



FACULTAD DE ECONOMÍA Y CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE NEGOCIOS

"Propuesta para la creación de una
compañía de servicio de limpieza en
Guayaquil"

AUTOR

Marisabel Narvéez Bustamante

SAMBORONDÓN, ABRIL DEL 2015

Tabla de Contenido

1) Justificación.....	3
2) Problema a resolver.....	4
3) Objetivo General.....	6
4) Resumen Ejecutivo.....	6
5) Misión y Visión.....	7
6) Metas.....	7
7) Viabilidad legal.....	8
8) Análisis de Mercados.....	9
8.1 Mercado Objetivo:.....	9
8.2 Análisis PESTAL.....	10
Político:.....	10
Económico:.....	11
Social:.....	11
Tecnológico:.....	12
Ambiental:.....	12
Legal:.....	13
8.3 Análisis FODA.....	14
Fortalezas.....	14
Debilidades.....	14
Oportunidades.....	15
Amenazas.....	15
8.4 Análisis de las 4 Ps (Producto, precio, plaza, promoción).....	15
Producto.....	15
Precio:.....	16
Plaza:.....	16
Promoción:.....	17
8.5 Análisis de la demanda y oferta.....	17
Demanda.....	17

Oferta	23
8.6 Estrategia de diferenciación	24
8.7 Canales de Distribución.....	24
9) Análisis operativo.....	25
9.1 Localización y descripción de las instalaciones.....	25
9.2 Métodos de producción.....	25
Utensilios y productos de limpieza	26
Insumos de limpieza.....	27
9.3 Capacidad Instalada	27
9.4 Cadena de abastecimiento	27
9.5 Recursos humanos	28
10) Análisis Financiero	29
10.1 Estado de Resultados proyectado a 5 años	29
10.2 Flujo de caja proyectado	29
10.3 Análisis del Punto de Equilibrio.....	30
10.4 Análisis de Sensibilidad	31
10.5 Indicadores Financieros	33
11. Conclusiones	34
12. Referencias:.....	36
13. Anexos.....	38

1) Justificación

Se elaborará un plan de negocios que incluya una estimación de demanda, un análisis operativo, y análisis financiero, para determinar la factibilidad de la apertura de una compañía de servicio de limpieza que logre satisfacer la creciente demanda de empresas en el Ecuador, específicamente en el sector de la Vía Daule de Guayaquil. Esto con el fin de iniciar un negocio competitivo y con potencial de crecimiento y rentabilidad.

El propósito es implementar un plan de negocios de una empresa de limpieza que ofrezca sus servicios dentro de un adecuado manejo de la higiene y sanidad ambiental, procurando la calidad profesional y bienestar de la sociedad. La empresa satisface la necesidad de limpieza en las instalaciones de diferentes entidades que por diferentes motivos les conviene contratar a una compañía externa a realizar este tipo de trabajo.

2) Problema a resolver

Actualmente en Ecuador, existe una creciente demanda de contratar servicios de limpieza para compañías, ya que sus dueños buscan obtener el servicio por parte de empresas externas, debido a que esto disminuye el costo de personal. En Guayaquil, actualmente existen varias compañías que ofrecen este tipo de servicio.

La limpieza es fundamental para la imagen corporativa de todo tipo de negocio, ya sea desde el punto de vista de los clientes o de sus empleados. Un lugar de trabajo ordenado y limpio ayuda al buen desempeño de sus trabajadores, a sentirse cómodos y a proteger su salud. Hay sociedades o ambientes higiénicos y antihigiénicos, saludables o no saludables. Y el estado de salud de sus individuos dependerá, en buena parte, del estado de salud del medio en el que viven; es decir, de las políticas de salud y bienestar que se apliquen. (Guereña, 2000)

La limpieza y desinfección en oficinas previene enfermedades como alergias, infecciones, etc. La Higiene de trabajo o higiene industrial definida por la American Industrial Hygienist Association (AIHA) como la “ciencia y arte dedicados al reconocimiento, evaluación y control de aquellos factores ambientales o tensiones emanadas o provocadas por el lugar de trabajo y que pueden ocasionar enfermedades, destruir la salud y el bienestar o crear algún

malestar significativo entre los trabajadores o ciudadanos de una comunidad”, también definida como la “técnica no medica de prevención de las enfermedades profesionales, que actúa sobre el ambiente y las condiciones de trabajo”, basa su actuación igualmente sobre la aplicación de las condiciones medioambientales del trabajo. (Cortés, 2007).

Una imagen corporativa íntegra refleja confianza a sus clientes, es por esta razón que la limpieza de un lugar es considerado un factor de gran influencia para las personas, un lugar limpio proyecta una imagen positiva. La limpieza es una necesidad en cualquier área, lo que genera un amplio mercado para este tipo de empresas. El saneamiento básico y la calidad ambiental son los dos elementos que definen las necesidades de acción de la Organización Panamericana de la Salud en la Región de las Américas. (Garza, Cantú; 2002). El área de saneamiento básico se encuentra las actividades relacionadas con la mejora de la salud, entre estas actividades se encuentra el aseo urbano el cual es indispensable para una buena calidad de vida. La limpieza regular de los lugares de trabajo, equipos y dispositivos debe llevarse a cabo para garantizar un adecuado nivel de higiene en el trabajo.

La creación de una empresa de servicio de limpieza representa una alternativa de negocio que permite crecer a largo plazo debido al extenso campo donde se puede ofrecer el servicio.

Actualmente en el Ecuador las empresas sub contratan estos servicios por evitar costos adicionales relacionados con el personal. Por otro lado, se encuentra la necesidad de mantener el entorno de trabajo en buenas condiciones que reflejen higiene, pulcritud, orden y comodidad. Cuando un lugar no posee una adecuada limpieza, problemas tales como polvo, microorganismos, virus y bacterias pueden aparecer, afectando a todos a su alrededor. La higiene y sanidad ambiental se ha convertido en un tema importante y es una de las mayores

preocupaciones para las organizaciones en la actualidad. La importancia de ofrecer un servicio de limpieza diferente es el principal objetivo. La empresa está enfocada a utilizar productos ecológicos para reducir el impacto ambiental ocasionado por los productos químicos, y evitar daños a la salud de la población.

El diseño de un plan de negocio de una compañía de servicio de limpieza va a proporcionar la información necesaria para implementar un negocio que responda a las necesidades del mercado. Empresas e instituciones grandes y pequeñas se beneficiarían de subcontratar a una compañía que haga la limpieza en sus instalaciones. Además de ahorrar excesivos gastos de mantener personal de planta y adquirir maquinaria, contratar una compañía especializada significa mejores resultados ya que la compañía de limpieza está capacitada para lograr un trabajo eficaz.

3) Objetivo General

La creación del plan de negocios tiene como objetivo la implementación de una empresa de servicios de limpieza integral ecológica para entidades privadas de la ciudad de Guayaquil.

4) Resumen Ejecutivo

El presente estudio tiene como objetivo elaborar un plan de negocios con el fin de analizar la factibilidad y viabilidad de establecer una compañía de servicio de limpieza en la ciudad de Guayaquil, para lo cual es necesario:

Realizar un estudio de mercado que permita identificar el nivel de aceptación de mercado que tiene el proyecto.

Analizar el comportamiento de la oferta y demanda por parte de los clientes y consumidores.

Cuantificar las necesidades operativas de la creación de una empresa de servicio de limpieza, que pueda ofrecer un servicio de calidad y esté en capacidad de atender la demanda generada por el mercado objetivo.

Brindar un servicio mediante un equipo de trabajo profesional utilizando productos altamente calificados con responsabilidad por el ser humano y el medio ambiente.

Realizar un análisis de costos generales e indicadores financieros para determinar la rentabilidad del proyecto y su crecimiento a futuro.

5) Misión y Visión

Misión: Prolimp es una empresa dedicada al servicio de limpieza integral, nuestro propósito es brindar un trabajo eficiente y responsable cuidando el medio ambiente.

Visión: Prolimp busca posicionarse en un mercado específico a nivel corporativo para formar estrategias comerciales a largo plazo.

6) Metas

Desarrollar un estudio de mercado para la empresa de servicios de limpieza generando una propuesta que le permita competir y posicionarse dentro del mercado objetivo.

Realizar un estudio financiero que demuestre la viabilidad económica y financiera del proyecto.

Realizar un estudio administrativo para evaluar las variables que intervienen en el funcionamiento de la empresa.

7) Viabilidad legal

Para crear una empresa el primer paso es constituirla formalmente como una compañía, para lo cual se necesitan los siguientes requisitos:

- Razón social aprobada: Se lo realiza en la página web de la Superintendencia de compañías, no tiene costo.
- Abrir una cuenta bancaria
- Elaborar estatutos: Se redactará la constitución de la compañía mediante una minuta firmada por un abogado.
- Constitución de compañía elevada a escritura pública: Esto se realiza mediante un notario público que validará lo previamente mencionado y la minuta con los estatutos.
- Publicación en un periódico: uno de los requisitos es anunciarse en un diario de alta circulación por un día.
- Inscribir las escrituras en el registro mercantil junto nombramientos de representante legal y administrador de la empresa. El costo dependerá del capital de la compañía. Se calcula con una tabla con un valor fijo más un factor de 1.45×1000 .
- Registro de la compañía ante la Superintendencia de Compañías
- Obtener RUC (registro único de contribuyentes) en el SRI.

- Patente municipal: donde el Municipio de Guayaquil permite en funcionamiento de la empresa, implica el pago de una tasa anual, la cual es el 1.5x1000 del total de los activos de la empresa.
- Además se necesitan los siguientes permisos:
- Permiso de funcionamiento por el Ministerio de Salud el cual tiene un costo de \$38,16.
- Permiso de bomberos: \$35

8) Análisis de Mercados

8.1 Mercado Objetivo:

El mercado a cubrir serán compañías ubicadas en el perímetro de la ciudad de Guayaquil, en particular el mercado a cubrir será enfocado alrededor de la Vía Daule hasta aproximadamente el Km. 15. Se ha elegido este sector ya que en él se encuentran una gran cantidad de empresas medianas a grandes que se caracterizan por requerir el tipo de servicio que ofrecemos.

Actualmente uno de los sectores con mayor concentración de industrias es La Vía Daule en la ciudad de Guayaquil. Cada vez mas diferentes empresas buscan nuevas localidades para sus plantas, bodegas y oficinas ya que necesitan espacios más amplios es por esto que muchas deciden localizarse a lo largo de la vía Daule. Desde el 2010, en La Vía Daule se concedieron 185 permisos para construcciones nuevas, remodelaciones o aumentos de instalaciones de empresas, según los permisos concedidos por el Municipio de Guayaquil. Actualmente, la vía alberga a 724 firmas de las cuales 270 son industrias; 360, bodegas y 94, galpones. (El Universo, 2014).

El tipo de cliente que requiera los servicios de limpieza de esta compañía serán de tipo oficina/industria las cuales requieren limpieza de oficinas y áreas comunes de los edificios donde labora la parte ejecutiva y operacional de la empresa. El perfil de las empresas que Prolimp desea captar son empresas grandes que valoren la calidad en el servicio y la responsabilidad por el cuidado del medio ambiente.

La empresa funcionará por medio de contratos de mínimo 6 meses y tendrá como objetivo empresas que tengan un área mínima de 500 mts². Por el tamaño de estas empresas, es necesario que tengan un equipo de limpieza para que sus espacios estén siempre limpios, ya que empresas pequeñas prefieren tener al propio personal de la compañía haciendo el trabajo.

Si bien es cierto que nuestro enfoque empezará con compañías localizadas en la Vía Daule, la empresa no se limitará a este sector. Cualquier incremento en la demanda por parte de consumidores externos a este grupo se considerará como demanda secundaria adicional que incrementará el volumen de ventas y rentabilidad del negocio.

8.2 Análisis PESTAL

Político:

El gobierno actual le ha dado una importancia particular a las pequeñas y medianas empresas ya que estas son eje fundamental para el crecimiento económico del país y la disminución del desempleo. Las Pymes obtuvieron un fuerte impulso al proclamarse un sistema económico Social y Solidario, el cual fomenta la producción en todas sus formas y busca el incentivo de la competitividad entre todos los actores económicos (Ekos, 2012). Diferentes instituciones públicas como la Corporación Financiera Nacional (CFN), Banco Nacional de

Fomento (BNF) y el Banco Central del Ecuador (BCE) desarrollan varios programas para apoyar directamente el crecimiento de las PYMES.

Económico:

El Ecuador enfrenta una crisis económica en el 2015 debido a la caída del precio del petróleo, la mayor fuente de ingreso del país.

Los inconvenientes para cubrir el financiamiento público, la falta de inversión privada y la caída del precio del petróleo que se dio en el segundo semestre de 2014, han propiciado una situación en la que es difícil mantener los niveles de crecimiento de años anteriores. (Ekos, 2014)

El gobierno ecuatoriano va a implementar medidas de restricción comercial bajo un incremento en tasas arancelarias para productos de importación. Estas medidas de restricción buscan aumentar el consumo de productos nacionales y así incrementar exportaciones no petroleras para mejorar la economía del país.

Los resultados para el año 2015 dependerán de la efectividad de las medidas restrictivas, de los mejores precios de productos primarios, del impacto de la disminución del precio del petróleo y la necesidad de la importación de derivados del petróleo. (Ekos, 2014).

La compañía va a establecerse en la ciudad de Guayaquil, la cual representa el 21,7% del PIB nacional, y es considerada la ciudad con más actividad comercial del Ecuador. Un informe de la Senplades explica que en la ciudad se asientan 733.977 empresas y se efectúa el 14% de las ventas nacionales. Es la urbe con mayor actividad económica y comercial. (El Telégrafo, 2013).

Social:

Una empresa de servicio de limpieza siempre va a ser necesitado en la sociedad ya que las personas pueden efectuar adecuadamente sus diferentes tareas, ya sean personales o laborales, en un ambiente limpio y ordenado. La correcta limpieza y desinfección de oficinas mejorará la productividad de la empresa ya que habrá menos problemas de salud entre su personal. (Cortés, 2007). La limpieza es necesaria además para reflejar una imagen positiva en un negocio ya que este va a reflejar confianza y seguridad a sus clientes.

No existen riesgos sociales considerables que puedan ser relevantes para el correcto funcionamiento de este negocio y su respectivo crecimiento.

Tecnológico:

Dada la naturaleza del negocio, el servicio de limpieza, la tecnología no es un factor que tenga un mayor impacto. Existe maquinaria y ciertos equipos que pueden optimizar el proceso de limpieza e influir positivamente en la eficiencia del trabajo. Debido a que el negocio está enfocado a oficinas, el uso de maquinaria no es necesaria a excepción de ciertas maquinas que pueden ser utilizadas esporádicamente como lo es aspirar ciertos espacios o muebles y pulir el piso. Al contrario, en la limpieza de áreas donde se utilice maquinaria industrial como por ejemplo en pavimentos, si es necesario utilizar equipos que van a hacer más eficientes las labores de la empresa ya que se puede hacer el trabajo en menos tiempo utilizando menos personal.

Ambiental:

Prolimp se caracterizara por ser una empresa con conciencia ambiental, tratando de reducir la huella ecológica. Los productos que se usaran para la limpieza y desinfección serán

productos biodegradables, minimizando el uso de productos tóxicos que puedan ser dañinos para el ser humano. Todos los productos utilizados son aprobados por el Ministerio de salud.

El uso del agua es, en la mayoría de casos, indispensable para poder ofrecer una limpieza profunda. Como una empresa con enfoque ecológico, Prolimp minimizara el uso de agua lo mayormente posible y esto se apoyara con el uso de productos innovadores que no necesiten enjuague.

El objetivo principal de la compañía es brindar un excelente servicio y así ayudar a mantener el orden y la pulcritud. Al ser una empresa de limpieza esta se preocupará por el debido manejo de residuos y desperdicios, lo que conlleva a un mejor manejo del medio ambiente.

Legal:

Prolimp es una compañía de servicio en el cual su “producto” final, la limpieza, dependerá directamente del personal de trabajo. En Ecuador, el gobierno del presidente Rafael Correa ha realizado varios cambios a la ley del código laboral donde se ha fijado un salario mínimo obligatorio más beneficios de ley que todo trabajador debe recibir. En el caso de este negocio, estas medidas afectan directamente a la compañía ya que se debe gastar más en personal consecuentemente disminuyendo las ganancias de la misma.

Actualmente los siguientes beneficios sociales obligatorios son:

- Afiliación a la Seguridad Social.
- Pago por horas extras y suplementarias.
- Pago de la Décimotercera Remuneración.
- Pago de la Décimocuarta remuneración.

- Pago del Fondo de reserva.
- Vacaciones anuales.
- El trabajador tiene derechos a un periodo de vacaciones laborales remuneradas.
- Pago de la Jubilación patronal.
- Licencia por Paternidad.
- Licencia por Maternidad.
- Pago del Subsidio por Maternidad.
- Pago de utilidades.

(Fuente: www.iess.gob.ec)

8.3 Análisis FODA

Fortalezas

- Propuesto atractiva en el mercado debido al uso de productos biodegradables
- Flexibilidad y competitividad de precios.
- Personal calificado y altamente capacitado
- Excelencia y compromiso con los clientes
- Utilización de productos de calidad

Debilidades

- Altos costos de productos de limpieza de calidad
- Elevados costos de personal
- La competencia tiene más experiencia y años en el mercado

- Poca confianza de parte de los clientes en tener empleados externos en su compañía.

Oportunidades

- Aumento de ventas potenciado por un rápido crecimiento de la demanda de servicios de limpieza
- Nuevas leyes laborales impulsan a compañías a buscar servicios externos para ahorrar costos de personal
- Oportunidad de expansión a diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil

Amenazas

- Incremento considerable en los precios de productos y maquinarias importados
- Falta de confianza por parte del cliente al ser una empresa nueva en el mercado

8.4 Análisis de las 4 Ps (Producto, precio, plaza, promoción)

Producto

El principal producto que ofrece Prolimp es el servicio integral de limpieza comercial. La empresa ofrecerá sus servicios a clientes de tipo oficina/industria las cuales requieren limpieza de oficinas y áreas comunes de los edificios donde labora la parte ejecutiva y operacional de la empresa. Los servicios ofrecidos se basan en la limpieza de empresas programadas en forma diaria, bajo contratos semestrales y anuales. El servicio consiste en limpieza de todo el lugar donde el servicio haya sido contratado, incluyendo la recolección de basura, quitar el polvo y limpieza de todas las superficies, barrido y fregado de suelos, y la limpieza de las puertas y

paredes. Además se ofrecerá limpieza de muebles, encerado del piso, limpieza de alfombras, limpieza de cristales, y limpieza de baños y las cocinas.

El enfoque de la compañía de servicio de limpieza tiene como principal objetivo mejorar la imagen corporativa de los clientes, haciendo de su lugar de trabajo espacios limpios con una imagen impecable y pulcra. La empresa selecciona cuidadosamente sus materiales de trabajo, con el fin de utilizar productos biodegradables que no atenten contra la salud de la población.

Precio:

El precio dependerá mayormente en la cantidad de metros cuadrados del lugar donde se va a trabajar, ya que de acuerdo al tamaño se considerará el número de empleados necesarios y la cantidad de producto a utilizar. Se ha calculado que para una limpieza general se necesitará un empleado por cada 100 mts² de área por una hora.

La tarifa base será cobrar \$1.90 dólares por metro cuadrado. Si le da un servicio a una oficina de 1000 mts² y le aplicamos la tarifa base, el total es de \$1900 mensual. Esta tarifa se ha fijado considerando gastos de la compañía tales como personal e insumos de limpieza y gastos administrativos. Antes de fijar un precio se realizará una inspección del área y se tomará en cuenta detalles como tamaño de áreas comunes, número de oficinas y baños, y espacios que necesiten una limpieza más minuciosa y de esto dependerá el valor total a cobrar. La empresa trabajará por medio de contratos anuales y se cobrará un valor mensual.

Plaza:

Prolimp brindará su servicio a través de sus empleados quienes realizarán el trabajo en las instalaciones del cliente. Se utilizará una oficina para gestionar labores administrativas. El lugar

contara con una bodega donde se almacenara maquinaria y materiales necesarios. Aunque se requerirá que los clientes posean un espacio propio donde los empelados puedan tener sus uniformes, equipos y materiales necesarios.

Promoción:

Marketing directo: Se realizarán llamadas a las personas encargadas de contratar los servicios de cada compañía. Después de hablar con los que estén interesados, se les enviará por correo electrónico cartas de presentación para informar al cliente de los servicios que se ofrecen. Los primeros clientes de la compañía serán obtenidos por medio de contactos personales de la gerencia.

Una herramienta importante para promocionar y dar a conocer la empresa será la creación de una página web que tendrá información como la descripción de la compañía y los diferentes servicios que esta ofrece. Igualmente al tener en cuenta la importancia de las redes sociales para los negocios en la actualidad, se creará una cuenta en Instagram, Twitter y Facebook.

Debido al target de la empresa no va a invertir en medios publicitarios de consumo masivo. Pero si contratara el servicio de la pagina web www.guiatelefonica.com.ec el cual tiene un costo \$240 anual.

8.5 Análisis de la demanda y oferta

Demanda

El análisis de la demanda se centra únicamente en el grupo objetivo: empresas ubicadas en la Vía Daule que poseen instalaciones de más de 1000 mts². Se realizaron entrevistas personales a 15

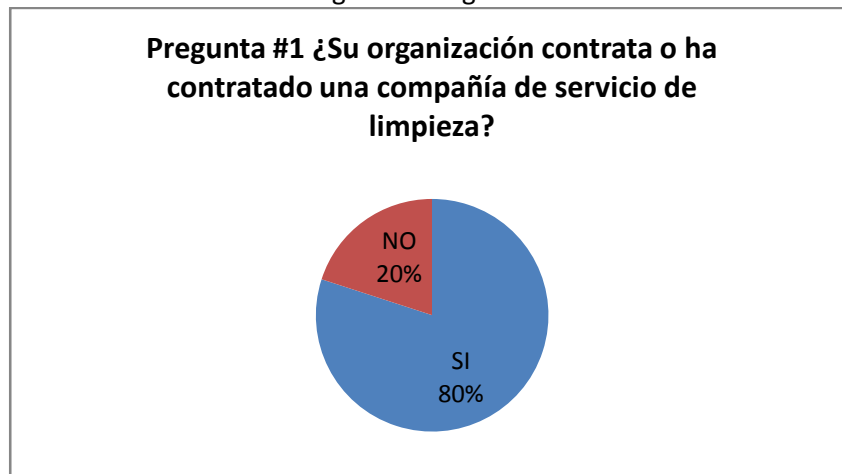
compañías donde se preguntó a sus cada uno de sus representantes sobre el tema de la limpieza en las instalaciones de la organización.

Se formularon preguntas con el fin de conocer la opinión de los entrevistados sobre tener una compañía de limpieza en sus oficinas y la importancia que tiene para ellos diferentes consideraciones en el ámbito de la limpieza. También se detallaron preguntas que ayudaran a conocer si es importante o no el uso de productos biodegradables desde el punto de vista del cliente.

El modelo de la encuesta se encuentra en la sección Anexos. (Pag.45) A continuación se grafican los resultados:

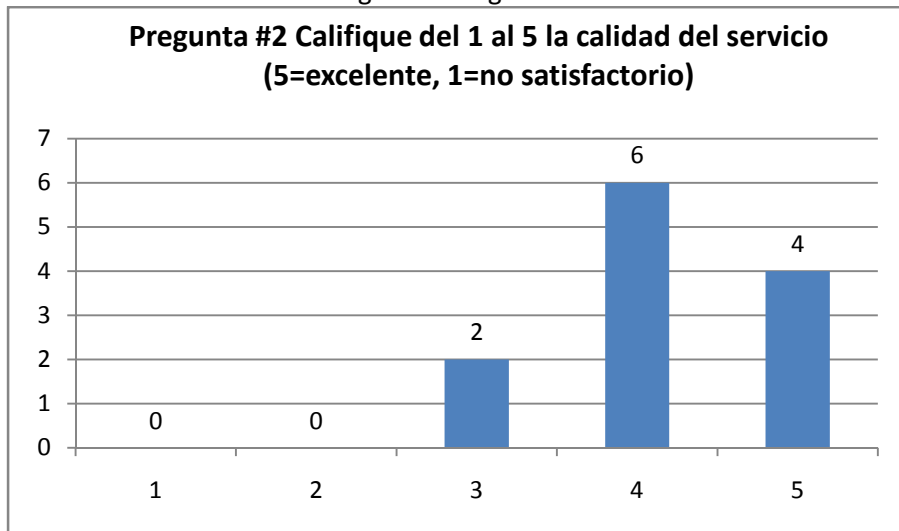
Resultados de la encuesta realizada al grupo objetivo

Figura 1: Pregunta 1



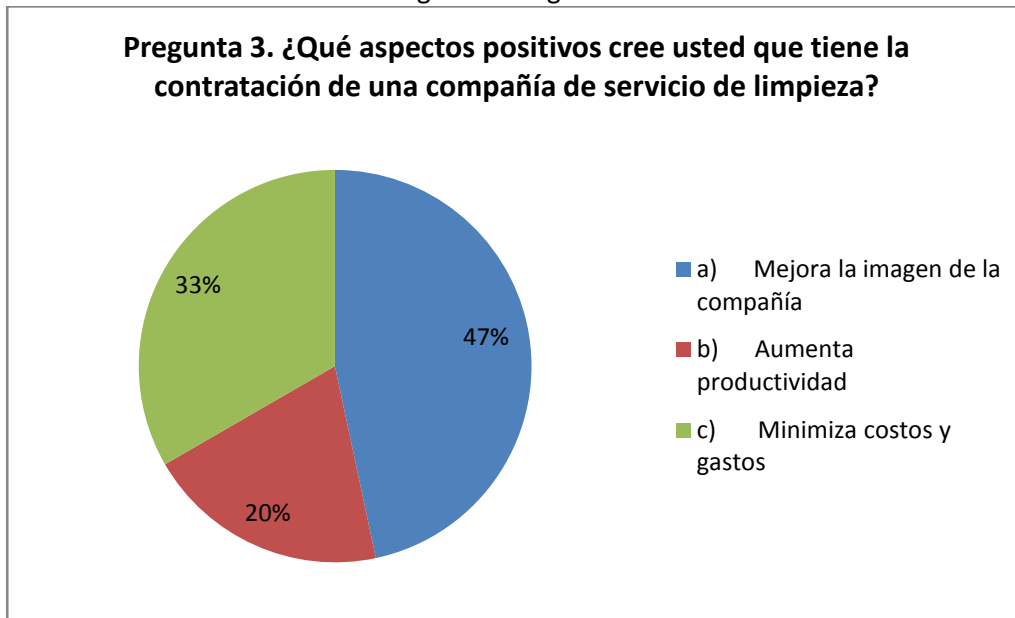
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El auto

Figura 2: Pregunta 2



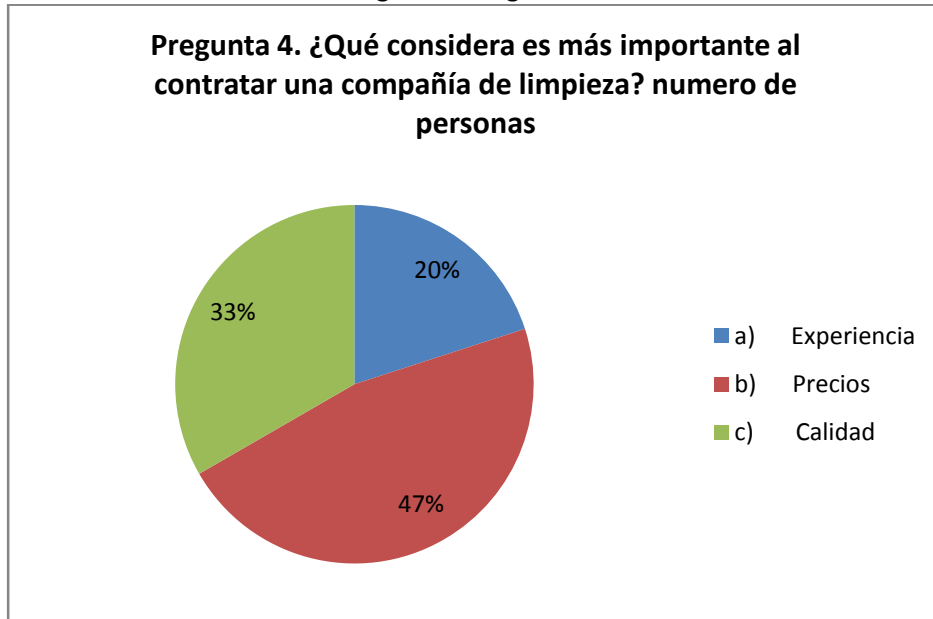
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Figura 3: Pregunta 3



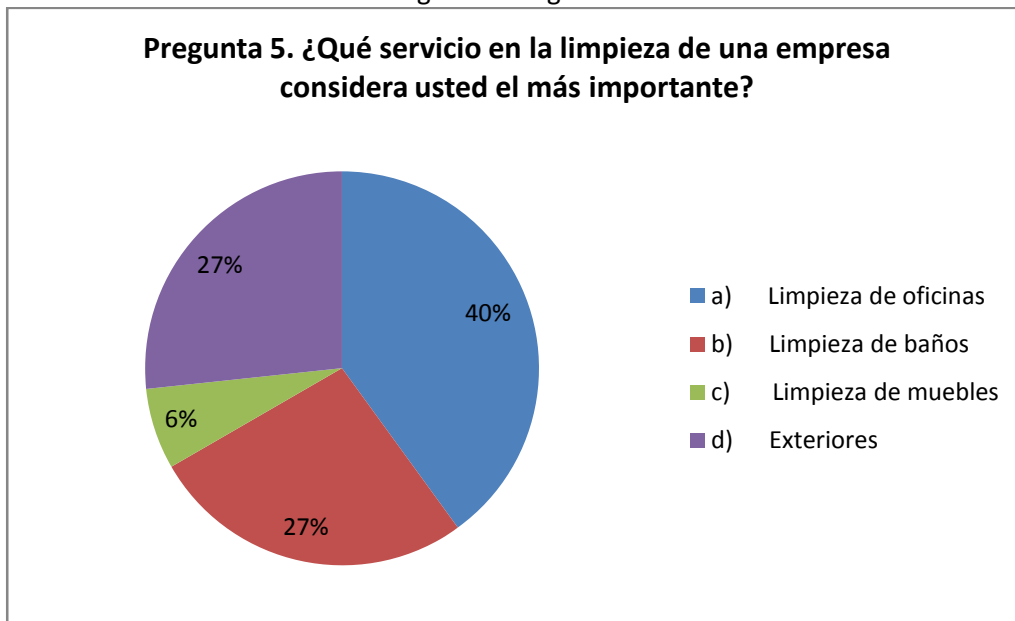
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Figura 4: Pregunta 4



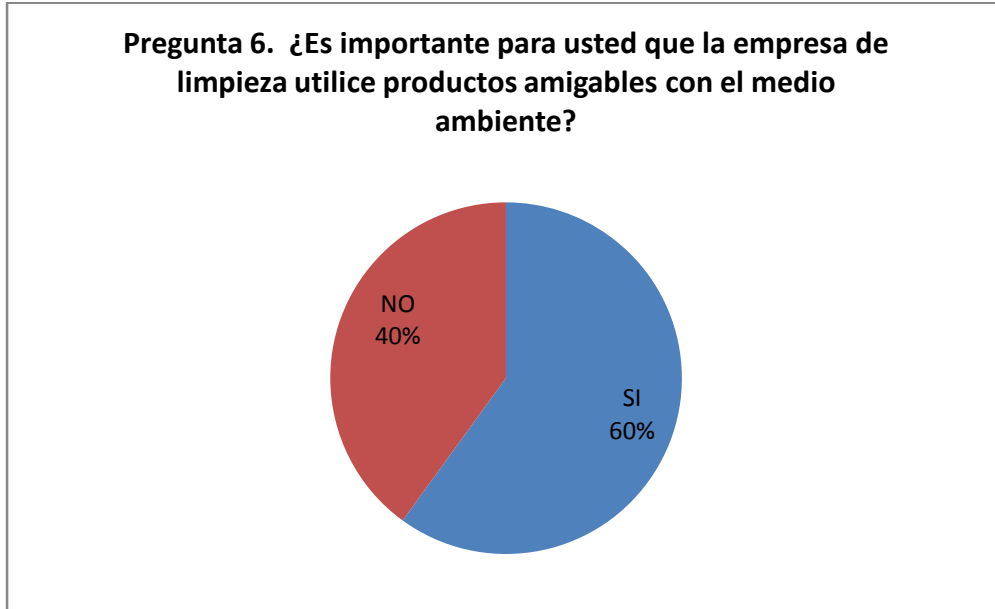
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Figura 5: Pregunta 5



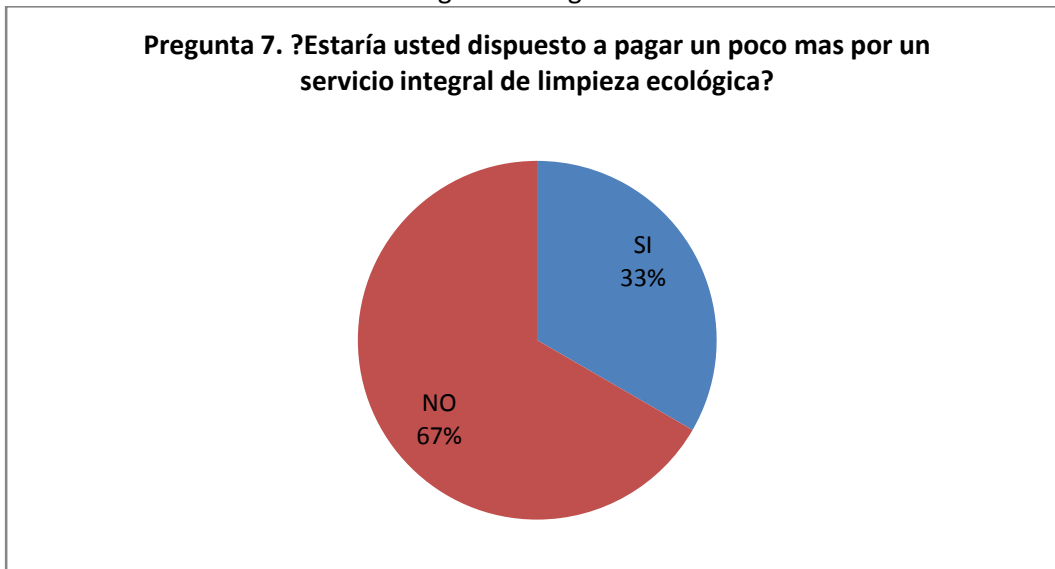
Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Figura 6: Pregunta 6



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Figura 7: Pregunta 7



Fuente: Encuesta
Elaborado por: El autor

Interpretación de resultados:

La encuesta demuestra que la mayoría de las empresas (80% de los encuestados) si tienen o han contratado una compañía de servicio de limpieza en su organización. Este resultado demuestra la gran oportunidad de mercado que tiene una empresa de este tipo, ya que existe una alta demanda en el sector de la limpieza comercial.

Se preguntó a los participantes su nivel de satisfacción del servicio que reciben y según los resultados podemos ver que la mayoría percibe el servicio como satisfactorio, con la calificación de 4 sobre 5. Esta respuesta nos ayuda a comprender que hacen falta servicios que ofrezcan un servicio de excelencia, y el objetivo de Prolimp es ofrecer un servicio superior.

Un propósito de esta investigación ha sido encontrar cuales son los valores más importantes para un cliente respecto al servicio de limpieza. En la pregunta numero 3, al inquirir que ventajas el cliente cree que obtiene al contratar el servicio de limpieza, se obtuvo como resultado que mejorar la imagen de la compañía tuvo la respuesta mayormente elegida, eligiendo en segundo lugar la minimización de costos en la organización.

Otro objetivo del estudio de mercado ha sido determinar que busca el cliente en una compañía de limpieza, para saber sus preferencias y cubrir las necesidades que este considere valiosas.

Al preguntar sobre la importancia entre experiencia, precios y calidad se encontró que las tres categorías resultaron muy importantes. El precio sobrepaso a las otras categorías, lo que demuestra la importancia de este tema al contratar un servicio. Ser competentes respecto a precios es crucial en un negocio, ya que debido a la gran cantidad de competencia, los clientes buscan una propuesta favorecedora sin dejar a un lado la calidad del servicio.

El servicio de limpieza tiene muchas áreas, en una organización normalmente se limpian áreas comunes, oficinas, baños y exteriores. En la pregunta número 5 se preguntó que área considera el cliente que merece mayor limpieza dentro de una organización y el resultado fueron las oficinas con un 40%, en segundo lugar los baños y exteriores, ambos con 27% ayudó a conocer las prioridades de algunos clientes respecto a sus necesidades de limpieza.

Las preguntas 6 y 7 se refieren a la importancia que tiene para los clientes el uso de productos biodegradables y se ha descubierto que para la mayoría si es importante pero todavía hay un número significativo que piensa lo contrario. Los productos biodegradables que tienen las debidas regulaciones y permisos tienen un costo más alto que los productos comunes. La última pregunta dio a conocer que el precio es un factor importante al elegir un producto ya que si bien ya mayoría de clientes prefieren productos que cuiden el medio ambiente, algunos no estarían dispuesto a pagar más por este valor agregado.

Oferta

En la ciudad de Guayaquil existe una gran cantidad de empresas dedicadas al servicio de limpieza, por lo hay una gran competencia en este tipo de negocio. Entre las más conocidas se encuentran: El Mejor, Plus mantenimientos, Sercolimp, Samcleaning, Varetza, Maxclean, Corlinsa, Clearclear, entre otras. Pero muy pocas ofrecen un servicio con productos de limpieza biodegradables que dispongan de los debidos permisos de salud. Una competencia directa para el negocio es Limpieza Verde S.A., una compañía especializada en ofrecer servicios de limpieza ecológica con 5 años en el mercado. Esta compañía tiene la ventaja de usar equipos de alta tecnología pero sus servicios son muy costosos.

La meta de Prolimp será destacarnos en el mercado como una compañía competente, eficiente y responsable, donde se brindara un servicio completo y eficiente utilizando los mejores productos.

8.6 Estrategia de diferenciación

Actualmente en la ciudad de Guayaquil la mayoría empresas de limpieza realizan el servicio de forma convencional utilizando productos comunes que afectan al medio ambiente. Si bien es cierto que existen ciertas compañías con un enfoque ecológico, son muy pocas. Es por esta razón que Prolimp va a diferenciarse ofreciendo un servicio especializado en calidad profesional usando productos biodegradables. La empresa se diferenciará de otros competidores por utilizar los mejores productos y maquinaria, ahorrando recursos naturales como el desperdicio innecesario de agua. La compañía no se va a enfocar en masificar servicios sino enfocarse en cierto tipo de clientes particulares de tipo industrial que posean instalaciones de un área mayor a 500mts².

8.7 Canales de Distribución

Debido la naturaleza del negocio, el servicio es ofrecido al cliente al momento de producirse. En este caso; el servicio que se ofrece, la limpieza, se hace por medio de los empleados en las instalaciones del cliente. La compañía trabaja mediante contratos, lo que significa que el servicio ya esta previamente contratado y llegará al cliente según se haya acordado.

Respecto a las ventas, el tipo de canal de distribución utilizado en este negocio es el canal de venta directa, el cual permite ponerse en contacto con sus clientes sin intermediarios a través

de visitas, pedidos por correo o en línea y tener un control completo sobre la presentación de ofertas y precios. La venta directa permite interactuar con los clientes, recibiendo información directa sobre lo que estos desean y de esta manera se puede llegar a negociaciones que beneficien a ambas partes.

9) Análisis operativo

9.1 Localización y descripción de las instalaciones

La empresa no necesita un local ya que el servicio se hace en las instalaciones del cliente. Es necesario contar con una oficina para las diferentes labores administrativas, además de una bodega donde se almacenen los productos y maquinarias requeridos para el servicio de limpieza.

Según las necesidades de la empresa se ha escogido el sector de La Alborada ya que se encuentra a poca distancia de nuestro mercado objetivo. Debido a que no se necesita mayor infraestructura para las oficinas, esa locación es conveniente debido a costos y proximidad con sectores industriales. La oficina estará ubicada en La Alborada decima etapa mz 413 villa 14. ya que esta cerca de nuestro mercado objetivo. La oficina cuenta con un área de 120 m² y cuenta con una bodega. La renta que se cancela mensualmente en el local es de \$350.

9.2 Métodos de producción

Prolimp es una compañía de servicios donde el objetivo realizar las operaciones de forma eficiente para ofrecer a sus clientes un excelente servicio. Antes de empezar el trabajo se siguen ciertos pasos como:

Inspección de instalaciones del cliente.

Enviar cotización de acuerdo a inspección y requerimientos del cliente.

A continuación se describen los pasos del proceso del servicio que ofrece la compañía una vez que ingresa al establecimiento hasta que termina su jornada laboral.

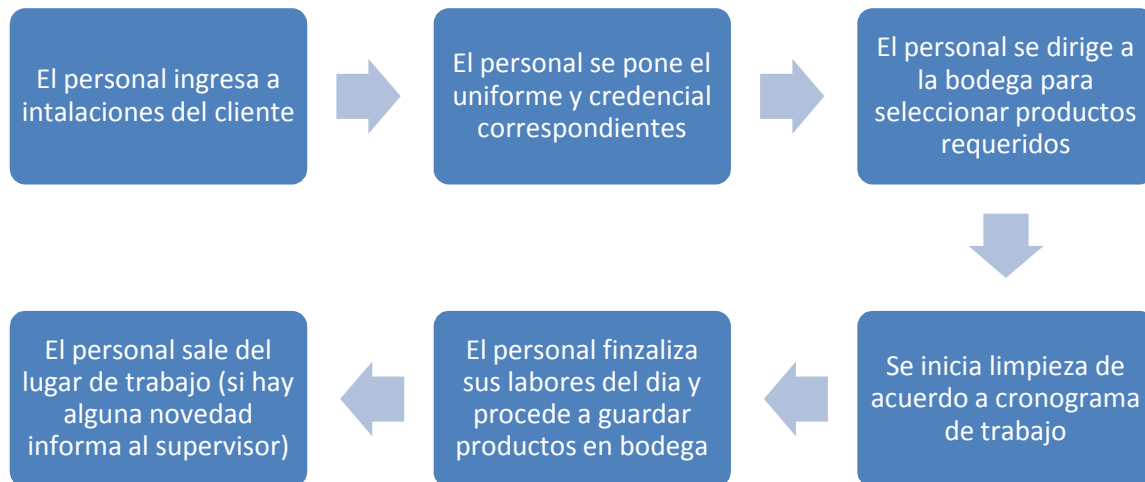


Figura 8 Elaborado por: El Autor

Utensilios y productos de limpieza

Para poder realizar la adecuada limpieza de un lugar es necesario contar con diversos implementos. La inversión inicial comprenderá de utensilios que se comprarán según el número de contratos. Como la empresa empieza con un contrato se adquieren una cantidad pequeña de implementos, a medida que se concretan más contratos, se irá adquiriendo más productos. Ciertos tipos de utensilios se comprarán con más frecuencia ya que su tiempo de duración es menor que otros.

Hay productos básicos que se necesitan para poder limpiar correctamente, estos son: Escoba, recogedor, cepillo, trapeador, limpiador de ventanas, franelamicro fibra, paño para

cristales, esponjas, cubeta y atomizador para líquidos. Además es necesario adquirir uniformes para los empleados ya que estos además de ofrecer protección al personal, ayuda a proyectar una imagen profesional.

Los productos químicos de limpieza se comprarán directamente a un distribuidor. Los químicos utilizados son biodegradables, de baja toxicidad, y tienen los debidos permisos y ficha técnica con la información de sus componentes. La marca de los productos utilizados es Kiehl, compañía alemana fabricante de productos químicos de limpieza. Se escogieron estos productos por su alta calidad y característica de fabricar productos biodegradables con bajo impacto ambiental.

Insumos de limpieza

Desinfectante: Desinet, marca Kiehl

Limpiador multiusos: Fiora clean, marca Kiehl

Detergente pisos: Claro Line, marca Kiehl

Anti sarro: PowerFix, marca Kiehl

9.3 Capacidad Instalada

La empresa cuenta con 6 empleados capacitados para trabajar una jornada laboral de tiempo completo. La compañía tiene un stock de equipos, materiales y productos con capacidad para brindar el servicio anual a un área de 5000mt².

9.4 Cadena de abastecimiento

Se ha logrado pactar un convenio con dos empresas para que sean los principales proveedores de los productos a utilizar. La empresa Iservitips, representante de Kiehl en Ecuador, será el principal proveedor de insumos de limpieza de Prolimp. La empresa Romersa será el proveedor de artículos de limpieza. Ambas compañías son distribuidores mayoristas y están siempre capacitados con su inventario para abastecer a la empresa según los productos necesitados.

9.5 Recursos humanos

La empresa al inicio contratará a seis empleados de limpieza, un supervisor, una secretaria y un conserje. La razón por la cual se considera emplear esta cantidad de personas es que la compañía empieza con cinco contratos fijos de un año. Las empresas tienen entre 750 y 3000 mts² de oficinas y áreas comunes, y se ha determinado que se necesitan 6 personas para mantener una limpieza continua de todas sus instalaciones durante el día. Las jornadas comprenden 8 horas laborales en las cuales el personal realizará la limpieza de áreas comunes, escaleras, oficinas, baños y cafetería.

El supervisor se encargará de semanalmente visitar cada instalación, una por día, donde se brinde el servicio y constatar que todo esté en orden, además de realizar un reporte sobre el trabajo y verificar el buen desempeño del personal.

A medida de que se obtengan más contratos, la empresa irá adquiriendo personal de limpieza adicional según sea necesario.

Es preciso para toda empresa realizar la contabilidad de la misma y para esto vamos a contratar los servicios de un contador externo ya que es una empresa pequeña y para minimizar costos no se va tener un contador de planta.

10) Análisis Financiero

10.1 Estado de Resultados proyectado a 5 años

Tabla 1: Estado de Resultados proyectado

Estado de Resultados proyectado						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 114,000.00	\$ 131,786.34	\$ 150,842.76	\$ 171,244.66	\$ 193,071.53
(-) Costo de Venta		\$ (51,479.64)	\$ (59,511.52)	\$ (68,116.93)	\$ (77,329.94)	\$ (87,186.43)
(=) Utilidad Bruta		\$ 62,520.36	\$ 72,274.82	\$ 82,725.82	\$ 93,914.72	\$ 105,885.11
(-) Gastos Administrativos		\$ (35,939.26)	\$ (34,862.07)	\$ (35,372.17)	\$ (35,903.24)	\$ (36,456.14)
(-) Gastos de Ventas		\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)
(=) Utilidad Operacional		\$ 25,741.10	\$ 36,572.75	\$ 46,513.65	\$ 57,171.48	\$ 68,588.97
(-) Gastos Financieros		\$ (1,353.11)	\$ (1,114.42)	\$ (845.44)	\$ (542.36)	\$ (200.83)
(=) Utilidad antes de Impuestos y % a Trabajadores		\$ 24,387.98	\$ 35,458.34	\$ 45,668.21	\$ 56,629.12	\$ 68,388.14
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (3,658.20)	\$ (5,318.75)	\$ (6,850.23)	\$ (8,494.37)	\$ (10,258.22)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (4,560.55)	\$ (6,630.71)	\$ (8,539.95)	\$ (10,589.65)	\$ (12,788.58)
Utilidad Neta		\$ 16,169.23	\$ 23,508.88	\$ 30,278.02	\$ 37,545.11	\$ 45,341.33

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

El estado de resultados proyectado nos muestra que la utilidad neta en el primer año se estima en aproximadamente \$16mil, lo cual representa un 14% de las ventas. Para el quinto año, se espera que la utilidad haya crecido a un poco más de \$45mil anuales, representando un 23% de las ventas. La utilidad bruta se ubica en aproximadamente el 55% de las ventas, lo cual es muy aceptable. Mientras, los gastos administrativos y de ventas tienen una oportunidad de mejora, pues representan el 33% de las ventas.

10.2 Flujo de caja proyectado

Tabla 2: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total Inversión Fija	\$ (9,520.00)					
(=) Utilidad antes de Impuestos y % a Trabajadores		\$ 24,387.98	\$ 35,458.34	\$ 45,668.21	\$ 56,629.12	\$ 68,388.14
Pago Part. Trab.			\$ (3,658.20)	\$ (5,318.75)	\$ (6,850.23)	\$ (8,494.37)
Pago de IR			\$ (4,560.55)	\$ (6,630.71)	\$ (8,539.95)	\$ (10,589.65)
EFFECTIVO NETO		\$ 24,387.98	\$ 27,239.59	\$ 33,718.75	\$ 41,238.94	\$ 49,304.12
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00
(+) Aporte Accionistas	\$ 10,000.00					
(+) Préstamo concedido	\$ 12,120.00	\$ (1,882.12)	\$ (2,120.82)	\$ (2,389.79)	\$ (2,692.88)	\$ (3,034.40)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ 12,600.00	\$ 24,093.87	\$ 26,706.77	\$ 32,916.96	\$ 40,134.06	\$ 47,857.72
(+) Saldo Inicial	\$ -	\$ 12,600.00	\$ 36,693.87	\$ 63,400.63	\$ 96,317.59	\$ 136,451.66
(=) FLUJO ACUMULADO	\$ 12,600.00	\$ 36,693.87	\$ 63,400.63	\$ 96,317.59	\$ 136,451.66	\$ 184,309.38

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

El flujo de caja promedio durante los 5 años muestra un excedente de aproximadamente \$40 mil dólares.

10.3 Análisis del Punto de Equilibrio

Tabla 3: Análisis del Punto de Equilibrio

Costos Fijos

Mano de Obra Directa Anu	\$ 45,971.11
Arriendo Local	\$ 4,200.00
Sueldos y Salarios	\$ 22,024.10
Servicios Básicos para la A	\$ 720.00
Suministros de Oficina	\$ 600.00
Asesorías Contables y Leg	\$ 3,600.00
Internet y Celular	\$ 960.00
Permisos	\$ 120.00
Depreciación Área Admini	\$ 948.00
Transporte Administrativo	\$ 1,200.00
Gastos de Pre-Operativos	\$ 1,567.16
Gastos de Pre-Operativos	
Publicidad anual	\$ 240.00
Gastos financieros	\$ 1,882.12
Costo Fijo Total	\$ 84,032.49

Costos Variables

MD	\$ 2,828.53
Mantenimiento Equipos	\$ 20.00
Transp. - Com. / año	\$ 150.00
Total	\$ 2,998.53

Unidades Prod. / Año 60,000

Costo Variable Unitario \$ 0.05

Precio de Venta Unitario \$ 1.90

$$PE = CF / (P - CVU)$$

PE = 45,422 unidades al año, o \$ 86,302.49

76%

PE = 3,785 unidades al mes, o \$ 7,191.87

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Para calcular el punto de equilibrio se toma en consideración el costo variable unitario, que es de \$0.05 por unidad. La unidad representa un metro cuadrado, lo cual significa que el costo de limpieza es de \$0.05 centavos el metro cuadrado. De igual manera, se calcula un precio de venta unitario de \$1.90 dólares. Al incluir en la fórmula el total de costos fijos anuales (aproximadamente \$84mil), se obtiene un punto de equilibrio de cerca de 45,422 unidades valoradas en \$86,302.49, o el 76% de las ventas anuales estimadas en el escenario ideal. Esto representa ventas mensuales de \$7,191.87 dólares, o 3,785 unidades al mes. Por lo tanto, existe un margen amplio de ventas para no caer debajo del PE.

10.4 Análisis de Sensibilidad

Tabla 4: Análisis de Sensibilidad

Análisis de Sensibilidad							Variación
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Inversión Total	\$ (22,119.52)						-20%
Ventas		\$ 91,200.00	\$ 105,429.07	\$ 120,674.20	\$ 136,995.73	\$ 154,457.23	0%
(-) Costo de Venta		\$ (51,479.64)	\$ (59,511.52)	\$ (68,116.93)	\$ (77,329.94)	\$ (87,186.43)	
(=) Utilidad Bruta		\$ 39,720.36	\$ 45,917.55	\$ 52,557.27	\$ 59,665.79	\$ 67,270.80	
(-) Gastos Administrativos		\$ (35,939.26)	\$ (34,862.07)	\$ (35,372.17)	\$ (35,903.24)	\$ (36,456.14)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	
(=) Utilidad Operacional		\$ 2,941.10	\$ 10,215.48	\$ 16,345.10	\$ 22,922.55	\$ 29,974.66	
(-) Gastos Financieros		\$ (1,353.11)	\$ (1,114.42)	\$ (845.44)	\$ (542.36)	\$ (200.83)	
(=) Utilidad antes de Impuestos y % a Trabajador		\$ 1,587.98	\$ 9,101.07	\$ 15,499.66	\$ 22,380.19	\$ 29,773.83	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (238.20)	\$ (1,365.16)	\$ (2,324.95)	\$ (3,357.03)	
Pago de IR		\$ -	\$ (337.45)	\$ (1,933.98)	\$ (3,293.68)	\$ (4,755.79)	
Efectivo Neto		\$ 1,587.98	\$ 8,525.42	\$ 12,200.52	\$ 16,761.57	\$ 21,661.01	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 1,580.00	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 11,032.36	
(+) Préstamo concedido		\$ (1,882.12)	\$ (2,120.82)	\$ (2,389.79)	\$ (2,692.88)	\$ (3,034.40)	
Flujo Neto del Periodo	\$ (22,119.52)	\$ 1,293.87	\$ 7,992.61	\$ 11,398.73	\$ 15,656.69	\$ 32,826.97	
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (22,119.52)	\$ (20,825.66)	\$ (12,833.05)	\$ (1,434.32)	\$ 14,222.37	\$ 47,049.34	

TIR 34.82%
VAN \$ 11,848.52
Pay Back 3.09 años

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

El análisis demuestra que existe sensibilidad a cambios en ingresos dada la naturaleza del negocio (servicios). Si bajan las ventas en un 20% (tamaño promedio de cliente en relación en total de ventas) resulta en un VAN positivo, lo que significa que el negocio igual sería rentable.

Tabla 5: Análisis de Sensibilidad (incremento de ventas 20%)

Análisis de Sensibilidad							Variación
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Inversión Total	\$ (22,119.52)						20%
Ventas		\$ 136,800.00	\$ 158,143.61	\$ 181,011.31	\$ 205,493.60	\$ 231,685.84	0%
(-) Costo de Venta		\$ (51,479.64)	\$ (59,511.52)	\$ (68,116.93)	\$ (77,329.94)	\$ (87,186.43)	
(=) Utilidad Bruta		\$ 85,320.36	\$ 98,632.09	\$ 112,894.37	\$ 128,163.66	\$ 144,499.41	
(-) Gastos Administrativos		\$ (35,939.26)	\$ (34,862.07)	\$ (35,372.17)	\$ (35,903.24)	\$ (36,456.14)	
(-) Gastos de Ventas		\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	
(=) Utilidad Operacional		\$ 48,541.10	\$ 62,930.02	\$ 76,682.20	\$ 91,420.41	\$ 107,203.28	
(-) Gastos Financieros		\$ (1,353.11)	\$ (1,114.42)	\$ (845.44)	\$ (542.36)	\$ (200.83)	
(=) Utilidad antes de Impuestos y % a Trabajador		\$ 47,187.98	\$ 61,815.60	\$ 75,836.76	\$ 90,878.06	\$ 107,002.44	
Pago Part. Trab.		\$ -	\$ (7,078.20)	\$ (9,272.34)	\$ (11,375.51)	\$ (13,631.71)	
Pago de IR		\$ -	\$ (10,027.45)	\$ (13,135.82)	\$ (16,115.31)	\$ (19,311.59)	
Efectivo Neto		\$ 47,187.98	\$ 44,709.96	\$ 53,428.60	\$ 63,387.23	\$ 74,059.15	
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 1,580.00	
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 11,032.36	
(+) Préstamo concedido		\$ (1,882.12)	\$ (2,120.82)	\$ (2,389.79)	\$ (2,692.88)	\$ (3,034.40)	
Flujo Neto del Periodo	\$ (22,119.52)	\$ 46,893.87	\$ 44,177.14	\$ 52,626.81	\$ 62,282.36	\$ 85,225.11	
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (22,119.52)	\$ 24,774.34	\$ 68,951.49	\$ 121,578.30	\$ 183,860.65	\$ 269,085.77	

TIR **213.20%**
VAN **\$ 142,378.52**
Pay Back **0.47** años

Sensible a cambios en ingresos dada la naturaleza del negocio (servicios) Si suben las ventas en un 20% (tamaño promedio de cliente en relación en total de ventas) resulta en un mejoramiento considerable en el TIR, VAN, y Pay Back

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Si se considera un escenario optimista en el cual las ventas aumenten un 20%, lo que sucede al aumentar un cliente. Si suben las ventas en un 20% (tamaño promedio de cliente en relación en total de ventas) resulta en un mejoramiento considerable en el TIR, VAN, y Pay

Back. En conclusión, es sensible a cambios en ingresos dada la naturaleza del negocio (servicios).

10.5 Indicadores Financieros

Tabla 6: Cálculo de TIR y VAN

Calculo de Tasa Interna de Retorno Y Valor Actual Neto						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	\$ (22,119.52)					
(=) Utilidad antes de Impuestos y % a Trabajadores		\$ 24,387.98	\$ 35,458.34	\$ 45,668.21	\$ 56,629.12	\$ 68,388.14
Pago Part. Trab.						
Pago de IR						
EFFECTIVO NETO		\$ 24,387.98	\$ 35,458.34	\$ 45,668.21	\$ 56,629.12	\$ 68,388.14
(+) Deprec. Área Prod.		\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00	\$ 640.00
(+) Deprec. Área Adm.		\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00
(+) Valor Residual de Act. Tang.						\$ 1,580.00
(+) Recuperación Cap. Trabajo						\$ 11,032.36
(+) Préstamo concedido		\$ (1,882.12)	\$ (2,120.82)	\$ (2,389.79)	\$ (2,692.88)	\$ (3,034.40)
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$ (22,119.52)	\$ 24,093.87	\$ 34,925.52	\$ 44,866.42	\$ 55,524.25	\$ 79,554.10
Saldo Periodo de Recuperación	\$ (22,119.52)	\$ 1,974.34	\$ 36,899.86	\$ 81,766.28	\$ 137,290.53	\$ 216,844.63

Tasa Interna de Retorno	139.46%	
Valor Actual Neto	\$139,598.09	Tasa del 12 %
Recuperación	0.92	años

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: El autor

Con el escenario presupuestado, se espera tener un flujo neto de \$24,093.87 en el primer año de operación, y que éste crezca hasta \$79,554.10 en el quinto año. Con estos resultados, la tasa interna de retorno se calcula en 139.46%, y el valor actual neto en \$139,598.09 asumiendo un costo de oportunidad del 12%. La inversión inicial de \$22,119.52 sería recuperada en 0.92 años.

Tabla 7: Índices de Rentabilidad

Índices de Rentabilidad					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROS	14.18%	17.84%	20.07%	21.92%	23.48%
ROA	36.23%	52.68%	43.41%	37.15%	32.47%
ROE	61.79%	47.32%	37.87%	31.95%	27.84%
ROI	161.69%	235.09%	302.78%	375.45%	453.41%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Con las condiciones de un escenario presupuestado podemos analizar los siguientes indicadores financieros. El Retorno sobre las Ventas o Utilidad Neta en el primer año es del 14.18%, pero en el quinto año llega a un 23.48%. El Retorno sobre Activos es del 36.23% en el primer año y este disminuye a 32.47% en el quinto año. Durante este periodo de 5 años el Retorno sobre Patrimonio disminuye de 61.79% a 27.84%, en este mismo periodo el Retorno sobre inversión aumenta de 161.69% a 453.41% al finalizar el quinto año.

11. Conclusiones

A pesar de que se está trabajando con escenarios conservadores y prudentes, el plan de negocios para la creación de una compañía de limpieza en la ciudad de Guayaquil muestra una factibilidad favorable y nivel de aceptación alto, tanto en el ámbito de mercadeo, como en el operativo y financiero.

El estudio de mercado demuestra que el negocio y su oferta de servicios recibirían una amplia aceptación. Se cuenta con ventajas competitivas frente a los competidores directos en distintos aspectos como calidad de servicio y el uso de materiales y productos biodegradables. El servicio es asequible para el tipo de mercado al cual está dirigido, y se estima tener una demanda consistente que sea atendida por todas las fortalezas del negocio.

El análisis operativo demuestra que todas las operaciones logísticas y productivas del negocio se pueden llevar a cabo sin mayores complicaciones. Se tiene previstas y cuantificadas todas las necesidades operativas del negocio para la correcta entrega del servicio. Finalmente, se tienen definidas las necesidades de recursos humanos y capacitación del personal.

El análisis financiero incluye la elaboración de los indicadores de desempeño como el ROI, ROE, ROA, TIR, y VAN, los cuales confirman la rentabilidad del negocio, ejecutando todas sus necesidades operativas y logísticas con diferentes escenarios de ventas, debidamente validados por el estudio del plan de negocios. Se demuestra que el negocio es financieramente viable, altamente rentable, y con amplio potencial de crecimiento. Se requiere una inversión de cerca de \$23mil que se recuperaría en menos de un año.

En conclusión, el negocio cumple las expectativas generales, así como en el ámbito de mercado, operativo, y financiero.

12. Referencias:

- Cortés, J. M., & Díaz, J. M. C. (2007). *Técnicas de prevención de riesgos laborales: seguridad e higiene del trabajo*. Editorial Tebar.
- Guereña, J. L. (2000). Urbanidad, higiene e higienismo. *Áreas: Revista internacional de ciencias sociales*, (20), 61-72)
- Pérez Jiménez, D., Diego Garrido, Y., Corona Miranda, B., Espinosa Díaz, R., & González Pérez, J. E. (2011). Enfoque actual de la salud ambiental. *Revista Cubana de Higiene y Epidemiología*, 49(1), 84-092.
- Ordóñez, G. A. (2000). Salud ambiental: conceptos y actividades. *Rev Panam Salud Publica*, 7(3), 137-47.
- Estallo, M. D. L. A. G., & De la Fuente, F. G. (2013). *Cómo crear y hacer funcionar una empresa*. ESIC Editorial.
- Díaz, M. M. L. (2002). Marketing Ecológico y Sistemas de Gestión Ambiental: conceptos y estrategias empresariales. *Revista Galega de Economía*, 11(2), 0. Díaz, M. M. L. (2002).
- La Industria actora indiscutible del progreso, *Visión de la Industria de Guayaquil Sinopsis Documento elaborado por la Cámara de Industrias de Guayaquil Vicepresidencia Técnica; Dirección de Estudios* (Enero, 2010). Recuperado del Enero del 2015 de http://www.industrias.ec/archivos/documentos/folleto_industria_1_%28verde%29.pdf
- El Universo. (2014). El desarrollo industrial y logístico continua a lo largo de vía a Daule. Recuperado del Febrero del 2015 de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/07/07/nota/3201146/desarrollo-industrial-logistico-continua-largo-daule>
- ELO. (2014) <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/beneficios-sociales-del-trabajador/>

Ekos. (2014). *Unidad Análisis Económico Perspectivas económicas 2015*<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=5094>

Tasas de aportación. <http://www.iess.gob.ec/documents/13718/54965/Tasasdeaportacion.pdf>

Fondos de Reserva. <http://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/fondos-de-reserva>

El Universo. (2014) Salario básico unificado del 2015 será de \$ 354; un alza de \$14. Recuperado de Febrero del 2015 de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/30/nota/4388021/salario-basico-unificado-2015-sera-354-alza-14>

13. Anexos

Tabla 8: Inversion Inicial

Activo No Corriente	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil	VALOR RESIDUAL	Depreciación Anual	Depreciación mensual
Aspiradoras	5	\$ 400.00	\$ 2,000.00	5		\$ 400.00	\$ 33.33
Pulidora/Abrillantadora	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	5		\$ 240.00	\$ 20.00
Computadores	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00	5		\$ 400.00	\$ 33.33
Muebles y Enseres	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	10		\$ 300.00	\$ 25.00
Impresora Multifuncional	1	\$ 300.00	\$ 300.00	5		\$ 60.00	\$ 5.00
Teléfonos	2	\$ 30.00	\$ 60.00	5		\$ 12.00	\$ 1.00
Archivadores	2	\$ 80.00	\$ 160.00	10		\$ 16.00	\$ 1.33
Acondicionares de Aire	1	\$ 800.00	\$ 800.00	5		\$ 160.00	\$ 13.33
Total Inversión Fija			\$ 9,520.00			\$ 1,588.00	\$ 132.33

Gastos Pre-Operativos		Valor Total
Gastos constitucion de compania		\$ 500.00
Permisos		\$ 267.16
Gastos de Imagen Corporativa		\$ 500.00
Gastos de Investigación de Mercado		\$ 300.00
Total Gastos Pre-Operacionales		\$ 1,567.16

Inversion Inicial		Valor Total
Total Inversión Fija		\$ 9,520.00
Total Gastos Pre-Operacionales		\$ 1,567.16
Capital de Trabajo		\$ 11,032.36
Total Inversion Fija		\$ 22,119.52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 9: Costos de Produccion

Materiales Directos de Limpieza					
	Costo Unidad	Unidades Anuales	Costo Anual	M2	Costo M2
Escoba	\$ 3.49	18	\$ 62.82	5,000	\$ 0.01
Recogedor	\$ 2.69	18	\$ 48.42	5,000	\$ 0.01
Trapeador	\$ 17.98	6	\$ 107.88	5,000	\$ 0.02
Cepillo	\$ 1.52	18	\$ 27.36	5,000	\$ 0.01
Mopa/Repuesto	\$ 10.09	12	\$ 121.08	5,000	\$ 0.02
Sacudidor	\$ 3.69	12	\$ 44.28	5,000	\$ 0.01
Paños	\$ 0.25	72	\$ 18.00	5,000	\$ 0.00
Microfibra	\$ 5.29	3	\$ 15.87	5,000	\$ 0.00
Esponja	\$ 0.50	120	\$ 60.00	5,000	\$ 0.01
Esponja Lana Acero	\$ 0.19	100	\$ 19.00	5,000	\$ 0.00
Fibra Abrasiva Industrial	\$ 0.25	60	\$ 15.00	5,000	\$ 0.00
Cubeta	\$ 5.48	12	\$ 65.76	5,000	\$ 0.01
Balde	\$ 1.77	12	\$ 21.24	5,000	\$ 0.00
Atomizador Liquidos	\$ 0.60	36	\$ 21.60	5,000	\$ 0.00
Guantes	\$ 1.42	24	\$ 34.08	5,000	\$ 0.01
Limpieador Ventana	\$ 8.89	12	\$ 106.68	5,000	\$ 0.02
Funda Basura Industrial	\$ 0.31	2,000	\$ 622.00	5,000	\$ 0.12
Detergente Piso	\$ 10.28	60	\$ 616.80	5,000	\$ 0.12
Limpiador Superficie	\$ 4.17	100	\$ 416.90	5,000	\$ 0.08
Limpiador Anti Sarro	\$ 6.47	40	\$ 258.96	5,000	\$ 0.05
Desinfectante	\$ 1.04	120	\$ 124.80	5,000	\$ 0.02
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	\$ 86.37		\$ 2,828.53	5,000	\$ 0.57

Costo Total Materiales Directos de Limpieza					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Material Directo por M2	\$ 0.57	\$ 0.57	\$ 0.57	\$ 0.57	\$ 0.57
M2/Año	5,000	5,500	6,000	6,500	7,000
Costo Material Directo / Mes	\$ 235.71	\$ 259.28	\$ 282.85	\$ 306.42	\$ 330.00
Costo Material Directo / Año	\$ 2,828.53	\$ 3,111.38	\$ 3,394.24	\$ 3,677.09	\$ 3,959.94

Costos Indirectos de Prestación de Servicios

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Transporte	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Mantenimiento Equipos	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Depreciación PP&E	\$ 53.33	\$ 53.33	\$ 53.33	\$ 53.33	\$ 53.33
Total Mensual	\$ 223.33	\$ 223.33	\$ 223.33	\$ 223.33	\$ 223.33
Total Anual	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00

Costo de Producción Total					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Directos Anual	\$ 2,828.53	\$ 3,111.38	\$ 3,394.24	\$ 3,677.09	\$ 3,959.94
Mano de Obra Directa Anual (Fija)	\$45,971.11	\$53,720.13	\$62,042.70	\$ 70,972.85	\$ 80,546.48
Costo Indirecto Anual	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00	\$ 2,680.00
Total	\$51,479.64	\$59,511.52	\$68,116.93	\$ 77,329.94	\$ 87,186.43

Costo Total M2 Mensual	\$ 0.86	\$ 0.90	\$ 0.95	\$ 0.99	\$ 1.04
Costo Total M2 Anual	\$ 10.30	\$ 10.82	\$ 11.35	\$ 11.90	\$ 12.46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 10: Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	
	Año 1
Costo del Servicio	\$ 51,479.64
Gastos Administrativos	\$ 35,939.26
Gastos de Ventas	\$ 840.00
Costo Anual de Operación	\$ 88,258.90

Ciclo de Efectivo	
	Año 1
Días de Adquisición y Producción	30
Días de Venta	0
Días de Cobro	45
(-) Días de Pago	30
CICLO EFECTIVO EN DÍAS	45

CAPITAL DE TRABAJO	\$ 11,032.36
---------------------------	---------------------

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 11: Gastos Administrativos

Total Gastos Administrativos					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo Local	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00	\$ 4,200.00
Sueldos y Salarios	\$ 22,024.10	\$ 22,514.07	\$ 23,024.17	\$ 23,555.24	\$ 24,108.14
Servicios Básicos para la Administración	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00
Suministros de Oficina	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Asesorías Contables y Legales	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00
Internet y Celular	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00	\$ 960.00
Permisos	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
Depreciación Área Administrativa	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00	\$ 948.00
Transporte Administrativo	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Gastos de Pre-Operativos	\$ 1,567.16	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS ADM.	\$ 35,939.26	\$ 34,862.07	\$ 35,372.17	\$ 35,903.24	\$ 36,456.14

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 12: Gastos Financieros

Inversión Total	
Inversion Fija	\$ 9,520.00
Gastos Pre-Operacionales	\$ 1,567.16
Capital de Trabajo	\$ 11,032.36
	\$ 22,119.52

Capital Propio	\$ 10,000.00
-----------------------	---------------------

Capital Requerido	\$ 12,119.52
--------------------------	---------------------

Condiciones del Crédito	
Valor del Préstamo	\$ 12,120.00
Periodos de pago	60
Tasa de interés	12%
Forma de capitalización	mensual a 5 años
Pago	\$269.60

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 13: Estado de Pérdidas y Ganancias

Estados de Pérdidas y Ganancias						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 114,000.00	\$ 131,786.34	\$ 150,842.76	\$ 171,244.66	\$ 193,071.53
(-) Costo de Venta		\$ (51,479.64)	\$ (59,511.52)	\$ (68,116.93)	\$ (77,329.94)	\$ (87,186.43)
(=) Utilidad Bruta		\$ 62,520.36	\$ 72,274.82	\$ 82,725.82	\$ 93,914.72	\$ 105,885.11
(-) Gastos Administrativos		\$ (35,939.26)	\$ (34,862.07)	\$ (35,372.17)	\$ (35,903.24)	\$ (36,456.14)
(-) Gastos de Ventas		\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)	\$ (840.00)
(=) Utilidad Operacional		\$ 25,741.10	\$ 36,572.75	\$ 46,513.65	\$ 57,171.48	\$ 68,588.97
(-) Gastos Financieros		\$ (1,353.11)	\$ (1,114.42)	\$ (845.44)	\$ (542.36)	\$ (200.83)
(=) Utilidad antes de Impuestos y % a Trabajadores		\$ 24,387.98	\$ 35,458.34	\$ 45,668.21	\$ 56,629.12	\$ 68,388.14
(-) Participación Trabajadores	15%	\$ (3,658.20)	\$ (5,318.75)	\$ (6,850.23)	\$ (8,494.37)	\$ (10,258.22)
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (4,560.55)	\$ (6,630.71)	\$ (8,539.95)	\$ (10,589.65)	\$ (12,788.58)
Utilidad Neta		\$ 16,169.23	\$ 23,508.88	\$ 30,278.02	\$ 37,545.11	\$ 45,341.33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Tabla 14: Balance General

Balance General						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
A. CORRIENTE						
Efectivo	\$ 12,600.00	\$ 36,693.87	\$ 63,400.63	\$ 96,317.59	\$ 136,451.66	\$ 184,309.38
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pagos Anticipados	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventario	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total Activo Corriente	\$ 12,600.00	\$ 36,693.87	\$ 63,400.63	\$ 96,317.59	\$ 136,451.66	\$ 184,309.38
A. NO CORRIENTE						
Aspiradoras	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Pulidora/Abrillantadora	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
(-) Deprec. Acum. Área Prod.	\$ -	\$ (640.00)	\$ (1,280.00)	\$ (1,920.00)	\$ (2,560.00)	\$ (3,200.00)
Computadores	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00
Muebles y Enseres	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Impresora Multifuncional	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
Teléfonos	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Archivadores	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00	\$ 160.00
Acondicionares de Aire	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
(-) Deprec. Acum. Área Adm.	\$ -	\$ (948.00)	\$ (1,896.00)	\$ (2,844.00)	\$ (3,792.00)	\$ (4,740.00)
Total Activo NO Corriente	\$ 9,520.00	\$ 7,932.00	\$ 6,344.00	\$ 4,756.00	\$ 3,168.00	\$ 1,580.00
TOTAL ACTIVOS	\$ 22,120.00	\$ 44,625.87	\$ 69,744.63	\$ 101,073.59	\$ 139,619.66	\$ 185,889.38
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Porción Corriente de la Deuda	\$ 1,882.12	\$ 2,120.82	\$ 2,389.79	\$ 2,692.88	\$ 3,034.40	\$ -
Particip. De Trab. Por Pagar	\$ -	\$ 3,658.20	\$ 5,318.75	\$ 6,850.23	\$ 8,494.37	\$ 10,258.22
Imp. A la Renta por Pagar	\$ -	\$ 4,560.55	\$ 6,630.71	\$ 8,539.95	\$ 10,589.65	\$ 12,788.58
Total Pasivo Corriente	\$ 1,882.12	\$ 10,339.57	\$ 14,339.25	\$ 18,083.06	\$ 22,118.41	\$ 23,046.80
PASIVO NO CORRIENTE						
Deuda a Largo Plazo	\$ 10,237.88	\$ 8,117.06	\$ 5,727.27	\$ 3,034.40	\$ -	\$ -
Total Pasivo NO Corriente	\$ 10,237.88	\$ 8,117.06	\$ 5,727.27	\$ 3,034.40	\$ -	\$ -
Total PASIVO	\$ 12,120.00	\$ 18,456.63	\$ 20,066.52	\$ 21,117.46	\$ 22,118.41	\$ 23,046.80
PATRIMONIO						
Capital	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00
Utilidad Retenidas	\$ -	\$ 16,169.23	\$ 39,678.11	\$ 69,956.13	\$ 107,501.24	\$ 152,842.58
Total PATRIMONIO	\$ 10,000.00	\$ 26,169.23	\$ 49,678.11	\$ 79,956.13	\$ 117,501.24	\$ 162,842.58
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 22,120.00	\$ 44,625.87	\$ 69,744.63	\$ 101,073.59	\$ 139,619.66	\$ 185,889.38

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: El autor

Encuesta Proyecto Prolimp

1. ¿Su organización contrata o ha contratado una compañía de servicio de limpieza?
 - a) Si
 - b) No

2. Califique del 1 al 5 la calidad del servicio (5=excelente, 1=no satisfactorio)

3. ¿Qué aspectos positivos cree usted que tiene la contratación de una compañía de servicio de limpieza?
 - a) Mejora la imagen de la compañía
 - b) Aumenta productividad
 - c) Minimiza costos y gastos

4. ¿Qué considera es más importante al contratar una compañía de limpieza?
 - a) Experiencia
 - b) Precios
 - c) Calidad

5. ¿Qué servicio en la limpieza de una empresa considera usted el más importante?
 - a) Limpieza de oficinas
 - b) Limpieza de baños
 - c) Limpieza de muebles
 - d) Exteriores

6. ¿Es importante para usted que la empresa de limpieza utilice productos amigables con el medio ambiente?
 - a) Si
 - b) No

7. ¿Estaría usted dispuesto a pagar un poco mas por un servicio integral de limpieza ecológica?
 - a) Si
 - b) No

