



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS
DE LIMPIEZA, MUDANZAY JARDINERÍA DENOMINADA LIMUJA CIA. LTDA. EN
LA CIUDAD DE AZOGUES

PERIODO 2018 - 2019

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EMPRESARIAL

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

HENRY MAURICIO FAJARDO CAMPOVERDE

DIRECTOR:

ING. FABIÁN RAMÍREZ VALAREZO, MBA

AÑO:

2019

DECLARACIÓN

Yo, Henry Mauricio Fajardo Campoverde, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Henry Mauricio Fajardo Campoverde

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Henry Mauricio Fajardo Campoverde, bajo mi supervisión.

Ing. Fabián Ramírez Valarezo, MBA.

Director

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

DEDICATORIA

Este trabajo le dedico a mis padres por el apoyo incondicional que me brindan desde pequeño; a mi hijo que es el impulso que me hace seguir adelante diariamente; a mis hermanas que siempre me están guiando por el camino del bien.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por brindarme la educación; a mis hermanas por el apoyo incondicional; a todos los docentes que supieron impartir los conocimientos durante toda mi carrera universitaria; y, en especial al Ing. Fabián Ramírez que ha hecho posible este trabajo de investigación

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS.....	X
RESUMEN.....	1
ABSTRACT	2
CAPÍTULO I NATURALEZA DEL MODELO DE NEGOCIO.....	3
1.1 INTRODUCCIÓN.....	3
1.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	4
1.2.1 Objetivo General	4
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA.....	5
1.4 SERVICIO DE LA EMPRESA	5
1.5 ANÁLISIS SITUACIONAL.....	6
1.5.1 Marco Ambiente.....	6
1.5.1.1 Factores Económicos.....	6
1.5.1.2 Factores Demográficos.....	7
1.5.1.3 Factores Tecnológicos	9
1.5.1.4 Factores Culturales y Sociales.....	9

1.5.2	Micro Entorno	10
1.5.2.1	Clientes	10
1.6	COMPETIDORES	11
CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO		14
2.1.	DEFINICIÓN DEL SERVICIO	14
2.2.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	15
2.2.1.	Información primaria	15
2.2.1.1.	Determinación de la Muestra	15
2.2.1.2.	Diseño de la encuesta Análisis e interpretación de la información obtenida en las encuestas. 17	
2.2.1.3.	Información secundaria y terciaria	31
2.2.1.4.	Determinación de la demanda	32
2.2.1.5.	Proyección de la demanda	33
2.2.1.6.	Análisis de la Oferta	34
2.2.1.7.	Demanda potencial insatisfecha	35
2.2.1.8.	Importaciones y exportaciones	36
2.3.	ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	36

2.3.1. Determinación de precios	36
2.3.2. Comercialización.....	37
2.3.2.1. Estrategias de introducción al mercado.....	39
2.4. PLAN ESTRATÉGICO ANÁLISIS INTERNO DE LIMUJA CÍA. LTDA.	42
2.4.1. Misión.....	43
2.4.3. Valores	43
2.4.4. Análisis FODA.....	44
CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL	46
3.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.....	46
3.1.1. Macrolocalización:	46
3.1.2. Microlocalización	47
3.2. CAPACIDAD INSTALADA ÓPTIMA	48
3.3. PROCESO PRODUCTIVO DEL SERVICIO.....	49
3.4. EQUIPOS Y MAQUINARIA	50
3.5. DISTRIBUCIÓN INTERNA	58
3.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	59

3.7. ESTUDIO LEGAL Y FACTORES LEGALES RELEVANTES.....	60
3.7.1. Marco legal	60
3.7.2. Tipos de compañías:	60
3.7.2.1. Justificación de la compañía escogida.....	61
3.7.2.2. Compañía de responsabilidad limitada:	61
3.7.2.3. Pasos a seguir para constituir una compañía:.....	62
CAPÍTULO IV ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	64
4.1 INVERSIÓN INICIAL.....	64
4.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	65
4.2.1. Amortización del Crédito.....	66
4.3. ACTIVOS FIJOS	67
4.4. DETERMINACIÓN DE COSTOS	68
4.4.1. Estructura de costos.....	69
4.4.2. Presupuestos de gastos administrativos y de ventas	70
4.5. CAPITAL DE TRABAJO	70
4.6. PROYECCIÓN DE INGRESOS.....	71

4.7. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	72
4.7.1. Estado de resultados proyectado	72
4.7.2. Balance General Proyectado	73
4.8. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	75
4.8.1. Costo de Capital	75
4.8.2. Valor Actual Neto “VAN”	76
4.8.3. Tasa Interna de Retorno “TIR”	77
4.8.4. Análisis de sensibilidad del VAN y la TIR.....	78
4.8.5. Razones Financieras	79
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
5.1. Conclusiones	81
5.2. Recomendaciones	82
BIBLIOGRAFÍA	83
ANEXOS	86
1. Diseño de la encuesta aplicada	86
2. <i>Diseño de la Página Web</i>	89

3.	Información financiera	91
3.1.	Detalle de la Inversión Inicial	91
3.2.	Proyección de Costos y Gastos	92
3.3.	Cálculo de remuneraciones	93
3.4.	Cálculo de costos directos & indirectos de remuneraciones	93
3.5.	Detalle de materia prima y suministros	94
3.6.	Detalle de Servicios Básicos y Otros	94
3.7.	Publicidad y Comisiones	95
3.8.	Depreciaciones y Amortizaciones	95
3.9	Balance General Inicial	96

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Análisis del nombre de la empresa.....	5
Tabla 2	Proyección de Hogares 2017.....	16
Tabla 3	Resultados de Género.....	17
Tabla 4	Rango de Edad	19
Tabla 5	Estado Civil.....	20
Tabla 6	Actividad económica.....	21
Tabla 7	Tipo de Servicio Contratado	22
Tabla 8	Tipo de Servicio Contratado	24
Tabla 9	Identificación de la competencia.....	25
Tabla 10	Contratación del Servicio de limpieza, mudanza y jardinería.....	26

Tabla 11	Valor a pagar por servicio de limpieza	27
Tabla 12	Valor a pagar por servicio de jardinería.....	29
Tabla 13	Aceptación del servicio	30
Tabla 14	Determinación de la demanda.....	32
Tabla 15	Demanda Proyectada.....	33
Tabla 16	Oferta proyectada.....	34
Tabla 17	Demanda potencial insatisfecha.....	35
Tabla 18	Lista de Precios	37
Tabla 19	Horarios de Atención	38
Tabla 20	Opciones de Ubicación	47
Tabla 21	Capacidad Instalada	49
Tabla 22	Inversión Inicial	64
Tabla 23	Detalle de Activos Fijos.....	65
Tabla 24	Financiamiento del proyecto.....	66
Tabla 25	Detalle del Préstamo	66
Tabla 26	Amortización del Prestamo.....	67
Tabla 27	Depreciación de Activos Fijos	67
Tabla 28	Cálculo de rol de pagos.....	68
Tabla 29	Estructura de Costos.....	69
Tabla 30	Gastos administrativos y de ventas	70
Tabla 31	Capital de Trabajo.....	71
Tabla 32	Detalle de Ingresos.....	71
Tabla 33	Datos del punto de equilibrio.....	¡Error! Marcador no definido.

Tabla 34 Estado de Pérdida y Ganancias	72
Tabla 35 Balance General Proyectado	74
Tabla 36 Tasa de Descuento	76
Tabla 37 Flujo de caja proyectado	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logotipo de Serilaz.....	12
Figura 2 Logotipo de Mas Limpio	13
Figura 3 Resultado de Género.....	18
Figura 4 Rango de Edad.....	19
Figura 5 Estado Civil	20
Figura 6 Actividad económica	21
Figura 7 Tipo de Servicio Contratado.....	23
Figura 8 Tipo de Servicio Contratado.....	24
Figura 9 Identificación de la competencia	25
Figura 10 Contratación del Servicio de limpieza, mudanza y jardinería	26
Figura 11 Valor a pagar por servicio de limpieza	28
Figura 12 Valor a pagar por servicio de jardinería.....	29
Figura 13 Aceptación del servicio.....	30
Figura 14 Demanda Proyectada	33
Figura 15 Oferta Proyectada	34
Figura 16 Demanda Potencial Insatisfecha	35
Figura 17 Logotipo de LIMUJA Cía. Ltda.	39
Figura 18 Diseño de tríptico parte I	40

Figura 19	Diseño de tríptico parte II	40
Figura 20	Logotipo de Cañar Televisión	41
Figura 21	Logotipo de Radio Génesis.....	42
Figura 22	Mapa de la provincia del Cañar	46
Figura 23	Ubicación de LIMUJA	48
Figura 24	Proceso Productivo	50
Figura 25	Aspiradora Semi Industrial	51
Figura 26	Aspiradora Base 429.....	51
Figura 27	Lavadora de alfombras FALCON 700	52
Figura 28	Hidrolavadora eléctrica 220V - 2200 psi.....	52
Figura 29	Hidrolavadora a gasolina 3000 psi	53
Figura 30	Carro escurridor para agua sucia y limpia	54
Figura 31	Carro utilitario de limpieza	54
Figura 32	Desbrozadora a gasolina	55
Figura 33	Sopladora y aspiradora de hojas a gasolina	56
Figura 34	Carretilla de mano.....	56
Figura 35	Escoba plástica 26 dientes	57
Figura 36	Camión de mudanza	57
Figura 37	VAN de LIMUJA	58
Figura 38	Distribución del Local	59
Figura 39	Organigrama LIMUJA Cía. Ltda.....	59
Figura 40	Punto de equilibrio.....	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Esta investigación se realizó con la finalidad de conocer la viabilidad de implementar una empresa que ofrezca servicios de limpieza, mudanza y jardinería, tanto a los hogares como a las empresas que se radican en la ciudad de Azogues provincia del Cañar.

El nombre de la empresa que se desea implementar es LIMUJA Cía. Ltda.; entre sus objetivos principales está el de liderar el mercado de servicios. Para lo cual se ha realizado un análisis situacional del entorno en el que se anhela ingresar; lo cual se puede observar en el primer capítulo. A fin de identificar la oferta y demanda actual de los servicios se ha realizado un estudio de mercado; cuyos resultados han permitido determinar las estrategias de introducción de los servicios y su respectiva publicidad, propaganda y comercialización; lo cual se detalla en el segundo capítulo. Posteriormente, se ha realizado un análisis de la localización óptima de la compañía; así como de los suministros y materiales necesarios que se requieren para brindar este tipo de servicios; lo cual podemos contemplar en el tercer capítulo denominado estudio técnico.

Finalmente, en el capítulo cuarto se ha realizado el estudio económico financiero que permite conocer el financiamiento del proyecto, su rentabilidad, el periodo de recuperación de la inversión entre otros aspectos claves que se deben considerar al momento de incursionar en la implementación de una compañía.

Palabras Claves: Servicios de limpieza, servicios de mudanza, servicios de jardinería.

ABSTRACT

This investigation was carried out in order to know the feasibility of implementing a company that offers cleaning, moving and gardening services to the households and companies that live in the city of Azogues, province of Cañar.

The name of the company is LIMUJA Cía. Ltda.; one of the main objectives is to lead the services market. For that reason, a situational analysis of the environment in which you wish to enter has been carried out. That is, in the first chapter. In order to identify the current supply and demand of services, a market study has been carried out; whose results have allowed to determine the strategies of introduction of the services and their respective publicity, advertising and merchandising; that is detailed in the second chapter. Subsequently, an analysis of the optimal location of the company has been carried out; as well as the necessary supplies and materials that are required to provide this type of services; which we can contemplate in the third chapter called technical study.

Finally, in the fourth chapter, the financial economic study has been carried out, which allows to know the financing of the project, its profitability, the period of recovery of the investment among other key aspects that must be considered at the moment of entering into the implementation of a company.

Keywords: Cleaning services, moving services, gardening services.

CAPÍTULO I NATURALEZA DEL MODELO DE NEGOCIO

1.1 INTRODUCCIÓN

Los estilos de vida de las personas han cambiado, antes las mujeres no trabajaban por ende tenían mayor tiempo para atender el hogar; así como, podían contratar una empleada de servicio doméstico a la cual se le pagaba una remuneración relativamente menor al salario básico y los beneficios sociales respectivamente; siendo este servicio alcanzable para muchos hogares. Sin embargo, los cambios legales impuestos por el gobierno anterior, incrementaron dicho salario, además se regularon el número de horas de trabajo de un empleado doméstico. Estos y otros factores llevaron a suspender la contratación de este servicio de manera individual considerablemente.

Por otro lado, el desarrollo de la ciudad ha contribuido para el incremento tanto de empresas públicas como privadas generando más empleo; por lo que hoy en día tanto el hombre como la mujer salen a trabajar por las mañanas y regresan en las tardes, teniendo poca disponibilidad de tiempo para realizar el trabajo interno del hogar. Además, la ciudad al tener una alta presencia de compatriotas migrantes que han adquirido nuevos estilos de vida; demandan servicios novedosos en la sociedad, los mismos que poco a poco son adoptados por la ciudadanía.

Esto ha ocasionado una mayor demanda de servicios entre los cuales están los de limpieza, cuidado de jardines, mudanza entre otros. Dichos servicios deben ser ofertados con garantía y a precios módicos. Con estos antecedentes, se ha determinado realizar el estudio de diseño de una

empresa de servicios de limpieza, jardinería y mudanza en la ciudad de Azogues; que pueda ofrecer este tipo de servicios a precios asequibles.

1.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

1.2.1 Objetivo General

Diseñar un proyecto de inversión y gerenciamiento de una empresa de servicios especializados de limpieza, mudanza y jardinería en la ciudad de Azogues.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Analizar el entorno económico, social y los aspectos positivos negativos que incidirían en el desarrollo de la empresa.
- Efectuar un análisis de mercado a fin de conocer tanto las necesidades insatisfechas de los potenciales clientes; así como la actual competencia del mercado local.
- Determinar los procesos y recursos necesarios para el desarrollo de la empresa; así como la localización óptima y el número de empleados necesarios.
- Realizar la evaluación económica financiera de la empresa a fin de determinar su viabilidad en el mercado.

1.3 NOMBRE DE LA EMPRESA

Se ha escogido el nombre de LIMUJA Cía. Ltda.; el mismo que resulta de una combinación de varios factores como son los servicios que se van a ofertar, entre los cuales están la limpieza, mudanza y jardinería. Además, se consideró el mercado al que se desea ingresar; y, otros factores que se analizan en el siguiente cuadro:

Tabla 1
Análisis del nombre de la empresa

Nombre	Descriptivo	Original	Atractivo	Claro	Significativo	Agradable	Total
LIMUJA	5	5	4	5	5	4	28
ALFA	3	4	3	2	4	3	19

Nota: Elaboración propia, resultado del análisis del entorno

1.4 SERVICIO DE LA EMPRESA

La empresa se dedicará a ofertar servicios de limpieza, jardinería y mudanza tanto a personas naturales como a personas jurídicas es decir pequeñas y medianas empresas públicas y privadas. El servicio involucra la limpieza de hogares y oficinas dependiendo el caso para lo cual se requiere conocimiento de los productos químicos de limpieza de pisos, alfombras y muebles en general. También se ofertarán servicios de mantenimiento de jardines lo que incluye corte de césped o quicuyo, podada de árboles, riego y jardinería menor.

Finalmente, se complementa con el servicio de mudanza, el mismo que consta desde un servicio que empaceta cada uno de los artículos del hogar a transportar; o únicamente el traslado de cajas o muebles, con los respectivos cuidados.

1.5 ANÁLISIS SITUACIONAL

El análisis situacional de un proyecto, permite conocer y analizar el macro y micro entorno en donde se desarrollará el proyecto; es decir son aspectos básicos que se deben considerar, a fin de entender mejor a los potenciales clientes, así como identificar las principales variables económicas que tendrán una influencia en el proyecto.

1.5.1 Marco Ambiente

Dentro del macro ambiente se analizarán los factores económicos, demográficos, tecnológicos, así como los culturales y sociales. Obteniendo de esta manera un mayor conocimiento del entorno en donde se desarrollará el proyecto.

1.5.1.1 Factores Económicos

El Gobierno Nacional está fomentando el desarrollo del emprendimiento para lo cual ha creado la Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal, que contiene una serie de normas que contribuyen al impulso de

este sector; así como diversos incentivos tributarios, societarios y financieros que facilitan la creación de nuevas empresas que generen fuentes de trabajo.

Por medio de BANEQUADOR y la Corporación Financiera Nacional CFN, se están otorgando créditos productivos a tasas de interés convenientes para el desarrollo del comercio en general. Además, se han establecido políticas flexibles en el otorgamiento de créditos.

Diario el Comercio expresa que la Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL presentó en Chile el 20 de diciembre de 2018 el balance preliminar de las economías de América Latina y el Caribe, un detalle de las políticas macroeconómicas que los países han implementado y las proyecciones para el 2019; en donde al Ecuador se le proyecta un crecimiento del 0.9% por debajo del 1% que se proyectó en el último año. (2019).

1.5.1.2 Factores Demográficos

De acuerdo con la información del último censo del año 2010 la provincia del Cañar tiene una población total de 225.184 habitantes; de los cuales los cantones de Azogues y Cañar son los que mayor cantidad de habitantes tienen; también, se ha determinado que existen más mujeres que hombres.

Al analizar el estado conyugal que se encontró el 40.8% de la población está casada. Así como un 40.7% trabaja de manera independiente, el 18.3% presta servicios para la empresa privada y un 12.9% es empleado del estado. Bajo estos preceptos el cantón Azogues tiene una participación del

31% de la población total de la provincia; es decir casi una tercera parte de la población total de provincia se radica en este cantón. Situación favorable para el desarrollo del proyecto en razón de que la mayor cantidad de la población económicamente activa también radica en dicho cantón.

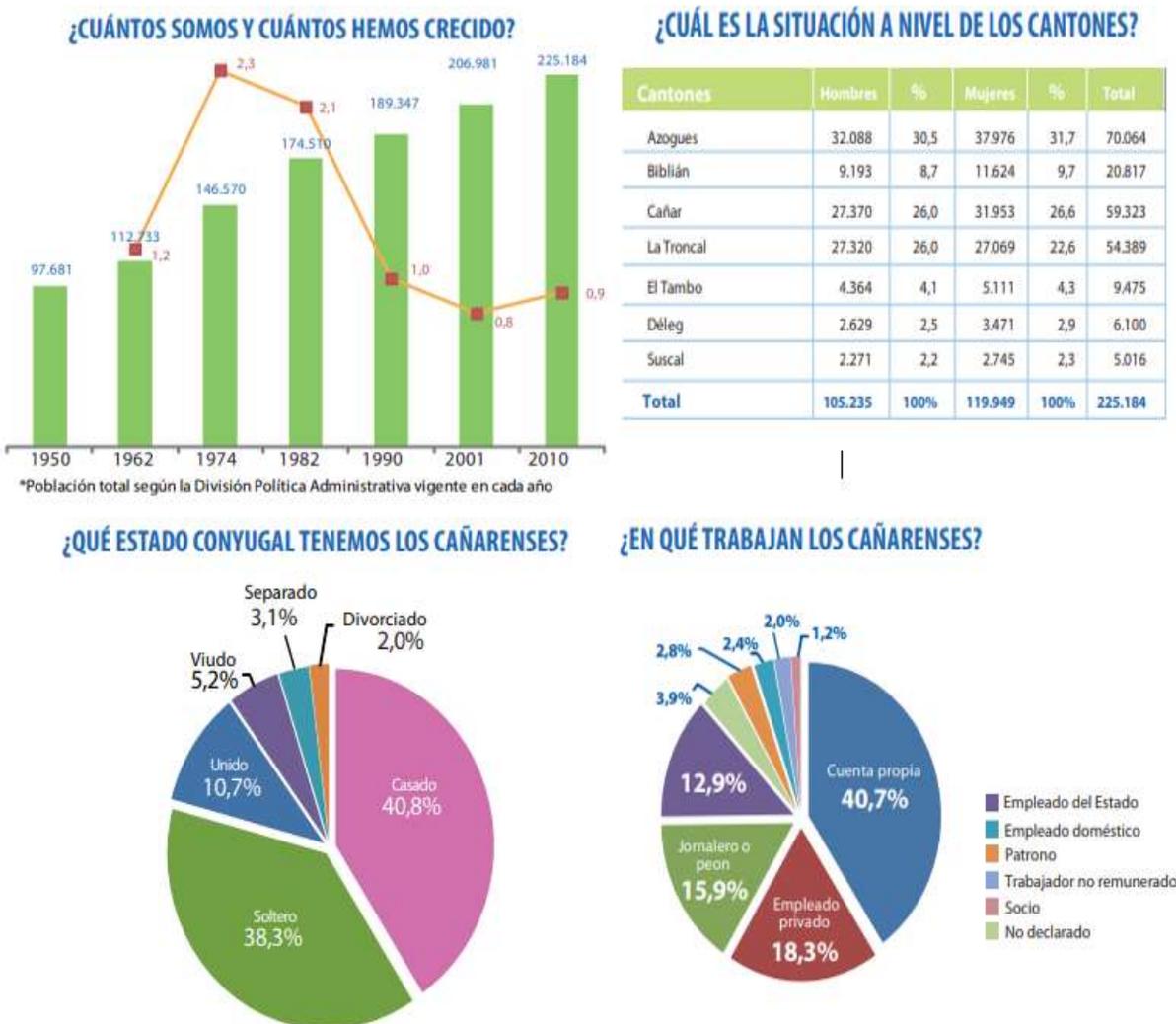


Figura 1 Información demográfica relevante

Fuente: Fascículo Provincial Cañar Censo 2010, extraído de: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos , 2019)

1.5.1.3 Factores Tecnológicos

Hoy en día se dispone de una cantidad de equipos electrónicos sofisticados para realizar las tareas de limpieza ya sea de manera doméstica, semi industrial e industrial; entre los cuales están aspiradoras, abrillantadoras, lavadoras de muebles; y una línea de productos completas que involucra desinfectantes, aromatizantes, ceras, abrillantadores de pisos y otros.

También, se dispone de equipo sofisticados para lo que es jardinería que van desde moto sierras, bombas de fumigar, podadoras de césped manuales hasta con motor, que tiene capacidad baja, media y alta. Así como una diversidad de semillas de flores, árboles frutales, arboles ornamentales entre otros. Además, se dispone de insumos agrícolas que permiten mantener controlada diversas enfermedades que suelen atacar a las plantas en general y no son nocivos para el ser humano.

Por otro lado, existe una serie de suministros para embalaje de muebles y enseres de diferentes tamaños, como son cartones, cajas, plástico de embalaje propio para realizar envolturas. Conjuntamente, se dispone de una nomenclatura para embalar los utensilios de manera que se puedan ubicar con facilidad.

1.5.1.4 Factores Culturales y Sociales

La sociedad azogueña creció con una cultura de disponer de un servicio doméstico a domicilio las 24 horas; por lo que gran parte de las familias tenían una empleada a tiempo completo; y, muchas de las veces dicha persona se convertía en miembro de la familia. Con la llegada de la

migración parte de las empleadas domésticas migraron a otros países, observándose una disminución en la oferta de las personas que brindaban este servicio.

Posteriormente, con las nuevas leyes y regulaciones para este sector; así como la presencia de casos en los que los empleadores han sido demandados por no cumplir con todas las regulaciones vigentes. Se observa una disminución en la contratación de una empleada doméstica a tiempo completo por los costos que involucra mas no por lo que no se requiere de este servicio.

Todos estos factores, contribuyen al desarrollo de una empresa que brinde el servicio de limpieza de hogares y se responsabilice con los empleados por el pago de sus remuneraciones; y, a la vez los usuarios dispongan de un servicio de calidad y a precios accesibles únicamente contratando por horas dicho servicio de acuerdo a su necesidad.

1.5.2 Micro Entorno

En el micro entorno se han considerado variables más específicas como son los clientes; y a su vez las características de los mismos, como son el estado civil, actividad económica, edad. Estos son factores que permitirán conocer de mejor manera a los potenciales clientes.

1.5.2.1 Clientes

Entre las variables que se han considerado para seleccionar a los potenciales clientes están el estado civil, actividad económica y edad principalmente. Esta información permitirá conocer de

mejor manera el nicho de mercado al que se desea atender y sus necesidades. Un conocimiento adecuado de los potenciales clientes permite desarrollar una adecuada campaña de medios publicitarios.

- **Estado Civil:** Se considera relevante el estado civil, en razón de que las personas casadas, viudas o divorciadas con hijos, tendrán un mayor requerimiento de los servicios ofertados, debido a la demanda de actividades personales, profesionales u otras; disponiendo de menos tiempo para dedicarse a las tareas del hogar.
- **Actividad Económica:** Es primordial tener en cuenta los ingresos que tienen los potenciales clientes, debido a que esto permitirá conocer la capacidad adquisitiva para contratar un servicio, como es el de limpieza, mudanza o jardinería.
- **Edad:** Se ha determinado que la edad de los potenciales clientes va desde los 30 años hasta los de más de 60 años. Es decir, son las personas que están económicamente activas y por múltiples razones no disponen de tiempo suficiente para desarrollar tareas del hogar, realizar tareas de jardinería, así como requieren ayuda al momento de mudarse de casa u oficina.

1.6 COMPETIDORES

De la investigación realizada, se han identificado dos tipos de competidores, los directos conocidos como SERILAZ Cía. Ltda., MÁS LIMPIO; y, los indirectos que son personas independientes.

- **Serilaz Cía. Ltda.:** Es una empresa constituida legalmente en la ciudad de Azogues y ofrece los servicios de limpieza de oficinas, hogares, así como los servicios de plomería, mudanzas, pintura, instalaciones eléctricas, canaletas, destape de cañerías sin romper paredes, mantenimiento de bombas de cisternas y albañilería menor. Está ubicada en el centro de la ciudad de Azogues Calle Serrano entre Luis Cordero y Av. 24 de Mayo.



Figura 2 Logotipo de Serilaz

Fuente: extraído de: <https://www.facebook.com/pages/category/Janitorial-Service/Serilaz-CiaLtda-1933779836847701/>

- **Más Limpio:** Es una empresa ubicada en la ciudad de Cuenca que ofrece los servicios de limpieza e higiene, cuyo objetivo principal es la satisfacción del cliente, alta productividad y mejor costo. La empresa ofrece una atención personalizada por parte del personal directivo y operativo, logrando los mejores resultados a acuerdo a las exceptivas de los clientes. Dispone de personal altamente capacitado y de equipamiento y procesos con profesionalismo de excelencia en los diferentes servicios que se ofertan. Entre los servicios que ofrecen están los de limpieza e higiene a oficinas, consorcios, comercios y entidades gubernamentales; limpieza de vidrios en altura, tratamientos de pisos espejados y diamantados, limpieza y mantenimiento de alfombras.



Figura 3 Logotipo de Mas Limpio

Fuente: extraído de: <https://www.facebook.com/www.maslimpiosrl.com.ar/>

- **Personas independientes:** También se ha identificado a personas naturales que brindan este servicio de manera informal y que tiene acogida. Sin embargo, los riesgos que se presente una demanda laboral o cualquier otra situación son altos. Así como, la falta de confianza entre contratado y contratante al ingresar a los hogares para efectuar las tareas de limpieza hacen que este servicio no tenga una alta aceptación en el mercado azogueño.

CAPÍTULO II ESTUDIO DE MERCADO

2.1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO

Para el desarrollo del proyecto se han determinado básicamente tres servicios de los cuales se complementarán con actividades adicionales, dependiendo de las necesidades del consumidor.

Bajo este concepto los servicios son:

- **Servicio de Limpieza:** Este servicio comprende la limpieza de oficinas, empresas y los hogares de las personas naturales.
- **Servicio de Mudanza:** Este servicio va desde el empaquetamiento de los bienes a transportar hasta la movilización de mismos a su nueva residencia; y de ser el caso su ubicación en el lugar exacto de la nueva residencia.
- **Servicio de Jardinería:** Este servicio involucra todo lo relacionados a mantenimiento de césped, poda de plantas, arboles, fertilización de las plantas en general.

El servicio requiere de personal que estará capacitado para brindar una prestación adecuada bajo parámetros de calidad. Se determinará el precio del servicio por horas en razón de que puede ser contratado de acuerdo a las necesidades de los clientes y del presupuesto que estos dispongan. También se diseñarán planes de acuerdo a los requerimientos de los potenciales clientes.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Con la finalidad de conocer la demanda existente en el mercado de los servicios de limpieza, mudanza y jardinería se ha procedido a analizar información tanto de fuentes primarias como secundarias obteniendo los resultados que a continuación se describen.

2.2.1. Información primaria

A fin de conocer más sobre el mercado de servicios de limpieza de hogares, mudanza y jardinería en el que se desea ingresar se estableció realizar una encuesta a los potenciales clientes; de esta manera se obtendrá información respecto a sus necesidades y requerimientos. Esto conlleva a determinar el tamaño de la muestra y posteriormente el diseño de la encuesta que se aplicaría.

2.2.1.1. Determinación de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se ha determinado trabajar con la fórmula determinada por Baca (2010):

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

En donde:

n = tamaño de la población

N = población total

Z = distribución normalizada. Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

p = proporción de aceptación deseada para el producto

q = proporción de rechazo

E = porcentaje deseado de error

Bajo estos conceptos y la aplicación de la fórmula es necesario conocer el número de habitantes de la ciudad de Azogues para lo cual se obtuvo de la página web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC en la que se informa los resultados del CENSO 2010 y una proyección del crecimiento poblacional hasta el 2022. En base a los datos estadísticos de los estudios antes descritos se determinó el número de hogares en la ciudad de Azogues a los que se aplicaran las encuestas.

Tabla 2
Proyección de Hogares 2017

	Hogares
Azogues	20.624

Nota: Elaboración propia información extraída de datos históricos CENSO 2010 INEC

$N = 20.624$

Z = porcentaje de confiabilidad es de 95% = 1.96

$p = 0.05$

$q = 0,05$

$E = 10\%$

$$n = \frac{20.624 (1,96)^2 (0.05)(0.05)}{0.10^2 (20.624 - 1) + 1,96^2 (0.05)(0.05)}$$

$n = 96$ encuestas

Es decir, se deben aplicar 96 encuestas a personas ya sean hombres o mujeres que tengan un hogar establecido y que residan en el cantón Azogues los mismos que deben tener mantener una actividad económica, recibir una pensión jubilar o cualquier otro ingreso que le permita adquirir el servicio ofertado.

2.2.1.2. Diseño de la encuesta Análisis e interpretación de la información obtenida en las encuestas.

Se diseñó una encuesta con once preguntas las mismas que permitirán conocer las preferencias de los potenciales clientes y sus necesidades. La encuesta se encuentra en anexos.

Resultado de la pregunta 1

Tabla 3
Resultados de Género

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	56	58.30%
Masculino	40	41.70%
TOTAL	96	100.0%



Figura 4 Resultado de Género

Análisis de los resultados:

De las 96 encuestas realizadas, se ha identificado que el 58% se aplicaron a personas de género femenino y un 42% a personas de género masculino; por lo que se puede concluir que las personas de género femenino existen en mayor cantidad en la ciudad de Azogues concordando con los resultados del censo 2010. Las mujeres son las que están más al tanto de las labores del hogar y por lo tanto pueden tener una mayor facilidad de escoger un servicio de limpieza del hogar, jardinería y mudanza.

Resultado de la pregunta 2

Tabla 4

Rango de Edad

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 – 30	12	12.50%
30 – 40	28	29.17%
40 – 50	40	41.67%
50 – 60	11	11.46%
+ 60	5	5.21%
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas



Figura 5 Rango de Edad

Análisis de los resultados:

Del total de las encuestas ejecutadas, se observa que el 42% fueron respondidas por personas que están 40 – 50 años de edad, seguidas están las personas que están entre 30 – 40 años, con el

29% de participación. Es decir, alrededor del 70% de los encuestados son personas que están económicamente activos y con gran probabilidad de adquirir el servicio de limpieza mudanza y jardinería ofertado. Además, existe un 30% adicional que está repartido entre las edades menores a los 30 años y superiores a los 50 años que también se identifican como potenciales clientes.

Resultado de la pregunta 3

Tabla 5
Estado Civil

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Soltero	9	9.38%
Casado	63	65.63%
Divorciado	21	21.88%
Unión libre	3	3.13%
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.

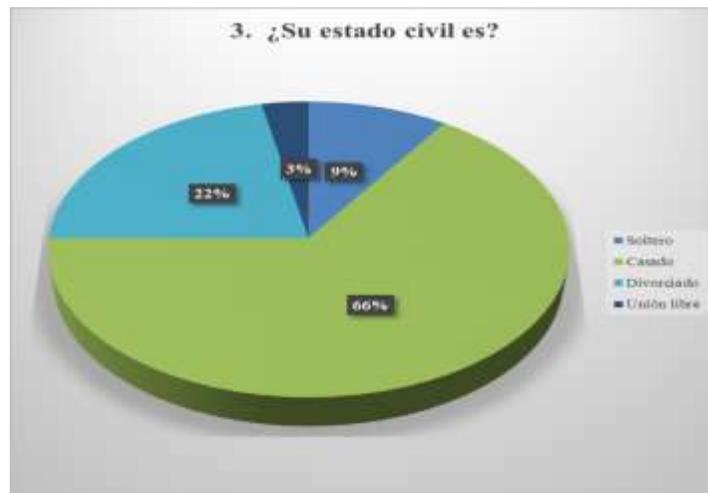


Figura 6 Estado Civil

Análisis de los resultados:

De la aplicación a las encuestas efectuadas, se identifica que el 66% de los encuestados son personas casadas; el 22% son personas divorciadas. Dando como resultado que cerca del 88% de los encuestados son personas que tienen un hogar y presentan una gran probabilidad de requerir los servicios ofertados, en razón de que siempre es necesario ayuda con las tareas de limpieza, jardinería o mudanza.

Resultado de la pregunta 4

Tabla 6
Actividad económica

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado privado	27	28.13%
Empleado público	51	53.13%
Negocio propio	18	18.75%
Otros	-	-
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.



Figura 7 Actividad económica

Análisis de los resultados:

Del total de encuestas aplicadas, se obtiene que el 53% de las personas encuestadas son empleados públicos; 28% son empleados privados y un 19% personas que tienen un negocio propio; es decir todos los encuestados desarrollan una actividad económica y por lo tanto perciben ingresos; así como, disponen menos tiempo para desarrollar las tareas de limpieza, por lo que presentan una gran probabilidad de requerir los servicios ofertados.

Resultado de la pregunta 5

Tabla 7

Tipo de Servicio Contratado

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limpieza	71	51.45%
Mudanza	13	9.42%
Jardinería	24	17.39%
Otros (lavandería)	21	15.22%
Ninguno	9	6.52%
TOTAL	138	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.



Figura 8 Tipo de Servicio Contratado

Análisis de los resultados:

De la aplicación a las encuestas, se obtiene que el 52% de los encuestados en el último año han requerido el servicio de limpieza; un 17% el servicio de jardinería; un 15% el servicio de otros dentro del cual está como primordial el servicio de lavandería; un 9% el servicio de mudanza; y, un 7% no han solicitado ninguno de los servicios antes indicados; por lo tanto se puede concluir que alrededor del 90% utilizan uno de los servicios planteados, siendo este resultado un aspecto positivo para el desarrollo del proyecto.

Resultado de la pregunta 6

Tabla 8

Tipo de Servicio Contratado

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Padre de familia	25	26.04%
Madre de familia	13	13.54%
Ambos	40	41.67%
Toda la familia	18	18.75%
TOTAL	138	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.

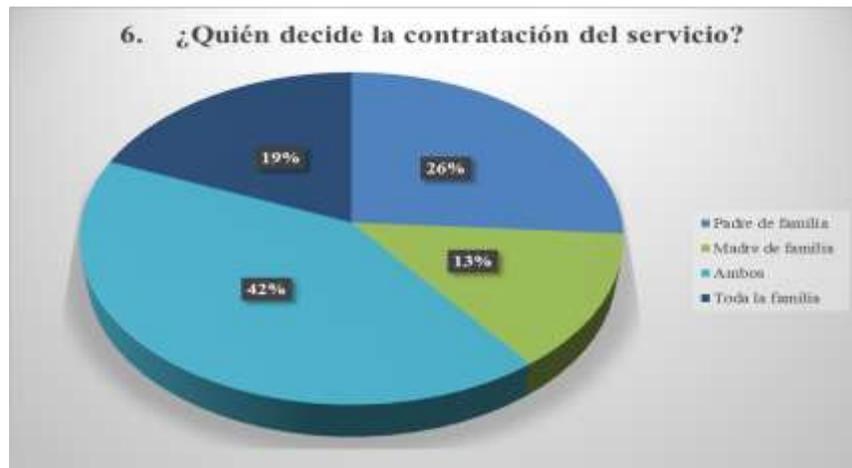


Figura 9 Tipo de Servicio Contratado

Análisis de los resultados:

De la revisión a las encuestas aplicadas, se identificó que el poder de decisión respecto a la contratación de un servicio en la ciudad de Azogues se realiza en conjunto tanto el padre como la madre de familia obteniendo el 42% de participación; también las decisiones tomadas únicamente

por el padre de familia tienen una participación del 26%; seguido se encuentra la decisión que recoge las opiniones de toda la familia con el 19% de participación; y, un 13% corresponde a la decisión tomada por la madre de familia. Bajo estos resultados se observa que los servicios de limpieza representan una situación que preocupa a las familias y las posibles soluciones se considera en pareja; situación que debe ser considerada en la publicidad respectiva.

Resultado de la pregunta 7

Tabla 9

Identificación de la competencia

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	39	41.00%
NO	57	59.00%
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas

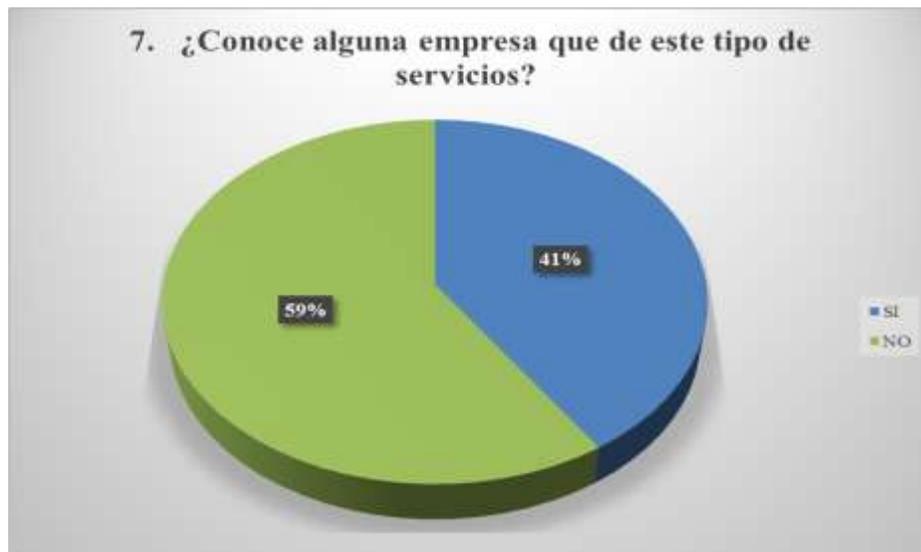


Figura 10 Identificación de la competencia

Análisis de los resultados:

Del análisis a los datos obtenidos se observa que el 41% de las personas encuestadas conocen al menos una empresa de servicios entre las cuales están las Mas Limpio, Serilaz Cía. Ltda. o personas independientes; mientras que un 59% de los encuestados desconocen la existencia de alguna empresa o individuo que preste este tipo de servicios. Es decir, existe un nicho de mercado por atender y ofertar los servicios planteados.

Resultado de la pregunta 8

Tabla 10

Contratación del Servicio de limpieza, mudanza y jardinería

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	91	95.00%
NO	5	5,00%
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas

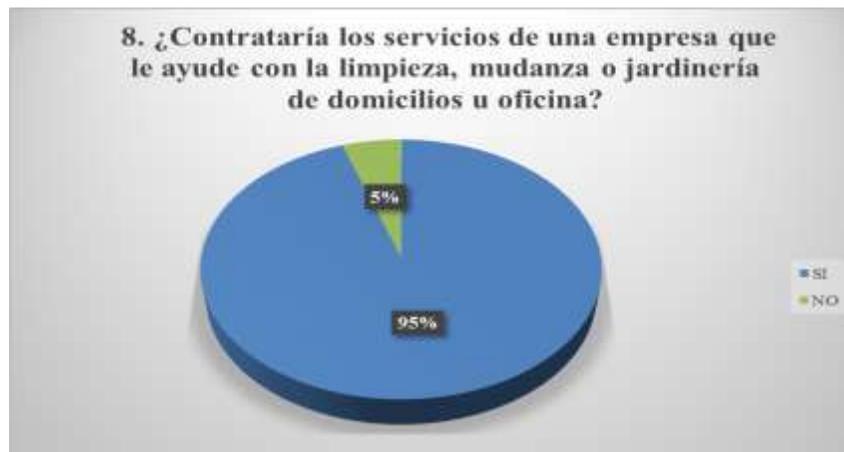


Figura 11 Contratación del Servicio de limpieza, mudanza y jardinería

Análisis de los resultados:

De la revisión a la información obtenida de las encuestas aplicadas, se observa que el 95% de los encuestados contestaron positivamente que contrarían los servicios de una empresa que ayude con el desarrollo de las actividades de limpieza, jardinería y mudanza; y, solo un 5% respondió negativamente; por lo que se puede ratificar nuevamente que existe un potencial nicho de mercado por atender en lo que corresponde a este tipo de servicios.

Resultado de la pregunta 9

Tabla 11
Valor a pagar por servicio de limpieza

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al mes \$ 40.00 (8 horas)	14	14.58%
Dos veces al mes \$77.00 (16 horas)	40	41.67%
Tres veces al mes \$115.00 (24 horas)	30	31.25%
Cuatro veces al mes \$147.00 (32 horas)	12	12.50%
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas



Figura 12 Valor a pagar por servicio de limpieza

Análisis de los resultados:

De la revisión a la información de las encuestas aplicadas, se identificó que un 42% de los encuestados optarían por el servicio de limpieza de dos veces al mes por un valor de USD 77,00 dólares; seguido en aceptación está el servicio de limpieza de tres veces al mes por USD 115.00 dólares; y, en menor proporción las otras opciones; con lo cual se ratifica que existe una aceptación del servicio por parte de los potenciales consumidores.

Resultado de la pregunta 10

Tabla 12

Valor a pagar por servicio de jardinería

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez al mes \$ 15.00 (2 horas)	50	52.08%
Dos veces al mes \$ 30.00 (4 horas)	46	47.92%
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas



Figura 13 Valor a pagar por servicio de jardinería

Análisis de los resultados:

Del análisis a la información obtenida de las encuestas aplicadas, se identificó que un 52% de los encuestados optarían por el servicio de jardinería una vez al mes por un valor de USD 15,00

dólares; seguido en aceptación está el servicio de limpieza de dos veces al mes por USD 30.00 dólares; con lo cual, se ratifica que existe una aceptación del servicio por parte de los potenciales consumidores.

Resultado de la pregunta 11

Tabla 13
Aceptación del servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	86	90.00%
NO	10	10.00%
TOTAL	96	100.00%

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas

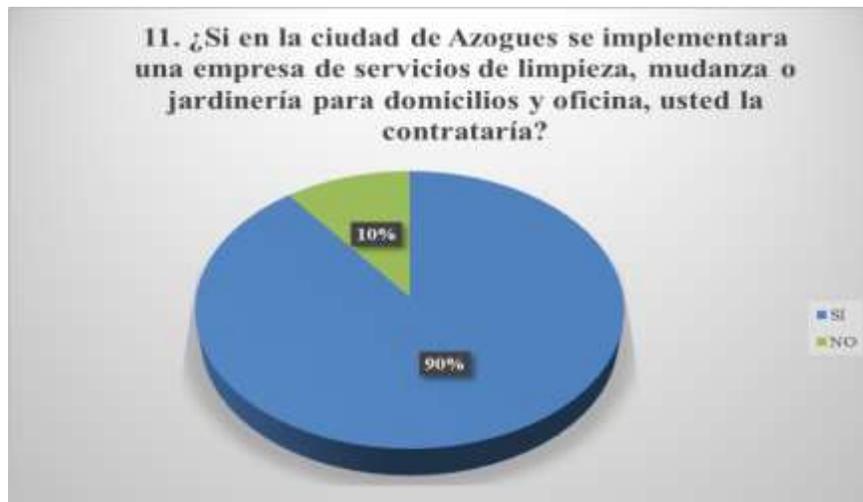


Figura 14 Aceptación del servicio

Análisis de los resultados:

Del análisis a la información obtenida de las encuestas aplicadas, se identificó que un 90% de los encuestados optarían por contratar los servicios de una empresa dedicada a ofertar los servicios de limpieza, mudanza y jardinería; ratificándose nuevamente que existe una aceptación del servicio por parte de los potenciales consumidores.

2.2.1.3. Información secundaria y terciaria

Según una publicación realizada por el diario El Comercio (2012) se dice que:

Las empresas que ofrecen tareas de limpieza tienen más demandan. Una alternativa para las personas que necesitan que limpien su casa de manera ocasional, pero no quieren contratar una empleada doméstica, son las empresas de servicios de limpieza. Hasta hace dos años el Ministerio de Relaciones Laborales registraba 267 compañías de este tipo a escala nacional. Hoy se desconoce el número de empresas que atienden a clientes dispuestos a pagar unos USD 35 por una jornada de trabajo.

También es importante acotar con la versión de dos emprendedores que fueron entrevistados por la revista Líderes y formaron una empresa denominada LIMPIECITO en el año 2008 en la ciudad de Quito; de acuerdo a su relato incursionaron con USD 20.0000 y la ayuda de familiares, amigos así como lograron la contratación de empresas privadas y estatales; hoy es una empresa posicionada en el mercado con una variedad de servicios entre los cuales están lavado de muebles de oficina, de alfombras, jardinería, fumigación, plomería, pintura para interiores y exteriores, fumigación, lavado de tapicería de vehículos, entre otros. (Costales, 2016).

2.2.1.4. Determinación de la demanda

Resultado de la investigación de mercado se identifica que un 90% de las familias residentes en el cantón Azogues si contratarían el servicio de limpieza, mudanza y jardinería. Es decir, de las 96 familias encuestadas las 86 familias si optarían por los servicios ofertados. En lo que respecta a la utilización del servicio, se determinó que el 60% de los encuestados preferirían los servicios de limpieza, el 38% los servicios de jardinería y un 2% los servicios de mudanza; así como, una utilización promedio anual del servicio de limpieza de 24 veces, jardinería 18 veces y el de mudanza de 3 veces; obteniéndose como resultado que el servicio de limpieza tiene una demanda de 1244 veces anuales; el servicio de jardinería de 591 veces al año; y, el servicio de mudanza 5 veces; dando un total de 1840 veces al año que las familias requerirán uno de los tres servicios.

Tabla 14

Determinación de la demanda

POBLACIÓN		UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS						TOTAL NO. DE VECES QUE FAMILIAS UTILIZARÁN EL SERVICIO ANUAL
		SERVICIO DE LIMPIEZA		SERVICIO DE JARDINERÍA		SERVICIO DE MUDANZA		
NO. DE FAMILIAS ENCUESTADAS	UTILIZACIÓN SERVICIO	60%	UTILIZACIÓN/ PROMEDIO (24 Veces)	38%	UTILIZACIÓN/ PROMEDIO (18 Veces)	2%	UTILIZACIÓN/ PROMEDIO (3 Veces)	
96	90.00%	52	1,244	33	591	2	5	1,840

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas

2.2.1.5. Proyección de la demanda

Con la finalidad de realizar la proyección de la demanda se ha considerado el crecimiento población determinado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, en el documento identificado como “Proyección Cantonal Total 2010 – 2020”; donde se observa un crecimiento estimado de la población del 2%. En el siguiente cuadro se proyecta la demanda considerando un 2% de crecimiento anual, obteniéndose el siguiente resultado.

Tabla 15
Demanda Proyectada

Demanda Proyectada	
Años	No. Familias
(-)	1,840
2019	1,877
2020	1,915
2021	1,953
2022	1,992
2023	2,032

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.



Figura 15 Demanda Proyectada

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.

2.2.1.6. Análisis de la Oferta

De la investigación de mercado realizada se ha identificado las siguientes empresas legalmente constituidas que ofrecen el servicio de limpieza son Serilaz Cía. Ltda., Más Limpio y personal doméstico independiente. Resultados de las encuestas se obtuvo que del total de las familias encuestadas únicamente un 41% conocían a los oferentes existentes en el mercado local. Al igual que la demanda se considera un crecimiento del 2% de la población. Resultando la siguiente proyección de la oferta.

Tabla 16
Oferta proyectada

Oferta Proyectada	
Años	No. Familias
(-)	39
2019	40
2020	41
2021	42
2022	43
2023	43

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.



Figura 16 Oferta Proyectada

Nota: Elaboración propia, resultado de la aplicación de encuestas.

2.2.1.7. Demanda potencial insatisfecha

Resultado del análisis de mercado se conoció que el 90% de los encuestados optarían por contratar los servicios de una empresa dedicada a brindar los servicios de limpieza, mudanza y jardinería. Por otro lado, únicamente el 41% de familias encuestadas conocían de dos empresas, así como de personas independientes que brindan los servicios de limpieza y jardinería. En lo que se refiere a los servicios de mudanza no se identificó ninguna empresa específica. Resultado del análisis de la demanda y la oferta se deduce la demanda potencial insatisfecha que se atenderá es la siguiente:

Tabla 17
Demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda No. De Familias	Oferta No. De Familias	Demanda potencial insatisfecha No. De Familias
2019	1,840	40	1,800
2020	1,877	41	1,836
2021	1,915	42	1,873
2022	1,953	43	1,910
2023	1,992	43	1,949

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas

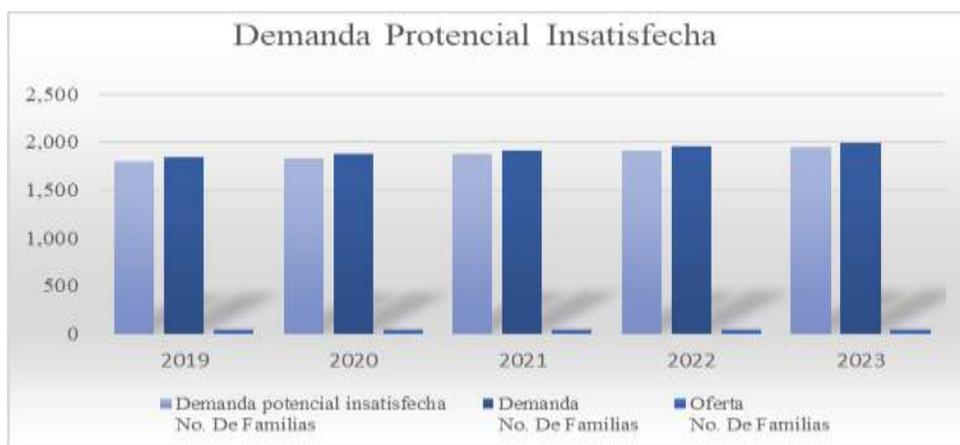


Figura 17 Demanda Potencial Insatisfecha

Nota: Elaboración propia, resultado de aplicación de encuestas

2.2.1.8. Importaciones y exportaciones

Con la aprobación de la Ley Orgánica de Fomento Productivo, se otorgan una serie de beneficios tributarios para las empresas recién constituidas. Uno de ellos es la importación de equipos y maquinaria identificada como equipo indispensable para el desarrollo de un bien o servicio. Esto permitirá adquirir dispositivos sofisticados a bajos costos; permitiéndole disponer de una variedad de equipos innovadores en el mercado de servicios que se desea ingresar.

2.3. ESTUDIO DE COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

2.3.1. Determinación de precios

Al ofrecer tres tipos de servicios, cada uno tiene un precio distinto en razón de que se requieren de diferentes esfuerzos y tiempos de realización de las tareas involucradas en el desarrollo del servicio de limpieza, mudanza y jardinería. Sin embargo, se ha realizado un estudio para determinar el precio de una hora hombre considerado un salario básico, más los beneficios de Ley correspondientes; sobre este valor base se ha realizado un incremento considerando la rentabilidad, los costos fijos, demanda del servicio, horarios de atención deseados. Dando como resultado un precio competitivo en el mercado.

Tabla 18
Lista de Precios

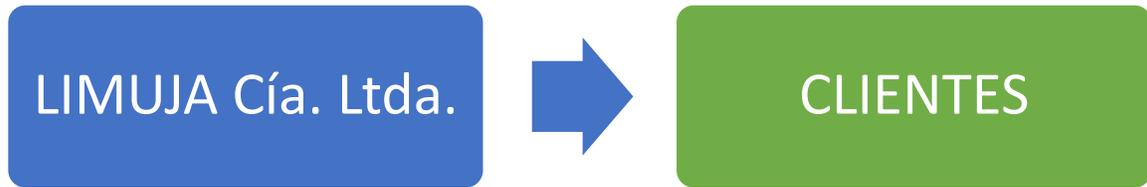
DESCRIPCIÓN	PRECIO HORA	PRECIO	TIEMPO	FERIADOS
Servicio de Limpieza	4,81	77,00	16 Horas	100% Recargo
Servicio de Mudanza	-----	120,00	1 Transporte Básico	100% Recargo
Servicio de Jardinería	5,00	15,00	3 Horas	100% Recargo

Nota: Elaboración propia

Estos precios tienen un valor adicional los días feriados que es el 100% de recargo; previa aceptación del cliente. Además, se han diseñado planes de contratación de servicios de acuerdo a los requerimientos de los clientes y en base de la demanda y frecuencia de los servicios ofertados.

2.3.2. Comercialización

Para la comercialización del servicio LIMUJA Cía. Ltda., utilizará un canal de distribución directo, es decir no existen intermediarios la relación contractual es empresa y cliente, de esta manera la empresa se responsabiliza del servicio brindado.



Los empleados de LIMUJA Cía. Ltda., dispondrán de un manual estandarizado para realizar una tarea determinada, de esta manera se podrá valorar los estándares de calidad diseñados para cada servicio.

Dentro del estudio de comercialización se han considerado los siguientes aspectos:

- **Horarios de Atención:** se han establecido los siguientes horarios de atención:

Tabla 19
Horarios de Atención

DÍAS	HORARIOS DE ATENCIÓN
De lunes a viernes	7:00 a 18:00
Sábados y Domingos	9:00 a 17:00

Nota: Elaboración propia

Dentro de estos horarios los clientes pueden escoger el número de horas que deseen de limpieza y jardinería. Para el caso del servicio de mudanza la contratación es por el servicio total brindado.

- **Logotipo:** Se ha diseñado el siguiente logotipo para LIMUJA Cía. Ltda., el mismo que representa los servicios que la empresa brinda de manera oportuna, eficiente y al alcance de todo bolsillo.



Figura 18 Logotipo de LIMUJA Cía. Ltda.
Nota: Elaboración propia

Como slogan se ha determinado el siguiente ***“LIMUJA tu mejor elección en servicio de limpieza mudanza y jardinería”***

2.3.2.1. Estrategias de introducción al mercado

Con la finalidad de determinar estrategias adecuadas para el ingreso al mercado, es necesario realizar una combinación del precio con los medios publicitarios. Es por esto que se requiere de una publicidad que atraiga la atención de los potenciales clientes y de esta manera los servicios propuestos sean adquiridos.

Se ha esbozado el siguiente tríptico, el mismo que permitirá promocionar los servicios de limpieza, mudanza y jardinería, detallando cada servicio y sus beneficios. Estos serán repartidos por primera vez conjuntamente con los diarios locales, también se dejarán en oficinas gubernamentales y empresas privadas; a fin de que sean entregados a los potenciales clientes; los mismos que se encuentran en estas instituciones.



MISIÓN

Proveer servicios de limpieza, mudanza y jardinería de excelencia, apoyados en nuestro talento humano debidamente capacitado, para realizar un trabajo de calidad, adquiriendo fidelidad y satisfacción de nuestros clientes.

VISIÓN

Proveer servicios de limpieza, mudanza y jardinería de excelencia, apoyados en nuestro talento humano debidamente capacitado, para realizar un trabajo de calidad, adquiriendo fidelidad y satisfacción de nuestros clientes.

VISITANOS

Te ofrecemos cotizaciones y asesoramiento técnico sin ningún costo

LIMUJA se encuentra ubicado en la calle 3 de noviembre entre Emilio Abad y Guayas

CONTACTANOS AL CEL.: 0995846159
MAIL: limuja.2018@gmail.com

ENCUENTRANOS TAMBIÉN EN:

f t i

LIMUJA

EN LA CIUDAD DE AZUAYOS TU MEJOR ELECCIÓN

LIMPIEZA
MUDANZA
JARDINERÍA

Figura 19 Diseño de tríptico parte I
Nota: Elaboración propia



MISIÓN

Proveer servicios de limpieza, mudanza y jardinería de excelencia, apoyados en nuestro talento humano debidamente capacitado, para realizar un trabajo de calidad, adquiriendo fidelidad y satisfacción de nuestros clientes.

VISIÓN

Convertirse en una empresa de servicios líder en la ciudad de Azuay y expandirnos hacia toda la provincia del Cañar y del Azuay.

VALORES

LIMUJA Cía. Ltda., tiene como objetivo mantener y practicar los siguientes valores tanto en sus directivos como empleados:

- Responsabilidad: Cumplir a cabalidad con las tareas encomendadas en los tiempos determinados para cada actividad
- Honestidad: Brindar el servicio pactado en los términos acordados
- Honradez: Cuidar de los bienes de la empresa o de los clientes con todo el cuidado.
- Tiempo: Entregar el trabajo a tiempo y oportunamente dentro de los tiempo establecidos.
- Trabajo en Equipo: Concientizar que cada persona tiene una responsabilidad y el resultado de cada actividad está ligado al trabajo que tiene que desempeñar otro compañero.

NUESTROS SERVICIOS

LIMPIEZA

Este servicio comprende la limpieza de oficinas, empresas y los hogares de las personas naturales.

MUDANZA

Este servicio va desde el empaquetamiento de los bienes a transportar hasta la movilización de mismos a su nueva residencia; y de ser el caso su ubicación en el lugar exacto de la nueva residencia.

JARDINERÍA

Este servicio involucra todo lo relacionado a mantenimiento de césped, poda de plantas, arboles, fertilización de las plantas en general.

Figura 20 Diseño de tríptico parte II
Nota: Elaboración propia

Además, se ha considerado óptimo realizar publicidad a través un canal de televisión y una emisora local; éstos medios se han escogido de acuerdo a la mayor sintonía por parte del segmento de mercado escogido para el proyecto. Entre los cuales están los siguientes medios:

Cañar Televisión: Es un canal local de señal abierta, con su sede en la ciudad de Azogues, utiliza el canal 24 para su trasmisión; está constituido como persona jurídica Cañar TV S.A.; la población estimada que visualiza este medio en toda la provincia del cañar es de 120.000 habitantes y la que utiliza este medio es de 55.000 habitantes en toda la provincia. Tiene la concesión desde el año 1998; es decir, alrededor de 20 años en el mercado local. Cañar Televisión. (2018). *Rendición de Cuentas*. Recuperado de <http://www.canartelevision.com>.

Por medio de este canal de televisión se busca promocionar los tres servicios; para lo cual se utiliza un spot publicitario que involucre los tres servicios y sus beneficios en un tiempo máximo de 30 segundos; el mismo que será publicidad 5 veces al día y con un costo mensual de 420,00 dólares.



Figura 21 Logotipo de Cañar Televisión
Fuente: recuperado de <http://www.canartelevision.com>

Radio Génesis: Fundada el 20 de enero de 1994; actualmente está 24 años en el mercado local con una cobertura tanto para las provincias de Cañar y Azuay; su frecuencia es 93.3 FM. Esta estación radial está destinada para personas mayores a 25 años de sexo masculino y femenino, tiene alrededor de 100.000 radioescuchas que pertenecen a una clase social media, media – alta y alta. Con un nivel de estudio de bachilleres, profesionales con título profesional. El costo estimado

mensual por 5 cuñas publicitarias diarias de 30 segundos es de 220 dólares mensuales. Radio Génesis. (2018). Presentación, cobertura y tarifas de Radio Génesis. Recuperado de <http://www.radiogenesis933.net>.



Figura 22 Logotipo de Radio Génesis
Fuente: recuperado de <http://www.radiogenesis933.net>

También se utilizará una página web, para promocionar la empresa. De esta manera los potenciales clientes podrán contratar los servicios de limpieza, mudanza y jardinería a través de este medio. Se ha diseñado la siguiente página Web: <https://limuja-azogues.jimdofree.com>.

Otro medio de publicidad que hoy en día es efectivo y se ha escogido como óptimo para promocionar los servicios ofertados de limpieza, mudanza y jardinería es una página en Facebook, a través de este medio se publicara los resultados de los servicios brindados y sus resultados. También se brindarán beneficios para las personas que referencien a un cliente.

2.4. PLAN ESTRATÉGICO ANÁLISIS INTERNO DE LIMUJA CÍA. LTDA.

Con la finalidad de que la compañía tenga claro sus objetivos y la razón de su creación se ha diseñado el siguiente plan estratégico.

2.4.1. Misión

Proveer servicios de limpieza, mudanza y jardinería de excelencia, apoyados en nuestro talento humano debidamente capacitado, para realizar un trabajo de calidad, adquiriendo fidelidad y satisfacción de nuestros clientes.

2.4.2. Visión

Convertirse en una empresa de servicios líder en la ciudad de Azogues y expandirnos hacia toda la provincia del Cañar y del Azuay.

2.4.3. Valores

LIMUJA Cía. Ltda., tiene como objetivo mantener y practicar los siguientes valores tanto en sus directivos como empleados:

- Responsabilidad: Cumplir a cabalidad con las tareas encomendadas en los tiempos determinados para cada actividad
- Honestidad: Brindar el servicio pactado en los términos acordados
- Honradez: Cuidar de los bienes de la empresa o de los clientes con todo el cuidado.
- Tiempo: Entregar el trabajo a tiempo y oportunamente dentro del tiempo establecido.
- Trabajo en Equipo: Concientizar que cada persona tiene una responsabilidad y el resultado de cada actividad está ligado al trabajo que tiene que desempeñar otro compañero.

2.4.4. Análisis FODA

a) Fortalezas (internas)

- Contar con suficiente talento humano; debidamente capacitado en cada área para realizar un trabajo garantizado y de excelencia.
- Equipos, vehículos e insumos de las mejores marcas en el mercado para el beneficio de los clientes.
- Horarios de trabajo de acuerdo al requerimiento del cliente.
- Facturación electrónica y cobro mediante internet.

b) Oportunidades (externas)

- En la ciudad de Azogues no existen empresas que se dediquen a las tres actividades (Limpieza, Mudanza y Jardinería).
- Mercado en continuo crecimiento por falta de tiempo de las personas en la actualidad.
- El apoyo del gobierno para crear empresas.

c) Debilidades (interna)

- Personal numeroso por lo que se necesita contar con trabajo continuo para poder pagar la nómina.
- Mantenimiento costoso de los equipos.

d) Amenazas (externas)

- El creciente número de migrantes, empresas y personas informales que ofrecen sus servicios a precios muy bajos.
- El alto costo de los equipos y sus repuestos, así como de los insumos necesarios para realizar los trabajos.
- La competencia creciente para un mercado pequeño como la ciudad de Azogues.



CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL

3.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA

La localización de la compañía es de suma importancia, en razón de que debe estar ubicada en un sector comercial accesible para los potenciales clientes. Para determinar se ha realizado un estudio tanto de la macro como de la micro localización.

3.1.1. Macrolocalización:

En base a los resultados de los estudios realizados se ha identificado como óptimo ubicar a la compañía en la ciudad de Azogues; ya que es la capital de la provincia del Cañar; y, se encuentra ubicada al sur de la provincia a unos 2518 msnm, a una latitud de $2^{\circ}44'22''$ S y una longitud de $78^{\circ}50'54''$ O.

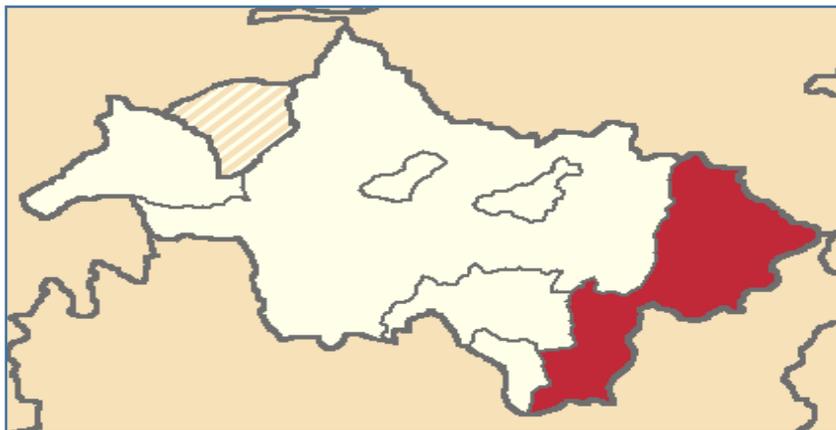


Figura 23 Mapa de la provincia del Cañar

Fuente: extraído de http://www.wikiwand.com/es/Cant%C3%B3n_Azogues

3.1.2. Microlocalización

Se ha realizado un análisis de las posibles ubicaciones de LIMUJA Cía. Ltda. en la ciudad de Azogues. Para lo cual se han identificado tres posibles lugares en donde podría ubicarse la oficina de la compañía. La primera alternativa estaría en las calles tres de Noviembre entre Emilio Abad y Guayas, la segunda alternativa estaría en las calles Luis Cordero y Tenemaza y la tercera alternativa estaría en las calles Bolívar y General Enríquez.

A estas alternativas se les ha ponderado con los factores que se consideran relevantes para determinar la localización óptima. Los factores considerados son la accesibilidad, los servicios básicos y el precio.

Tabla 20
Opciones de Ubicación

Alternativa	Puntos Ponderación	3 de Noviembre	Luis Cordero	Bolívar
Accesibilidad	0.30	4	3	3
Servicios Básicos	0.30	5	4	4
Precio	0.40	5	3	2
Puntaje Total	1.00	4.70	3.00	4.00

Nota: Elaboración propia obtenida de investigación del sector

Resultado del análisis de los factores se determina que la localización óptima para LIMUJA Cía. Ltda. corresponde a la alternativa pertenece a la calle 3 de noviembre entre Emilio Abad y Guayas.



Figura 24 Ubicación de LIMUJA
Fuente: extraído de Google Maps

3.2. CAPACIDAD INSTALADA ÓPTIMA

La capacidad operativa de LIMUJA Cía. Ltda. está diseñada para atender 32 horas de limpieza; 8 horas de mudanza y 8 horas de jardinería diarias respectivamente. Se ha asignado una mayor capacidad operativa para el área de limpieza en razón de que es la más demanda presenta en relación a los otros servicios ofertados.

Además, se ha considerado capacitar al personal en los tres servicios a fin de identificar al personal más idóneo para cada tarea. Al conocer que el servicio de mudanza es bastante esporádico el personal asignado a esa área tendrá que colaborar en las actividades de limpieza y jardinería.

Tabla 21
Capacidad Instalada

Actividades	No. Personas	Hora	T. Horas Día	T. Horas Mes	T. Horas Año
S. Limpieza	2	8	16	320	3840
S. Mudanza	1	8	8	160	1920
S. Jardinería	1	8	8	160	1920

Nota: Elaboración propia obtenida de investigación del sector

3.3. PROCESO PRODUCTIVO DEL SERVICIO

LIMUJA Cía. Ltda., dispone de un proceso determinado para la prestación de sus servicios; el mismo que va desde la recepción de la solicitud, en donde se genera una orden de trabajo de acuerdo al tipo de servicio requerido; así como se firma un contrato de prestación de servicios entre los involucrados. Posteriormente se remite al área correspondiente, en donde se procede con la ejecución del trabajo. Finalmente, se efectúa un control de calidad, previo a la entrega del trabajo; y, se termina el proceso con la facturación y recaudación del servicio brindado.

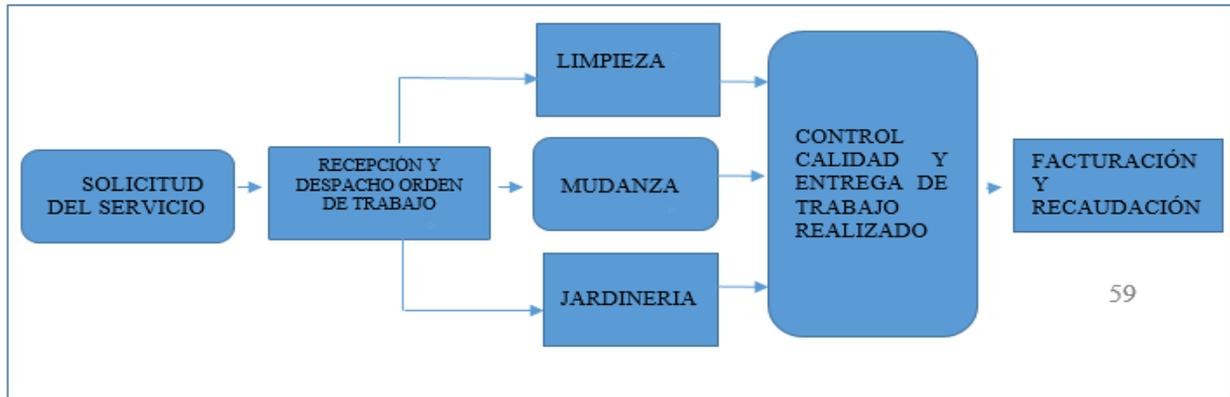


Figura 25 Proceso Productivo
Fuente: Elaboración propia

3.4. EQUIPOS Y MAQUINARIA

A fin de brindar un óptimo servicio, se requiere de equipos sofisticados que permitan realizar las múltiples actividades de manera adecuada, con calidad y una optimización de tiempo y recursos.

- **Abrillantadora semi industrial 13" pulgadas:** Equipo distribuido por Euroclean es óptimo para edificios de oficinas, escuelas y universidades, hospitales, tiendas, centros comerciales y mucho más. Es adecuada para realizar mantenimiento en seco, decapado (rasqueteado) y abrillatado de toda clase de pisos; fregado con agua de pisos duros y vinílicos; limpieza de alfombras con espuma o polvo; ideal para espacios angostos. (Euroclean,2018)



Figura 26 Aspiradora Semi Industrial

Fuente: extraído de <http://www.euroclean.com.ec/productos/Abrillantadoras>

- **Aspiradora Base 429:** Este tipo de maquinaria dispone de un tanque de acero inoxidable, Sistema de gran capacidad para aspiración de polvo y agua. Contiene un kit profesional de accesorios para limpieza de todo tipo de pisos, muebles y tapicería en general. Estructura de acero inoxidable y tren de deslizamiento en polipropileno. Ideal para: Oficinas, Industrias, Clínicas, Supermercados, Lavadoras de autos, etc. (Euroclean, 2018)



Figura 27 Aspiradora Base 429

Fuente: extraído de: <http://www.euroclean.com.ec/>

- **Lavadora de alfombras FALCON 700:** Corresponde a una lavadora de alfombras industrial: Aspira y lava muebles, tapizados, colchones, modulares, alfombras, cortinas y canchas con césped sintético. Esta máquina puede ser utilizada como aspiradora polvo / agua y lavadora con sistema de inyección / extracción. (Euroclean, 2018)



Figura 28 Lavadora de alfombras FALCON 700
Fuente: extraído de: <http://www.euroclean.com.ec/>

- **Hidrolavadora eléctrica 220 V - 2200 psi:** Equipo ideal para el lavado de autos, motos, camionetas, patios, paredes, etc. Fácil movilidad gracias a su diseño compacto, peso ligero e incorporación de ruedas; cuenta además con un PROTECTOR TERMICO incorporado que protege al motor de la variación de voltaje. (Euroclean, 2018)



Figura 29 Hidrolavadora eléctrica 220V - 2200 psi
Fuente: <http://www.euroclean.com.ec/>

- **Hidrolavadora a gasolina 3000 psi:** Lavadora a presión con motor a gasolina de 6.5 hp 3000 psi, ideal para realizar trabajos profesionales de limpieza y mantenimiento en áreas donde no se dispone de energía eléctrica, equipada con llantas inflables para su fácil movilización. (Euroclean, 2018)



Figura 30 Hidrolavadora a gasolina 3000 psi
Fuente: <http://www.euroclean.com.ec/>

- **Carro escurridor para agua sucia y limpia:** Este equipo es de 34 litros doble cubo escurridor agua limpia y agua sucia, está especialmente diseñado para la operación de limpieza, fácil de usar y ahorrar tiempo de limpieza. Primera opción para limpieza. Ampliamente utilizado en hoteles, centros comerciales, edificios comerciales, sector inmobiliario, hotel, hospital, escuela, oficina, centros de exposiciones, clubes y otros lugares de trabajo de limpieza. (Euroclean, 2018)



Figura 31 Carro escurridor para agua sucia y limpia
Fuente: <http://www.euroclean.com.ec/>

- **Carro utilitario de limpieza:** Carro de Limpieza, color gris, fabricado en polipropileno con 2 ruedas móviles delanteras y 2 fijas traseras de gran calidad. Incluye un saco de color amarillo. Carro de limpieza con una excelente relación calidad-precio, ideal para empresas de limpieza, profesionales, empresas de servicios, hospitales, hoteles, comunidades, residencias, hostelería, etc, carro muy amplio, resistente y económico.



Figura 32 Carro utilitario de limpieza
Fuente: <http://www.euroclean.com.ec/>

- **Desbrozadora a Gasolina:** Este equipo buscan agilidad, ahorro y seguridad durante el trabajo de corte, la desbrozadora a gasolina Tramontina RC43MTD con motor de 2 tiempos, 42,7 cc y 1,7 hp es la mejor opción. Proyectada con un diseño funcional, garantiza un manejo práctico y

seguro. Además, es un producto de alta calidad, liviano y fácil de operar. Ideal para el uso en actividades de jardinería y uso agrícola, la desbrozadora proporcionará un corte preciso, sin dejar de lado el ahorro de combustible. (Tramontina, 2018)



Figura 33 Desbrozadora a gasolina

Fuente: <https://www.tramontina.com/es/233-jardin-y-agricultura/235-equipos-de-jardineria>

- **Sopladora y Aspiradora de Hojas a Gasolina:** La sopladora y aspiradora de hojas a gasolina Tramontina SAC27 con motor de 2 tiempos de 1 hp, 27 cc es un equipo que lo ayuda a realizar diferentes tareas. Liviano y de fácil manejo, contribuye con la limpieza de veredas y céspedes. En el modo aspirador, el producto ayuda a recoger materiales como césped cortado, hojas y pequeñas ramas. Además, lo ayuda en las tareas de casas de campo y chacras, limpiando máquinas e implementos agrícolas. (Tramontina, 2018)



Figura 34 Sopladora y aspiradora de hojas a gasolina

Fuente: <https://www.tramontina.com/es/233-jardin-y-agricultura/235-equipos-de-jardineria>

- **Carretilla de mano:** Permite transportar tierra, mezcla y caliza: no importa lo que precise cargar, la carretilla Extraforte de Tramontina le garantiza alta resistencia, además de una excelente terminación. Producto fabricado de acuerdo a la norma brasileña ABNT NBR 16269. (Tramontina, 2018)



Figura 35 Carretilla de mano

Fuente: <https://www.tramontina.com/es/233-jardin-y-agricultura/235-equipos-de-jardineria>

- **Escoba plástica 26 dientes, mango de madera 120 cm:** Utensilio que deja el jardín con un aspecto increíble con la escoba plástica Tramontina. Una excelente opción para el mantenimiento de jardines de los más diversos tamaños. Liviana y práctica, sirve para recoger

césped cortado, hojas que caen con el viento y otros residuos. El mango largo de esta herramienta garantiza más comodidad al momento de utilizarla, evitando dolores e incomodidades. Con ella, la limpieza será más fácil y más ágil, haciendo que el lugar quede limpio y con un aspecto deslumbrante.



Figura 36 Escoba plástica 26 dientes

Fuente: <https://www.tramontina.com/es/233-jardin-y-agricultura/235-equipos-de-jardineria>

- **Camión para mudanza:** Camión Chevrolet motor NLR 55E, que tiene las siguientes características: a inyección directa de diesel, con diámetro x carrera (mm) 93x102, de marca ISUZU 4JB1-TC, con 4 cilindros en línea, potencia 91 @ 3400, relación compresión 18.1, tipo turbo.



Figura 37 Camión de mudanza

Fuente: https://www.chevrolet.com.ec/content/dam/Chevrolet/lat-am/Ecuador/nscwebsite/es/Home/Trucks/NLR/02_PDF/C_NLR55E-2.pdf

- **Chevrolet Van N300 Cargo:** Se utilizará para movilización del personal de limpieza y jardinería.



Figura 38 VAN de LIMUJA

Fuente: <https://www.chevrolet.com.ec/n300-van-de-carga.html>

3.5. DISTRIBUCIÓN INTERNA

Se ha diseñado la siguiente distribución del local en donde funcionarán las oficinas de la compañía; el mismo que dispondrá de las siguientes áreas: recepción y secretaria, administrativa, baño y bodega. El área de bodega ha sido diseñada con el objeto de que cada empleado disponga de un casillero en donde guarde su ropa, uniforme y otros utensilios personales.



Figura 39 Distribución del Local
 Fuente: Elaboración propia

3.6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se ha diseñado para LIMUJA Cía. Ltda., un organigrama que cuenta 7 puestos de trabajo distribuidos de manera jerárquica bajo el siguiente esquema.

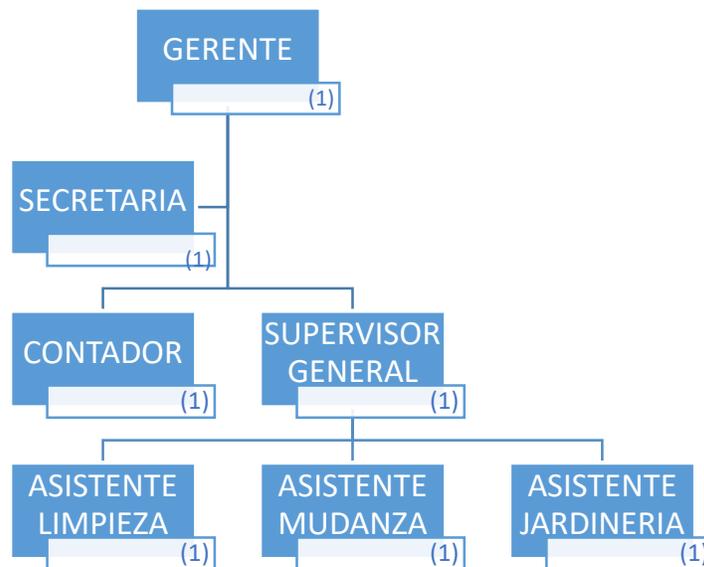


Figura 40 Organigrama LIMUJA Cía. Ltda.
 Fuente: Elaboración propia

3.7. ESTUDIO LEGAL Y FACTORES LEGALES RELEVANTES

Es necesario conocer la normativa legal vigente; así como los organismos de control que regulan a las empresas en el Ecuador.

3.7.1. Marco legal

En los últimos años se ha incrementado varios organismos, así como un sinnúmero de requisitos previos a incursionar en una empresa o negocio. Sin embargo, en el año 2018 se aprobó la Ley de fomento productivo que busca incrementar el desarrollo de los emprendimientos y fomento de nuevas empresas, en especial en las provincias menos desarrolladas con la finalidad de crear fuentes de empleo a todo nivel. El proyecto de LIMUJA, al plasmarse en una empresa que brinda servicios de limpieza, mudanza y jardinería; podría hacer uso de todos los beneficios actuales; lo cual le permitirá capitalizarse y posicionarse en el mercado local.

3.7.2. Tipos de compañías:

La Ley de Compañías (2014) vigentes en su artículo 2; establece los siguientes tipos de compañías: “nombre colectivo; en comandita simple y dividida por acciones; de responsabilidad limitada; anónima; y, de economía mixta” (p.1)

3.7.2.1. Justificación de la compañía escogida

Se ha identificado que la compañía de responsabilidad limitada es la mejor opción para el desarrollo del proyecto de LIMUJA, en razón de que cada socio responde hasta el límite de su capital aportado; así como se requiere un mínimo de dos personas para constituir la empresa. Es decir, los requerimientos son accesibles para el tipo de negocio propuesto.

3.7.2.2. Compañía de responsabilidad limitada:

Según la Ley de compañías (2014) se le define como:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. (p.23).

3.7.2.3. Pasos a seguir para constituir una compañía:

La constitución de una compañía es un proceso que requiere seguir los siguientes pasos básicos de acuerdo a lo indicado en el artículo crear una empresa basado la normativa vigente de la superintendencia de compañías del ecuador:

- 1.- Definir el tipo de compañía que se desea constituir.
- 2.- Escoger el nombre de su empresa.
- 3.- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- 4.- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para la compañía limitada es de \$ 400,00 dólares)
- 5.- Elaboración de los estatutos de la compañía, se requiere de un abogado.
- 6.- Elevar a escritura pública la constitución de la compañía; este trámite se puede realizar en cualquier notaría.
- 7.- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- 8.- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
- 8.- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- 9.- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- 10.- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.

11.- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.

12.- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.

13.- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.

14.- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores.

15.- Obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

CAPÍTULO IV ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

4.1 INVERSIÓN INICIAL

Del análisis económico que se ha realizado al proyecto se han identificado que se requiere de una inversión inicial de USD 51.231,27 dólares de los Estados Unidos de América. Esta inversión inicial está compuesta por los rubros que se utilizarán para la adquisición de activos fijos, activos diferidos, capital de trabajo e imprevistos.

La inversión inicial será financiada tanto por los accionistas en un 59% que corresponde a un valor total de USD 30.000,00; y, la diferencia 41% con un préstamo que se obtendrá de una institución financiera reconocida en el mercado local como es BanEcuador; el mismo que en la actualidad al ser un Banco estatal tiene como objetivo ayudar al fomento del emprendimiento; ofertando créditos a tasas de interés competitivas en mercado.

Tabla 22
Inversión Inicial

Detalle	%	Total
Activo fijo	-	37,610.50
Activo diferido	-	4,500.00
Capital de trabajo	-	9,120.77
Imprevistos y escalamiento	-	
Total Inversión		51,231.27
Accionistas 59%	59%	30,000.00
Préstamo 41%	41%	21,231.27

Fuente: Obtenido de Cotizaciones y Elaboración Propia

Tabla 23
Detalle de Activos Fijos

VEHÍCULOS		30,000.00
Mini Van	10,000.00	
Camión	20,000.00	
EQUIPO DE TRABAJO		5,415.50
<u>Limpieza</u>		
Hidrolavadora	292.00	
Aspiradora Base	450.00	
Lavadora de Alfombras	890.00	
Abrillantadora	350.00	
Sopladora de alto rendimiento	229.00	
Suministros menores	500.00	
<u>Mudanza</u>		
Suministros menores de anclaje	500.00	
<u>Jardinería</u>		
Desmalezadora	749.50	
Motocierra	409.00	
Bomba de fumigar	91.00	
Maquina multiusos	417.50	
Cortadora de Césped	537.50	
EQUIPO ADMINISTRATIVO		845.00
Escritorios (tres)	450.00	
Silla Ejecutiva	75.00	
Sillas varias	120.00	
Suministros varios	200.00	
EQUIPO COMPUTACIÓN		1,350.00
Computadora	880.00	
Impresora	350.00	
Teléfono	120.00	

Fuente: Obtenido de Cotizaciones y Elaboración Propia

4.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Al constituirse como compañía limitada es necesario de accionistas y por lo tanto requiere de un aporte de capital. Existen tres socios que aportaran con USD 10.000,00 dólares cada uno. Además, se solicitará un préstamo que se obtendrá en BanEcuador.

Tabla 24
Financiamiento del proyecto

Concepto	Aportes	Inversión	Porcentaje de participación
Aporte de Accionistas		30,000.00	59%
Accionista A (33.33%)	10,000.00		
Accionista B (33.33%)	10,000.00		
Accionista C (33.33%)	10,000.00		
Prestamo	-	21,231.27	41%
INVERSIÓN TOTAL	30,000.00	51,231.27	100.00%

Fuente: Obtenido de Investigación y Elaboración Propia

4.2.1. Amortización del Crédito

A fin de financiar el proyecto es necesario la adquisición de un préstamo; por lo que el costo del capital se destalla en el siguiente cuadro en donde se encuentra las condiciones del préstamo.

Tabla 25
Detalle del Préstamo

Descripción	Valor	Tiempo
Cantidad a solicitar	21,231.27	
Tasa de Interes	12%	Anual
Plazo del prestamo	5	años
N° de pagos al año	1	

Fuente: Obtenido de Investigación y Elaboración Propia

En la siguiente tabla se detalla la amortización del préstamo, así como se puede observar la cuota anual que LIMUJA Cía. Ltda. debe cancelar resultado del prestamos adquirido.

Tabla 26
Amortización del Prestamo

Periodo	Capital Reducido	Capital	Interés	Cuota	Saldo
0			-	-	21,231.27
1	660.63	3,310.29	2,649.66	5,959.96	17,920.98
2	1,486.88	3,723.42	2,236.54	5,959.96	14,197.56
3	2,416.25	4,188.10	1,771.86	5,959.96	10,009.46
4	3,461.60	4,710.78	1,249.18	5,959.96	5,298.68
5	4,637.41	5,298.68	661.28	5,959.96	-

Fuente: Obtenido de Investigación y Elaboración Propia

4.3. ACTIVOS FIJOS

LIMUJA Cía. Ltda. requiere de la adquisición de varios activos fijos, los cuales se han categorizado como equipo de trabajo, muebles y enseres, equipo de computación y vehículos. Registran un valor total de USD 37.610,50 y mantendrán una depreciación anual alrededor de USD 7.266.55. Se espera al finalizar el quinto año el valor residual de los activos registre un total de USD 2.230,25.

Tabla 27
Depreciación de Activos Fijos

Activos Fijos Netos	Vida Útil Año	Costo	Depreciación Anual	Valor Residual Final
Equipo de Trabajo	10	5,415.50	541.55	al 5to año 2,707.75
Muebles y Enseres	10	845.00	84.50	422.50
Equipo de Computación	3	1,350.00	450.00	-
Vehículo 1 Mini van	5	10,000.00	2,000.00	-
Vehículo 2 Camión	5	20,000.00	4,000.00	-
Total Equipo, muebles e instalaciones		37,610.50	7,076.05	2,230.25

Fuente: Obtenido de Investigación y Elaboración Propia

4.4. DETERMINACIÓN DE COSTOS

Entre los principales costo y gastos que LIMUJA Cía. Ltda., requiere para su funcionamiento están los siguientes:

- **Sueldos:** Dentro del rubro sueldos se considera el sueldo básico más los beneficios sociales como son el décimo tercer y cuarto sueldo, las vacaciones, fondos de reserva, salario digno. Cubriendo a más de los aportes patronales los personales. Por lo que la nómina total anual es de USD 57.562,24 dólares.

Tabla 28
Cálculo de rol de pagos

Descripción	No.	Sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS	Total Mensual	Total Anual
Gerente	1	700.00	58.33	58.33	29.17	143.50	989.33	11,872.00
Contador	1	600.00	50.00	50.00	25.00	123.00	848.00	10,176.00
Supervisor	1	500.00	41.67	41.67	20.83	102.50	706.67	8,480.00
Secretaria	1	394.00	32.83	32.83	16.42	80.77	556.85	6,682.24
Auxiliar	3	400.00	33.33	33.33	16.67	82.00	565.33	20,352.00
TOTAL ANUAL								57,562.24

Fuente: Obtenido de Investigación y Elaboración Propia

- **Publicidad:** Es un costo alto en razón de que los primeros años hay que promocionar a la empresa y los servicios ofertados partiendo del precepto que se busca posicionar a LUMUJA Cía. Ltda. como la primera empresa de servicios de limpieza, mudanza y jardinería en la mente del consumidor. Para lo cual se ha planificado una publicidad en radio, televisión y redes sociales; lo que implica un costo relativamente alto con beneficios futuros y representa alrededor de USD 6.600,00 dólares anuales.

- **Gastos Financieros:** Este gasto corresponde a los intereses que se deben cancelar, resultado del préstamo obtenido para financiar parte del proyecto; anualmente bordea los USD 2.650,00 dólares.
- **Arriendo y Servicios Básicos:** Estos son costos fijos que se deben cubrir así no se esté operando y anualmente se requiere de USD 5.328,00 dólares.

4.4.1. Estructura de costos

Los costos se han clasificado como Directos e Indirectos de producción, estos están relacionados directamente con los servicios a prestar. También se han considerado los costos financieros; en la siguiente tabla se puede visualizar a detalle los rubros que cada costo involucra.

Tabla 29
Estructura de Costos

Detalle					
	1	2	3	4	5
<i>Tasa incremento anual servicio</i>		5%	3%	3%	3%
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION					
Remuneraciones Directas	28,832.00	30,273.60	31,181.81	32,117.26	33,080.78
Materiales	6,974.40	7,323.12	7,542.81	7,769.10	8,002.17
Subtotal	35,806.40	37,596.72	38,724.62	39,886.36	41,082.95
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION					
Remuneraciones Indirectas	6,743.30	7,080.46	7,292.87	7,511.66	7,737.01
Suministros	7,574.40	7,953.12	8,191.71	8,437.47	8,690.59
Servicios	5,328.00	5,594.40	5,762.23	5,935.10	6,113.15
Subtotal	19,645.70	20,627.98	21,246.82	21,884.22	22,540.75
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses préstamo	2,649.66	2,236.54	1,771.86	1,249.18	661.28
Subtotal	2,649.66	2,236.54	1,771.86	1,249.18	661.28

Fuente: Obtenido de Investigación y Elaboración Propia

4.4.2. Presupuestos de gastos administrativos y de ventas

Para el desarrollo de los servicios LIMUJA Cía. Ltda. requiere incurrir en gastos administrativos y de ventas; dentro de estos se han considerado las remuneraciones administrativas, gastos de oficina, movilizaciones, gastos por concepto de publicidad y propaganda, comisión en ventas entre otros; los cuales se pueden conocer a detalle en la siguiente tabla:

Tabla 30
Gastos administrativos y de ventas

Detalle					
	1	2	3	4	5
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Remuneraciones	10,114.94	10,620.69	10,939.31	11,267.49	11,605.52
Gastos de oficina	360.00	378.00	389.34	401.02	413.05
Subtotal	10,474.94	10,998.69	11,328.65	11,668.51	12,018.57
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad y Propaganda	6,600.00	6,930.00	7,137.90	7,352.04	7,572.60
Subtotal	6,600.00	6,930.00	7,137.90	7,352.04	7,572.60

Fuente: Elaboración Propia

4.5. CAPITAL DE TRABAJO

LIMUJA Cía. Ltda., requiere un capital de trabajo superior a los USD 9.000 dólares; estos recursos permitirán a la empresa trabajar adecuadamente en sus actividades diarias. Los rubros considerados se relacionan directamente con la productividad de la empresa, en este caso es la prestación de los servicios de limpieza, mudanza y jardinería. Se ha considerado prudente provisionar un capital de trabajo para dos meses durante los primeros años de funcionamiento de la compañía. En la siguiente tabla se puede observar a detalle el valor asignado a cada rubro.

Tabla
Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		9,120.77
Gastos de operación		7,191.62
Materias Primas y Materiales	1,262.40	
Mano de obra directa	4,805.33	
Mano de obra indirecta	1,123.88	
Gastos de administración		1,745.82
Personal	1,685.82	
Gastos de Oficina	60.00	
Gastos de ventas		183.33
Publicidad	1,100.00	
Escalamiento y Contingencias		400.00
Varios	400.00	

Fuente: Elaboración Propia

4.6. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Los ingresos proyectados para LIMUJA Cía. Ltda., han sido asignados considerando atender el total de la demanda potencial insatisfecha. Es decir, en el primer año se busca atender 1798 clientes; más o menos 150 clientes mensuales los mismos que pueden adquirir cualquiera de los tres servicios ofertados por la empresa. Los precios considerados en el proyecto; son básicos, es decir se les puede incrementar de acuerdo a las exigencias del consumidor. En el siguiente cuadro se puede observar lo indicado.

Tabla 32
Detalle de Ingresos

Producción	Porcentaje	AÑOS				
		1	2	3	4	5
Producción						
Servicios de Limpieza	60%	1,080.10	1,101.71	1,123.74	1,146.21	1,169.14
Servicios de Mudanza	2%	36.00	36.72	37.46	38.21	38.97
Servicios de Jardinería	38%	684.07	697.75	711.70	725.94	740.45
PRECIOS DE VENTA PROMEDIO SERVICIO:						
Servicios de Limpieza		77.00	79.31	80.90	82.51	84.16
Servicios de Mudanza		120.00	123.60	126.07	128.59	131.17
Servicios de Jardinería		15.00	15.45	15.76	16.07	16.40
TOTAL INGRESOS		97,749.38	102,695.50	106,844.40	111,160.91	115,651.81

Fuente: Elaboración Propia

4.7. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

4.7.1. Estado de resultados proyectado

Conocido también como estado de pérdidas y ganancias; en donde se observa el resultado de la operación propia de LIMUJA Cía. Ltda., al finalizar su primer año de operaciones se estima que obtendrá rentabilidad que bordea los USD 13.172 dólares. Los años siguientes también se proyecta recibir una utilidad superior. Bajo estos preceptos el proyecto es rentable; factor positivo que motiva a continuar con el mismo. Además, el hecho de que, en los primeros diez años, se encuentra exento del pago de impuesto a la renta gracias a la Ley de Fomento productivo; permitirá a la empresa capitalizarse y fortalecerse en sus primeros años.

Tabla 33
Estado de Pérdida y Ganancias

Servicios	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ventas	97,749.38	102,695.50	106,844.40	111,160.91	115,651.81
Costo de ventas	55,452.10	58,224.70	59,971.44	61,770.59	63,623.70
Costos directos	35,806.40	37,596.72	38,724.62	39,886.36	41,082.95
Costos indirectos	19,645.70	20,627.98	21,246.82	21,884.22	22,540.75
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	42,297.29	44,470.80	46,872.96	49,390.33	52,028.11
Gastos de administración	10,474.94	10,998.69	11,328.65	11,668.51	12,018.57
Gastos de ventas	6,600.00	6,930.00	7,137.90	7,352.04	7,572.60
UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	25,222.34	26,542.11	28,406.41	30,369.78	32,436.95
Gastos financieros	2,649.66	2,236.54	1,771.86	1,249.18	661.28
Depreciación	7,076.01	7,076.01	7,076.01	6,626.05	6,626.05
UTILIDAD ANTES PARTICIPACION	15,496.68	17,229.57	19,558.55	22,494.55	25,149.62
15 % Participación utilidades	2,324.50	2,584.43	2,933.78	3,374.18	3,772.44
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	13,172.17	14,645.13	16,624.76	19,120.37	21,377.18
Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-
UTILIDAD (PERD) NETA	13,172.17	14,645.13	16,624.76	19,120.37	21,377.18

Fuente: Elaboración Propia

4.7.2. Balance General Proyectado

LIMUJA Cía. Ltda., presenta el siguiente balance general proyectado; en el cual se puede observar un crecimiento de la empresa. Este crecimiento se ha proyectado en base a los pronósticos económicos existentes en el mercado y bastante cercanos a la realidad a fin de evitar sobre estimaciones que reflejen un escenario demasiado positivo; que en la práctica se encuentre muy alejado de la realidad.

Tabla 34
Balance General Projectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Activos Corrientes					
Caja	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
Bancos	19,235.07	29,764.79	40,505.68	51,472.94	61,395.93
Inversiones	-				
Cuentas x Cobrar	9,774.94	10,269.55	10,684.44	11,116.09	11,565.18
Inventario Materia Prima	1,743.60	1,830.78	1,885.70	1,942.27	2,000.54
Inventario Suministros de Oficina	180.00	189.00	194.67	200.51	206.53
Total Activos Corrientes	31,433.60	42,554.12	53,770.49	65,231.82	75,668.18
Activos Fijos					
Equipos Varios	5,415.50	5,415.50	5,415.50	5,415.50	5,415.50
Muebles y Enseres	845.00	845.00	845.00	845.00	845.00
Equipo de Computación	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00	1,350.00
Vehículos	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
(-) Depreciación Acumulada Activos	7,076.05	14,152.10	21,228.15	28,304.20	34,930.25
Total Activos Fijos	30,534.45	23,458.40	16,382.35	9,306.30	2,680.25
Otros Activos					
Estudios	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00	1,000.00
Gastos de Constitución	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Adecuación	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00	1,700.00
(-) Amortización Gtos. De Constitución	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
Total Otros Activos	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00	3,600.00
TOTAL ACTIVOS	65,568.05	69,612.52	73,752.84	78,138.12	81,948.43
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas x Pagar Proveedores	1,262.40	1,325.52	1,365.29	1,406.24	1,448.43
Servicios Básicos y Arriendos x Pagar	888.00	932.40	960.37	989.18	1,018.86
Participación Trabajadores x Pagar	2,324.50	2,584.43	2,933.78	3,374.18	3,772.44
Impuesto a la Renta x Pagar	-	-	-	-	-
Total Pasivo Corriente	4,474.90	4,842.35	5,259.44	5,769.61	6,239.73
Pasivos Largo Plazo					
Obligaciones Bancarias	17,920.98	14,197.56	10,009.46	5,298.68	-
Otras Obligaciones LP	-	-	-	-	-
Total Pasivos Largo Plazo	17,920.98	14,197.56	10,009.46	5,298.68	-
TOTAL PASIVOS	22,395.88	19,039.92	15,268.90	11,068.29	6,239.73
PATRIMONIO					
Capital Social					
Capital Socio A	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Capital Socio B	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Capital Socio C	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00	10,000.00
Reserva Legal	1,317.22	2,781.73	4,444.21	6,356.24	8,493.96
Reserva Futuras Capitalizaciones		5,927.48	11,859.18	17,949.46	24,331.52
Utilidades Acumuladas	-	5,927.48	5,931.70	6,090.28	6,382.06
Utilidad Del Ejercicio	11,854.96	11,863.40	12,180.56	12,764.12	12,883.22
Utilidades Repartidas		5,927.48	5,931.70	6,090.28	6,382.06
Total Patrimonio	43,172.17	50,572.61	58,483.94	67,069.82	75,708.70
PASIVOS + PATRIMONIO	65,568.05	69,612.52	73,752.84	78,138.12	81,948.43

Fuente: Elaboración Propia

4.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

4.8.1. Costo de Capital

Para el análisis de la rentabilidad del proyecto se ha considerado una tasa mínima de rendimiento del 20%. Una fórmula de calcular la TMAR es:

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de inflación} + \text{Riesgo de inversión}$$

De acuerdo con la página del Banco Central del Ecuador se determina que la tasa de inflación para el último trimestre 2018 es de -2.10%. Mientras que la tasa de riesgo de inversión es la tasa de rendimiento que el inversionista está dispuesto a obtener en determinado negocio. Es importante recalcar que a mayor tasa de interés mayor es el riesgo. Para el análisis del proyecto se ha establecido una tasa de interés del 20%. Obteniéndose el siguiente resultado:

$$\text{TMAR} = \text{Tasa de inflación} + \text{Riesgo de inversión}$$

$$\text{TMAR} = -0,21 + 20\%$$

$$\text{TMAR} = 19.79\%$$

Bajo estos preceptos se procedió a realizar la ponderación respectiva que permitirá conocer la tasa de descuento del proyecto, a la misma que se le conoce también como la tasa mínima de rendimiento del proyecto. El costo estimado, en el caso del aporte de los accionistas es la tasa de interés que se ofreció a los inversionistas (TMAR); y, para el préstamo es la tasa de interés con la

que se contrató el préstamo. El factor de ponderación corresponde a los porcentajes de financiamiento de la inversión total. Finalmente, los resultados de las ponderaciones anteriores dan resultado al costo ponderado de inversión total del proyecto.

Tabla 35
Tasa de Descuento

Concepto	Costo Estimado	Factor de Ponderación	Costo Ponderado
Aporte de Accionistas	19.79%	59%	12%
Prestamo	12.00%	41%	5%
Costo Ponderado			16.56%

Fuente: Elaboración Propia

4.8.2. Valor Actual Neto “VAN”

El valor actual neto conocido como VAN, se obtiene del flujo de caja anual; es decir los valores futuros son traído a valor presente. Para obtener el VAN es necesario determinar una tasa de descuento; esta permitirá analizar si el proyecto es viable o no.

LUMUJA Cía. Ltda. ha considerado una tasa de descuento del 16,56% en razón del riesgo país y otros factores que hoy en día hacen que el riesgo de inversión se haya incrementado.

Tasa de descuento 16.56%

VAN \$ 10,970.59

Tabla 36
Flujo de caja proyectado

Rubros	Costos Preoperación	AÑOS				
		1	2	3	4	5
A. INGRESOS OPERACIONALES						
Servicio de Limpieza, Jardinería y Mudanza		97,749.38	102,695.50	106,844.40	111,160.91	115,651.81
Total		97,749.38	102,695.50	106,844.40	111,160.91	115,651.81
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Costos de Producción		55,452.10	58,224.70	59,971.44	61,770.59	63,623.70
Gastos de Administración		10,474.94	10,998.69	11,328.65	11,668.51	12,018.57
Gastos de Ventas		6,600.00	6,930.00	7,137.90	7,352.04	7,572.60
Total		72,527.04	76,153.39	78,437.99	80,791.13	83,214.87
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)						
		25,222.34	26,542.11	28,406.41	30,369.78	32,436.95
D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Valor Residual activos						2,230.25
Valor Residual capital de trabajo						9,120.77
Total		-	-	-	-	11,351.02
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Inversiones						
Pre-inversiones	\$ -1,000.00					
Adecuación & Constitución	\$ -3,500.00					
Equipamiento	\$ -36,260.50					
Capital de Trabajo	\$ -9,120.77					
Pago de impuesto a la renta			-	-	-	-
Pago de crédito		5,959.96	5,959.96	5,959.96	5,959.96	5,959.96
Total	-49,881.27	5,959.96	5,959.96	5,959.96	5,959.96	5,959.96
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)						
		49,881.27	-5,959.96	-5,959.96	-5,959.96	5,391.07
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)						
		49,881.27	19,262.39	20,582.15	24,409.82	37,828.01
H. FLUJO NETO ACUMULADO						
		-49,881.27	13,302.43	14,622.20	16,486.49	18,449.87
Tasa Descuento		16.56%				
VAN		\$10,970.59				
TIR		25.22%				

Fuente: Elaboración Propia

4.8.3. Tasa Interna de Retorno “TIR”

La tasa interna de retorno identificada como TIR es la tasa de rentabilidad que tiene el proyecto; es necesario mantener presente que esta tasa hace que el VAN sea CERO. Por lo tanto, el proyecto no tendría ni pérdida ni ganancia.

Como resultado, la TIR del proyecto alcanza 25.22%

4.8.4. Análisis de sensibilidad del VAN y la TIR

Se han planteados dos escenarios; el primero que considera una disminución de las ventas en un 5% manteniendo constante el resto de variables y el segundo escenario que utiliza una reducción del 2% en las ventas manteniendo las mismas variables.

- **Escenario 1:** Al efectuar un análisis de sensibilidad considerando el nivel de ventas en - 5% se obtiene los siguientes resultados:

VAN negativo de **\$-3,652.51**

Por lo tanto, no resulta rentable el proyecto; ni tampoco podemos calcular la TIR.

- **Escenario 2:** Por otro lado, al considerando el nivel de ventas en - 3% se obtiene los siguientes resultados:

VAN de \$2,196.73

Tasa de Descuento 16.22%

TIR 18.32%

Por lo tanto, se puede disminuir las ventas hasta en 3% y el proyecto continúa siendo rentable.

En el anexo del Flujo de Efectivo se puede observar a detalle los cálculos realizados.

4.8.5. Razones Financieras

Se han analizado las siguientes razones financieras:

LIQUIDEZ	Activo Corriente	<u>31,433.60</u>	=	7.02
	Pasivo Corriente	4,474.90		

La razón de la liquidez nos permite medir la capacidad de pago que tiene LIMUJA Cía. Ltda., la misma que indica que por cada dólar que se debe se dispones de 7.02 dólares para cubrir las obligaciones.

APALANCAMIENTO FINANCIERO	Pasivo Total	<u>22,395.88</u>	=	34.16%
	Total Pasivo + Patrimonio	65,568.05		

Esta razón financiera, muestra el endeudamiento en el que se ha incurrido para financiar la inversión; es decir el 34.16% es financiado por terceros y el 65.84% con recursos de Accionistas. Gracias a las utilidades obtenidas, los accionistas tienen una mayor participación en el endeudamiento respecto al 59% con el que inició las actividades la compañía.

RENDIMIENTO DEL PATRIMONIO	Utilidad Neta	<u>13,172.17</u>	=	30.51%
	Patrimonio	43,172.17		

A esta razón financiera se le conoce como también como ROE, e indica que LIMUJA Cía. Ltda. alcanza un rendimiento del 30.51% respecto al patrimonio de la compañía.

RENDIMIENTO DEL ACTIVO	Utilidad Neta	<u>13,172.17</u>	=	20.09%
	Activo Total	65,568.05		

El rendimiento sobre el activo, también se lo identifica como ROA, en el caso de LIMUJA Cía. Ltda. registra un rendimiento del 20,09% respecto al total de activos de la compañía.

MARGEN DE UTILIDAD NETA	Utilidad Neta	<u>13,172.17</u>	=	13.48%
	Ventas	97,749.38		

Esta razón financiera indica que LIMUJA Cía. Ltda., en el primer año obtendrá una utilidad neta del 13.48% sobre el total de ventas.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- De la información obtenida en la investigación de mercado se observa que en la ciudad de Azogues únicamente existe una empresa constituida legalmente que brinda el servicio de limpieza y gasfitería; éste servicio es complementado también por otra empresa reconocida que está ubicada en la ciudad de Cuenca. También se identificó servicios prestado por personas independientes, de manera informal. Por lo tanto, existe un mercado local que no está cubierto en su totalidad y se debe aprovechar este nicho de mercado existente.
- La inversión que requiere el proyecto es manejable frente a los beneficios que se recibirán en el futuro; así como la generación de fuentes de empleo tanto para la parte operativa, administrativa, financiera de la empresa; coadyuvando al desarrollo de nuestra ciudad y provincia en general.
- La rentabilidad del proyecto también es un factor clave que permite impulsar el desarrollo del mismo ya que no solo generará fuentes de trabajo sino también utilidades las mismas que en parte serán reinvertidas permitiéndole crecer a la empresa, así como recompensará a sus accionistas.

5.2. Recomendaciones

- De acuerdo a los estudios realizados, el proyecto tiene una gran ventaja frente a la actual competencia; ya que se ha diseñado un servicio en base a las necesidades de los potenciales clientes. Así como hoy en día se cuenta con la ayuda de las políticas gubernamentales, que buscan fomentar el emprendimiento, la producción y el desarrollo de nuevas empresas que impulsen la generación de empleo. Con estos preceptos se recomienda emprender el proyecto de LIMUJA Cía. Ltda.

Bibliografía

- Ayús , T., Lenin, A., Velásquez, A., & Enrique, R. (2012). Las opciones reales como metodología alternativa en la evaluación de proyectos de inversión. *Ecos de Economía*, 29-44.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* . Mexico DF: Mc Graw Hill.
- Ballesteros Riveros, D., & Ballesteros Silva, P. (2007). Algunos modelos para planeación y programación en empresas de servicios. *Scientia Et Technica*, 315-320.
- Bazzani C., C. L., & Cruz Trejos, E. A. (2008). Análisis de riesgo en proyectos de inversión un caso de estudio. *Scientia Et Technica*, 309-314.
- Berk, J., & De Marzo, P. (2008). *Finanzas Corporativas*. Mexico: Pearson Educación.
- Cabrer Borrás, B., & Rico Belda, P. (2015). Determinantes de la estructura financiera de las empresas españolas. *Estudios de Economía Aplicada*, 513-531.
- Cañar Televisión . (09 de 12 de 2018). *Cañar Television*. Obtenido de Cañar Television:
<http://www.canartelevision.com>
- Cardozo, S. V. (2007). La comunicación en el Marketing . *Visión Gerencial*, 205,206.
- Casadesus-Masanell, R. (2004). Dinámica competitiva y modelos de negocio. *UNIVERSIA BusinessReview*. Recuperado el 09 de 05 de 2018, de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43300401>
- Cervantes, J., & Saldaña, J. (2000). Mercadotecnia de servicios. *Contaduría y Administración No. 199*, 16.
- Comercio. (15 de 01 de 2012). <https://www.elcomercio.com>. Obtenido de
<https://www.elcomercio.com/actualidad>:
<https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/empresas-que-ofrecen-tareas-de.html>

- Constituyente, A. N. (2008). *Constitución de la República del Ecuador 2008*. Montecristi: Registro Oficial 449.
- Costales, V. (27 de 06 de 2016). *Revista Lideres*. Obtenido de www.revistalideres.ec:
<https://www.revistalideres.ec/lideres/empresa-limpieza-ministerios-oficinas-ecuador.html>
- Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). Emprendimiento, Una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, 326-331. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Duarte, T., & Ruiz Tibana, M. (2009). EMPRENDIMIENTO, UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO. *Scientia Et Technica*, 326-331.
- El Comercio. (20 de 01 de 2019). *El Comercio*. Obtenido de Economía del Ecuador crecerá 0,9% en el 2019 según Cepal: <https://www.elcomercio.com/actualidad/economia-ecuador-desempeno-cepal-informe.html>
- Euroclean. (10 de 12 de 2018). *Euroclean Equipos Profesionales de Limpieza*. Obtenido de Euroclean Equipos Profesionales de Limpieza: <http://www.euroclean.com.ec/la-empresa>
- H. Congreso Nacional del Ecuador. (1999). *Ley de Compañías*. Quito: Registro Oficial 312.
- Meza Orozco, J. d. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Ministerio de Salud Pública. (2012). *Acuerdos 00002393. Expídese el Reglamento para el funcionamiento de los laboratorios clínicos*. Quito.
- Nacional, A. (2010). *Código de la Producción*. Quito: Registro Oficial .
- Nacional, C. (2014). *Ley de Compañías*. Quito: Registro Oficial.
- Nassir Sapag, R. S. (2000). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Santiago: MCGRAW-HILL.
- Oldenburg, B. (2008). GERENCIA DE PROYECTOS. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 7,8.
- Orozco, L. A., & Chavarro, D. A. (2008). UNIVERSIDAD Y EMPRENDIMIENTO. *Hallazgos*, 89.

- Radio Genesis. (09 de 12 de 2018). *93.3 Genesis FM*. Obtenido de 93.3 Genesis FM:
<http://www.radiogenesis933.net>
- Sapag, N., & Sapag, R. (2000). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: McGraw.Hill.
- Sierra, R. I. (2006). El laboratorio clínico y el control de calidad . *Bioquímica*, 39.
- Suarez Nava, F., Leiva, M., & Negron, M. (2010). Modelo de Gerencia Sustentado en Valores .
NEGOTIUM Revista Científica Electrónica Ciencias Gerenciales, 24.
- Terrazas Pastor, R. (2012). Aplicación de la programación matemática a la localización de proyectos. *PERSPECTIVAS*, 69-92.
- Torres Peñafiel, N., Fierro López, P., & Alonso Alemán, A. (2017). Balance de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Economía y Desarrollo*, 180-196.
- Torres, N., Fierro, P. E., & Alemán, A. (2017). Balance de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Economía y Desarrollo*, 185,186.
- Tramontina. (10 de 12 de 2018). *Tramontina*. Obtenido de Tramontina:
https://www.tramontina.com/es/233-jardin-y-agricultura/235-equipos-de-jardineria?_=1541743825600&page=3

ANEXOS

1. Diseño de la encuesta aplicada

1. ¿Su género es?

Femenino

Masculino

2. ¿Su rango de edad esta?

20 - 30

30 - 40

40 -50

50 - 60

+ 60

3. ¿Su estado civil es?

Soltero

Casado

Divorciado

Unión libre

4. ¿Su actividad económica es?

Empleado privado

Empleado público

Negocio propio

Otros

5. ¿En el último año ha tenido la necesidad de contratar alguno de los siguientes servicios?

Limpieza

Mudanza

Jardinería

Otros (Lavandería)

Ninguno

6. ¿Quién decide la contratación del servicio?

Padre de familia

Madre de familia

Ambos

Toda la familia

7. ¿Conoce alguna empresa que de este tipo de servicios?

Si

NO

En caso de conocer por favor indique el nombre

.....

8. ¿Contrataría los servicios de una empresa que le ayude con la limpieza, mudanza o jardinería de domicilios u oficina?

SI

NO

9. ¿Hasta qué valor destinaria para un servicio de limpieza en su hogar mensualmente?

Una vez al mes 40.00 (8 horas)

Dos veces al mes 77.00 (16 horas)

Tres veces al mes 115.00 (20 horas)

Cuatro veces al mes 147.00 (32 horas)

10. ¿Hasta qué valor destinaria para un servicio de jardinería en su hogar mensualmente?

Una vez al mes 15.00 (2 horas)

Dos veces al mes 30.00 (4 horas)

11. ¿Si en la ciudad de Azogues se implementara una empresa de servicios de limpieza, mudanza o jardinería para domicilios y oficina, usted la contrataría?

Sí

No

2. *Diseño de la Página Web*

Dirección: <https://limuja-azogues.jimdofree.com/>



EMPRESA DE SERVICIOS LIMPIEZA - MUDANZA - JARDINERÍA



Debido a que cada vez las personas no cuentan con el tiempo suficiente para atender las necesidades de limpieza del hogar y sus jardines; así como el costo de contratar una persona que realice este trabajo actualmente resulta demasiado costoso para hogares con una economía media; se ha determinado realizar el estudio de diseño de una empresa de servicios de limpieza, jardinería y mudanza en el Cantón Azogues, denominado LIMUJA Cía. Ltda.; que pueda ofrecer este tipo de servicios a precios módicos.



LIMPIEZA

Este servicio comprende la limpieza de hogares, oficinas, empresas y de las personas naturales.



MUDANZA

Este servicio va desde el empaquetamiento de los bienes a transportar hasta la movilización de mismos a su nueva residencia; y de ser el caso su ubicación en el lugar exacto de la nueva residencia.



JARDINERIA

Este servicio involucra todo lo relacionados a mantenimiento de césped, poda de plantas, arboles, fertilización de las plantas en general.



UBICACIÓN:

LIMUJA se encuentra ubicada en la ciudad de Azogues en la calle 3 de Noviembre entre Emilio Abad y Guayas.



3. Información financiera

3.1. Detalle de la Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL

Detalle	Costo Parcial	Costo Total
PREINVERSIÓN		1,000.00
Estudios	1,000.00	
ADECUACIONES		1,700.00
Mobiliario	1,200.00	
Adecuación	500.00	
VEHÍCULOS		30,000.00
Mini Van	10,000.00	
Camión	20,000.00	
EQUIPO DE TRABAJO		5,415.50
<u>Limpieza</u>		
Hidrolavadora	292.00	
Aspiradora Base	450.00	
Lavadora de Alfombras	890.00	
Abrillantadora	350.00	
Sopladora de alto rendimiento	229.00	
Suministros menores	500.00	
<u>Mudanza</u>		
Suministros menores de anclaje	500.00	
<u>Jardinería</u>		
Desmalezadora	749.50	
Motocierra	409.00	
Bomba de fumigar	91.00	
Maquina multiusos	417.50	
Cortadora de Césped	537.50	
EQUIPO ADMINISTRATIVO		845.00
Escritorios (tres)	450.00	
Silla Ejecutiva	75.00	
Sillas varias	120.00	
Suministros varios	200.00	
EQUIPO COMPUTACIÓN		1,350.00
Computadora	880.00	
Impresora	350.00	
Teléfono	120.00	
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCION		1,800.00
Gastos de Constitución Compañía	1,800.00	
SUB TOTAL INVERSION INICIAL		42,110.50

Fuente: Elaboración Propia

3.2. Proyección de Costos y Gastos

Detalle					
	1	2	3	4	5
<i>Tasa incremento anual servicio</i>		5%	3%	3%	3%
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCION					
Remuneraciones Directas	28,832.00	30,273.60	31,181.81	32,117.26	33,080.78
Materiales	6,974.40	7,323.12	7,542.81	7,769.10	8,002.17
Subtotal	35,806.40	37,596.72	38,724.62	39,886.36	41,082.95
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCION					
Remuneraciones Indirectas	6,743.30	7,080.46	7,292.87	7,511.66	7,737.01
Suministros	7,574.40	7,953.12	8,191.71	8,437.47	8,690.59
Servicios	5,328.00	5,594.40	5,762.23	5,935.10	6,113.15
Subtotal	19,645.70	20,627.98	21,246.82	21,884.22	22,540.75
GASTOS DE ADMINISTRACION					
Remuneraciones	10,114.94	10,620.69	10,939.31	11,267.49	11,605.52
Gastos de oficina	360.00	378.00	389.34	401.02	413.05
Subtotal	10,474.94	10,998.69	11,328.65	11,668.51	12,018.57
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad y Propaganda	6,600.00	6,930.00	7,137.90	7,352.04	7,572.60
Subtotal	6,600.00	6,930.00	7,137.90	7,352.04	7,572.60
COSTOS FINANCIEROS					
Intereses préstamo	2,649.66	2,236.54	1,771.86	1,249.18	661.28
Subtotal	2,649.66	2,236.54	1,771.86	1,249.18	661.28
TOTAL COSTOS Y GASTOS EFECTIVOS	75,176.70	78,389.93	80,209.85	82,040.31	83,876.14
DEPRECIACIONES					
Depreciaciones	7,076.01	7,076.01	7,076.01	6,626.05	6,626.05
Amortizaciones	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00
Subtotal	7,076.01	7,076.01	7,076.01	6,626.05	6,626.05
TOTAL COSTOS Y GASTOS	82,252.71	85,465.94	87,285.85	88,666.36	90,502.19

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Cálculo de remuneraciones

Descripción	No.	Sueldo Mensual	Decimo Tercero	Decimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal IESS	Total Mensual	Total Anual
Secretaria	1	394.00	32.83	32.83	16.42	80.77	556.85	6,682.24
Auxiliares	3	400.00	33.33	33.33	16.67	82.00	565.33	20,352.00
Supervisores	1	500.00	41.67	41.67	20.83	102.50	706.67	8,480.00
Contador	1	600.00	50.00	50.00	25.00	123.00	848.00	10,176.00
Gerente	1	800.00	66.67	66.67	33.33	164.00	1,130.67	13,568.00
TOTAL ANUAL								45,690.24

Fuente: Elaboración Propia

3.4. Cálculo de costos directos & indirectos de remuneraciones

Costos Directos Remuneraciones

Descripción	No.	Total Mensual	2018
Auxiliares	3	1,696.00	20,352.00
Supervisores	1	706.67	8,480.00
Total		2,402.67	28,832.00

Costos Indirectos Remuneraciones

Descripción	No.	Total Mensual	2018
Secretaria	1	556.85	6,682.24
Contador	1	848.00	10,176.00
Gerente	1	1,130.67	13,568.00
Total		1,404.85	16,858.24

30% MOI		40%	6,743.30
70% Remuneración Administrativos		60%	10,114.94

Fuente: Elaboración Propia

3.5. Detalle de materia prima y suministros

Materia Prima	No.	Mensual	2018
Desinfectante	12.00	71.20	854.40
Deja	12.00	60.00	720.00
Cera	12.00	89.00	1,068.00
Paños	12.00	44.50	534.00
Limpiador de muebles	12.00	62.30	747.60
Sello Rojo	12.00	71.20	854.40
Limpiador 100	12.00	106.80	1,281.60
Cloro	12.00	26.70	320.40
Combustible para maquinaria	12.00	49.50	594.00
Total	12.00	581.20	6,974.40

Suministros		Mensual	2018
Suministros varios de menor proporción	12.00	50.00	600.00
Suministros administrativos	12.00	30.00	360.00
Total		80.00	960.00

Fuente: Elaboración Propia

3.6. Detalle de Servicios Básicos y Otros

Servicios Básicos y Otros		Mensual	2018
Agua	12.00	8.00	96.00
Luz	12.00	15.00	180.00
Teléfono	12.00	20.00	240.00
Internet	12.00	21.00	252.00
Arriendo	12.00	300.00	3,600.00
Varios	12.00	50.00	600.00
Pagina Web	12.00	30.00	360.00
Total		444.00	5,328.00

Fuente: Elaboración Propia

3.7. Publicidad y Comisiones

Publicidad y Comisiones en Ventas		Mensual	2018
Publicidad en Radio	12.00	520.00	6,240.00
Material Publicitario	12.00	30.00	360.00
Total		550.00	6,600.00

Fuente: Elaboración Propia

3.8. Depreciaciones y Amortizaciones

Depreciaciones

Detalle	%	Valor Neto	2018	2019	2020	2021	2022
Equipo de Trabajo	10%	5,415.50	541.55	541.55	541.55	541.55	541.55
Muebles y Enseres	10%	845.00	84.50	84.50	84.50	84.50	84.50
Software	33.33%	1,350.00	449.96	449.96	449.96	-	-
Vehículo 1 Mini van	20%	10,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00
Vehículo 2 Camión	20%	20,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Total Equipo, muebles e instalaciones		37,610.50	7,076.01	7,076.01	7,076.01	6,626.05	6,626.05

Amortización Gastos Constitución

Detalle	%	Valor Neto	2018	2019	2020	2021	2022
Estudios	20%	1,000.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00
Adecuación	20%	1,700.00	340.00	340.00	340.00	340.00	340.00
Gastos de Constitución Compañía	20%	1,800.00	360.00	360.00	360.00	360.00	360.00
Total Equipo, muebles e instalaciones		4,500.00	900.00	900.00	900.00	900.00	900.00

Fuente: Elaboración Propia

3.9 Balance General Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivos Corrientes	
Caja		Cuentas x Pagar	-
Bancos	9,120.77	Servicios Básicos x Pagar	-
Inventario Materia Prima	-	Arrendos x Pagar	-
Inventario Suministros de Oficina	-		
Total Activos Corrientes	9,120.77	Total Pasivo Corriente	-
Activos Fijos		Pasivos L/P	
Equipos Varios	5,415.50	Obligaciones Bancarias	21,231.27
Muebles y Enseres	845.00		
Vehículos	30,000.00		
Equipo de Computación	1,350.00		
Total Activos Fijos	37,610.50	Total Pasivos	21,231.27
Otros Activos		PATRIMONIO	
Gastos de Constitución	1,800.00	Capital Social	30,000.00
Gastos de Preinversión Adecuación	1,000.00	Capital Socio A	10,000.00
Gastos de Adecuación	1,700.00	Capital Socio B	10,000.00
		Capital Socio B	10,000.00
Total Otros Activos	4,500.00	Total Patrimonio	30,000.00
Total Activos	51,231.27	Pasivos + Patrimonio	51,231.27

Fuente: Elaboración Propia