor sea puramente de carácter económico.

La tecnología de los procesos puede también en algunos casos convertirse en un actor prioritario de análisis, esto si requiriera algún insumo específico en abundancia. Existen además una serie de factores no relacionados con el proceso productivo, pero que condiciona en algún grado la localización del proyecto, a este respecto se puede señalar tres factores denominados genéricamente ambientales:

- La disponibilidad y confiabilidad de los sistemas de apoyo
- Las condiciones sociales y culturales
- Las consideraciones legales y políticas

Al estudiar la localización otras veces será el transporte el factor determinante en la decisión. Es común, especialmente en niveles de prefactibilidad, que se determine un costo tarifario, sea en volumen o en peso, por kilómetro recorrido. Si se emplea esta unidad de medida, su aplicación difiere según se compre la materia puesta en planta o no. Por ejemplo, si el proyecto fuese agroindustrial e implicase una

recolección de la materia prima en varios predios, el costo de esta, puesta en planta dependerá de la distancia en la que se transporta, ya que el costo del flete deberá incorporarse a su precio.

La naturaleza, disponibilidad y ubicación de las fuentes de materia prima, las propiedades del producto terminado y la ubicación del mercado son también factores generalmente relevantes en la decisión de la localización del proyecto.

La disponibilidad y costo de los terrenos en las dimensiones requeridas para servir las necesidades actuales y las expectativas de crecimiento futuro de la empresa creada por el proyecto es otro factor relevante que hay que considerar. De igual forma, pocos proyectos permiten excluir consideraciones a cerca de la topografía y condiciones de suelos o de la existencia de edificaciones útiles aprovechables o del costo de la construcción.

5.3.2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN

5.3.2.1. MÉTODOS DE EVALUACIÓN POR FACTORES NO CUANTIFICABLES

Las principales técnicas subjetivas utilizadas para emplazar solo tienen en cuenta factores cualitativos y no cuantificativos, que tienen mayor validez en la selección de la macro-zona que en la ubicación específica. Los tres métodos que se destacan son denominados como: antecedentes industriales, factor preferencial y factor dominante.

El método de los “Antecedentes Industriales” supone que si en una zona se instala una planta de una industria similar, esta será adecuada para el proyecto. Las limitaciones de este método son obvias, desde el momento que realiza un análisis estático cuando es requerido uno dinámico.

No más objetivo es el criterio del “Factor Preferencial”, que basa la selección en la preferencia personal de quién debe decidir (ni siquiera del analista). Así, el deseo de vivir en un lugar determinado puede relegar en prioridad a los factores económicos al adoptar la decisión final.

El criterio del “Factor Dominante”, más que una técnica, es un concepto, puesto que no otorga alternativas a la localización. Es el caso de la minería o el petróleo, donde la fuente de los minerales condiciona la ubicación. La única alternativa que queda es no instalarse.

5.3.2.2. MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye. El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador.

Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo a una escala predeterminada como por ejemplo de cero a diez.

La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.

Para nuestro proyecto se ha establecido que la localización estará basada en la oportunidad de arrendar un local adecuado a las necesidades del proyecto, lo más cercano posible a los principales centros de acopio de insumos de la ciudad como lo es la “Feria Libre”. Se ha encontrado un local adecuado para las instalaciones en la zona del Coliseo “Jefferson Pérez” en la avenida 12 de Abril y Unidad Nacional. Esta ubicación es lugar estratégico tanto por la cercanía al centro de acopio como por la relativa facilidad de desplazarse a cualquier parte de la urbe en un tiempo corto. Adicionalmente, el valor económico que se cancelará por concepto de renta es muy conveniente. El lugar tiene aproximadamente 70 metros cuadrados de área útil con las facilidades de aparcamiento y seguridades.

CAPÍTULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. ANÁLISIS Y PROYECCIONES FINANCIERAS

Las proyecciones financieras consisten en calcular cuál será el desenvolvimiento del negocio o empresa en un futuro desde el punto de vista financiero-contable; lo anterior tiene como finalidad conocer cuál será la rentabilidad del negocio o empresa y conocer si las acciones a emprender van a generar resultados que afecten (positiva o negativamente) dicha rentabilidad.

6.2. RECURSOS FINANCIEROS PARA LA INVERSIÓN

El análisis de los proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u alguna otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión. Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones.

Una de las evaluaciones que deben de realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto.

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.

Sus fines son, entre otros:

- a) Establecer razones e índices financieros derivados del balance general.
- b) Identificar la repercusión financiera por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.
- c) Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- d) Determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.
- e) Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

6.2.1. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Para la realización de los cálculos financieros, se han empleado algunos parámetros generales. Estos parámetros se encuentran detallados en el Anexo 9.

En el siguiente cuadro se presenta la inversión inicial para el proyecto y el balance de situación inicial de la empresa.

Tabla 6.1: Inversión Inicial del Proyecto

Súper Limpio Cía. Ltda.			
INVERSIÓN INICIAL			
Al 1 de Enero del 2010			
VALORADO EN USD\$			
Cantidad	Descripción	Costo unitario	Costo total
	Caja - Bancos		9.913,00
1	Caja - Bancos	9.913,00	9.913,00
	Vehículos		10.000,00
1	Vehículo	10.000,00	10.000,00
	Muebles y Enseres		2.005,00
3	Estaciones de trabajo	200,00	600,00
5	Anaqueles	75,00	375,00
3	Sillones	80,00	240,00
2	Archivador	100,00	200,00
6	Sillas	25,00	150,00
1	Sofá	200,00	200,00
2	Escritorios	120,00	240,00
	Equipo de Oficina		250,00
1	Telefax	180,00	180,00
1	Destructor de papel	70,00	70,00
	Equipo de Computación		2.570,00
2	Computadoras	600,00	1.200,00
1	Computadora portátil	850,00	850,00
1	Impresora Matricial	320,00	320,00
1	Impresora Multifunción	200,00	200,00
	Maquinarias y Equipo		3.762,00
2	Aspiradora Profesional Electrolux 1600	162,00	324,00
2	Rasqueteadora y Abrillantadora Electrolux	522,00	1.044,00
2	Aspiradora de Polvo y agua 15 litros	612,00	1.224,00
1	Electrolux HIPO Aspiradora de polvo y agua, lava alfombras	1.170,00	1.170,00
	Gastos de Constitución		1.500,00
1	Gastos de Constitución	1.500,00	1.500,00
	TOTAL		30.000,00

Fuente: Autora

Tabla 6.2: Balance de Situación Inicial

Súper Limpio Cía. Ltda.		
BALANCE GENERAL		
Al 1 de Enero del 2010		
VALORADO EN USD\$		
ACTIVOS		
Activos No Corrientes		
Edificios	-	
Vehículos	10.000,00	
Muebles y Enseres	2.005,00	
Equipo de Computación	2.570,00	
Equipo de Oficina	250,00	
Gastos de Constitución	1.500,00	
Total Activos No Corrientes	16.325,00	
Activos Corrientes		
Caja - Bancos	9.913,00	
Maquinarias y Equipo	3.762,00	
Total Activos Corrientes	13.675,00	
TOTAL ACTIVOS		30.000,00
PATRIMONIO Y PASIVO		
Patrimonio		
Capital	20.000,00	
Total Patrimonio	20.000,00	
Pasivo		
Obligaciones Bancarias	10.000,00	
Hipoteca por Pagar	-	
Total Pasivo		10.000,00
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO		30.000,00

Fuente: Autora

6.2.2. PROYECCIONES DE INGRESOS

En base al tamaño del proyecto determinado y a la cobertura estimada que tendrá la empresa en el mercado, se ha definido la proyección de ingresos mensuales para el primer año de operaciones:

Tabla 6.3: Proyección de Ventas

Proyección de Ventas	
hogares	1.000
semanas al año	52
días laborables por semana	5
días laborables en el año	260
Porcentaje de días festivos (4%)	10
días laborables netos en el año	250
horas x jornadas diaria	8
horas hombre en el año	1.997
número de trabajadores (operarios)	4
total de horas hombre al año	7.987
tiempo promedio estimado por casa	4,00
número de servicios de limpieza (cuadrillas de 2 personas)	998
casas servidas por día con 2 cuadrillas	4
PVP promedio estimado por casa	70
Ingreso estimado	69.860

Fuente: Autora

Tabla 6.4: Presupuesto de Ventas Proyectado

Súper Limpio Cía. Ltda.						
PRESUPUESTO DE VENTAS						
AÑOS 2010 - 2014						
VALORADO EN USD \$						
Servicio de Limpieza						
		2010	2011	2012	2013	2014
	PRECIO	70,00	73,02	76,16	79,45	82,87
x	CANTIDAD (servicios)	998,00	1.023,00	1.049,00	1.075,00	1.102,00
=	TOTAL VENTAS	69.860,00	74.696,39	79.896,07	85.405,21	91.323,68
Servicio Adicional						
		2010	2011	2012	2013	2014
	PRECIO	50,00	52,16	54,40	56,75	59,19
x	CANTIDAD (servicios)	12,00	13,00	14,00	15,00	16,00
=	TOTAL VENTAS	600,00	678,02	761,64	851,21	947,10
TOTAL VENTAS		70.460,00	75.374,41	80.657,71	86.256,42	92.270,78

DATOS PARA LOS CÁLCULOS	
Los Precios se proyectan en base a la Inflación	4,31%
Tasa de Crecimiento para Servicio de Limpieza	3%
Precio del Servicio de Limpieza	70
Precio del Servicio Adicional	50
Cantidad de Servicio de Limpieza anuales	998
Cantidad de Servicio Adicional anuales	12
Crecimiento de Servicio Adicional anuales	5%

Fuente: Autora

6.2.3. PROYECCIONES DE GASTOS

Para el presente proyecto se han estimado algunos rubros propios de la naturaleza del negocio, tales como: insumos, ropa de trabajo, gastos de constitución, gastos por publicidad, maquinaria y equipos, etc.

El detalle del análisis se muestra en los siguientes cuadros:

Tabla 6.5: Presupuesto de Gastos Operacionales

Súper Limpio Cía. Ltda.					
PRESUPUESTO DE GASTOS OPERACIONALES					
AÑOS 2010 - 2014					
VALORADO EN USD \$					
	2010	2011	2012	2013	2014
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
SUELDOS Y SALARIOS	42.858,80	44.706,01	46.632,84	48.642,72	50.739,22
SERVICIOS BÁSICOS	1.440,00	1.502,06	1.566,80	1.634,33	1.704,77
DEPRECIACIÓN	3.834,57	3.834,57	3.834,57	2.977,90	2.977,90
ÚTILES DE OFICINA	231,57	241,55	251,96	262,82	274,15
= TOTAL GTOS. ADMINISTRAT.	48.364,93	50.284,19	52.286,17	53.517,77	55.696,04
GASTOS VENTAS					
REPOSICION DE INDUMENTARIA	496,00	517,38	539,68	562,94	587,20
GASTOS IMPREVISTOS	720,00	751,03	783,40	817,17	852,39
PUBLICIDAD	960,00	1.001,38	1.044,54	1.089,55	1.136,51
ARRIENDOS	2.503,44	2.611,34	2.723,89	2.841,29	2.963,75
COMBUSTIBLE	720,00	751,03	783,40	817,17	852,39
MANTENIMIENTO VEHÍCULO	751,03	783,40	817,17	1.704,77	1.778,25
MANTENIMIENTO INSTALACIONES	1.251,72	1.305,67	1.361,94	1.420,64	1.481,87
MATERIALES E INSUMOS	1.362,00	1.420,70	1.481,93	1.545,81	1.612,43
= TOTAL GASTOS VENTAS	8.764,19	9.141,93	9.535,95	10.799,33	11.264,78
= TOTAL GTOS. OPERACIONAL	57.129,13	59.426,12	61.822,12	64.317,10	66.960,82

DATOS PARA LOS CÁLCULOS	
Inflación Anual	4,31%
Aumento anual de Sueldos y Salarios	4,31%
Servicios Básicos Anuales	1.440,00
Reposición de Indumentaria	496,00
Gastos Imprevistos	720,00
Arriendo 2009	2.400,00
Incremento Arriendo de Bodegas	4,31%
Útiles de Oficina 2009	222,00
Publicidad Anual	960,00
Combustible Anual	720,00
Mantenimiento Vehículo	720,00
Mantenimiento Instalaciones	1.200,00
Materiales e Insumos	1.362,00

Fuente: Autora

El detalle del análisis de costos se indica en las siguientes tablas:

Tabla 6.6: Cálculo de Sueldos y Salarios

Súper Limpio Cía. Ltda.					
CALCULO DEL COSTO REAL DE SUELDOS Y SALARIOS					
Cargo:	GERENTE		Cargo:	SECRETARIA/CONTADORA	
# de personas en el cargo:	1		# de personas en el cargo:	1	
SBU	240,00		SBU	240,00	
Sueldo Base	650,00		Sueldo Base	400,00	
DETALLE	AL MES	AL AÑO	DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	650,00	7.800,00	SUELDO BASE	400,00	4800,00
DÉCIMO TERCERO	54,17	650,00	DÉCIMO TERCERO	33,33	400,00
DÉCIMO CUARTO	20,00	240,00	DÉCIMO CUARTO	20,00	240,00
FONDOS DE RESERVA	54,17	650,00	FONDOS DE RESERVA	33,33	400,00
VACACIONES	27,08	325,00	VACACIONES	16,67	200,00
GASTO APORTE PATRONAL	72,48	869,70	GASTO APORTE PATRONAL	44,60	535,20
TOTAL COSTO REAL	877,89	10.534,70	TOTAL COSTO REAL	547,93	6575,20
Cargo:	BODEGUERO/CHOFER		Cargo:	OPERADORES	
# de personas en el cargo:	1		# de personas en el cargo:	4	
SBU	240,00		SBU	240,00	
Sueldo Base	350,00		Sueldo Base	300,00	
DETALLE	AL MES	AL AÑO	DETALLE	AL MES	AL AÑO
SUELDO BASE	350,00	4200,00	SUELDO BASE	1200,00	14400,00
DÉCIMO TERCERO	29,17	350,00	DÉCIMO TERCERO	100,00	1200,00
DÉCIMO CUARTO	20,00	240,00	DÉCIMO CUARTO	80,00	960,00
FONDOS DE RESERVA	29,17	350,00	FONDOS DE RESERVA	100,00	1200,00
VACACIONES	14,58	175,00	VACACIONES	50,00	600,00
GASTO APORTE PATRONAL	39,03	468,30	GASTO APORTE PATRONAL	133,80	1605,60
TOTAL COSTO REAL	481,94	5783,30	TOTAL COSTO REAL	1663,80	19965,60

RESUMEN ANUAL		
GERENTE	10.534,70	Mensual
SECRETARIA/CONTADORA	6.575,20	
OPERADORES	19.965,60	
BODEGUERO/CHOFER	5.783,30	
Total Gasto Anual Sueldos	42.858,80	

Fuente: Autora

Tabla 6.7: Materiales e Insumos

Materiales e Insumos (mensuales) en USD \$					
Ítem		Cantidad	Und.	P. Unitario	P. Total
Desinfectante y quita sarro	2	4	gl	4,00	16,00
Cera de piso	2	4	gl	3,00	12,00
Lana de acero	5	10	gl	1,50	15,00
Trapeadores	1	2	und	5,00	10,00
Escobas	1	2	und	3,00	6,00
Esponjas	5	10	und	0,25	2,50
Desengrasantes	2	4	gl	5,00	20,00
Cloro	2	4	gl	3,00	12,00
Líquido limpiavidrios	2	4	gl	5,00	20,00
Total Materiales e Insumos					113,50

Fuente: Autora

Tabla 6.8: Costos de Indumentaria y Ropa de trabajo

Indumentaria (mensuales) en USD \$					
Ítem	Costo	Cantidad anual	Cantidad total	Costo total	Mensual
número de operarios	4				
gorra	5,00	2	8,00	40,00	3,33
pantalón jean	15,00	2	8,00	120,00	10,00
camiseta	5,00	2	8,00	40,00	3,33
guantes	2,00	12	48,00	96,00	8,00
pares de zapatos	25,00	2	8,00	200,00	16,67
Total Indumentaria				496,00	41,33
Valor de Indumentaria por operario (mensual)					10,333

Fuente: Autora

Tabla 6.9: Depreciaciones de Activos Fijos

Súper Limpio Cía. Ltda.				
DEPRECIACIONES				
ANEXOS DEPRECIACIONES				
ACTIVO	VALOR EN LIBROS	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEP. ANUAL
Vehículos	10.000,00	-	5	2.000,00
Muebles y Enseres	2.005,00	-	10	200,50
Equipo de Computación	2.570,00	-	3	856,67
Equipo de Oficina	250,00	-	10	25,00
Maquinarias y Equipo	3.762,00	-	5	752,40
TOTAL DEPRECIACIONES ACTIVOS ACTUALES				3.834,57

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

AÑOS	ANUAL	ACUMULADA
2010	3.834,57	3.834,57
2011	3.834,57	7.669,13
2012	3.834,57	11.503,70
2013	2.977,90	14.481,60
2014	2.977,90	17.459,50

Fuente: Autora

Tabla 6.10: Amortización de Obligaciones Bancarias

Súper Limpio Cía. Ltda.								
AMORTIZACIÓN OBLIGACIONES BANCARIAS								
Período	Capital	Interés	Cuota	Capital Pagado	Saldo	Gasto Interés	Pago Anual	Capital Pagado Anual
1	10.000,00	125,00	346,65	221,65	9.778,35			
2	9.778,35	122,23	346,65	224,42	9.553,92			
3	9.553,92	119,42	346,65	227,23	9.326,69			
4	9.326,69	116,58	346,65	230,07	9.096,62			
5	9.096,62	113,71	346,65	232,95	8.863,68			
6	8.863,68	110,80	346,65	235,86	8.627,82			
7	8.627,82	107,85	346,65	238,81	8.389,02			
8	8.389,02	104,86	346,65	241,79	8.147,22			
9	8.147,22	101,84	346,65	244,81	7.902,41			
10	7.902,41	98,78	346,65	247,87	7.654,54			
11	7.654,54	95,68	346,65	250,97	7.403,57			
						1er. Año		
						1.309,30	4.159,84	2.850,54
12	7.403,57	92,54	346,65	254,11	7.149,46			
13	7.149,46	89,37	346,65	257,29	6.892,17			
14	6.892,17	86,15	346,65	260,50	6.631,67			
15	6.631,67	82,90	346,65	263,76	6.367,92			
16	6.367,92	79,60	346,65	267,05	6.100,86			
17	6.100,86	76,26	346,65	270,39	5.830,47			
18	5.830,47	72,88	346,65	273,77	5.556,70			
19	5.556,70	69,46	346,65	277,19	5.279,50			
20	5.279,50	65,99	346,65	280,66	4.998,84			
21	4.998,84	62,49	346,65	284,17	4.714,67			
22	4.714,67	58,93	346,65	287,72	4.426,95			
						2do. Año		
						851,06	4.159,84	3.308,78
23	4.426,95	55,34	346,65	291,32	4.135,64			
24	4.135,64	51,70	346,65	294,96	3.840,68			
25	3.840,68	48,01	346,65	298,64	3.542,04			
26	3.542,04	44,28	346,65	302,38	3.239,66			
27	3.239,66	40,50	346,65	306,16	2.933,50			
28	2.933,50	36,67	346,65	309,98	2.623,52			
29	2.623,52	32,79	346,65	313,86	2.309,66			
30	2.309,66	28,87	346,65	317,78	1.991,87			
31	1.991,87	24,90	346,65	321,75	1.670,12			
32	1.670,12	20,88	346,65	325,78	1.344,34			
33	1.344,34	16,80	346,65	329,85	1.014,49			
34	1.014,49	12,68	346,65	333,97	680,52			
35	680,52	8,51	346,65	338,15	342,37			
						3er. Año		
						319,16	4.159,84	3.840,68
						2.479,52	12.479,52	10.000,00

DATOS PARA LOS CÁLCULOS			
Tasa anual	15,00%	Pagos al año	12,00
Periodos	36,00	Mensualidad	346,65
Préstamo por	10.000,00		

Fuente: Autora

6.2.4. PUNTO DE EQUILIBRIO

El sistema del punto de equilibrio se desarrollo en el año de 1920 por el Ing. Walter A. Rautenstrauch, consideró que los estados financieros no presentaban una información completa sobre los siguientes aspectos:

- Solvencia.
- Estabilidad.
- Productividad.

El profesor Walter Rautenstrauch llegó a determinar la fórmula que localiza rápidamente el lugar en donde se encuentra el punto de equilibrio económico de una compañía.

Es un método analítico, representado por el vértice donde se juntan las ventas y los gastos totales, determinando el momento en el que no existen utilidades ni pérdidas para una entidad, es decir que los ingresos son iguales a los gastos.

El método del Punto de Equilibrio, tiene las siguientes aplicaciones:

- Planeación de utilidades de un proyecto de inversión.
- Es el nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos.
- Por debajo de este punto la empresa incurre en perdidas y por arriba obtiene utilidades.
- Cálculo del punto neutro.
- Determinación del probable costo unitario de diferentes niveles de producción.
- Determinación de las ventas necesarias para establecer el precio de venta unitario de ventas.
- Determinación del monto necesario para justificar una nueva inversión en activo fijo.
- Determinación del efecto que produce una modificación de más o menos en los costos y gastos en relación con sus respectivas ventas.

Las causas que pueden provocar variaciones de los puntos de equilibrio y las utilidades son:

- Cambios en los precios de venta.
- Cambios en los costos fijos.
- Cambios en la ejecución del trabajo o en la utilización de materiales.
- Cambios en el volumen.

Con respecto a la información aportada por el cálculo del punto de equilibrio la administración puede tomar decisiones con respecto a:

- Expansión de la planta.
- Cierre de la planta.
- Rentabilidad del producto.
- Cambios de precios.
- Mezcla en la venta de productos.

6.2.4.1. VENTAJAS

- Su principal ventaja estriba en que permite determinar un punto general de equilibrio en una empresa que vende varios productos similares a distintos precios de venta, requiriendo un mínimo de datos, pues sólo se necesita conocer las ventas, los costos fijos y los variables, por otra parte, el importe de las ventas y los costos se obtienen de los informes anuales de dichas empresas.
- Simplicidad en su cálculo e interpretación.
- Simplicidad de gráfico e interpretación.

6.2.4.2. DESVENTAJAS

- No es una herramienta de evaluación económica.
- Dificultad en la práctica para el cálculo y clasificación de costos en fijos y en variables ya que algunos conceptos son semifijos o semivARIABLES.

- Supuesto explícito de que los costos y gastos se mantienen así durante periodos prolongados, cuando en realidad no es así.
- Es inflexible en el tiempo, no es apta para situaciones de crisis.

6.2.4.3. FORMULACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

De acorde a su definición:

$$\text{Ingresos} = \text{precio de venta por unidades} = PV(X)$$

$$\text{Costo total} = \text{costos fijos} + \text{costos variables por unidades} = CF + CV(X)$$

Punto de Equilibrio: cuando Ingresos es igual a los Costos totales

$$PV(X) = CF + CV(X)$$

Esta formulación nos permite determinar el número de unidades de producción requeridas para llegar al punto de equilibrio. En nuestro proyecto, nos permitiría determinar el mínimo número de servicios de limpieza para llegar el punto de equilibrio, es decir cubrir todos los gastos fijos y variables del periodo.

A continuación se muestra el cálculo del punto de equilibrio del proyecto en base a la proyección de 5 años.

Tabla 6.11: Punto de equilibrio

Súper Limpio Cía. Ltda.					
DETERMINACIÓN DE PUNTO DE EQUILIBRIO					
COSTOS FIJOS	2010	2011	2012	2013	2014
SUELDOS Y SALARIOS	42.858,80	44.706,01	46.632,84	48.642,72	50.739,22
SERVICIOS BÁSICOS	1.440,00	1.502,06	1.566,80	1.634,33	1.704,77
DEPRECIACIÓN	3.834,57	3.834,57	3.834,57	2.977,90	2.977,90
ÚTILES DE OFICINA	231,57	241,55	251,96	262,82	274,15
PUBLICIDAD	960,00	1.001,38	1.044,54	1.089,55	1.136,51
ARRIENDOS	2.503,44	2.611,34	2.723,89	2.841,29	2.963,75
COMBUSTIBLE	720,00	751,03	783,40	817,17	852,39
MANTENIMIENTO VEHÍCULO	751,03	783,40	817,17	1.704,77	1.778,25
MANTENIMIENTO					
INSTALACIONES	1.251,72	1.305,67	1.361,94	1.420,64	1.481,87
MATERIALES E INSUMOS	1.362,00	1.420,70	1.481,93	1.545,81	1.612,43
TOTAL	55.913,13	58.157,71	60.499,04	62.937,00	65.521,24

COSTOS VARIABLES	2010	2011	2012	2013	2014
COSTO DE VENTAS	-	-	-	-	-
GASTOS FINANCIEROS	1.309,30	851,06	319,16	-	-
GASTOS VARIOS	1.216,00	1.268,41	1.323,08	1.380,10	1.439,59
TOTAL	2.525,30	2.119,47	1.642,24	1.380,10	1.439,59

INGRESOS	2010	2011	2012	2013	2014
VENTAS	70.460,00	75.374,41	80.657,71	86.256,42	92.270,78

PUNTO DE EQUILIBRIO	57.991,55	59.840,38	61.756,44	63.960,36	66.559,68
----------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente: Autora

PUNTO DE EQUILIBRIO 2010

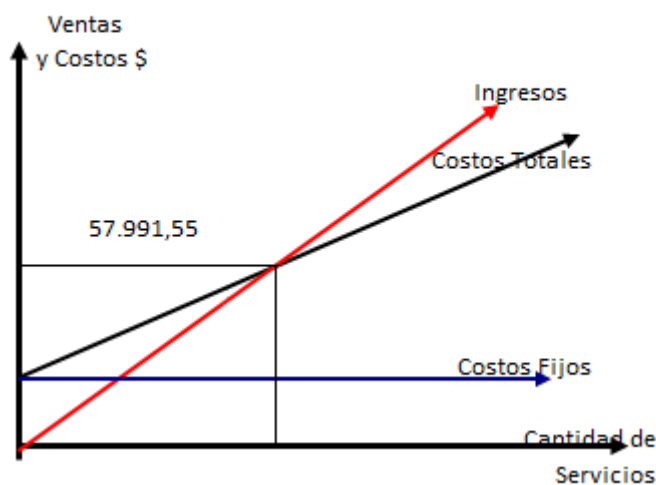


Gráfico 6.1: Punto de Equilibrio

Fuente: Autora

6.3. ESTADOS FINANCIEROS PRESUPUESTADOS

6.3.1. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Tabla 6.12: Flujo de Caja Operacional Proyectado

Súper Limpio Cía. Ltda.					
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL					
AÑOS 2010 - 2014					
VALORADO EN USD \$					
ENTRADAS	2010	2011	2012	2013	2014
VENTAS AL CONTADO	70.460,00	75.374,41	80.657,71	86.256,42	92.270,78
TOTAL ENTRADAS	70.460,00	75.374,41	80.657,71	86.256,42	92.270,78
SALIDAS	2010	2011	2012	2013	2014
GASTOS ADMINISTRATIVOS	48.364,93	50.284,19	52.286,17	53.517,77	55.696,04
- DEPRECIACIÓN	-3.834,57	-3.834,57	-3.834,57	-2.977,90	-2.977,90
GASTOS DE VENTAS	8.764,19	9.141,93	9.535,95	10.799,33	11.264,78
PAGO POR OBLIGACIÓN BANCARIA	4.159,84	4.159,84	4.159,84	0,00	0,00
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	0,00	1.803,24	2.264,58	2.777,46	3.290,90
IMPUESTO A LA RENTA (25%)	0,00	2.554,58	3.208,16	3.934,74	4.662,11
TOTAL SALIDAS	57.454,40	64.109,22	67.620,13	68.051,41	71.935,92
ENTRADAS	70.460,00	75.374,41	80.657,71	86.256,42	92.270,78
- SALIDAS	57.454,40	64.109,22	67.620,13	68.051,41	71.935,92
= FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	13.005,60	11.265,19	13.037,58	18.205,01	20.334,85
SALDO INICIAL DE CAJA	9.913,00	22.918,60	34.183,79	47.221,37	65.426,38
SALDO FINAL DE CAJA	22.918,60	34.183,79	47.221,37	65.426,38	85.761,23

Fuente: Autora

6.3.2. ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS PROYECTADO

Tabla 6.13: Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Súper Limpio Cía. Ltda.					
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
AÑOS 2010 - 2014					
VALORADO EN USD \$					
	2010	2011	2012	2013	2014
Ventas	70.460,00	75.374,41	80.657,71	86.256,42	92.270,78
- Costo de Ventas	-	-	-	-	-
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	70.460,00	75.374,41	80.657,71	86.256,42	92.270,78
- Gastos Operacionales	57.129,13	59.426,12	61.822,12	64.317,10	66.960,82
= UTILIDAD OPERACIONAL	13.330,87	15.948,28	18.835,59	21.939,32	25.309,96
- Gastos Financieros	1.309,30	851,06	319,16	-	-
+ Otros Ingresos	-	-	-	-	-
- Otros Egresos	-	-	-	-	-
= UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	12.021,58	15.097,22	18.516,43	21.939,32	25.309,96
- 15% Participación Trabajadores	1.803,24	2.264,58	2.777,46	3.290,90	3.796,49
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10.218,34	12.832,64	15.738,97	18.648,42	21.513,46
- 25% Impuesto a la Renta	2.554,58	3.208,16	3.934,74	4.662,11	5.378,37
= UTILIDAD NETA	7.663,75	9.624,48	11.804,23	13.986,32	16.135,10
- 10% Reserva Legal	766,38	962,45	1.180,42	1.398,63	1.613,51
= UTILIDAD A DISPOSICIÓN DE ACC.	6.897,38	8.662,03	10.623,80	12.587,68	14.521,59

Fuente: Autora

6.3.3. BALANCE GENERAL PROYECTADO

Tabla 6.14: Balance General Proyectado

Súper Limpio Cía. Ltda.					
BALANCE GENERAL					
AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA AÑO					
VALORADO EN USD\$					
	2010	2011	2012	2013	2014
ACTIVOS					
Activos No Corrientes					
Vehículos	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Muebles y Enseres	2.005,00	2.005,00	2.005,00	2.005,00	2.005,00
Equipo de Computación	2.570,00	2.570,00	2.570,00	2.570,00	2.570,00
Equipo de Oficina	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Maquinaria y Equipo	3.762,00	3.762,00	3.762,00	3.762,00	3.762,00
Depreciación Acumulada	- 3.834,57	- 7.669,13	- 11.503,70	- 14.481,60	- 17.459,50
Gastos de Constitución	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Total Activos No Corrientes	16.252,43	12.417,87	8.583,30	5.605,40	2.627,50
Activos Corrientes					
Caja - Bancos	22.918,60	34.183,79	47.221,37	65.426,38	85.761,23
Total Activos Corrientes	22.918,60	34.183,79	47.221,37	65.426,38	85.761,23
TOTAL ACTIVOS	39.171,03	46.601,66	55.804,67	71.031,78	88.388,73
PATRIMONIO Y PASIVO					
Patrimonio					
Capital	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
Reserva Legal	766,38	1.728,82	2.909,25	4.307,88	5.921,39
Utilidades del Ejercicio	6.897,38	15.559,41	26.183,21	38.770,90	53.292,49
Total Patrimonio	27.663,75	37.288,23	49.092,46	63.078,78	79.213,87
Pasivo					
Obligaciones Bancarias	7.149,46	3.840,68	-		
Participación Trabajadores	1.803,24	2.264,58	2.777,46	3.290,90	3.796,49
Impuesto a la Renta	2.554,58	3.208,16	3.934,74	4.662,11	5.378,37
Total Pasivo	11.507,28	9.313,42	6.712,21	7.953,00	9.174,86
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	39.171,03	46.601,66	55.804,67	71.031,78	88.388,73

Fuente: Autora

6.4. EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación financiera es la acción y el efecto de señalar el valor de un conjunto de activos o pasivos financieros.

El valor de un activo financiero está determinado inicialmente por su interés. El tipo de interés de los fondos ajenos está determinado contractualmente, por lo que un primer problema inicial es estimar el tipo de descuento a aplicar a los fondos propios.

Otros problemas más complejos surgen si queremos hacer también una valoración adicional que tenga en cuenta la liquidez y la seguridad de cobro o amortización. Mientras que la determinación de los tipos de interés o de descuento puede aspirar a tener una evaluación objetiva, basada en los datos del mercado, la valoración de la seguridad y la liquidez tiene un componente más subjetivo.

El valor actual neto de una inversión es el valor actual de todos los flujos de fondos presentes y futuros, descontados al costo de oportunidad de estos flujos de fondos. Los costos de oportunidad consisten en parte en el valor tiempo del dinero; este es el retorno que puede obtenerse sólo por ser paciente, sin correr ningún riesgo. El costo de oportunidad también incluye un precio adicional por riesgo, el ingreso extra que puede esperarse en relación con el riesgo que uno está dispuesto a soportar.

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos-financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo. Las técnicas de evaluación económica son herramientas de uso general. Lo mismo puede aplicarse a inversiones industriales, de hotelería, de servicios, que a inversiones en informática. El valor presente neto y la tasa interna de retorno se mencionan juntos porque en realidad es el mismo método, sólo que sus resultados se expresan de manera distinta. Recuérdese que la tasa interna de retorno es el interés que hace el valor presente igual a cero, lo cual confirma la idea anterior.

Estas técnicas de uso muy extendido se utilizan cuando la inversión produce ingresos por sí misma, es decir, sería el caso de la tan mencionada situación de una empresa que vendiera servicios de informática. El VPN y la TIR se aplican cuando hay ingresos, independientemente de que la entidad pague o no pague impuestos.

Recuérdese que los criterios de aceptación al usar estas técnicas son:

Técnica	Aceptación	Rechazo
VPN	≥ 0	< 0
TIR	$\geq \text{TMAR}$	$< \text{TMAR}$

6.4.1. VALOR PRESENTE NETO DE LOS INGRESOS (VPN)

El método del Valor Presente Neto es muy utilizado por dos razones, la primera porque es de muy fácil aplicación y la segunda porque todos los ingresos y egresos futuros se transforman a unidades monetarias de hoy y así puede verse, fácilmente, si los ingresos son mayores que los egresos. Cuando el VPN es menor que cero implica que hay una pérdida a una cierta tasa de interés o por el contrario si el VPN es mayor que cero se presenta una ganancia. Cuando el VPN es igual a cero se dice que el proyecto es indiferente. La condición indispensable para comparar alternativas es que siempre se tome en la comparación igual número de años, pero si el tiempo de cada uno es diferente, se debe tomar como base el mínimo común múltiplo de los años de cada alternativa.

Valor presente neto (VPN):

$$VPN = -P + \sum_1^n \frac{FNE}{(1+TMAR)^n} + \frac{VS}{(1+TMAR)^n}$$

Donde:

- P = inversión inicial.
- FNE = Flujo neto de efectivo del periodo n , o beneficio neto después de impuesto más depreciación.
- VS = Valor de salvamento al final de periodo n .
- $TMAR$ = Tasa mínima aceptable de rendimiento o tasa de descuento que se aplica para llevar a valor presente los FNE y el VS .

En la aceptación o rechazo de un proyecto depende directamente de la tasa de interés que se utilice. Por lo general el VPN disminuye a medida que aumenta la tasa de interés. En consecuencia para el mismo proyecto puede presentarse que a una cierta tasa de interés, el VPN puede variar significativamente, hasta el punto de llegar a rechazarlo o aceptarlo según sea el caso.

Tabla 6.15: Cálculo del Valor Presente Neto

Súper Limpio Cía. Ltda.		
CÁLCULO DEL VAN		
AÑO	FLUJO	VALOR PRESENTE
0	(30.000,00)	(30.000,00)
1	13.005,60	11.684,13
2	11.265,19	9.092,22
3	13.037,58	9.453,54
4	18.205,01	11.859,17
5	20.334,85	11.900,64
VAN		23.989,69
DATOS PARA LOS CÁLCULOS		
Inflación Anual		4,31%
Riesgo País (BCE)		7,00%
TASA DE DESCUENTO		11,31%

Fuente: Autora

6.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO

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. Tiene como ventaja frente a otras metodologías como la del Valor Presente Neto (VPN) o el Valor Presente Neto Incremental (VPNI) porque en éste se elimina el cálculo de la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), esto le da una característica favorable en su utilización por parte de los administradores financieros.

La Tasa Interna de Retorno 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 estos deben evaluarse de acuerdo a sus características. Esta es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones financiera dentro de las organizaciones.

Tasa interna de rendimiento (TIR):

$$TIR = \sum_1^n \frac{FNE_n}{(1+i)^n} + \frac{VS}{(1+i)^n}$$

Donde:

- *FNE = Flujo neto de efectivo del periodo n, o beneficio neto después de impuesto más depreciación.*
- *VS = Valor de salvamento al final de periodo n.*
- *i = Cuando se calcula la TIR, el VPN se hace cero y se desconoce la tasa de descuento que es el parámetro que se debe calcular.*

Tabla 6.16: Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Súper Limpio Cía. Ltda.					
CÁLCULO DE LA TIR					
VAN POSITIVO			VAN NEGATIVO		
AÑO	FLUJO	VALOR PRESENTE	AÑO	FLUJO	VALOR PRESENTE
0	(30.000,00)	(30.000,00)	0	(30.000,00)	(30.000,00)
1	13.005,60	9.562,94	1	13.005,60	9.493,14
2	11.265,19	6.090,61	2	11.265,19	6.002,02
3	13.037,58	5.182,99	3	13.037,58	5.070,32
4	18.205,01	5.321,52	4	18.205,01	5.167,84
5	20.334,85	4.370,65	5	20.334,85	4.213,45
VAN (+)		528,71	VAN (-)		(53,23)
		528,71			(53,23)
TD PARA VAN (+) =		36,00%	TD PARA VAN (-) =		37,00%
TIR =		36,91%	TIR =		36,91%
ES LA RENTABILIDAD ANUAL			ES LA RENTABILIDAD ANUAL		

$$TIR = \left[\frac{VAN (+)}{VAN (+) - VAN (-)} \times \text{DIFERENCIA ENTRE TASAS} \right] + TMAR VAN (+)$$

TIR =	36,91%
-------	--------

Fuente: Autora

6.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

6.5.1. MÉTODO VERTICAL, HORIZONTAL E HISTÓRICO

El método vertical se refiere a la utilización de los estados financieros de un período para conocer su situación o resultados.

En el método horizontal se comparan entre sí los dos últimos períodos, ya que en el período que está sucediendo se compara la contabilidad contra el presupuesto.

En el método histórico se analizan tendencias, ya sea de porcentajes, índices o razones financieras, puede graficarse para mejor ilustración.

6.5.1.1. ANÁLISIS FINANCIERO VERTICAL

Tabla 6.17: Análisis Financiero Vertical

Súper Limpio Cía. Ltda.		
ANÁLISIS FINANCIERO VERTICAL		
BALANCE GENERAL		
2014		
ACTIVOS		
Activos No Corrientes		
Vehículos	10.000,00	11,31%
Muebles y Enseres	2.005,00	2,27%
Equipo de Computación	2.570,00	2,91%
Equipo de Oficina	250,00	0,28%
Maquinaria y Equipo	3.762,00	4,26%
Depreciación Acumulada	- 17.459,50	-19,75%
Gastos de Constitución	1.500,00	1,70%
Total Activos No Corrientes	2.627,50	2,97%
Activos Corrientes		
Caja - Bancos	85.761,23	97,03%
Total Activos Corrientes	85.761,23	97,03%
TOTAL ACTIVOS	88.388,73	100,00%
PATRIMONIO Y PASIVO		
Patrimonio		
Capital	20.000,00	22,63%
Reserva Legal	5.921,39	6,70%
Reserva por Revalorización	-	0,00%
Utilidades del Ejercicio	53.292,49	60,29%
Total Patrimonio	79.213,87	89,62%
Pasivo		
Obligaciones Bancarias		0,00%
Participación Trabajadores	3.796,49	4,30%
Impuesto a la Renta	5.378,37	6,08%
Hipoteca por Pagar		0,00%
Total Pasivo	9.174,86	10,38%
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	88.388,73	100,00%

Súper Limpio Cía. Ltda.		
ANÁLISIS FINANCIERO VERTICAL		
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS		
2014		
Ventas	92.270,78	100,00%
Costo de Ventas	-	0,00%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	92.270,78	100,00%
Gastos Operacionales	66.960,82	-72,57%
UTILIDAD OPERACIONAL	25.309,96	27,43%
Gastos Financieros	-	0,00%
Otros Ingresos	-	0,00%
Otros Egresos	-	0,00%
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	25.309,96	27,43%
Participación Trabajadores	3.796,49	-4,11%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	21.513,46	23,32%
Impuesto a la Renta	5.378,37	-5,83%
UTILIDAD NETA	16.135,10	17,49%
Reserva Legal	1.613,51	-1,75%
UTILIDAD A DISPOSICIÓN DE ACC.	14.521,59	15,74%

Fuente: Autora

6.5.1.2. ANÁLISIS FINANCIERO HORIZONTAL

Tabla 6.18: Análisis Financiero Horizontal

Súper Limpio Cía. Ltda.						
ANÁLISIS FINANCIERO HORIZONTAL						
BALANCE GENERAL						
AÑOS 2010 - 2014						
	2010 - VALOR HISTÓRICO	TASA	2010 REVALORIZACION	2014	VAR. ABSOLUTA	VAR. RELATIVA
ACTIVOS						
Activos No Corrientes						
Vehículos	10.000,00	10,00%	6.830,13	10.000,00	3.169,87	46,41%
Muebles y Enseres	2.005,00	10,00%	1.369,44	2.005,00	635,56	46,41%
Equipo de Computación	2.570,00	18,00%	1.325,58	2.570,00	1.244,42	93,88%
Equipo de Oficina	250,00	10,00%	170,75	250,00	79,25	46,41%
Maquinaria y Equipo	3.762,00	10,00%	2.569,50	3.762,00	1.192,50	46,41%
Depreciación Acumulada	- 3.834,57		- 3.834,57	- 17.459,50	- 13.624,93	355,32%
Gastos de Constitución	1.500,00	4,31%	1.775,80	1.500,00	- 275,80	-15,53%
Total Activos No Corrientes	16.252,43		10.206,64	2.627,50	- 7.579,14	-74,26%
Activos Corrientes						
Caja - Bancos	22.918,60	4,31%	27.132,63	85.761,23	58.628,60	216,08%
Total Activos Corrientes	22.918,60		27.132,63	85.761,23	58.628,60	216,08%
TOTAL ACTIVOS	39.171,03		37.339,27	88.388,73	51.049,46	136,72%
PATRIMONIO Y PASIVO						
Patrimonio						
Capital	20.000,00	4,31%	23.677,39	20.000,00		
Reserva por Revalorización			- 1.465,04	-		
Capital Total	20.000,00		22.212,35	20.000,00	- 2.212,35	-9,96%
Reserva Legal	766,38	4,31%	907,29	5.921,39	5.014,10	552,65%
Utilidades del Ejercicio	6.897,38	4,31%	8.165,60	53.292,49	45.126,89	552,65%
Total Patrimonio	27.663,75		31.285,23	79.213,87	47.928,64	153,20%
Pasivo						
Obligaciones Bancarias	7.149,46	15,00%	12.504,45	-	- 12.504,45	-100,00%
Participación Trabajadores	1.803,24	4,31%	2.134,80	3.796,49	1.661,70	77,84%
Impuesto a la Renta	2.554,58	4,31%	3.024,29	5.378,37	2.354,07	77,84%
Hipoteca por Pagar	-	8,00%	-	-	-	0,00%
Total Pasivo	11.507,28		17.663,54	9.174,86	- 8.488,68	-48,06%
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVO	39.171,03		48.948,77	88.388,73	39.439,96	80,57%

Súper Limpio Cía. Ltda.						
ANÁLISIS FINANCIERO HORIZONTAL						
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
AÑOS 2010 - 2014						
	2010 - VALOR HISTÓRICO	TASA	2010 REVALORIZACION	2014	VAR. ABSOLUTA	VAR. RELATIVA
Ventas	70.460,00	4,31%	83.415,44	92.270,78	8.855,34	10,62%
Costo de Ventas	-	4,31%	-	-	-	0,00%
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	70.460,00	4,31%	83.415,44	92.270,78	8.855,34	10,62%
Gastos Operacionales	57.129,13	4,31%	67.633,42	66.960,82	- 672,60	-0,99%
UTILIDAD OPERACIONAL	13.330,87	4,31%	15.782,01	25.309,96	9.527,95	60,37%
Gastos Financieros	1.309,30	4,31%	1.550,04	-	- 1.550,04	-100,00%
Otros Ingresos	-	4,31%	-	-	-	0,00%
Otros Egresos	-	4,31%	-	-	-	0,00%
UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PART.	12.021,58	4,31%	14.231,97	25.309,96	11.077,98	77,84%
Participación Trabajadores	1.803,24	4,31%	2.134,80	3.796,49	1.661,70	77,84%
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	10.218,34	4,31%	12.097,18	21.513,46	9.416,29	77,84%
Impuesto a la Renta	2.554,58	4,31%	3.024,29	5.378,37	2.354,07	77,84%
UTILIDAD NETA	7.663,75	4,31%	9.072,88	16.135,10	7.062,21	77,84%
Reserva Legal	766,38	4,31%	907,29	1.613,51	706,22	77,84%
UTILIDAD A DISPOSICIÓN DE ACC.	6.897,38	4,31%	8.165,60	14.521,59	6.355,99	77,84%

Fuente: Autora

6.5.2. RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras dan indicadores para conocer si la entidad sujeta a evaluación es solvente, productiva, si tiene liquidez, etc.

Algunas de las razones financieras son:

- Capital de trabajo.- esta razón se obtiene de la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Representa el monto de recursos que la empresa tiene destinado a cubrir las erogaciones necesarias para su operación.
- Prueba ácida.- es muy usada para evaluar la capacidad inmediata de pago que tienen las empresas. Se obtiene de dividir el activo disponible (es decir el efectivo en caja y bancos y valores de fácil realización) entre el pasivo circulante (a corto plazo).
- Rotación de clientes por cobrar.- este índice se obtiene de dividir los ingresos de operación entre el importe de las cuentas por cobrar a clientes. Refleja el número de veces que han rotado las cuentas por cobrar en el período.

- Razón de propiedad.- refleja la proporción en que los dueños o accionistas han aportado para la compra del total de los activos. Se obtiene dividiendo el capital contable entre el activo total.
- Razones de endeudamiento.- esta proporción es complementaria de la anterior ya que significa la proporción o porcentaje que se adeuda del total del activo. Se calcula dividiendo el total del pasivo entre el total del activo.
- Razón de extrema liquidez.- refleja la capacidad de pago que se tiene al finalizar el período. Se obtiene de la división de activo circulante entre el total de pasivos. Representa las unidades monetarias disponibles para cubrir cada una del pasivo total. Esta situación sólo se presentaría al liquidar o disolver una empresa por cualquier causa.
- Valor contable de las acciones.- indica el valor de cada título y se obtiene de dividir el total del capital contable entre el número de acciones suscritas y pagadas.
- Tasa de rendimiento.- significa la rentabilidad de la inversión total de los accionistas. Se calcula dividiendo la utilidad neta, después de impuestos, entre el capital contable.

Tabla 6.19: Indicadores Financieros

Súper Limpio Cía. Ltda.			
INDICADORES FINANCIEROS			
2014			
INDICADORES DE LÍQUIDEZ		INDICADORES ENDEUDAMIENTO	
Capital De Trabajo =	Ac. Corr. - Pas. Corr.	Razón de Deuda Tot = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	
Capital De Trabajo =	85.761,23 - 9.174,86	Razón de Deuda Tot = $\frac{9.174,86}{88.388,73}$	
Capital De Trabajo =	76.586,37	Razón de Deuda Tot = 0,10	
Índ. de Líquidez =	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	Razón de Apalanc = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo Total}}$	
Índ. de Líquidez =	$\frac{85.761,23}{9.174,86}$	Razón de Apalanc = $\frac{79.213,87}{88.388,73}$	
Índ. de Líquidez =	9,35	Razón de Apalanc = 0,90	
Índ. de Prueba Ácida =	$\frac{\text{A. Corriente} - \text{Inventarios}}{\text{P. Corriente}}$	INDICADORES DE RENTABILIDAD	
Índ. de Prueba Ácida =	$\frac{85.761,23 - 0,00}{9.174,86}$	Margen de Utilidad = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$	
Índ. de Prueba Ácida =	9,35	Margen de Utilidad = $\frac{16.135,10}{92.270,78}$	
INDICADORES DE ACTIVIDAD		Margen de Utilidad = 17,49%	
Rotación de Cartera =	$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Prom. de Ctas por Cob.}}$	Rent sobre Activos = $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$	
Días de Ctas. x Cob =	$\frac{365}{\text{Rotación de Cartera}}$	Rent sobre Activos = $\frac{16.135,10}{88.388,73}$	
Rotación de Invent =	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Promedio Inventarios}}$	Rent sobre Activos = 18,25%	
Rotación del Act. Tot =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$		
Rotación del Act. Tot =	$\frac{92.270,78}{88.388,73}$		
Rotación del Act. Tot =	1,04		

Fuente: Autora

6.5.3. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO FINANCIERO

Luego de haber realizado el estudio y plan de mercadeo y elaborado un adecuado análisis financiero, se pone en consideración algunas conclusiones sobre el estudio financiero.

- Los estudios preliminares determinaron que la situación actual del mercado es ideal para la creación de la empresa Súper Limpio en el ámbito del servicio de limpieza de hogares en la ciudad de Cuenca, lo cual asegura su alta rentabilidad. Sin embargo, será difícil al inicio posicionarse en el mercado por la existencia de empresas similares en el medio.
- La demanda del mercado de servicios de limpieza ha experimentado un continuo crecimiento durante estos años, debido a los procesos migratorios y de incorporación de las mujeres al ámbito laboral, por ello este nuevo mercado producirá beneficios económicos y sociales.
- El análisis realizado demuestra que el costo y gastos que genera la creación de este producto versus los ingresos son atractivos tanto para los inversionistas, así como para los clientes.
- Luego del análisis financiero realizado (determinación del Punto de Equilibrio, Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno) se concluye que el proyecto es factible ya que cumple con las expectativas propuestas.
- Con un acertado manejo tanto mercadológico y administrativo la implementación y desarrollo de los servicios generará fuentes de trabajo.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

7.1.1. DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.

También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien; e igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Adicionalmente, un estudio de mercado permite identificar claramente las características del producto o servicio que se pretende colocar en el mercado.

7.1.2. DEL ESTUDIO DE FINANCIERO

El estudio de factibilidad, sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financieros y económicos para determinar la viabilidad de un negocio.

El estudio financiero permite proyectar a la empresa conociendo sus antecedentes, sus estados financieros, su capacidad de generar fondos, y en base a estas variables, proyectarla en el futuro. Es importante destacar que esta parte de simular, proyectar, es manejar un escenario optimista de la empresa. No es posible conocer el futuro; pero si delinear opciones de la evolución del entorno, según el comportamiento clave. La elaboración de escenarios se ha vuelto una técnica popular para delinear el futuro.

Es importante considerar en un proyecto, el apalancamiento financiero; esto es, la relación entre capital propio y crédito invertido en una operación financiera. Al reducir el capital inicial que es necesario aportar, se produce un aumento de la rentabilidad obtenida. El incremento del apalancamiento también aumenta los riesgos de la operación, dado que provoca menor flexibilidad o mayor exposición a la insolvencia o incapacidad de atender los pagos.

7.1.3. DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA

De la evaluación económica realizada se concluye lo siguiente de acuerdo a cada uno de los factores que determinan la factibilidad del proyecto:

Existe un mercado potencial de al menos 60% de lo cual el objetivo planeado para el primer año es cubrir el 12%. Para ello será necesario brindar un servicio integral y de alta calidad para lograr la fidelidad de los clientes.

7.1.4. DEL PLAN DE EJECUCIÓN

El Plan de Ejecución, contendrá toda la información necesaria para ejecutar el proyecto de forma adecuada y en el plazo requerido. El Plan de Ejecución debe considerar todas las actividades que afectan o forman parte del proyecto.

A su vez a cada actividad o tarea se debe de asignar los recursos necesarios para el cumplimiento de la actividad, tanto humanos, materiales y financieros.

Se establecen las relaciones de dependencia entre las actividades. Cada actividad puede tener con cada una de las restantes uno, varios o ninguno de los siguientes vínculos:

- Ninguno, en cuyo caso no se reseñan.
- De comienzo a comienzo, el comienzo de la actividad no se puede acometer hasta pasados “N” días desde el comienzo de la actividad con la que se está relacionando.
- De comienzo a final, el comienzo de la actividad no se puede acometer hasta pasados “N” días desde el final de la actividad con la que se está relacionando.
- De final a final, el final de la actividad no puede tener lugar hasta pasados “N” días desde el final de la actividad con la que se está relacionando.
- Puede estar condicionado el inicio de una actividad por una fecha concreta.

Posteriormente, se debe establecer el Programa o Cronograma de Trabajo. El Programa de Trabajo se elabora a partir del conocimiento de las actividades, de cómo están condicionadas, de los recursos asignados y de la duración de las mismas.

La elección de un soporte informático adecuado permite una gran flexibilidad en la presentación -diagrama de Gantt, red de precedencias, PERT- y la obtención de información complementaria -camino crítico, holguras, histogramas de recursos, diagramas de flujos, etc.-.

Es conveniente que el soporte elegido facilite las actualizaciones y las correcciones del Programa de Trabajos y el seguimiento de las actividades críticas.

7.2. RECOMENDACIONES

Como recomendaciones para la puesta en marcha del presente proyecto, podemos indicar las siguientes:

- Es importante llevar a cabo una campaña agresiva de publicidad con la finalidad de posicionar la marca en el mercado y llegar a la potencial demanda insatisfecha.
- La empresa deberá llegar a los clientes con valor agregado en sus servicios ya que al momento existen algunas empresas de la competencia que ya están posicionadas desde hace algunos años.
- Es necesario que la administración emprenda programas de capacitación a sus colaboradores con la finalidad de brindar un mejor servicio y atención a los clientes, y de esta manera captar más rápidamente al mercado potencial.
- La estrategia de crecimiento basada en la diversificación comercial ha sido notable en los últimos años, por lo tanto, se recomienda que la empresa diversifique su portafolio de servicios pero sin que esto afecte la calidad de los servicios ofertados.
- Independientemente de que el inversionista haga el aporte para el desarrollo del proyecto, la empresa debería buscar fuentes adicionales de financiamiento con el propósito de lograr un apalancamiento financiero. Es decir, utilizar endeudamiento para financiar una inversión. Esta deuda genera un coste financiero (intereses), pero si la inversión genera un ingreso mayor a los intereses a pagar, el excedente pasa a aumentar el beneficio de la empresa.
- Se recomienda tratar de dilatar lo máximo posible el pago a los proveedores de insumos, maquinarias y vehículos. Esto permitirá que la empresa cuente con un mayor flujo de efectivo, al menos los seis primeros meses, hasta que la empresa logre un posicionamiento en el mercado.

- Es necesario que los precios de los servicios sean competitivos en relación a los ofertados por la competencia.
- El punto de equilibrio establecido indica que al menos se deberán realizar 70 servicios en el mes, esto presiona a que el personal operativo maximice el uso de su tiempo.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- FRANKLIN, Enrique Benjamín; “Análisis, Diseño y Estructura”. Editorial Mc. Graw Hill, México, 1999.
- COHEN, Daniel y ASIN, Enrique; “Un enfoque de toma de decisiones”. Editorial Mc. Graw Hill, México, 2000.
- DUMRAUF, Guillermo L; “Finanzas Corporativas”. Editorial Grupo Guía, Argentina, 2003.
- COSTALES GAVILANES, Bolívar; “Diseño, Elaboración y Evaluación de proyectos”. Editorial E, Quito - Ecuador, 2002.
- HOFFMAN, Douglas y BATESON, John E. G. “Fundamentos de Marketing de Servicios”. II Edición. Editorial Thomson, México, 2002.
- ANZOLA, S. “Administración de pequeñas empresas” Editorial Mc Graw Hill, México, 2002.
- BACA, G. “Evaluación de proyectos”. Editorial Mac Graw Hill, México, 2001
- MERCADO, S “Administración de la pequeña y mediana empresa” Editorial PAC, México, 2001.
- www.monografias.com.
- <http://www.agroecuador.com/html/RegOficiales/RegistroOficial>
- http://www.iess.gov.ec/documentos/tasas_aportacion/TASAS_DE_APORTACI.pdf
- <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-cierra-2009-con-inflacion-de-883-327678.html>
- <http://www.inec.gov.ec>
- <http://www.slideshare.net/JFMayorgaJ/estudio-tnico>
- <http://es.wikipedia.org/>
- <http://www.elrincondelvago.com>
- <http://www.psico.uniovi.es/>
- <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera>
- <http://www.supercias.gov.ec/>

ANEXO 1. Encuesta de Mercado

ENCUESTA DE MERCADO			
Hola, soy una estudiante de la Escuela Superior Politecnica del Ejercito, y estoy realizando una encuesta para determinar las necesidades en cuanto a los servicios de limpieza en los hogares de nuestra ciudad, para poder ofrecer un mejor servicio le solicito llene el siguiente cuestionario.			
1. Dispone de personal de limpieza fijo para su casa?			
sí _____		no _____	
2. Se encuentra satisfecho con el servicio actual de limpieza que dispone?			
sí _____		no _____	
3. Le gustaría contar con un servicio de limpieza externo?			
sí _____		no _____	
4. Con que frecuencia le gustaría realizar las tareas de limpieza de su hogar?			
Diario			
Una vez por semana			
Dos veces por semana			
Tres veces por semana			
Quincenal			
Mensual			
5. Cuántas horas le toma normalmente limpiar toda su vivienda?			
1 -2 horas			
2 - 3 horas			
3 - 4 horas			
más de 4			
6. En que horario prefiere realizar las tareas de limpieza?			
Mañana			
Tarde			
Noche			
Fines de semana			
7. Marque con una X, las actividades de limpieza en las cuales estaría mas interesado.			
- Rasqueteado y abrillantado de pisos de madera			
- Aspirado y lavado de alfombras			
- Aspirado y trapeado de pisos de cerámica			
- Limpieza total de cocina			
- Limpieza y desinfección de baños			
- Lavado de ventanas			
- Remoción de polvo			
- Lavado de cortinas			
8. Estaría dispuesto a pagar los valores que se indican a continuación por cada una de las tareas de limpieza.			
	Estimado		Sugerido
- Rasqueteado y abrillantado de pisos de madera	\$ 0,40	m2	
- Aspirado y lavado de alfombras	\$ 1,00	m2	
- Aspirado y trapeado de pisos de cerámica, vinil y piso flotante	\$ 0,30	m2	
- Limpieza total de cocina	\$ 6,00		
- Limpieza y desinfección de baños completos	\$ 5,00		
- Lavado de ventanas	\$ 0,40	m2	
- Remoción de polvo y organización	\$ 3,00		
- Lavado de cortinas	\$ 0,25	libra	
9. Estaría dispuesto a confiar en una empresa que le garantice seguridad, honradez y reserva para la limpieza de su casa, en horarios en los que usted no se encuentra en casa.			
sí _____		no _____	
Porque:			
10. A cuantas hogares usted recomendaría esta alternativa de servicio de limpieza?			
<i>Gracias por tu tiempo, tu colaboración nos será muy útil.</i>			

ANEXO 2. Materiales para limpieza

Los materiales de limpieza son todos aquellos productos e insumos que se utilizan en forma diaria para el mantenimiento de las áreas a trabajar y son los que a continuación se detalla:

1. Quitasarro. Naturaleza: Desinfectante

Instrucciones:

Este material es utilizado para retirar el sarro y el moho formado por el agua en las mayólicas y cerámicos, también se encuentra impregnados en los urinarios, inodoros y duchas. Su frecuencia es de uso semanal.

Precauciones:

Si existe contacto con la piel y ojos enjuagarse inmediatamente con abundante agua, acudir al oftalmólogo.

Cuidado:

Su ingestión causa la muerte. Altamente corrosivo.

2. Aromatizador. Naturaleza: desodorante ambiental.

Especificación Técnica:

- Color: Amarillo, azul etc.
- Presentación: Líquido

Instrucciones:

Este material es utilizado conjuntamente con el pulverizador, para aplicarse en cualquier ambiente, dando así un agradable olor a limpieza. Su frecuencia es de uso diario.

3. Cera líquida:

Especificación Técnica:

- Color: Blanco.
- Naturaleza: Agente protector de pisos.

Instrucciones:

Este material se utiliza para conservar los diferentes ambientes que tienen piso vinílico, cerámica, mármol, loseta, piso flotante, etc.

Aplicación:

Se debe aplicar rociando sobre la superficie limpia del piso, evitando la formación de grumos y/o empoces, luego con un trapeador limpio se extiende la cera en forma horizontal y uniforme, para luego dejar secar el área tratada por un lapso aproximado de 15 a 20 minutos.

Acto seguido se procede al lustrado y abrillantado del mismo.

4. Cera en pasta:

Especificación técnica:

- Color: Rojo, Amarillo, Incolora.
- Presentación: Pasta y semilíquida.

Instrucciones:

Este material se utiliza para conservar los pisos como madera, parquet y losetas de color donde se requieran.

Aplicación:

Se debe aplicar, rociando sobre la superficie limpia del piso, evitando la formación de grumos y/o empoces, luego con un trapeador limpio se extiende la cera en forma horizontal y uniforme, para luego dejar secar el área tratada por un lapso aproximado de 20 a 30 minutos.

Acto seguido se procede al lustrado y abrillantado del mismo.

5. Desinfectante:

Especificación técnica:

- Color: varios colores
- Naturaleza: Emulsión desinfectante.

Instrucciones:

Este material se utiliza para desinfectar los baños, inodoros, urinarios, pisos, mayólicas, etc.; su frecuencia es de uso diario.

Precauciones:

En caso de contacto accidental con los ojos, enjuagarse con abundante agua por 15 minutos y acudir al médico de inmediato.

6. Limpia vidrios:

Especificaciones Técnicas:

- Color: Azul.

- Naturaleza: Agente limpiador.

Instrucciones:

Su aplicación es sobre la superficie limpia de vidrios, espejos y mayólicas con la ayuda de un paño limpio y de color claro.

7. Limpia Metal:

Especificación técnica:

- Color: Pardo.
- Naturaleza: Agente limpiador.

Instrucciones:

Este material se utiliza en las estructuras metálicas, rejas, puertas, barandas, pasamanos, etc.

Aplicación:

Se debe aplicar sobre la superficie limpia, su frecuencia es semanal.

8. Lejía o Cloro:

Especificación técnica:

- Color: Incoloro.
- Naturaleza: Blanqueador y desinfectante.

Instrucciones:

Se aplica como desinfectante en los servicios higiénicos, en lavados de pisos, en mármoles, piscinas, etc.

Precauciones:

Utilizar este material con guantes para protección de la piel. Si existe contacto con la piel y ojos, lavarse inmediatamente con abundante agua. Si la irritación persiste, acudir al médico.

9. Shampoo de Alfombras:

Especificación Técnica:

- Color: Incoloro.
- Naturaleza: Agente Limpiador.

Instrucciones:

Este material se utiliza para retirar las grasas y manchas que se encuentra impregnadas en las alfombras.

Aplicación:

Antes de ser aplicado el producto, la alfombra debe de estar completamente aspirada. Su frecuencia de uso es de acuerdo a la necesidad.

10. Jabón Líquido:

Especificación técnica:

- Color: Rosado.
- Naturaleza: Agente limpiador.

Instrucciones:

Este material es de aplicación directa.

11. Cera para Muebles:

Beneficios:

Embellecedor de muebles, con una fina y resistente capa protectora de cera. No se pega el polvo porque no contiene aceite.

Instrucciones:

- Agítese antes de usar.
- Empape en un trapo suave.
- El trapo debe mantenerse siempre húmedo.
- Extienda la cera en forma uniforme sobre el área a encerar.
- Cuando la cera este seca, quite la película opaca con un trapo limpio.

Precauciones:

Manténgase alejado de los niños.

12. Detergente:

Beneficios:

- Limpiador y desengrasante de superficies.
- Se utiliza en toda superficie grasienta y sucia.

Instrucciones:

Se vierte detergente industrial (100 gr.), en 10 litros de agua para formar la solución desengrasante. Se aplica en pisos sucios y con grasa. También se utiliza para desmanchar paredes. Se utiliza en el lavado de SS.HH. etc.

Precauciones:

- No utilizar el producto para el lavado de alfombras.
- Se recomienda el uso de este producto con guantes protectores.

- No utilizar el producto para el lavado de prendas, por ser industrial.

En caso de contacto con los ojos, enjuagarse con abundante agua.

13. Franela:

Beneficios:

Sirve para los acabados de lustres en los mobiliarios que se encuentran encerados, como también se utiliza para abrillantar vidrios, espejos etc.

14. Esponjas verdes:

Beneficios:

- Fibra limpiadora que sirve para quitar los residuos de mugre, impregnada en las superficies.
- No malogra las manos.
- No absorbe malos olores.
- Es durable.
- No se deshace, ni quiebra.

Instrucciones:

Remoje la esponja verde y con un poco de detergente y/o pulidor, frote la superficie suavemente hasta retirar la mancha impregnada.

Enjuagar con agua y con ayuda de un paño, proceda al secado de la superficie. Se utiliza para retirar el caliche formado por el agua en los cerámicos.

Precauciones:

No se debe este material para limpiar, mobiliarios y lunas etc.

15. Pastillas W.C.

Beneficios:

- Desodoriza el ambiente.

Instrucciones:

Este material se utiliza en los inodoros y urinarios de los SS.HH. Para la mayor durabilidad del producto, se recomienda abrir una cuarta parte de la envoltura.

16. Bolsa para basura:

Material de plástico, vienen en diferentes tamaños, indispensable para el depósito de la basura.

17. Repuesto de Trapeador:

Está compuesto por fibras de hilo, de aproximadamente de 30 cm. de longitud. Se encuentran en diferentes calidades y pesos (250, 300, 350, 500 gr.), Mientras mayor es el peso mejor es la absorción.

ANEXO 3. Implementos de Limpieza

Los implementos de limpieza son todos artefactos que se utilizan en forma diaria para la limpieza y su periodo de vida por lo general es de 3, 4, 6 y 12 meses. Los más utilizados son los siguientes:

1. Balde Plástico:

Se usa para transportar todo elemento líquido e implementos y materiales pequeños, como: detergente, desatoradores, cepillos, etc. Se presenta en tamaños de 10, 12 y 15 litros.

2. Desatoradores:

Se utiliza para desatorar los residuos de desechos que quedan en las tuberías o trampillas de: inodoros, urinarios, duchas y lavaderos. El modo de empleo es bombeando de arriba hacia abajo en forma repetida.

3. Escobas de fibra natural:

Este implemento sirve para barrer los desperdicios, desechos y papeles que se encuentra en las áreas externas del local, como perímetros, pistas, veredas y todo piso poroso.

4. Escoba de Interiores:

Está compuesta de un mango de plástico o metal cuya base posee cerdas de polipropileno y sirve para barrer superficies lisas y se utiliza en ambientes de interiores

5. Escobilla de Mano:

Este implemento está compuesto por una madera y cerdas de nylon de fácil manipulación. Se utiliza para el lavado de muebles de cuero, marroquí, zócalos y rendijas de las cerámicas.

6. Espátulas:

Este implemento está compuesto de un mango de madera y una hoja de metal que vienen en diferentes tamaños, generalmente se emplea para desprender las gomas de mascar que se encuentran impregnada en los pisos, así como también otros elementos que estén adheridos tanto en las paredes y pisos.

7. Guantes de caucho:

Este material se utiliza como protector de manipuleo y sirve para la protección de la piel, su frecuencia es de uso diario.

8. Cepillo de inodoro (hisopos):

Este implemento está compuesto por un mango de madera de aproximadamente 35 cm. De longitud, y en el extremo superior posee una cabeza con cerdas de nylon. Se utiliza para lavar los inodoros y urinarios.

9. Recogedores:

Sirve para recoger toda clase de desechos, desperdicios y tierra que se encuentra en los diferentes ambientes.

10. Jalador de Agua:

Está compuesto de un mango de madera con una base de 80 cm. también de madera en la cual en el filo posee una plumilla de caucho. Se utiliza para jalar el agua en momentos que se hacen los lavados de pisos. También es muy útil en momentos que hubiera un aniego.

11. Pulverizadores:

Este implemento está compuesto de un envase de plástico con capacidad de 250 y 500 mililitros. En la parte superior posee un cabezal con gatillo y direccional regulable. Sirve para rociar en los distintos ambientes.

12. Sacudidor de Tela:

Este implemento está compuesto de un mango de madera de aproximadamente 35 cm. En la parte superior se encuentra adherido retazos de tela de aproximadamente 30 cm. Se utiliza para sacudir estructuras metálicas: Portones, tuberías pasamanos, etc. Estructuras madera: Mobiliarios, sillas etc. Estructuras Concreto: Paredes, Muros, Marcos de ventanas, etc.

13. Trapeador Completo:

Este implemento está compuesto por un mango de madera, base de metal, y un mechón. Sirve para trapear todos los ambientes que tienen piso de loseta, vinílico, cerámicos, etc.

ANEXO 4. Requisitos para la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada

Extracto de la Ley de Compañías...

1.1 COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Requisitos:

1.1.1 El nombre.- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala, Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de "propiedad" y de "inconfundibilidad" o "peculiaridad". (Art. 16 LC).

El "principio de propiedad" consiste en que el nombre de cada compañía es de su dominio de o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.

El "principio de inconfundibilidad o peculiaridad" consiste en que el nombre de cada compañía debe ser claramente distinguido del de cualquier otra sociedad sujeta al control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías De conformidad con lo prescrito en el Art. 293 de la Ley de Propiedad Intelectual, el titular de un derecho sobre marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales que constatare que la Superintendencia de Compañías hubiere aprobado uno o más nombres de las sociedades bajo su control que incluyan signos idénticos a dichas marcas, nombres comerciales u obtenciones vegetales, podrá solicitar al Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual –IEPI-, a través de los recursos correspondientes, la suspensión del uso de la referida denominación o razón social para eliminar todo riesgo de confusión o utilización indebida del signo protegido.

1.1.2 Solicitud de aprobación.- La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

1.1.3 Socios

1.1.3.1. Capacidad: Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías.

1.1.3.2. Números mínimo y máximo de socios.- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

1.1.4 Capital

1.1.41.- Capital mínimo.- La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario 2 (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas. Estas serán avaluadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas. (Artículos 102 y 104 de la Ley de Compañías). Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen. Tal dispone el Art. 19 de la Ley de Propiedad Horizontal (Codificación 2005-013. R. O. 119 del 6 de octubre de 2005). Asimismo, para que pueda realizarse la transferencia de dominio, vía aporte, de un piso, departamento o local, será requisito indispensable que el respectivo propietario pruebe estar al día en el pago de las expensas o cuotas de administración, conservación y reparación, así como el seguro. Al efecto, el notario autorizante exigirá como documento habilitante la certificación otorgada por el administrador, sin la cual no podrá celebrarse ninguna escritura. Así prescribe la Disposición General Primera del Reglamento a la Ley de Propiedad Horizontal, Decreto 1229, publicado en el R. O. 270 de 6 de septiembre de 1999, Reformado, Decreto 1759, publicado en el R. O. 396 de 23 de agosto de 2001. El aporte de intangibles, se fundamenta en los artículos 1y 10 de la Ley de Compañías en concordancias con los artículos 1 y 2 de la Ley de Propiedad Intelectual y en el Artículo Primero, inciso tercero de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena y Artículos 12 y 14 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones. En esta clase de compañías no es procedente establecer el capital autorizado. Y, conforme a lo dispuesto en el artículo 105 de la Ley de la materia, esta compañía tampoco puede constituirse mediante suscripción pública.

1.14. 2. Participaciones.- Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

1.1.5 El objeto social: La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías.

1.1.5.1. Informe previo:

De la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial -.- Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre de personas o bienes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 29, ordinal 25 en concordancia con la Disposición General, Décima Novena de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre y Seguridad Vial, (Ley s/n, Suplemento del R. O. 398 del 7 de julio de 2008), es indispensable que se obtenga el informe favorable previo de la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y

Seguridad Vial. El documento que lo contenga se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía.

Adicionalmente estas compañías (Operadoras de Transporte Terrestre) deben tener objeto social exclusivo en sus estatutos, de acuerdo al servicio a prestarse, conforme lo dispone el artículo 79 de la cita Ley.

Si la compañía va a dedicarse al transporte terrestre dentro del ámbito exclusivo de la jurisdicción territorial del Distrito Metropolitano de Quito, el informe favorable citado en el párrafo precedente le corresponderá emitirlo al Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo al Decreto Ejecutivo No. 336 de 21 de julio del 2005, publicado en el Registro Oficial No. 71 de 29 de julio del mismo año. El documento que contenga el informe favorable se incorporará como habilitante de la respectiva escritura pública de constitución de la compañía.

1.1.5.2 Cumplimiento de otros requisitos en razón del objeto social:

Compañías dedicadas a Actividades Complementarias, de Vigilancia – seguridad, alimentación, mensajería o limpieza, diversas de las labores propias y habituales del proceso productivo de la usuaria.- Estas compañías tendrán un objeto único y exclusivo y deben acreditar un capital social mínimo de diez mil dólares de los Estados Unidos de América. Mandato Constituyente No. 8, publicado en el R. O. 330, de 6 de mayo de 2008. Reglamento para la Aplicación del Mandato Constituyente No. 8 que suprime la tercerización de servicios complementarios, la intermediación laboral y la contratación por horas. Publicado en el Suplemento del R. O. 352 del 5 de junio de 2008. Instructivo para la constitución de compañías dedicadas a actividades complementarias y para la modificación del estatuto social de las constituidas con anterioridad al mandato Constituyente 8, Resolución No. 08.Q. 004 de julio 10 de 2008, publicada en el R. O. 394, del 1 de agosto de 2008, reformada con Resolución No. 08.

Q. 05 de julio 23 de 2008, publicada en el R. O. 401, del 12 de agosto de 2008.

Respecto a las compañías dedicadas **a la actividad de Vigilancia - Seguridad-** Esta clase de compañías deberá adoptar, exclusivamente, el régimen jurídico de la compañía de responsabilidad limitada, en atención a lo dispuesto en el Art. 7 de la Ley de Vigilancia y Seguridad Privada, publicada en el Registro Oficial No. 130 de 22 de julio del 2003; de igual manera, el objeto social deberá ser exclusivo, en orden a lo previsto en el Art. 8 del mismo cuerpo legal, y éstas no podrán realizar al mismo tiempo, otra actividad complementaria.

Compañías, Agencias Navieras.- Estas compañías que acorde a su objeto social se dedicarán al servicio de agenciamiento del comercio marítimo, tienen un capital social suscrito y pagado sea igual o superior a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América.

Compañías “holding”.- Las compañías de esta clase, llamadas también “tenedoras de acciones o de participaciones”, deben tener como actividad principal de su objeto la compra de acciones o de participaciones sociales de otras compañías, con la finalidad de vincularlas y ejercer su control a través de nexos de propiedad accionaria, gestión, administración, responsabilidad crediticia o resultados, para conformar así un grupo empresarial (Art. 429 de la Ley de Compañías).

Compañías de Servicios Auxiliares del Sistema Financiero.- En la constitución de compañías que se van a dedicar a prestar servicios auxiliares del sistema financiero, tales como: Transporte de especies monetarias y de valores, servicios de cobranza, cajeros automáticos, servicios contables y de computación, fomento a las exportaciones e inmobiliarias propietarias de bienes destinados exclusivamente a uso de oficinas de una sociedad controladora o institución financiera; y, otras, deberán previamente ser calificadas como tales por la Superintendencia de Bancos y luego someter el trámite de aprobación a la Superintendencia de Compañías, en orden a lo dispuesto en el tercer inciso del artículo primero de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, sin

perjuicio de cumplir con otros requisitos que la Ley exija en atención a la actividad específica que estas compañías realicen.

1.1.6 El origen de la Inversión:

Galápagos.- De acuerdo a lo dispuesto en la Disposición General, Décima Segunda de la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos, publicada en el R. O 278, del 18 de marzo de 1998, las personas naturales no residentes y las personas jurídicas que no tengan su domicilio en Galápagos podrán realizar inversiones en la provincia siempre y cuando se asocien con un residente permanente.

Acorde a lo que prescribe el artículo 3 de la Resolución No. 04-C-21-I-2008 publicada en el R. O. 327, del 30 de abril de 2008, reformada con Resolución 010—CI-28, publicada en el R. O. 362 del 18 de junio de 2008, toda inversión que se realice en 4 Galápagos por una persona natural que no tenga la calidad de residente permanente; una asociación de cuentas en participación; o una persona jurídica; será obligatoriamente en socio con un residente permanente calificado por el Comité de Calificación y Control de Residencia del Consejo del INGALA. Y de conformidad con lo que establece el Plan Regional para la conservación y desarrollo de Galápagos, las asociaciones que se formen para realizar inversiones en esa provincia, deben respetar el porcentaje de inversión de 51% para el residente permanente y 49% para la inversionista extra- regional. **Extranjera.-** Si en la constitución de la compañía invierten personas naturales o jurídicas extranjeras es indispensable que declaren el tipo de inversión que realizan, esto es, extranjera directa, subregional o nacional, en los términos de la Decisión 291 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en el Suplemento del R.O. 682 de 13 de mayo de 1991.

La inversión extranjera directa en laboratorios de larvas y centros de investigación acuícola será autorizada por el Consejo Nacional de Desarrollo Pesquero, previo informe del Instituto Nacional de Pesca (Art. 36 de la Ley de Promoción y Garantía de las Inversiones)R. O. 219, del 19 de diciembre de 1997.

Súper Limpio



La mejor limpieza
de su hogar

ANEXO 6. Procedimientos para los servicios de limpieza

A continuación se detalla algunos de los procedimientos de limpieza establecidos con el objeto de estandarizar las labores y mantener una calidad apropiada en los servicios.

Procedimiento de Limpieza para Servicios Higiénicos

MATERIALES

1. Trapo blanco.
2. Esponja verde.
3. Desinfectante pino.
4. Detergente.
5. Pulidor.
6. Limpiavidrios.
7. Franela.
8. Cloro.
9. Bolsa para basura.
10. Aroma o Perfumador.
11. Pastilla W.C.
12. Acido Muriático o Quitasarro.

IMPLEMENTOS

1. Trapeador.
2. Balde.
3. Pulverizador.
4. Baldeador de Nylon.
5. Guantes de caucho.
6. Recogedor de basura.

7. Hisopo.
8. Escoba de Cerda Sintética.

EQUIPOS

1. Señalizadores.

PROCEDIMIENTO

- a. Colocar el señalizador en la puerta de ingreso.
- b. Abrir las griferías de los urinarios y correr el agua de los inodoros.
- c. Vaciar los tachos y papelear haciendo uso de una escoba de cerda sintética, un recogedor y bolsa para basura.
- d. Retirar el polvo y tela arañas de los techos paredes y ventanas.
- e. Colocarse los guantes para preparar la combinación de pulidor con detergente y luego refregar interiormente los inodoros y urinarios con un hisopo.
- f. Quitar el sarro de los inodoros y/o urinarios utilizando un desincrustante (acido muriático o quitasarro) y con ayuda de un hisopo se refriega repetidas veces hasta eliminar el sarro.
- g. Se asean los lavaderos con pulidor y detergente , con ayuda de una esponja verde se retira la mugre impregnada que se encuentra en ellos para luego enjuagar y dejarlo perfectamente limpio, luego lavar los tachos.
- h. Con la ayuda de un trapo blanco humedecido con desinfectante pino se trabaja en la parte exterior de los sanitarios, griferías y mayólicas. Dejándolas libres de bacterias.
- i. Se procede a limpiar los espejos con limpia vidrios y lustrarlos con franela.
- j. Se procede a limpiar el piso con agua y detergente, secándolo con trapeador. Luego se humedece el trapeador con pino para desinfectar la superficie.
- k. Se coloca pastillas desodorizantes y los suministros correspondientes (papel higiénico, papel toalla, papel cobertor y jabón liquido).
- l. Se procede a aromatizar el baño con un pulverizador rociando en todo el ambiente.

Procedimiento de lavado y encerado de pisos

MATERIALES

1. Detergente.
2. Pulidor.
3. Bolsa para desechos.
4. Cera al Agua.

IMPLEMENTOS

1. Escobillón de piso.
2. Recogedor de oficina.
3. Jalador de Agua.
4. Guantes de caucho.
5. Balde Exprimidor.
6. Trapeador completo.
7. Espátula.
8. Baldeador de nylon.

EQUIPOS

1. Señalizadores.
2. Extensión Eléctrica.

MAQUINAS

1. Lustradora y Lavadora de pisos.

PROCEDIMIENTO

- a. Colocar los señalizadores correspondientes para realizar este servicio.
- b. Preparar el área a lavar (retiro de mobiliario de fácil manipulación).

- c. Barrer la superficie utilizando un escobillón de piso.
- d. Se coloca los guantes y se procede a preparar la solución de agua con detergente 125 gramos. Diluir en 8 litros de agua para lavar 80 metros cuadrados.
- e. Se refriega los bordes y pedestales del ambiente utilizando un baldeador de nylon.
- f. Luego se aplica la solución sobre la superficie, con el pulidor rociar sobre las manchas difíciles.
- g. Con la lustradora lavadora utilizando una escobilla de fibra de nylon se procede a pasar la máquina en forma horizontal y vertical hasta que quede completamente limpio.
- h. Utilizando un trapeador se recoge toda la suciedad que ha sido removida para luego enjuagar el piso con agua limpia y repita la operación para el secado.
- i. Se cambia el señalizador de piso mojado por piso encerado. Aplicando así la cera sobre la superficie a tratar con un trapeador limpio hasta que quede completamente cubierta la superficie evitando la formación de gránulos o empoces.
- j. Dejar secar por un espacio de 20 minutos aproximadamente.
- k. Se procede a lustrar la superficie dando inicio por los bordes, luego lustrar en forma horizontal y vertical.
- l. Retornar el mobiliario al lugar de origen y dejar ordenado el ambiente en que se trabajó.
- m. Se retira los señalizadores y maquinaria para su limpieza.

Procedimiento de limpieza de habitaciones/estudios

MATERIALES

- 1. Trapo blanco.
- 2. Franela.
- 3. Aromatizante.
- 4. Limpia vidrios.
- 5. Limpia Vidrios.
- 6. Cera para muebles.

7. Bolsa para desechos.

IMPLEMENTOS

1. Balde plástico.
2. Escobillón de piso.
3. Pulverizador.
4. Recogedor de oficina.
5. Sacudidor de Tela.
6. Plumero.
7. Escobillón de Techo.
8. Trapeador completo.

MAQUINARIA

1. Aspiradora.
2. Lustradora.

PROCEDIMIENTO

- a. Se inicia retirando los papeles de los tachos en la bolsa para basura de todas las habitaciones a limpiar.
- b. Con escobillón de techo se procede a desempolvar las partes altas (techos, paredes y ventanas, etc.).
- c. Se prepara un balde con agua para el proceso de limpieza con un trapo blanco o franela.
- d. Luego se procede a limpiar el mobiliario en general, como escritorios, mesas, veladores, cómodas, armarios, archivadores, etc. Es necesario retirar los objetos que se encuentran encima del mobiliario para poder realizar una limpieza integral del mismo, los objetos delicados se limpian con la ayuda de un plumero o franela según sea el caso.

- e. Con trapo seco se retira el polvo de las superficies de los muebles, así mismo con trapo humedecido pasamos sobre la superficie para retirar las manchas, y como acabado final pasamos la franela.
- f. Aspirar y/o barrer y lustrar según lo requiera el tipo de piso.
- g. Se procede a aromatizar el ambiente con un pulverizador, este se aplica con las ventanas cerradas para mayor concentración de perfumador.
- h. Limpiar el servicio higiénico privado (de acuerdo al procedimiento establecido para esta tarea).

Nota: La limpieza de vidrios interiores, equipo de cómputo, persianas y paredes se realizan semanalmente según programa establecido.

Procedimiento de limpieza de plataformas de vidrio

MATERIALES

1. Limpia vidrio.
2. Franela.
3. Trapo blanco y/o paño.

IMPLEMENTO

1. Pulverizador.

PROCEDIMIENTO

- a. Pase un trapo blanco para retirar el polvo que se encuentra en la plataforma de vidrio.
- b. Rocíe con un pulverizador Limpia vidrios sobre la superficie de vidrio.
- c. Con un trapo blanco y/o paño pase en forma horizontal cubriendo toda la superficie a tratar.
- d. Dejar secar por un espacio de 3 minutos.
- e. Luego con una franela seca se lustra la superficie.

Procedimiento de encerado de muebles de madera

MATERIAL

1. Cera para muebles.
2. Franela.
3. Trapo.

PROCEDIMIENTO

1. Inspeccionar el área a tratar.
2. Retirar los enseres del área a tratar en forma ordenada.
3. Con un trapo industrial retire el polvo de la superficie a tratar.
4. Agite el producto antes de usar.
5. Vierta el producto en un trapo limpio y seco.
6. Pase el trapo humedecido por la superficie a tratar, en forma uniforme teniendo en cuenta el sentido de las hebras de la madera.
7. Dejar secar 5 minutos.
8. Con una franela seca lustrar la superficie suavemente hasta obtener el brillo deseado.
9. Retornar los enseres en forma ordenada a su lugar de origen.

Procedimiento de limpieza de muebles de cuero

MATERIALES

1. Silicona para cueros.
2. Crema para limpieza de cueros.
3. Franela
4. Paños.

PROCEDIMIENTO

- a. Quitar el polvo con un paño seco.

- b. Desmanchar con paño humedecido con la crema para limpieza de cuero, los muebles a tratar.
- c. Agitar y rociar la silicona con el envase en posición vertical o ligeramente inclinado a 20 centímetros de distancia.
- d. Pasar un paño limpio y seco en la superficie tratada para esparcir los excesos uniformemente.
- e. Luego frotar con una franela hasta obtener el brillo deseado.

Procedimiento de limpieza y lavado de muebles tapizados

MATERIALES

- 1. Limpia alfombras.
- 2. Quitamanchas de alfombras.
- 3. Trapo Industrial blanco.
- 4. Waype.
- 5. Quitamanchas.

IMPLEMENTOS

- 1. Baldes plásticos.
- 2. Escobilla de mano doméstica.

MAQUINARIA

- 1. Aspiradora.

PROCEDIMIENTO

- a. Evaluar el mueble a tratar, y trasladarlo a un área donde se procederá a realizar el lavado.
- b. Retirar el polvo utilizando una máquina de aspirar.

- c. Se procede a desmanchar el mueble utilizando pequeñas motas de waype embebido con el quitamanchas.
- d. Agitar y aplicar la espuma limpiadora sobre la superficie a tratar.
- e. Con una escobilla domestica cepillar hasta remover la suciedad.
- f. Con trapo industrial blanco se retira la suciedad removida.
- g. Repetir el procedimiento dos o tres veces hasta que el mueble quede limpio.
- h. Con un paño seco de color blanco, se procede a frotar para retirar la humedad.
- i. Retornar el mueble a su lugar de origen una vez seco.

Procedimiento de lavado de paredes (cerámica, granito)

MATERIALES

1. Detergente neutro.
2. Trapo Blanco.
3. Esponja de Celulosa.
4. Waype.

IMPLEMENTOS

1. Balde Plástico.
2. Escobilla de mano.
3. Guantes de caucho.
4. Escobillón de techo.

EQUIPOS

1. Escalera pata de gallo.
2. Señalizadores.

PROCEDIMIENTO

1. Se evalúa el área teniendo en cuenta que la superficie a tratar sea lavable.

2. Se coloca el señalizador correspondiente.
3. Se desempolva toda la superficie a lavar o desmanchar utilizando un escobillón.
4. Nos colocamos los guantes de caucho y preparamos la solución, agua con detergente en un balde (250cc. de detergente diluir en un litro de agua para limpiar 120 metros cuadrados).
5. Luego con una esponja de celulosa se aplica la solución sobre la superficie a tratar y refregando en forma uniforme de arriba hacia abajo hasta retirar la suciedad impregnada. De persistir la suciedad se sugiere utilizar la escobilla de mano.
6. Se procede a enjuagar varias veces con agua limpia utilizando un trapo blanco hasta retirar totalmente la solución de la superficie.
7. Procedemos a secar la pared con un trapo seco color blanco.
8. Por último se recoge los materiales, implementos y equipos que se ha utilizado.

Procedimiento de lavado de paredes (cemento pintado)

MATERIALES

1. Detergente neutro.
2. Trapo blanco.
3. Esponja de Celulosa.
4. Waype.

IMPLEMENTO

1. Balde Plástico.
2. Guantes de caucho.
3. Escobillón de Techo.

EQUIPOS

1. Escalera de Tijera.
2. Señalizadores.

PROCEDIMIENTOS

1. Se evalúa el área teniendo en cuenta que la superficie a tratar sea lavable.
2. Se coloca el señalizador correspondiente.
3. Se desempolva toda la superficie a lavar o desmanchar utilizando un escobillón.
4. Nos colocamos los guantes de caucho y preparamos la solución agua con detergente en un balde (250cc. de detergente, diluir en 1Lt. de agua para limpiar 30 metros cuadrados).
5. Luego con una esponja de celulosa y/o waype se aplica la solución sobre la superficie a tratar, refregando en forma uniforme de arriba hacia abajo hasta retirar la suciedad impregnada.
6. Se procede a enjuagar varias veces con agua limpia utilizando un trapo blanco hasta retirar totalmente la solución de la superficie.
7. Procedemos a secar la pared con un trapo seco color blanco.
8. Por último se recoge los materiales, implementos y equipos que se ha utilizado.

ANEXO 7. Formato de Contrato de Trabajo

CONTRATO DE TRABAJO A TIEMPO INDEFINIDO

En la ciudad de Cuenca, a los ocho días del mes de abril, del dos mil nueve, ante el Sr. Inspector de Trabajo de Cuenca, comparece por una parte la compañía SUPER LIMPIO CIA LTDA, representada por la Ing. Tania Washco, a quien se le denominará en adelante el Empleador, y por otra la Srta. ROXANA GABRIELA TERAN AGUIRRE , que se le conocerá como el Trabajador, ambos domiciliados en la ciudad de Cuenca, capaces ante la Ley para celebrar cualquier acto o contrato, concertado libremente en celebrar el presente CONTRATO INDEFINIDO estipulándose las siguientes cláusulas:

PRIMERA.- El segundo de los comparecientes, la Srta. ROXANA GABRIELA TERAN AGUIRRE, se compromete a prestar sus servicios lógicos Y PERSONALES en calidad de ASISTENTE DE GERENCIA, debiendo cumplir sus funciones con absoluta dedicación y esmero.

SEGUNDA.- El Trabajador se compromete en la prestación de sus servicios a laborar dentro de la ciudad.

TERCERA.- El Trabajador prestará sus servicios en jornadas completas de trabajo en horarios de 08H00 a 17H00, estimándose que este horario podrá variar de acuerdo a los requerimientos de la Compañía contratante, siendo así mismo convenido por las partes que el trabajador laborará tiempo suplementario y extraordinario cuando las circunstancias lo ameriten y tan sólo por orden escrita del Empleador.

CUARTA.- El Trabajador recibirá como contraprestación por los servicios que ejecute una remuneración mensual de cuatrocientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, más todas las bonificaciones establecidas en la Ley, debiéndose descontar al Trabajador los valores que conforme a la legislación vigente está obligado.

SEXTA.- Para el caso de incumpliendo de las partes a las normas que reglan el presente contrato, éstas se sujetan a los jueces de esta ciudad, sometiéndose al trámite verbal sumario.

Leído que fue el presente contrato en su integridad, las partes ratifican en todo su contenido firmando para la constancia en tres ejemplares idénticos y quedando el original registrado en esta Inspectoría de Trabajo de Cuenca.

f). ROXANA GABRIELA TERAN AGUIRRE

f). TANIA WASHCO CASTRO

Empleado

Empleador

f). Dr. JUAN PEREZ

Inspector de trabajo

ANEXO 8. Formato de un Reglamento Interno de Trabajo

Este formato servirá de guía para la estructura de un Reglamento Interno; sin embargo, el mismo debe ser adecuado a las circunstancias internas de cada compañía.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO I. CAMPO DE ACCIÓN DEL REGLAMENTO INTERNO

Art. 1. REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

PROPÓSITO

El presente Reglamento Interno de Trabajo, tiene el objeto de establecer un adecuado sistema de administración del Recurso Humano de la Empresa, con el fin de alcanzar el grado más alto de eficiencia en el trabajo, optimizar la utilización de su persona y establecer las normas que regulen las relaciones entre la Empresa y el personal sujeto al Código de Trabajo.

En cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 64, del Código de Trabajo y para los fines previstos en el numeral 12 del Art.42, del literal e) del Art. 45 del mismo Código y, en general para el mejor cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en materia laboral, la Empresa con domicilio principal en la ciudad de Cuenca, dicta el presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art. 2. AMBITO DE APLICACIÓN:

En este Reglamento se utilizarán indistintamente los términos “Compañía” o “Empresa” para referirse a (SUPER LIMPIO) y se usará la palabra “trabajadores” la cuál incluirá a empleados y trabajadores en general.

El término “Reglamento” se usará para referirse al Reglamento Interno de Trabajo de la Empresa, contenido en este instrumento.

El uso de los términos en masculino incluirán el femenino, el uso de tiempo singular incluirá plural y viceversa.

El presente reglamento se aplicará obligatoriamente para todo el personal de la empresa que esté sujeto al Código de Trabajo.

Art. 3. SUJECCIÓN:

Tanto la empresa como sus trabajadores quedan sujetos a estricto cumplimiento de las disposiciones del presente reglamento y a las normas del Código del Trabajo las cuales se entenderán incorporadas a todos los contratos individuales de trabajo celebrados entre la Empresa y los trabajadores.

Se presume su conocimiento, y por tanto, su desconocimiento no podrá ser alegado y no será excusa para ningún trabajador. Para el efecto se exhibirá permanentemente un ejemplar de este reglamento, una vez aprobado.

Art. 4. DE LOS ORGANOS DE ADMINISTRACIÓN DEL RECURSO HUMANO

La administración del Recurso Humano de la empresa, es función del Presidente Ejecutivo y Apoderado General; la ejercerá a través de Recursos Humanos y sus organismos correspondientes con sujeción a las leyes laborales y a las normas contenidas en el presente Reglamento.

CAPÍTULO II. CONTRATOS DE TRABAJO

Art. 5. TIPOS DE CONTRATOS:

La empresa podrá celebrar válidamente, cualquier tipo de contrato de trabajo con sus empleados utilizando cualquiera de las modalidades permitidas por la ley.

Art. 6. CONDICIONES DE LOS CONTRATOS:

Todos los trabajadores de la empresa serán contratados por escrito, Todos los contratos serán sujetos a las condiciones establecidas en el Código del Trabajo.

Los contratos individuales que la empresa celebra por primera vez, tendrán necesariamente un período de prueba de noventa días.

En este período o al término del mismo, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato sin indemnización alguna, mediante simple notificación.

La empresa podrá celebrar contratos a plazo fijo, por tiempo indefinido, ocasionales, eventuales, por hora o cualquier otro determinado por la ley, en la medida que considere necesario y estipulando las condiciones particulares en cada caso.

Art. 7. VACANTES:

Cuando se produzca vacantes o nuevas necesidades de personal, la Empresa buscará la persona más idónea para llenar la vacante. La selección de candidatos será efectuada por el departamento de selección y reclutamiento, a través de un proceso técnico de selección diseñado para el efecto.

Los resultados de las pruebas tendrán el carácter de confidencial y serán evaluadas también por el gerente de área que lo requiere.

Los mecanismos, procesos y procedimientos para dicha selección serán bajo el diseño y formato de la empresa según su conveniencia y funcionalidad.

CAPITULO III. DE LA ADMISIÓN

Art. 8. La etapa previa a la contratación de un trabajador juega un importante papel dentro de la selección del personal. La Empresa puede requerir del aspirante lo siguiente:

- Ser mayor de edad;
- Poseer título académico, técnico o profesional, o el cumplimiento de los requisitos académicos mínimos necesarios para el cabal cumplimiento de sus responsabilidades;
- Comprobación de las calidades profesionales mediante exámenes técnicos;
- Demostrar antecedentes personales satisfactorios y de buena conducta;
- Presentar una solicitud de empleo en los formularios que la empresa estime conveniente y llenar las hojas de información respectiva.

Art. 9. El solicitante declara que todos los datos son verdaderos y que no ha omitido u ocultado ninguna información que pueda ser relevante para la decisión de su contratación por parte de la Empresa.

La inexactitud de los datos o información consignados por el trabajador al solicitar empleo, la presentación de documentos falsos o alterados, el ocultamiento de información importante tales como antecedentes penales, etc., constituyen faltas graves a este reglamento y son causa para la terminación del contrato de trabajo, de acuerdo al Art. 316, No. 2; del Código de Trabajo.

La Empresa se reserva el derecho de realizar las investigaciones necesarias para establecer la veracidad de los antecedentes e historial del aspirante a ocupar una vacante. Después de verificar los datos, la Empresa se reserva también la potestad de contratar o no al aspirante, sin que esto le otorgue ningún derecho a ocupar ésta vacante.

Adicionalmente para el ingreso se requiere presentar los siguientes documentos:

- Cédula de ciudadanía
- Certificado del último sufragio
- Cédula Militar (para hombres)
- Carné del IESS
- Certificado actualizado del último trabajo
- Dos certificados actualizados de honorabilidad y honradez
- Partida de nacimiento de los hijos (de existir)
- 4 fotografías tamaño carné
- Certificado de tipo de sangre
- Ficha médica de la empresa, en caso de requerirse
- Certificado del lugar de domicilio
- Record policial.

Art. 10. REFERENCIAS

La Empresa podrá solicitar las referencias que estime necesarias sobre el aspirante, y se reserva la libertad de verificar la información antes y/o después de su contratación, así como los demás datos presentados. Después de verificar los datos obtenidos, la empresa se reserva el derecho de contratar o no al aspirante, sin que esto implique derecho alguno a ocupar ésta vacante.

CAPITULO IV. JORNADAS Y HORARIOS LABORALES

Art. 11. JORNADAS DE TRABAJO

Cada trabajo en la Empresa es crítico en alcanzar las necesidades de nuestros clientes.

Es importante para usted el estar presente y listo a tiempo para empezar a trabajar. Esto incluye el empezar su trabajo y también el retorno de descansos y almuerzos.

Los horarios serán establecidos por los representantes legales de acuerdo a la conveniencia de la Empresa y previa la autorización de la Dirección Regional de Trabajo de Cuenca.

Art. 12. Previo acuerdo del titular de Recursos Humanos con los trabajadores, siempre que las necesidades de trabajo así lo requieran, los empleados deberán laborar un horario extraordinario de trabajo. Los trabajos que excedan la jornada ordinaria se pagarán conforme a lo que establece los Arts. 50 y 55 del Código de Trabajo.

Art. 13. NO LLAMAR / NO PRESENTARSE

En caso de ausencia y en la medida de lo posible, comuníquese antes de que su horario de trabajo empiece, tal inobservancia daría como resultado una acción disciplinaria.

Consulte a su inmediato superior en cuanto a cuándo y cómo se debe comunicar a tiempo.

Art. 14. PUNTUALIDAD

Todos los trabajadores se presentarán a desempeñar sus funciones con absoluta puntualidad. En razón de la actividad de la Empresa, la puntualidad es indispensable, por lo que existirá un margen de tolerancia de 10 minutos. En caso de producirse un atraso, se procederá a tomar una acción disciplinaria.

Art. 15. La Empresa podrá establecer los métodos que mejor estime conveniente para el control de asistencia y puntualidad de sus trabajadores.

Art. 16. Sin embargo de lo establecido anteriormente, si un trabajador se atrasare o faltare a un turno sin previo aviso, quien estuviese cumpliendo el turno inmediato anterior, dará aviso del

hecho al responsable del área, pero será su responsabilidad cubrir dicha función hasta ser relevado, ante lo cual se le pagará de acuerdo a la Ley.

Art. 17. En los casos en que la Compañía disponga, las tarjetas de asistencia deberán ser timbradas con el debido cuidado de manera que queden impresas con absoluta claridad. Las marcas defectuosas, confusas, engañosas, manchadas, extrañas, etc., que no se deban a desperfectos de los relojes marcadores, se tendrán por no hechas y se tomarán como faltas graves.

La omisión de una marcación en la tarjeta o en el sistema informático a la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada. Las tarjetas serán timbradas en los relojes marcadores por sus titulares de manera personal e indelegable.

El incumplimiento de estas disposiciones reglamentarias serán sancionadas como falta grave de indisciplina, tanto por quien marque o ingrese una tarjeta ajena cuanto por el titular que lo permita y dará lugar a la imposición de una multa o a la terminación de las relaciones laborales de acuerdo con el Art. 172 del Código de Trabajo. En el caso de los empleados que estén ausentes de la oficina por comisión de servicios o por enfermedad, la no marcación de la tarjeta deberá ser justificada debidamente por el jefe inmediato.

Art. 18. JORNADA EXTRAORDINARIA Y SUPLEMENTARIA

Cuando fuere necesario y previa autorización de la Presidenta, Gerencia General, o demás funcionarios autorizados para el efecto y aceptación del trabajador, los trabajadores deberán laborar en jornadas suplementarias o extraordinarias, según fuere acordado, acogiéndose a las normas y procedimientos establecidos para el efecto.

Art. 19. AUTORIZACIÓN DE TRABAJO DURANTE HORAS SUPLEMENTARIAS O EXTRAORDINARIAS

Salvo casos de emergencia, previo acuerdo expreso entre las partes se laborará horas suplementarias o extraordinarias.

Consecuentemente ninguna declaración de trabajo suplementario o extraordinario será aceptada por la Empresa, si no ha existido el acuerdo correspondiente con la Presidencia o Gerencia General.

Art. 20. HORAS DE COMPENSACIÓN

No se consideran horas suplementarias o extraordinarias, los trabajos desempeñados luego de la jornada ordinaria o en días de descanso, con el objetivo de compensar el tiempo perdido ya sea por los días feriados no obligatorios cuando así lo disponga la Autoridad competente, o por errores cometidos en el desempeño de las funciones por cualquier causa imputable al trabajador.

Art. 21. FUNCIONES DE CONFIANZA

Sin perjuicio de lo que se especifique en los contratos individuales, y para los efectos establecidos en el Art. 58 del Código de Trabajo, se considera además que ejercen funciones de confianza las siguientes personas:

- Vicepresidencia de área, Departamento o Sección
- Gerencia de área, Departamento o Estación
- Administradores Departamentales Generales
- Directores Departamentales o Facultativos
- Jefes Departamentales, de Oficinas o Sección
- Asesores Departamentales

Además, desempeñaran funciones de confianza todas aquellas personas en las cuales así se haya indicado en sus respectivos contratos de trabajo.

CAPITULO V. REMUNERACIONES Y REEMBOLSOS

Art. 22. PAGO DE REMUNERACIONES

La Empresa liquidará mensualmente los valores correspondientes a ingresos y deducciones que tengan lugar de conformidad con la Ley con respecto a las remuneraciones, la misma que será cancelada por mes vencido incluyendo todos los beneficios que determina la Ley. El pago se lo realizará a través de pago directo mediante cheque de la empresa.

Las horas nocturnas y/o extraordinarias se pagarán una vez que se encuentren registradas en los formularios respectivos y debidamente autorizadas por la Presidencia y Gerencia General.

CAPITULO VI. AUSENCIAS

Art. 23. ABANDONO DEL TRABAJO

El abandono del trabajo por más de tres días consecutivos en un mes sin justa causa debidamente comprobada, constituirá falta grave y será sancionada de acuerdo a lo estipulado en el Código de Trabajo y dará lugar a la terminación de su relación laboral.

Art. 24. PERMISO PARA SALIR DEL TRABAJO

Ningún trabajador podrá abandonar su sitio de trabajo durante las horas de labor sin cumplir con las siguientes disposiciones:

- Son permisos las autorizaciones concedidas por el gerente de área o el gerente administrativo para que puedan ausentarse temporalmente del lugar de trabajo. Los permisos remunerados serán concedidos únicamente por calamidad doméstica, requerimiento por escrito de autoridad competente, ejercicio del derecho a voto, enfermedad, orden médica, y en los demás casos previstos en la Ley y en este reglamento.
- Los empleados están obligados a pedir personalmente permiso por lo menos con 48 horas de anticipación y no podrán ausentarse del lugar de trabajo sin haber recibido la correspondiente autorización.
- En caso de calamidad doméstica, el funcionario o empleado por cualquier medio en forma inmediata de acontecida esta situación, deberá informar de la misma a su inmediato superior o manager.
- La ausencia por enfermedad deberá ser justificada mediante certificado médico en plazo máximo de 72 horas.
- Si después de vencido el plazo de permiso el empleado no se reintegra sin causa justificada, se sujetará a las sanciones disciplinarias correspondientes e inclusive pueda ser causa para la terminación del contrato.

Art. 25. Ningún permiso podrá exceder de 8 horas diarias. En el caso de que un trabajador se ausentara de su lugar de trabajo con permiso dentro de su horario de trabajo o en el caso que ocupe funciones que pueda requerir un contacto urgente e inmediato, el mismo deberá disponer de cualquier medio para ser contactado, como: celular, radio, beeper, teléfono, razón, etc.

Art. 26. Se entenderá por calamidad doméstica, los siguientes hechos:

- La muerte de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- Accidentes o enfermedades graves que requieran de la hospitalización de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- Todo hecho que requiera la presencia urgente y necesaria del trabajador en su domicilio a fin de evitar un desastre.
- Enfermedades graves del cónyuge, conviviente o hijos que requieran de la compañía del trabajador.

Todos los permisos otorgados por cualquier índole o naturaleza por la empresa a través de las personas autorizadas deberán ser justificados y respaldados con los documentos pertinentes para cada caso a satisfacción total de la empresa. Caso contrario se tomarán las medidas pertinentes.

Art. 27. LICENCIA SIN SUELDO

Es la situación en que se encuentra un empleado autorizado por el Presidente Ejecutivo o Gerente General, a quien se le permite ausentarse temporalmente del desempeño del cargo asignado, sin remuneración ni beneficio de ninguna clase. En el presente caso, el empleado deberá consignar en la Gerencia Administrativa el valor correspondiente al pago de sus aportaciones personales al IESS, a fin de depositar estos valores en dicho instituto.

Art. 28. LICENCIA CON SUELDO

El Presidente y el Apoderado General de la Empresa podrán autorizar licencia con sueldo en los siguientes casos:

En aquellos contemplados por el reglamento específico del IESS en caso de enfermedad del trabajador.

Por maternidad durante 12 semanas, de las cuales 2 deben tomarse antes del parto.

Por lactancia 2 horas diarias, al principio o final de cada jornada diaria de labor, durante 9 meses posteriores al parto.

Por calamidad doméstica debidamente justificada.

CAPITULO VII. LUGAR DE TRABAJO

Art. 29. LUGAR DE TRABAJO LIBRE DE ACOSO

La Empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Cualquier empleado que cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad y que se trate de:

1. Tener el propósito de crear un lugar de trabajo ofensivo;
2. Tener el propósito de interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
3. Afectar el desempeño laboral; y,
4. Afectar en las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art. 30. Los siguientes son ejemplos de comportamientos no aceptados por la Empresa.

Estas descripciones no son las únicas pero son usadas como una guía.

Hacer comentarios fuera de lugar ya sean estos escritos o verbales, también demostrar un comportamiento en contra de un individuo ya sea por su color, raza, religión, sexo, nacionalidad, edad y discapacidad.

Demostrar estereotipos, tratos y hechos negativos relacionados a color, raza, religión, sexo, nacionalidad, edad y discapacidad.

No se permite hacer comentarios verbales o escritos ofensivos.

No se permitirá el uso de rótulos colocados sobre paredes, posters y cualquier tipo de circular que atente a la identidad de una persona.

Art. 31. ACOSO SEXUAL:

La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso en el lugar de trabajo. Acoso sexual no se refiere a cumplidos ocasionales o comentarios que son socialmente aceptados. Se entenderá acoso sexual a lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado
- Pedido de favores sexuales cuando se refiere a una conducta implícita o explícita es decir con el fin de ser promovido. Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Cuando se intenta interferir en el desempeño de labores de un individuo.

El acoso sexual puede incluir una variedad de comportamientos y hechos que se presentan en varios niveles:

Contacto físico inapropiado como innecesarias caricias, rasguños, toques y palmadas. El forzar a un individuo a tener relaciones sexuales o favores sexuales.

Acoso verbal en donde hay un abuso de la naturaleza sexual donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Usar términos o gestos sexuales sugestivos para describir el cuerpo de una persona, vestimenta o actividad sexual o inclinación sexual.

El colgar rótulos, hojas, email, volantes sexualmente ofensivos en el lugar de trabajo.

Art. 32. Si alguien ha incurrido en uno de los tipos de acoso sexual ya mencionados, usted tiene la responsabilidad de llevar este reclamo a la persona encargada de Recursos Humanos de la empresa.

Los inmediatos superiores o managers deben reportar todo tipo de acoso sexual a sus superiores o personas encargadas del Departamento de Recursos Humanos para que los mismos inicien las investigaciones pertinentes. En caso de no ser reportado, la Gerencia tomaría una acción disciplinaria.

Art. 33. La empresa no tolerará ninguna forma de reprimenda o acción negativa en contra de un empleado que haya hecho un reclamo de buena fe, de acoso y discriminación. Todo reclamo será investigado, y será tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.34. USO DE INTERNET:

Los empleados solo pueden hacer uso de Internet para tareas oficiales de la empresa. Está estrictamente prohibido el uso de Internet para conversar, leer, navegar, bajar música y otros en horas de oficina ya que esto interfiere en el desempeño de labores. Si un empleado fuese encontrado haciendo mal uso del Internet en horas de trabajo, este será sancionado bajo la política de acciones disciplinarias de la empresa. De igual manera los compañeros de trabajo que no denuncien anomalías de mal uso de Internet serán sancionados por encubrir estos hechos. El uso de Internet para labores que no son de oficina se permitirá, previa la autorización correspondiente, únicamente en horas de almuerzo, antes o después de horas de oficina o feriados, con un máximo de 1 hora en cada periodo autorizado por la Empresa, caso contrario la empresa se reserva el derecho de cobrar o descontar los costos de conexión al Internet.

Art. 35. POLÍTICA DE DROGAS, ALCOHOL Y TABACO:

La empresa reconoce que su futuro depende de la salud física y mental de sus trabajadores. El uso y comercialización de drogas afecta la imagen de la empresa. La posesión, uso y venta de drogas ilegales y el consumo de bebidas alcohólicas durante horas de trabajo, está estrictamente prohibido.

Cualquier empleado bajo la influencia del alcohol o drogas que no demuestre juicio alguno, desempeño o seguridad a los empleados u otros dentro de la propiedad de la empresa, durante horas de trabajo, será sancionado conforme el presente reglamento.

Todo empleado está en la obligación de notificar a la compañía el uso de medicación que pueda afectar su desempeño y comportamiento.

La compañía podría conducir un examen de droga y alcohol post-accidente a los empleados que se encuentren involucrados en accidentes dentro de horas de trabajo, o que tengan problemas con el

desempeño laboral. La compañía se hará responsable de los costos del examen de drogas y alcohol si es necesario.

Un resultado positivo post-accidente de drogas y/o alcohol dará como consecuencia la terminación de la relación laboral. El rehusar tomar esta prueba, será considerado como resultado positivo.

CAPITULO VIII. VACACIONES ANUALES

Art. 36. A partir del primer año cumplido de trabajo en la Empresa, el trabajador tiene derecho a quince días ininterrumpidos de vacaciones anuales pagadas, las que no podrán ser compensadas con dinero a excepción de los días adicionales que a partir del quinto año le corresponde al trabajador según el Art. 69 del Código del Trabajo.

Art. 37. La Empresa determinará la época en que cada trabajador gozará de sus vacaciones, estableciendo un cronograma anual del mismo que será publicado con tres meses de anticipación.

Art. 38. En caso de funciones técnicas o de confianza puede negarse al trabajador las vacaciones de un año, para que las goce necesariamente el año próximo.

Art. 39. El trabajador tiene el derecho de acumular sus vacaciones hasta por tres años a fin de gozarlas en el cuarto año.

CAPITULO IX. RECLAMOS Y CONSULTAS

Art. 40. Los trabajadores tienen derecho a ser escuchados en sus reclamos o consultas provenientes de las reclamaciones de trabajo.

Art. 41. Las reclamaciones y consultas deben presentarse al Jefe de recursos Humanos quien solucionará en cada caso de acuerdo a la ley y ciñéndose estrictamente a las disposiciones del presente reglamento interno.

CAPITULO X. SANCIONES Y TERMINACIÓN DE LA RELACION LABORAL

Art. 42. De acuerdo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, se aplicará una de las sanciones aquí detalladas; la inobservancia de las prohibiciones y el incumplimiento de las obligaciones aquí previstas se considerarán como faltas sancionadas de acuerdo a su gravedad y/o al perjuicio que hubiera ocasionado a la compañía en caso de haberlo hecho:

- a) Amonestación verbal
- b) Amonestación escrita
- c) Multa de hasta el 10% de la remuneración diaria que percibe el trabajador; y,
- d) Terminación del contrato de trabajo previo Visto Bueno.

Art. 43. La aplicación de las sanciones enumeradas en el artículo anterior siempre que se verifique transgresiones de cualquiera de las disposiciones del presente reglamento, obedecerán al más alto criterio de justicia, tolerancia y equidad, salvaguardando el respeto jerárquico y la disciplina interna de la empresa.

Art. 44. El Jefe de Recursos Humanos puede imponer cualquiera de las tres primeras sanciones establecidas en el Art. 33 de este Reglamento, previa notificación escrita al trabajador.

Art. 45. El Representante Legal de la Compañía es la única persona en capacidad para dar por terminada la relación laboral con cualquier trabajador.

Art. 46. Serán responsables directa y personalmente todos aquellos que en abuso de su autoridad causen daño a la empresa por la aplicación de las sanciones anotadas.

Art. 47. La Empresa tiene el derecho y podrá solicitar el Visto Bueno necesario para dar por terminadas las relaciones laborales con el trabajador que ha incurrido en cualquier falta grave señalada en este Reglamento Interno y a lo dispuesto en el Art. 172 del Código del Trabajo.

Art. 48. En caso de renuncia voluntaria, el trabajador no podrá abandonar su puesto de trabajo hasta que no haya sido aceptada su renuncia por la Empresa.

CAPITULO XI. GASTOS DE VIAJE, ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN

Art. 49. El trabajador que por orden de la Empresa tuviere que movilizarse fuera del lugar habitual de su trabajo, tendrá derecho a recibir viáticos para cubrir los gastos de viaje.

Art. 50. Dicho trabajador está obligado a elaborar una cuenta de gastos, adjuntando los respectivos recibos, liquidando los viáticos solicitando el reembolso por la diferencia.

Art. 51. Si dicho trabajador suspendiese el viaje por calamidad doméstica, fuerza mayor o imposibilidad física está obligado a comunicar a la Empresa la razón alegada.

Si faltase esta comunicación la Empresa podrá considerar como falta injustificada de asistencia al trabajo.

CAPITULO XII. DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES

Art. 52. Son obligaciones de los trabajadores, a más de las constantes en el Art. 45 del Código del Trabajo, y las determinadas por la Ley, el contrato de trabajo, y el presente Reglamento Interno, las que a continuación se enumeran y cuyo incumplimiento serán consideradas como faltas leves, cuando no haya reincidencia.

- a) Cumplir con eficacia, buena voluntad y espíritu de colaboración las labores encomendadas siguiendo obediente y cumplidamente las órdenes emanadas por la empresa a través de su representante o de la persona encargada de su Departamento.
- b) Respetar a sus superiores y cultivar la más sana armonía con sus compañeros de trabajo durante las horas de labor o fuera de ellas, respetando la dignidad ajena y evitando disgustos, discordias e intrigas entre compañeros.
- c) Observar buena conducta en el trabajo guardando las normas de buena educación y ética entre sí y con sus superiores.
- d) Sujetarse y cumplir fielmente las leyes laborales, el contrato, el reglamento, el horario y las instrucciones verbales o escritas que reciban de sus superiores inmediatos.
- e) Presentarse al trabajo cuidando de su arreglo personal y usar la ropa de trabajo y uniformes suministrados por la empresa, en forma permanente mientras preste sus servicios.
- f) Defender los intereses morales y materiales de la empresa, de los clientes, proveedores y público en general, evitando toda clase de daños y perjuicios y poniendo siempre adelante el prestigio de la empresa.

- g) Realizar inventarios de los equipos, útiles de trabajo y más implementos o pertenencias de la empresa que estén a su cargo, cuando lo ordene un superior jerárquico.
- h) Mantener limpio y ordenado el sitio de trabajo o sala en donde realiza su labor, observando las medidas de higiene y cuidado, precautelatorios de la salud señalados por la empresa y las que naturalmente influyen en la conservación de la salud.
- i) Cuidar todos los enseres de la empresa que estén a su cargo así como las pertenencias de los clientes que les sean confiadas y responder por ellos en caso de pérdida, destrucción o daño, que provenga de negligencia comprobada y no como casos fortuitos o de fuerza mayor.
- j) Someterse a las medidas usuales de higiene, de seguridad y de prevención de accidentes y riesgos del trabajo prescritas por las autoridades del ramo y las que ordene a empresa.
- k) Ejecutar las labores que le correspondan no debiendo encargar a otra persona la realización del trabajo que le ha sido encomendado ni cambiar de puesto de trabajo, ni alterar las horas de labor o reducirlas o suspender el servicio sin sujetarse a la reglamentación respectiva de turnos y horarios asignados.
- l) Permanecer dentro del área del trabajo durante las horas laborables, salvo el caso de los trabajadores que por su función tengan que concurrir a otras áreas o instalaciones.
- m) Realizar otras tareas que sus superiores les encomienden.
- n) Proporcionar a la Gerencia de Recursos Humanos los datos requeridos sobre su cambio de domicilio, estado civil, nacimiento de hijos, etc., con la correspondiente justificación cuando fuere del caso.
- o) Utilizar el teléfono de la empresa para asuntos de trabajo y no abusar de su empleo con fines particulares.
- p) Tratar al público en general y en especial a los clientes de la empresa, con la cortesía del caso, brindándoles además un trato delicado y amable en todo momento, fomentando el progreso de la empresa y de todos los trabajadores de la misma; si por cualquier circunstancia se suscitare algún incidente con un cliente o proveedor; el trabajador o empleado antes de contradecir llevará el caso a su inmediato superior a fin de que lo resuelva.
- q) Exponer sus quejas o reclamos en forma comedida al superior jerárquico.
- r) Reportar a sus superiores jerárquicos los hechos o circunstancias que causen daño a la empresa o que afecten o impidan el cumplimiento de sus labores.
- s) Cuidar del mantenimiento de los equipos, maquinarias y herramientas con las cuales labora el trabajador y en caso de pérdida, desperfecto o daño, dar aviso inmediato al superior.

- t) Asistir a los eventos de capacitación programados por la Compañía dentro de los horarios establecidos para los mismos.
- u) No intervenir ni dirigir actividades políticas, religiosas o de proselitismo dentro de las dependencias de la empresa.
- v) No emplear, sin autorización de la empresa, útiles, herramientas, equipos y otros bienes de propiedad de la misma: o destinarlos a usos distintos de los que les son naturales; ni disponer de estos implementos o de materiales o de bienes de la empresa, en cualquier forma, sin perjuicio de que pudiere ser catalogada como una falta grave dependiendo del perjuicio que causare a la compañía.

Art. 53. A más de las prohibiciones establecidas para los trabajadores en el Art. 46 del Código del Trabajo, se suman aquellas contravenciones al presente Reglamento Interno de Trabajo cuyas violaciones constituirán indisciplina, desobediencia o falta grave al mismo y darán derecho a la empresa a solicitar el visto bueno del trabajador de conformidad con lo que establece el numeral segundo del Art. 172 del Código del Trabajo.

- a) Concurrir al lugar de trabajo bajo efectos de bebidas alcohólicas aún cuando no se encuentre en estado de embriaguez, o bajo los efectos de estupefacientes o drogas.
- b) Introducir o ingerir bebidas alcohólicas, estupefacientes o drogas durante la jornada de trabajo en los vehículos o en los predios de la empresa.
- c) Promover algazaras, reyertas o escándalos en los lugares de trabajo.
- d) Portar armas de cualquier clase en el centro de trabajo, salvo el caso del personal de guardianía o vigilancia y aquel que esté autorizado por escrito.
- e) Agredir o injuriar de manera verbal o escrita a los clientes, proveedores, compañeros de trabajo o superiores jerárquicos.
- f) Causar grave daño a los bienes o pertenencias de la empresa, de los compañeros de trabajo o de los clientes; o ponerlos en grave riesgo.
- g) Hacer afirmaciones o propagar rumores falsos que vayan en detrimento de la empresa o de alguno de sus personeros o que creen inquietud y malestar en el personal o entre la empresa y sus clientes.
- h) Desatender o suspender la ejecución de las labores, promover o participar en dichas suspensiones o abandonar el sitio de trabajo sin fundamento legal.

- i) Boicotear o limitar maliciosamente su trabajo o el de los demás con el objeto de reducir los volúmenes de producción de la empresa.
- j) Exigir a los clientes de la empresa la entrega de dinero, propinas o beneficios por los servicios prestados a ellos.
- k) Tomar o usar arbitrariamente cualquier objeto de propiedad de los clientes, proveedores o compañeros o usar en provecho propio los bienes y servicios destinados exclusivamente al uso de los clientes.
- l) Disponer del dinero recibido de los clientes por la venta de mercaderías o por el pago de los servicios prestados por la empresa.
- m) Firmar a nombre de la empresa sin la autorización escrita correspondiente, o utilizar para asuntos personales a nombre de la compañía o sus papeles, sellos o logotipos.
- n) Hacer competencia a la empresa o comercializar con sus productos o materias primas, o prestar asesoría o servicios profesionales a negocios de la misma rama de actividad.
- o) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude y otros que impliquen comisión de delito o contravención de Policía, reservándose la Empresa el derecho de tomar las acciones laborales, civiles y penales de Ley que considere pertinentes.
- p) Informarse del contenido de comunicaciones o de cualquier otra información confidencial de la empresa, salvo que haya sido autorizado, y en todo caso, bajo obligación de reserva.
- q) Divulgar cualquier dato de carácter reservado de la empresa, sea de carácter técnico, industrial, comercial, administrativo o de cualquier índole que hubiere llegado a su conocimiento.
- r) Tener otro empleo en la misma rama de actividad o intervenir, directa o indirectamente en sociedades que tengan negocios del mismo giro con la empresa.
- s) Realizar durante las horas de trabajo, dentro o fuera de la empresa según el cargo que desempeñe, trabajos para otras personas naturales o jurídicas, sin autorización escrita concedida por el empleador.
- t) Acosar a clientes, proveedores o compañeros de trabajo tanto dentro como fuera de las instalaciones de la Empresa.
- u) Las demás contempladas en el Código del Trabajo.

CAPITULO XIII. OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Art. 54. Son obligaciones de la empresa, aparte de las establecidas en las leyes, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado en el que consten nombres, edades, datos personales, estado civil, cargas familiares, antigüedad en el servicio, y, en general todo hecho que se relacione con la prestación de labores y actividades de los trabajadores de la empresa.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones, así como ropa de trabajo apropiada, uniformes e implementos de seguridad industrial.
- d) Tratar a los empleados o trabajadores con el natural respeto y la consideración que se merecen.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

ANEXO 9. Parámetros utilizados para los cálculos financieros del Proyecto

Parámetros

Fecha de inicio	1 de Enero	
Periodo Inicial	2010	
Empresa:	Súper Limpio Cía. Ltda.	
Servicio1:	Servicio de Limpieza	
Servicio2:	Servicio Adicional	
Sueldo Básico Unificado	\$ 240,00	Fuente: http://www.agroecuador.com/html/RegOficiales/RegistroOficial/Ene2010/
Aporte Patronal	11,15%	Fuente: http://www.iess.gov.ec/documentos/tasas_aportacion/TASAS_DE_APORTACI.pdf
Inflación Anual 2009	4,38%	Fuente: http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-cierra-2009-con-inflacion-de-883-327678.html
Riesgo País 2009	7,00%	Fuente: www.cesla.com (Centro de Estudios Latinoamericanos)
Número de operarios	4	
Servicios Anuales	998	
Proyección de crecimiento de ventas	5%	