



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Plan de negocios para la creación, implementación y funcionamiento de una empresa de servicios de limpieza de hogares en la ciudad de Manta.

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

AUTOR: Tapia Moncayo, Verónica Alexandra

DIRECTOR DE TESIS: Armijos Buitrón, Verónica, MBA

CENTRO UNIVERSITARIO MANTA

2014



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2015

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

Ingeniera.

Verónica Armijos Buitrón.

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de fin de titulación: "Plan de negocios para la creación, implementación y funcionamiento de una empresa de servicios de limpieza de hogares en la ciudad de Manta." realizado por Verónica Alexandra Tapia Moncayo, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, diciembre de 2014

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo Verónica Alexandra Tapia Moncayo declaro ser autora del presente trabajo de fin de titulación: “Plan de negocios para la creación, implementación y funcionamiento de una empresa de servicios de limpieza de hogares en la ciudad de Manta.”, de la Titulación de Ingeniería en Administración de Empresas siendo Verónica Armijos Buitrón directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f.

Autor: Verónica Alexandra Tapia Moncayo

Cédula: 1714590179

AGRADECIMIENTO

Agradezco ante todo a Dios, por ayudarme y guiarme día a día, abrir las puertas para poder concluir con un sueño y darme la fuerza y endereza para no decaer en el intento.

A toda mi familia, mis padres, esposo e hijos, por ser mi motor y a la Universidad Técnica Particular de Loja por permitirme ser una profesional, y darnos la oportunidad a aquellas personas que no podemos cursar una carrera presencial cumplir una meta y un sueño.

Verónica Alexandra Tapia Moncayo

DEDICATORIA

De manera especial a mi esposo, que ha sido mi motor y guía. Gracias a su amor, apoyo, confianza y consejos, he tenido la fuerza para concluir con mis estudios.

Verónica Alexandra Tapia Moncayo

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|------|
| APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN | ii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| ÍNDICE DE CUADROS..... | x |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS..... | xiii |
| ÍNDICE DE ANEXOS..... | xiv |
| RESUMEN EJECUTIVO..... | 1 |
| ABSTRACT..... | 2 |
| INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| CAPÍTULO I..... | 4 |
| ESTUDIO DE MERCADO | 4 |
| 1 Estudio de mercado..... | 5 |
| 1.1 Análisis de la demanda | 5 |
| 1.1.1 Población | 5 |
| 1.1.2 Muestra | 6 |
| 1.1.3 Levantamiento y tabulación de información..... | 7 |
| 1.1.4 Demanda..... | 13 |
| 1.2 Análisis de la competencia..... | 14 |
| 1.2.1 Análisis de precios | 17 |
| CAPÍTULO II..... | 18 |

| | |
|--|----|
| PLAN DE OPERACIÓN O PRODUCCIÓN | 18 |
| 2 Plan de operación o producción..... | 19 |
| 2.1 Localización de la empresa..... | 19 |
| 2.2 Distribución de planta..... | 20 |
| 2.3 Producción | 21 |
| 2.3.1 Procesos de producción..... | 21 |
| 2.3.2 Descripción de la prestación del servicio | 26 |
| 2.3.3 Diagrama de flujo del proceso administrativo | 27 |
| 2.3.4 Flujogramas de procesos..... | 28 |
| 2.4 Equipos | 28 |
| 2.5 Recurso Humano | 28 |
| CAPÍTULO III..... | 29 |
| PLAN DE MARKETING | 29 |
| 3 Plan de marketing..... | 30 |
| 3.1 Filosofía empresarial..... | 30 |
| 3.1.1 Nombre | 30 |
| 3.1.2 Misión..... | 30 |
| 3.1.3 Visión | 30 |
| 3.1.4 Valores | 30 |
| 3.1.5 Logotipo | 31 |
| 3.2 Marketing mix | 32 |
| CAPÍTULO IV | 35 |
| PLAN DE ORGANIZACIÓN..... | 35 |

| | | |
|-------|--|----|
| 4 | Plan de organización | 36 |
| 4.1 | Antecedentes | 36 |
| 4.2 | Organigrama | 36 |
| 4.3 | Manual de funciones | 37 |
| 4.3.1 | Descripción de Funciones de la empresa Servimaid | 37 |
| 4.4 | Aspectos legales | 38 |
| 4.4.1 | Derechos de los trabajadores domésticos | 38 |
| 4.4.2 | Obligaciones de los trabajadores domésticos..... | 39 |
| 4.4.3 | Obligaciones del empleador..... | 39 |
| 4.4.4 | Jornada de trabajo del trabajador doméstico..... | 40 |
| 4.4.5 | Vacaciones de los trabajadores domésticos..... | 40 |
| 4.4.6 | Sanciones..... | 40 |
| | CAPÍTULO V | 41 |
| | ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO..... | 41 |
| 5 | Análisis económico – financiero | 42 |
| 5.1 | Inversiones | 42 |
| 5.1.1 | Inversión fija | 42 |
| 5.1.2 | Inversión diferida..... | 44 |
| 5.1.3 | Capital de operación | 45 |
| 5.1.4 | Inversión total..... | 46 |
| 5.2 | Financiamiento | 46 |
| 5.3 | Presupuestos | 46 |
| 5.3.1 | Presupuesto de ingresos | 46 |

| | | |
|-------|-----------------------------------|----|
| 5.3.2 | Presupuesto de gastos | 48 |
| 5.4 | Estados Financieros..... | 53 |
| 5.4.1 | Balance general | 53 |
| 5.4.2 | Estado de resultados | 54 |
| 5.5 | Punto de equilibrio..... | 54 |
| 5.6 | Análisis financiero | 56 |
| 5.6.1 | Flujo de caja..... | 56 |
| 5.6.2 | TMAR | 57 |
| 5.6.3 | VAN..... | 58 |
| 5.6.4 | TIR | 58 |
| 5.6.5 | Relación beneficio / costo | 59 |
| 5.6.6 | Recuperación de la inversión..... | 59 |
| | CONCLUSIONES | 61 |
| | RECOMENDACIONES..... | 62 |
| | BIBLIOGRAFÍA..... | 63 |
| | ANEXOS..... | 65 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro 1.- Segmentación del Mercado..... | 14 |
| Cuadro 2.- Empresas de limpieza del Cantón Manta..... | 15 |
| Cuadro 3.- Precios de la competencia..... | 17 |
| Cuadro 4.- Cuadro de Localización..... | 19 |
| Cuadro 5.- Precios de los servicios prestados por Servimaid..... | 33 |
| Cuadro 6.- Detalle de publicidad..... | 34 |
| Cuadro 7.- Inversión Fija..... | 42 |
| Cuadro 8.- Equipos y herramientas..... | 42 |
| Cuadro 9.- Muebles y Enseres..... | 43 |
| Cuadro 10.- Equipo de cómputo..... | 43 |
| Cuadro 11.- Equipo de oficina..... | 44 |
| Cuadro 12.- Vehículo..... | 44 |
| Cuadro 13.- Inversiones diferidas..... | 45 |
| Cuadro 14.- Capital de operación..... | 45 |
| Cuadro 15.- Inversión Total..... | 46 |
| Cuadro 16.- Fuente de Financiamiento..... | 46 |
| Cuadro 17.- Determinación de los ingresos..... | 47 |
| Cuadro 18.- Proyección de ingresos..... | 48 |
| Cuadro 19.- Gastos..... | 48 |
| Cuadro 20.- Materiales..... | 49 |
| Cuadro 21.- Gastos Generales..... | 50 |
| Cuadro 22.- Gastos de Mantenimiento..... | 50 |

| | |
|---|----|
| Cuadro 23.- Suministros | 51 |
| Cuadro 24.- Gastos útiles de oficina..... | 51 |
| Cuadro 25.- Gastos de Alquiler | 52 |
| Cuadro 26.- Gastos de publicidad y promoción..... | 52 |
| Cuadro 27.- Balance General Proyectado | 53 |
| Cuadro 28.- Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado | 54 |
| Cuadro 29.- Flujo de caja | 56 |
| Cuadro 30.- Cálculo TMAR..... | 57 |
| Cuadro 31.- Valor Actual Neto..... | 58 |
| Cuadro 32.- Tasa Interna de Retorno..... | 58 |
| Cuadro 33.- Beneficio / Costo..... | 59 |
| Cuadro 34.- Recuperación de la inversión | 60 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1.- Estratificación del Nivel Socioeconómico del Ecuador..... | 5 |
| Figura 2.- Cinco Fuerzas de Porter | 16 |
| Figura 3.- Ubicación del local comercial | 20 |
| Figura 4.- Distribución de instalaciones..... | 20 |
| Figura 5.- Proceso limpieza piso | 21 |
| Figura 6.- Proceso limpieza cocina..... | 22 |
| Figura 7.- Proceso limpieza y desinfección de baños | 23 |
| Figura 8.- Proceso lavado de ventanas | 24 |
| Figura 9.- Proceso lavado de cortinas | 24 |
| Figura 10.- Proceso limpieza de techo | 25 |
| Figura 11.- Proceso limpieza de jardines | 25 |
| Figura 12.- Proceso limpieza de alfombras | 26 |
| Figura 13.- Diagrama de Flujo..... | 27 |
| Figura 14.- Logotipo Servimaid S.A..... | 31 |
| Figura 15.- Mezcla del Marketing Mix..... | 32 |
| Figura 16.- Canal de distribución..... | 34 |
| Figura 17.- Organigrama SERVIMAID..... | 36 |
| Figura 18.- Punto de Equilibrio | 55 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1.- Familias que disponen de servicio doméstico | 7 |
| Gráfico 2.- Satisfacción del servicio doméstico actual..... | 8 |
| Gráfico 3.- Aceptación del servicio de limpieza externo | 8 |
| Gráfico 4.- Frecuencia de limpieza del hogar | 9 |
| Gráfico 5.- Interés por actividades de limpieza..... | 10 |
| Gráfico 6.- Presupuesto mensual | 11 |
| Gráfico 7.- Medios de información..... | 12 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| Anexo 1.- Glosario de términos | 65 |
| Anexo 2.- Características de los estratos A, B y C+..... | 67 |
| Anexo 3.- Cálculo frecuencia promedio..... | 70 |
| Anexo 4.- Cálculo mano de obra | 71 |
| Anexo 5.- Tabla de amortización de préstamo a Banco Fomento..... | 71 |
| Anexo 6.- Diseño de la Encuesta | 72 |
| Anexo 7.- Depreciaciones..... | 75 |
| Anexo 8.- Amortizaciones..... | 75 |
| Anexo 9.- Nómina del Personal..... | 75 |
| Anexo 10.- Mano de obra directa | 76 |
| Anexo 11.- Mano de obra Indirecta | 76 |
| Anexo 12.- Sueldos y Salarios Administrativos | 76 |
| Anexo 13.- Sueldos y Salarios de Ventas | 76 |
| Anexo 14.- Precauciones en la limpieza de alfombras..... | 77 |
| Anexo 15.- 10 Reglas de atención al cliente | 79 |
| Anexo 16.- Gestión de quejas y sugerencias | 80 |
| Anexo 17.- Página web de la empresa..... | 80 |

RESUMEN EJECUTIVO

Con el lanzamiento de la campaña de trabajo doméstico digno, se suscitaron varios problemas, entre los cuales se tiene el despido del personal de servicio doméstico de varios hogares que ya no pueden cubrir el costo de los incrementos realizados en los últimos años; generándose un nicho de mercado para empresas que se dediquen a prestar servicios de limpieza y mantenimiento de hogares, que brinde dichos servicios por tiempos determinados, sin necesidad de que el cliente asuma directamente los costos patronales, sino que efectúe los pagos por horas de servicio, estaría contribuyendo en la solución del problema de la falta de personal para limpieza y además se contribuiría en la generación de nuevas fuentes de empleo.

En este trabajo investigativo se presentan los resultados obtenidos en el estudio de mercado realizado, donde se constató la viabilidad comercial para la implementación de la empresa Servimaid.

Se detallan los procesos a seguir para la prestación del servicio, así como el cálculo de los insumos, materiales, equipo y mano de obra necesaria para su ejecución.

Finalmente se realiza un análisis económico - financiero de la empresa, a fin de determinar la viabilidad de su implementación.

Palabras claves: emprendimiento, servicio de limpieza, investigación, negocios.

ABSTRACT

With the launch of the campaign worthy domestic work, several problems, among which is the dismissal of the domestic staff of several homes they can no longer cover the cost of the increases made in recent years were raised ; generating a niche market for companies engaged in providing cleaning and household maintenance , to provide such services for seasons without the customer directly assume the employer costs, but to make the payments for hours, would contribute in solving the problem of lack of cleaning staff and also help in generating new jobs .

The results of the market study, where commercial viability for the implementation of the company was found Servimaïd presented in this research work.

Processes to continue to provide the service as well as the calculation of the supplies, materials, equipment and labor required for execution detailed work.

Finally, an economic analysis is performed - Financial Company, to determine the feasibility of its implementation.

Keywords: entrepreneurship, cleaning, research, business.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo presenta el plan de negocios para la creación, implementación y puesta en marcha de una empresa de servicios de limpieza para hogares en el Cantón Manta.

Para la creación de una nueva empresa es necesario conocer la realidad de cada una de las necesidades que se presentan en los diferentes sectores del cantón Manta, y así saber si un nuevo servicio llenará las expectativas de la población en estudio.

Generalmente toma su tiempo crear, innovar, reclutar, capacitar y desarrollar las actividades que se implementarán en el proceso, ya que siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de INVERTIR.

Mediante esta investigación se pretende validar la importancia de implementar la empresa SERVIMAID, a través del análisis realizado se determinó el impacto positivo que tendría la implementación de este servicio en las familias del cantón Manta.

Este proyecto tiene como objetivo principal elaborar un plan de negocios para la creación, implementación y funcionamiento de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de hogares en la ciudad de Manta, para lo cual se aplicó la metodología apropiada para obtener la información requerida. Se utilizó el método deductivo para describir el capítulo I y II; el inductivo e inferencial para generalizar la aplicación del plan de negocios. Como técnicas de investigación se utilizaron: en la elaboración de los capítulos I y II, la recopilación documental, en el capítulo III, en la fase de investigación de mercados se utilizó la encuesta, la cual se aplicó en 377 hogares del cantón Manta, y en base a los datos recabados se pudo tomar decisiones en cuanto a recursos, mano de obra e inversiones necesarias para la realización del proyecto.

Finalmente cabe destacar que el presente trabajo investigativo es un aporte académico que permite evidenciar para cualquier lector el entorno de la creación de un negocio de servicios de limpieza evidenciando todos los aspectos teórico - prácticos para su implementación.

CAPÍTULO I

ESTUDIO DE MERCADO

1 Estudio de mercado

1.1 Análisis de la demanda

1.1.1 Población

La población en estudio son las familias del cantón Manta; Según datos proporcionados por el Gobierno Municipal del Cantón Manta, en este cantón existen 55.884 hogares; en el presente estudio se tomó como población a las familias de los estratos C+, B y A, obteniendo un total poblacional de esta categoría de 20.062 familias. Para detalles de las características de los estratos ver la Figura 1 que se encuentra a continuación:

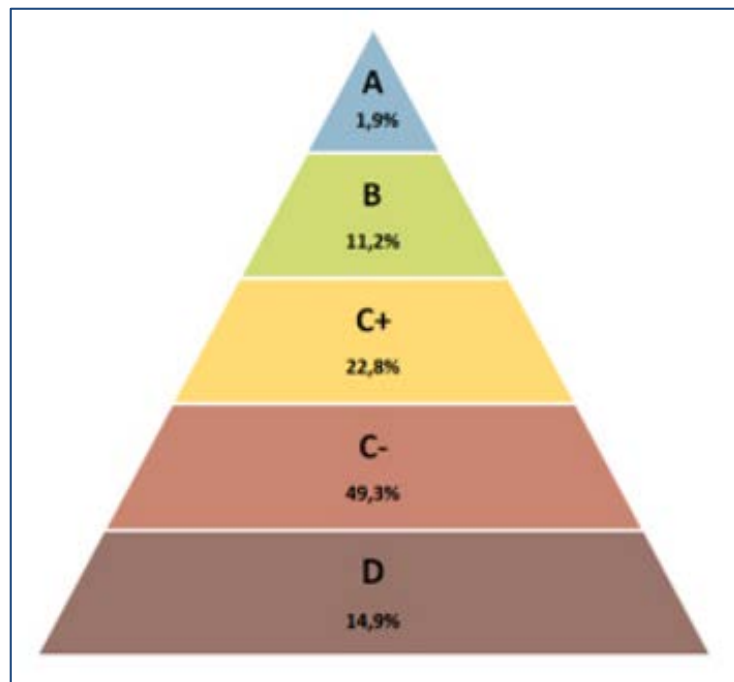


Figura 1.- Estratificación del Nivel Socioeconómico del Ecuador

Fuente: INEC

1.1.2 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{(e^2 * N) + (z^2 * P * Q)}$$

En donde:

Z = Intervalo de confianza = 95% (1.96)

P = Probabilidad de éxito = 50% (0.5)

Q = Probabilidad de fracaso = 50% (0.5)

e = Error de estimación = 5% (0.05)

N = Población = 104.182 habitantes

A continuación se realiza el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 20.062}{(0,05^2 * 20.062) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{19.267,54}{(50,155) + (0,9604)}$$

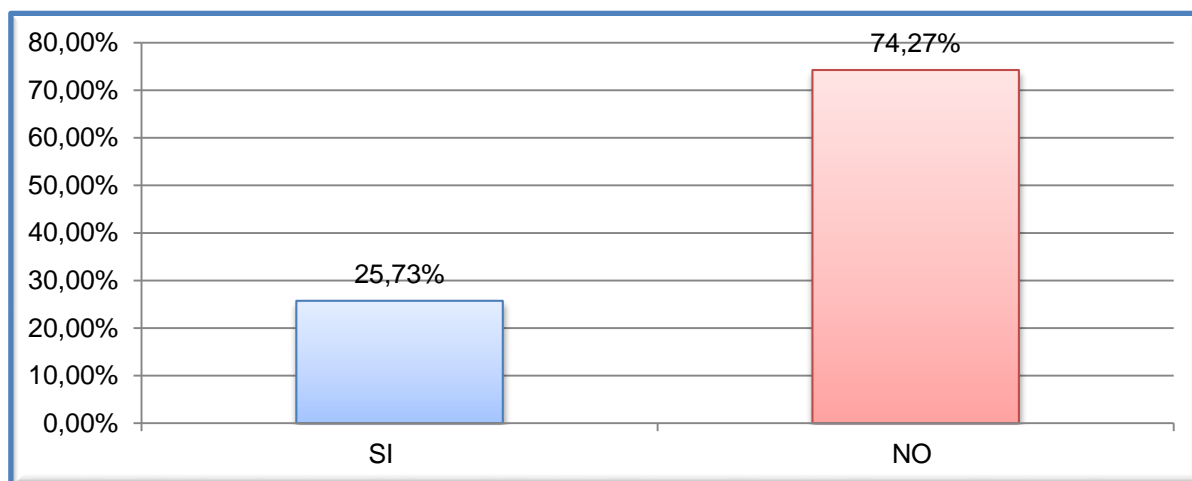
n = 377 familias

1.1.3 Levantamiento y tabulación de información

La encuesta es de carácter personal, realizada a familias que pertenecen a los estratos A, B y C+ de la ciudad de Manta. Las encuestas fueron ejecutadas entre las fechas: 13 de abril del 2013 al 26 de mayo del 2013, cabe recalcar que las encuestas se las realizó los días sábados y domingos con un total de 14 días, con un promedio de 27 encuestas diarias, en lo que se ejecuta este estudio.

1. Dispone usted de personal de servicio doméstico

Gráfico 1.- Familias que disponen de servicio doméstico



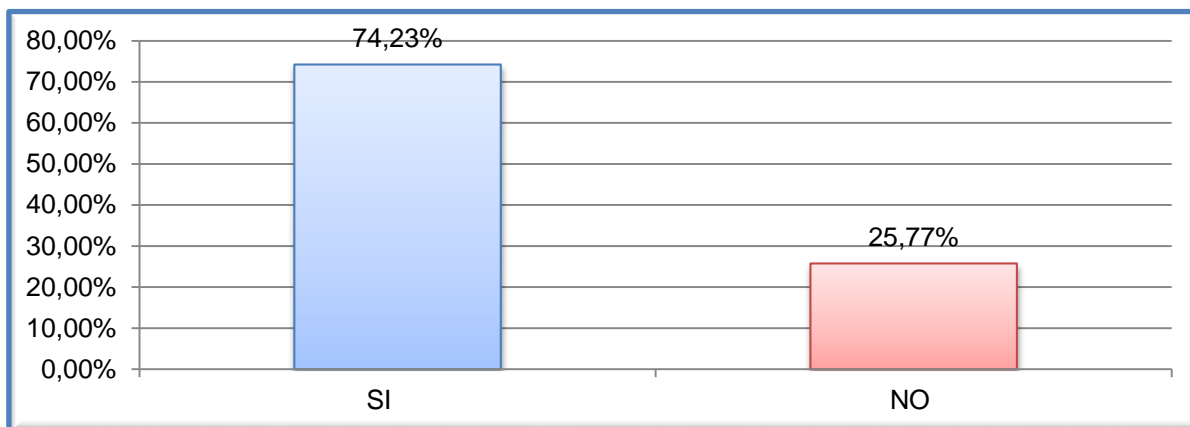
Fuente: Investigación dirigida (mayo, 2013)

Elaborado por: La Autora

Los resultados evidencian que el 25,73% de las familias del cantón Manta disponen de personal de servicio doméstico, y el 74,27% no cuenta con este servicio. Lo cual demuestra que existe un mayor grupo potencial de familias que podrían adquirir los servicios de la empresa Servimaid.

2. Está satisfecho con el servicio doméstico que dispone

Gráfico 2.- Satisfacción del servicio doméstico actual



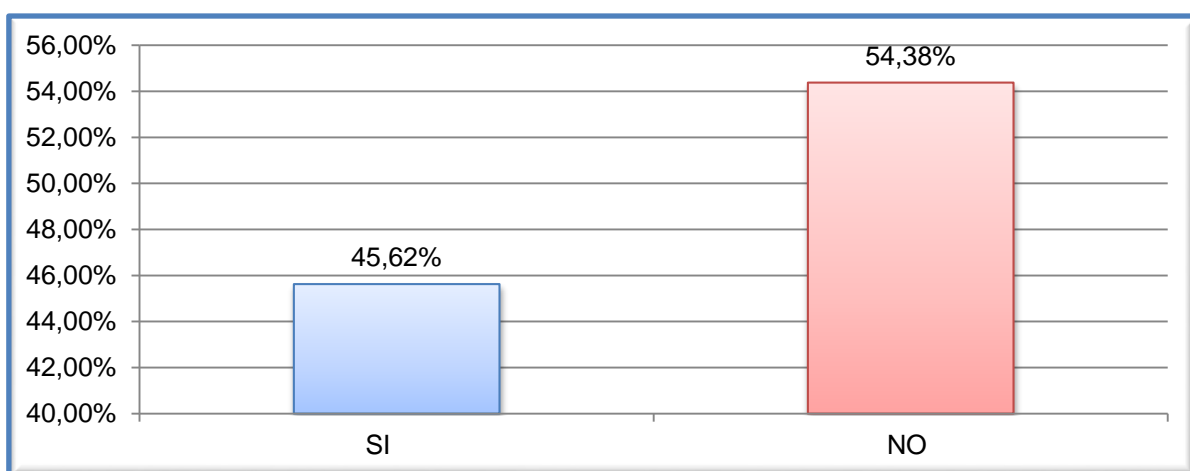
Fuente: Investigación dirigida (mayo, 2013)

Elaborado por: La Autora

De las familias que cuentan con servicio doméstico, aproximadamente el 25,77% no se encuentran satisfecho con el servicio, lo cual permite tener la oportunidad de capturar un grupo de clientes insatisfechos.

3. Le gustaría contar con una empresa que brinde servicio de limpieza externo. Por qué.

Gráfico 3.- Aceptación del servicio de limpieza externo



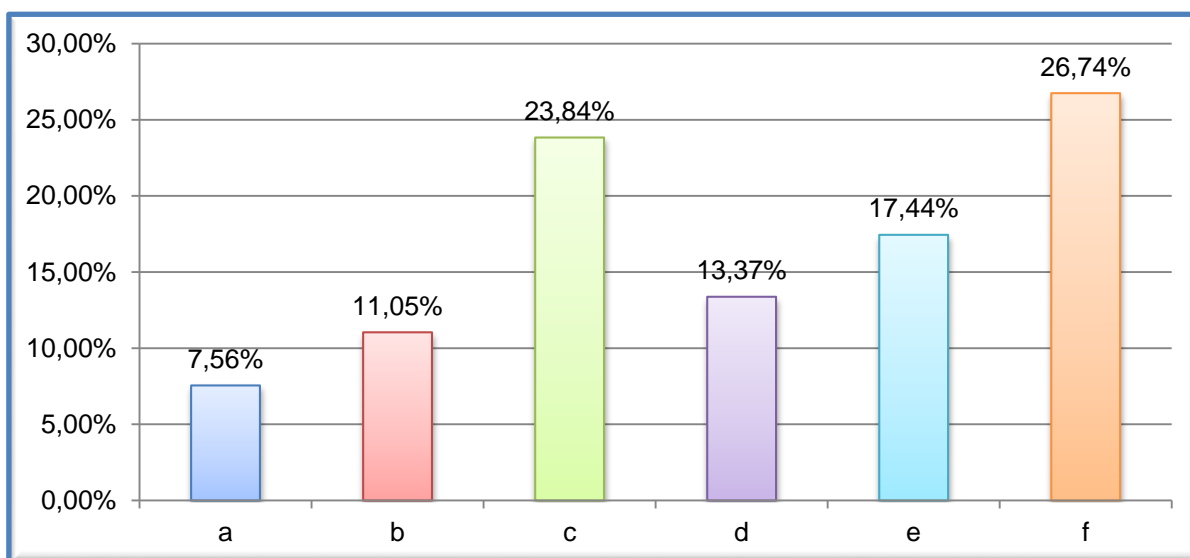
Fuente: Investigación dirigida (mayo, 2013)

Elaborado por: La Autora

El 45,62% de las familias del cantón Manta estarían dispuestas a adquirir los servicios de una empresa que brinde servicio de limpieza, es un porcentaje atractivo, si consideramos la modalidad de negocio que se pretende implementar. Cabe recalcar que de las personas que dijeron que no existe un grupo que ya cuenta con servicio doméstico; y el grupo que no cuenta con este tipo de servicios explicó que por cuestiones de seguridad, no aceptaría este tipo de servicios. Es por ello que resulta imprescindible que la empresa establezca relaciones de confianza en las que el cliente valore la calidad, seriedad y seguridad del trabajo de la empresa.

4. Con que frecuencia le gustaría realizar las tareas de limpieza de su hogar
- a) Diariamente
 - b) Tres veces por semana
 - c) Dos veces por semana
 - d) Semanalmente
 - e) Quincenalmente
 - f) Mensualmente

Gráfico 4.- Frecuencia de limpieza del hogar



Fuente: Investigación dirigida (mayo, 2013)

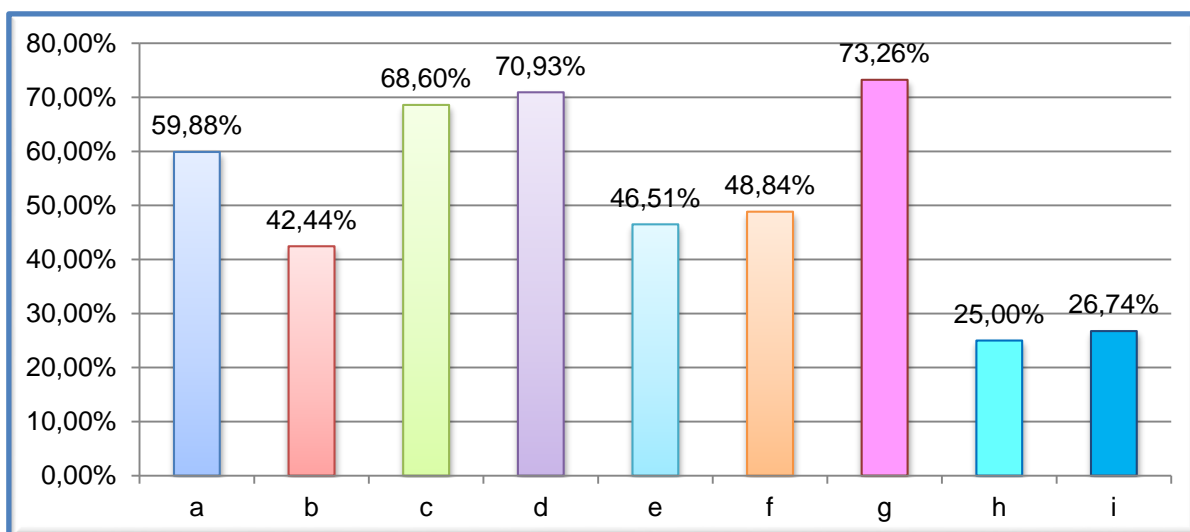
Elaborado por: La Autora

Al consultar a las familias que estarían dispuestas a contratar los servicios de la empresa de limpieza de hogares sobre la frecuencia de limpieza, se obtuvo una mayor incidencia de hogares que limpiarían con frecuencia mensual, quincenal y dos veces por semana. Al analizar los resultados obtenidos se pudo calcular una frecuencia promedio de 76,37 días, (ver cálculo en Anexo 3). Con este resultado se observa que los clientes potenciales optarán por los servicios de Servimaid con una frecuencia aceptable.

5. Cuáles de las siguientes actividades de limpieza estaría usted interesado

- a) Limpieza de pisos
- b) Limpieza de alfombras
- c) Limpieza total de cocina
- d) Limpieza y desinfección de baños
- e) Lavado de ventanas
- f) Remoción de polvo
- g) Lavado de cortinas o persianas
- h) Limpieza de techos
- i) Limpieza de Jardines

Gráfico 5.- Interés por actividades de limpieza



Fuente: Investigación dirigida (mayo, 2013)

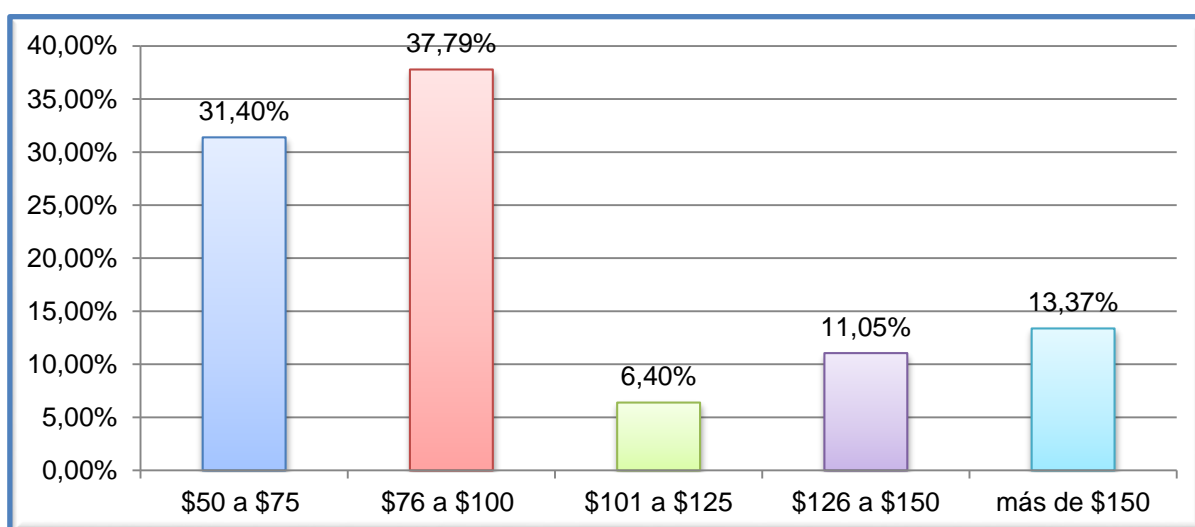
Elaborado por: La Autora

Los resultados obtenidos por esta pregunta de respuesta múltiple, demuestra una mayor cantidad de familias que contrataría los servicio de limpieza de cocinas, baños y cortinas o persianas, seguidos por los interesados en la limpieza de pisos, alfombras, ventanas y remoción de polvo. Esto nos permitirá definir la cantidad de insumos, herramientas y tiempo necesarios para la prestación de los servicios de limpieza en los hogares. Al momento de diseñar las campañas publicitarias, se dará mayor hincapié en aquellas actividades de mayor aceptación para así captar el interés de un mayor número de clientes potenciales.

Pregunta 6

6. Cuál es el presupuesto mensual que invertiría en el servicio de limpieza de su hogar

Gráfico 6.- Presupuesto mensual



Fuente: Investigación dirigida (mayo, 2013)

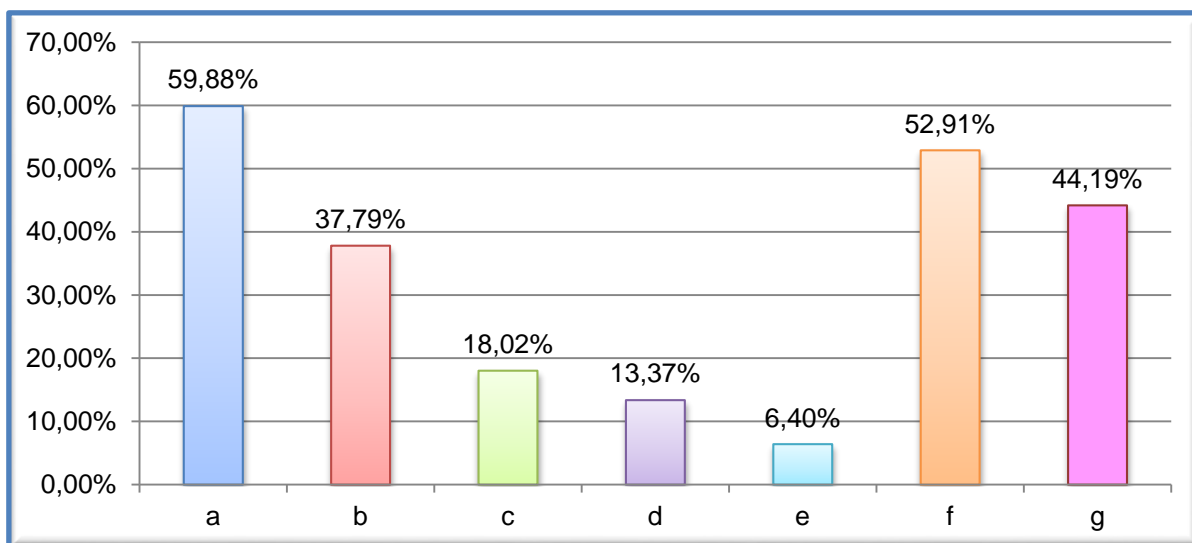
Elaborado por: La Autora

Al consultar sobre el presupuesto que estarían dispuestos en invertir por los servicios de limpieza de los hogares, el 37,19% estaría dispuesto en invertir de \$75 a \$100 mensual, el 31,40% pagaría entre \$50 y \$75 mensual, y un 13,37% tiene presupuestado más de \$150. Estos resultados determinan que existe un interesante número de familias que serían clientes potenciales de la empresa Servimaid.

7. A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio?

- a) Anuncios en prensa
- b) Correo electrónico
- c) Vallas Publicitarias
- d) Televisión
- e) Radio
- f) Redes sociales (Facebook)
- g) Volantes

Gráfico 7.- Medios de información



Fuente: Investigación dirigida (mayo, 2013)

Elaborado por: La Autora

Los medios de información con mayor acogida por las familias del cantón Manta son anuncios en prensa (59,88%); redes sociales (52,91%); Volantes (44,19%); y correo electrónico (37,79%). Estos resultados permitirán definir las estrategias de marketing para la difusión de los servicios de limpieza de hogares de Servimaids y poder así llegar a un mayor número de hogares.

1.1.4 Demanda

Para la estimación de la demanda se tomó en consideración los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los hogares del cantón Manta.

“Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo”. (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2006)

Con la finalidad de medir la demanda del proyecto se cuantificó el mercado total, potencial, disponible, y meta.

1.1.4.1 Mercado total

Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales del servicio. En el presente proyecto el mercado total está representado por los hogares del cantón Manta en los estratos A, B y C+ (ver Anexo 2); el cual es igual a 20.062 hogares.

1.1.4.2 Mercado potencial

Es el conjunto de clientes que presenta un determinado interés por una oferta del mercado. Para calcular el mercado potencial se utilizó los datos recabados a través de la pregunta 1 la cual establece que el 74,27% de la población no cuenta con servicio de limpieza.

Mercado Potencial = $20.062 * 74,27\% = 14.900$ hogares

1.1.4.3 Mercado disponible

Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos y acceso a una oferta de mercado específica. (Capacinet, 2012)

Para el cálculo del mercado disponible se consideraron los datos obtenidos en la pregunta # 3, que establece que el 45,62% de los encuestados sí estarían dispuestos a contratar este tipo de servicios.

Mercado Disponible = $14.900 * 45,62\% = 6.797$

1.1.4.4 Mercado disponible calificado

Es el conjunto de consumidores que tiene interés, ingresos, acceso y cualidades que concuerdan con la oferta de mercado en particular. (Capacinet, 2012)

Para el cálculo del mercado disponible calificado se consideraron los datos obtenidos en la pregunta # 6, que establece que el 30,81% de los encuestados estarían dispuestos a invertir más de \$100 mensual para la contratación de servicios de limpieza.

Mercado disponible calificado = $6.797 * 30,81\% = 2.094$ hogares.

1.1.4.5 Mercado meta

Es la parte del mercado disponible calificado que la empresa decidió servir. Vale recordar que la empresa debe escoger las necesidades del cliente que ha de satisfacer y las que no.

Toda organización tiene un conjunto finito de recursos y capacidades y, por lo tanto, solo puede atender a cierto grupo de clientes y satisfacer una serie limitada de necesidades. (Capacinet, 2012)

Una decisión fundamental es seleccionar el mercado meta. Con base en la capacidad instalada de Servimaid se decidió que el mercado meta de la empresa sea del 3% del mercado disponible calificado.

Mercado Meta = $2.094 * 3\% = 63$ hogares.

Cuadro 1.- Segmentación del Mercado

| MERCADO | PORCENTAJE | HOGARES |
|-------------------------------|------------|---------|
| Mercado Total | 100,00% | 20.062 |
| Mercado Potencial | 74,27% | 14.900 |
| Mercado Disponible | 45,62% | 6.797 |
| Mercado Disponible Calificado | 30,81% | 2.094 |
| Mercado Meta | 3,00% | 63 |

Elaborado por: Verónica Alexandra Tapia Moncayo

1.2 Análisis de la competencia

La competencia está dada por empresas que ofrecen un servicio similar al que se propone en este proyecto.

- **Empresas que ofrecen un servicio integral de ayudas a domicilio.** En este caso si la familia está recibiendo algún otro servicio, de atención a niños, de asistencia a un mayor, etc., recurrirá para solicitarles el servicio de limpieza del hogar, ya que mantiene un contacto con ellos y poseen referencias.
- **Personas individuales.** El servicio de “asistencia”, ha existido en nuestra sociedad desde tiempos remotos, suele ser un servicio ofertado por personas a modo individual, sin pertenecer a ninguna empresa, que realizan las tareas del hogar en domicilios particulares generalmente.

Según datos del Gobierno Municipal del Cantón Manta (2012), en el cantón existen registradas 10 empresas dedicadas a las actividades de limpieza:

Cuadro 2.- Empresas de limpieza del Cantón Manta

| Nº | NOMBRE O RAZON SOCIAL | RUC | ACTIVIDAD ECONÓMICA | HOMBRES | MUJERES | TOTAL |
|----------------------------|---|---------------|-------------------------|---------|---------|-------|
| 171 | SEGUNDO MENDOZA RODRIGUEZ | 1303672578001 | ACTIVIDADES DE LIMPIEZA | 3 | 5 | 8 |
| 265 | SERVICIOS LABORALES COMPLEMENTARIOS | 1391734565001 | ACTIVIDADES DE LIMPIEZA | 2 | | 2 |
| 288 | SERVICIOS TECNICOS DE TARSA S.A SETECTA | 1391723407001 | ACTIVIDADES DE LIMPIEZA | 1 | 1 | 2 |
| 371 | ROCA MERA EGDA JANETH | 1308172236001 | SERVICIOS DE LIMPIEZA | 4 | 0 | 6 |
| 466 | MUY SERVICIOS CIA. LTDA | 1391744323001 | SERVICIOS DE LIMPIEZA | 60 | | 60 |
| 821 | DISTRIBUCIONES MIVA / MIRIAM ELIZABETH VALENCIA | 1307786564001 | ACTIVIDADES DE LIMPIEZA | 39 | 6 | 45 |
| 1162 | PORTMANT CIA LTDA | 1391743807001 | LIMPIEZA DE LTDA | 10 | 2 | 12 |
| 1222 | SERVICIOS EMPRESARIALES S.A. VEEP | 1390147925001 | ACTIVIDADES DE LIMPIEZA | 59 | 27 | 86 |
| PERSONAL DE LIMPIEZA TOTAL | | | | 178 | 41 | 221 |

Fuente: GAD del cantón Manta (2012)

Elaborado por: La Autora

| | | |
|--|--|---|
| Barreras de Entrada | | |
| <p>Las empresas locales ya se encuentran posicionadas sin embargo son pocas las que atienden hogares, la mayoría están enfocadas en la limpieza de empresas por lo que difiere del modelo de negocio que propone SERVIMAID</p> <p style="text-align: center;">MEDIA</p> | | |
| Poder del Proveedor | Grado de Rivalidad de la Industria | Poder del Comprador |
| <p>Los proveedores de productos de aseo son especializados en la manufactura de estos, y se encuentran ubicados en otras ciudades como Quito y Guayaquil, por lo que la posibilidad de penetración hacia delante es baja.</p> <p style="text-align: center;">BAJA</p> | <p>El número de competidores es bajo el sector y la tasa de crecimiento de la industria dependen directamente de las ventas. Sin embargo, el número de competidores en el servicio de limpieza en el hogar es reducido, aunque las empleadas independientes ofrecen tarifas más económicas.</p> <p style="text-align: center;">ALTA</p> | <p>Eligen generalmente por precio, pero buscan calidad y sobretodo seguridad. Son el portavoz más potente de este tipo de negocio.</p> <p style="text-align: center;">ALTA</p> |
| Amenaza de sustitutos | | |
| <p>Los clientes en un momento dado podrían sustituir los servicios prestados por SERVIMAID, realizando las labores del hogar ellos mismos, o comprando las máquinas de limpieza.</p> <p style="text-align: center;">MEDIA</p> | | |

Figura 2.- Cinco Fuerzas de Porter

Elaborado por: La Autora

Interpretación:

Los proveedores de servicios de limpieza a hogares del cantón Manta son pocas, la mayoría de ellas enfocan sus esfuerzos en la prestación de servicios a empresas, no obstante existen empleadas independientes que prestan sus servicios por tarifas más económicas.

Sin embargo Servimaid tiene la ventaja de que se registrá por el código de trabajo, por lo que los clientes tendrán la certeza de que tendrán servicios que no les causarán inconvenientes legales, además la organización se desarrollará bajo un marco de calidad, integridad y seguridad, que son la clave para lograr la confianza en el cliente, y así ser más competitivos.

1.2.1 Análisis de precios

La empresas de servicio de limpieza establecen los precios en base a la superficie a trabajar; a continuación se presentan los precios por metro cuadrado de tres tipos de servicio: limpieza de piso, jardines y de cortinas. Cabe recalcar que las dimensiones y características de cada uno de los hogares o empresas a limpiar son diferentes, por lo que las empresas establecen precios y descuentos previa inspección del lugar a limpiar.

Cuadro 3.- Precios de la competencia

| EMPRESA | LIMPIEZA PISO | LIMPIEZA DE JARDINES | LIMPIEZA DE CORTINAS |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| SEGUNDO MENDOZA RODRIGUEZ | \$ 0,10 | \$ 1,25 | \$ 2,00 |
| ROCA MERA EGDA JANETH | \$ 0,15 | \$ 1,50 | \$ 1,50 |
| MIRIAM ELIZABETH VALENCIA | \$ 0,15 | \$ 1,80 | \$ 1,50 |

Fuente: Investigación personal

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO II

PLAN DE OPERACIÓN O PRODUCCIÓN

2 Plan de operación o producción

2.1 Localización de la empresa

Para la implementación de la empresa se alquilará un local comercial que sea de fácil acceso para el mercado potencial, para lo cual se evaluaron las siguientes alternativas:

- Local en el Centro Comercial Manta Shopping
- Local en el Centro Comercial Manta Centro
- Local en la Ave. Flavio Reyes y calle 20

Para elegir la mejor localización de la empresa se utilizó el método cualitativo por puntos. Este método consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos que se consideran relevantes para la localización y luego se les asigna un peso. La suma de estos pesos debe ser igual al 100%.

De acuerdo a la suma de los puntajes de cada una de las alternativas se escogió la que obtuvo mayor resultado que se presenta en el cuadro a continuación:

Cuadro 4.- Cuadro de Localización

| FACTORES LOCALIZACIONALES | OPCIONES DE MICROLOCALIZACION | | | | | | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|---------|-------|--------------|---------|-------|-------------------|---------|-------|
| | Manta Shopping | | | Manta Centro | | | Ave. Flavio Reyes | | |
| | CALIF. | POND. | VALOR | CALIF. | POND. | VALOR | CALIF. | POND. | VALOR |
| Mercado Potencial | 10 | 25,00% | 2,5 | 9 | 25,00% | 2,25 | 9 | 25,00% | 2,25 |
| Servicios Básicos | 10 | 20,00% | 2 | 10 | 20,00% | 2 | 10 | 20,00% | 2 |
| Seguridad | 9 | 10,00% | 0,9 | 9 | 10,00% | 0,9 | 7 | 10,00% | 0,7 |
| Costo del Alquiler | 9 | 20,00% | 1,8 | 10 | 20,00% | 2 | 7 | 20,00% | 1,4 |
| Mano de Obra | 10 | 10,00% | 1 | 10 | 10,00% | 1 | 10 | 10,00% | 1 |
| Condiciones de las vías | 10 | 7,50% | 0,75 | 9 | 7,50% | 0,675 | 10 | 7,50% | 0,75 |
| Recolección de basura y residuos | 10 | 7,50% | 0,75 | 10 | 7,50% | 0,75 | 10 | 7,50% | 0,75 |
| TOTAL | 64 | 100,00% | 9,7 | 61 | 100,00% | 9,575 | 59 | 100,00% | 8,85 |

Elaborado por: La Autora

Para determinar la localización más apropiada para el proyecto se tomó la alternativa que obtuvo mayor puntaje, en este caso la empresa Servimaid se ubicará en el Centro Comercial Manta Shopping y cuya ubicación se muestra a continuación:



Figura 3.- Ubicación del local comercial

Fuente: Google Maps

2.2 Distribución de planta

La distribución de las instalaciones de la empresa se presenta en la siguiente figura:

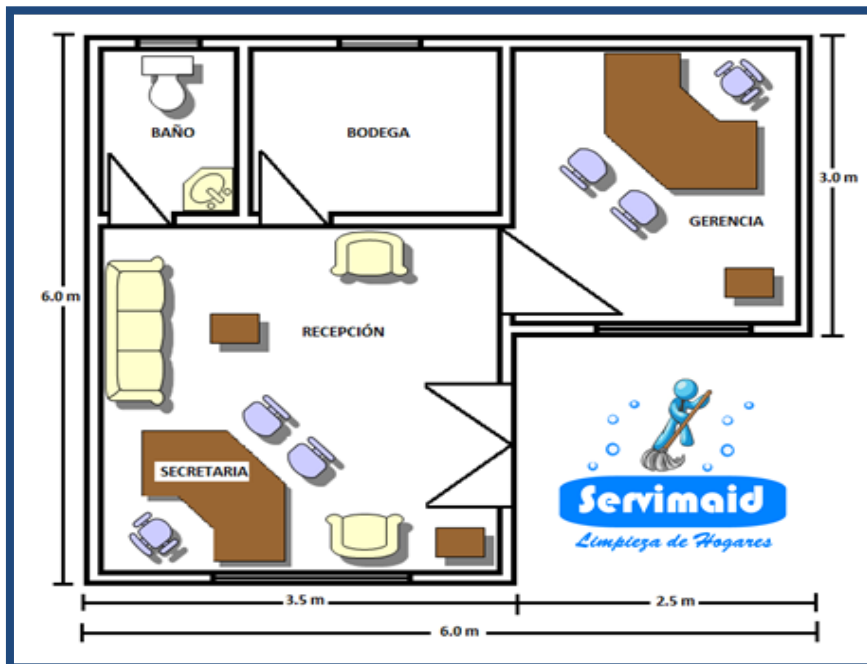


Figura 4.- Distribución de instalaciones

Elaborado por: La Autora

2.3 Producción

2.3.1 Procesos de producción

2.3.1.1 Proceso de limpieza de piso

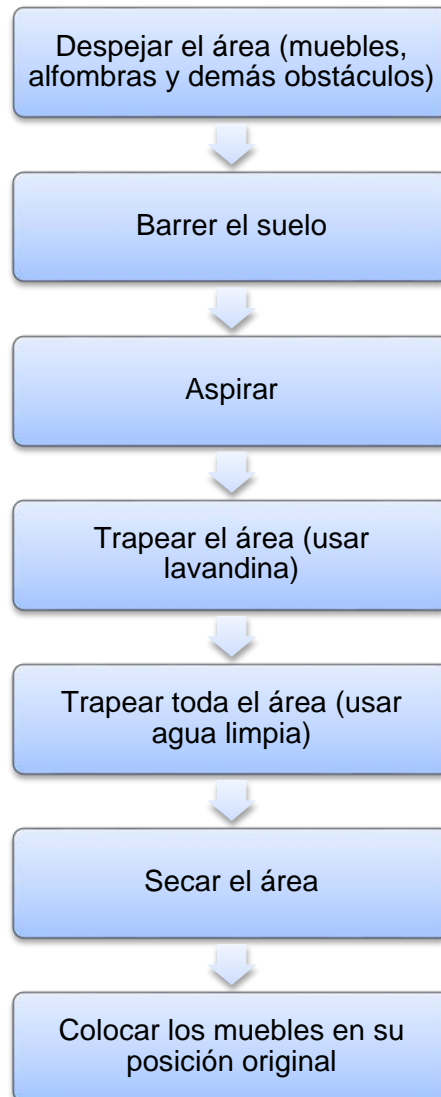


Figura 5.- Proceso limpieza piso

Elaborado por: La Autora

2.3.1.2 Proceso limpieza de cocina

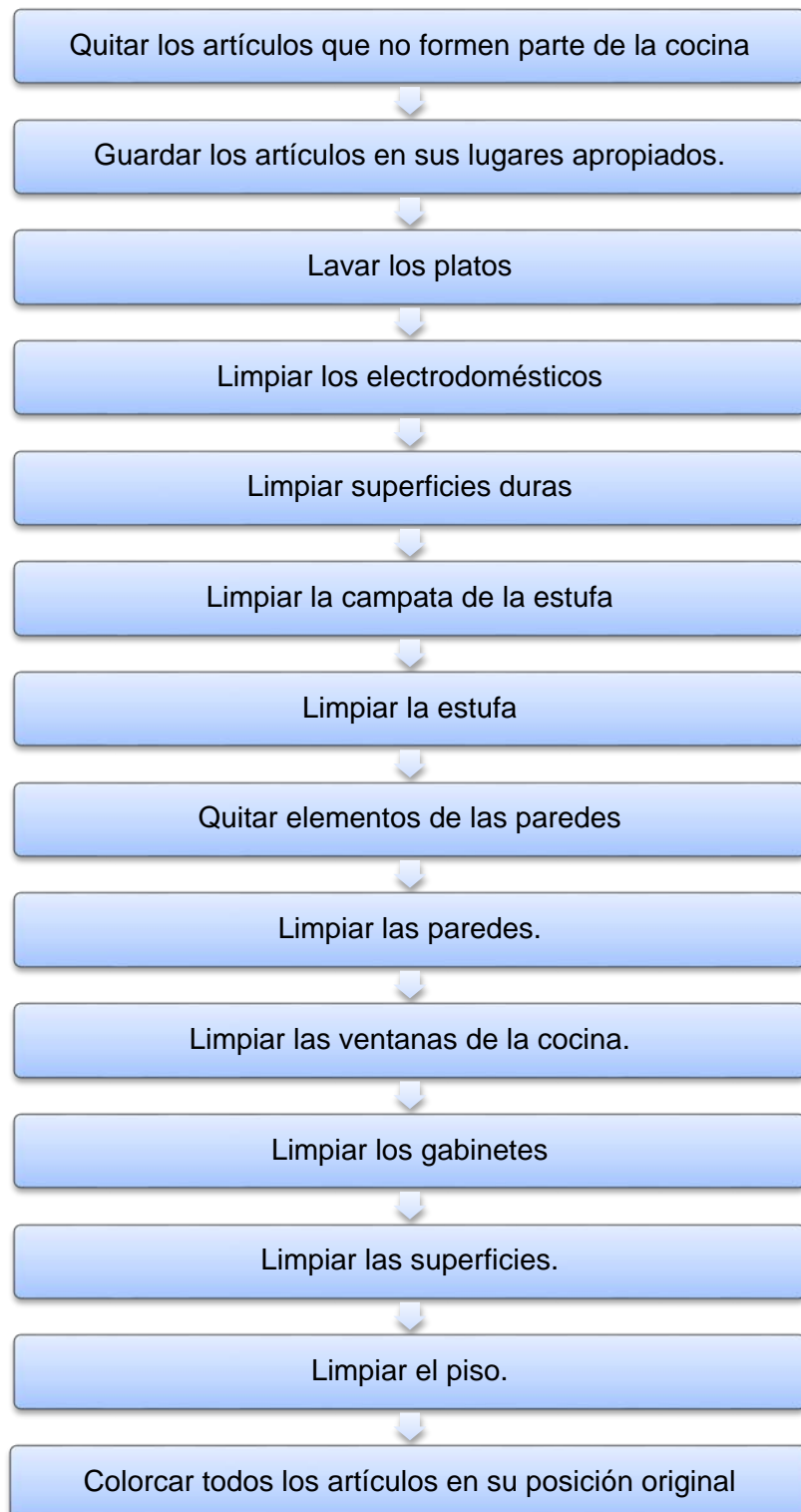


Figura 6.- Proceso limpieza cocina

Elaborado por: La Autora

2.3.1.3 Proceso limpieza y desinfección de baños

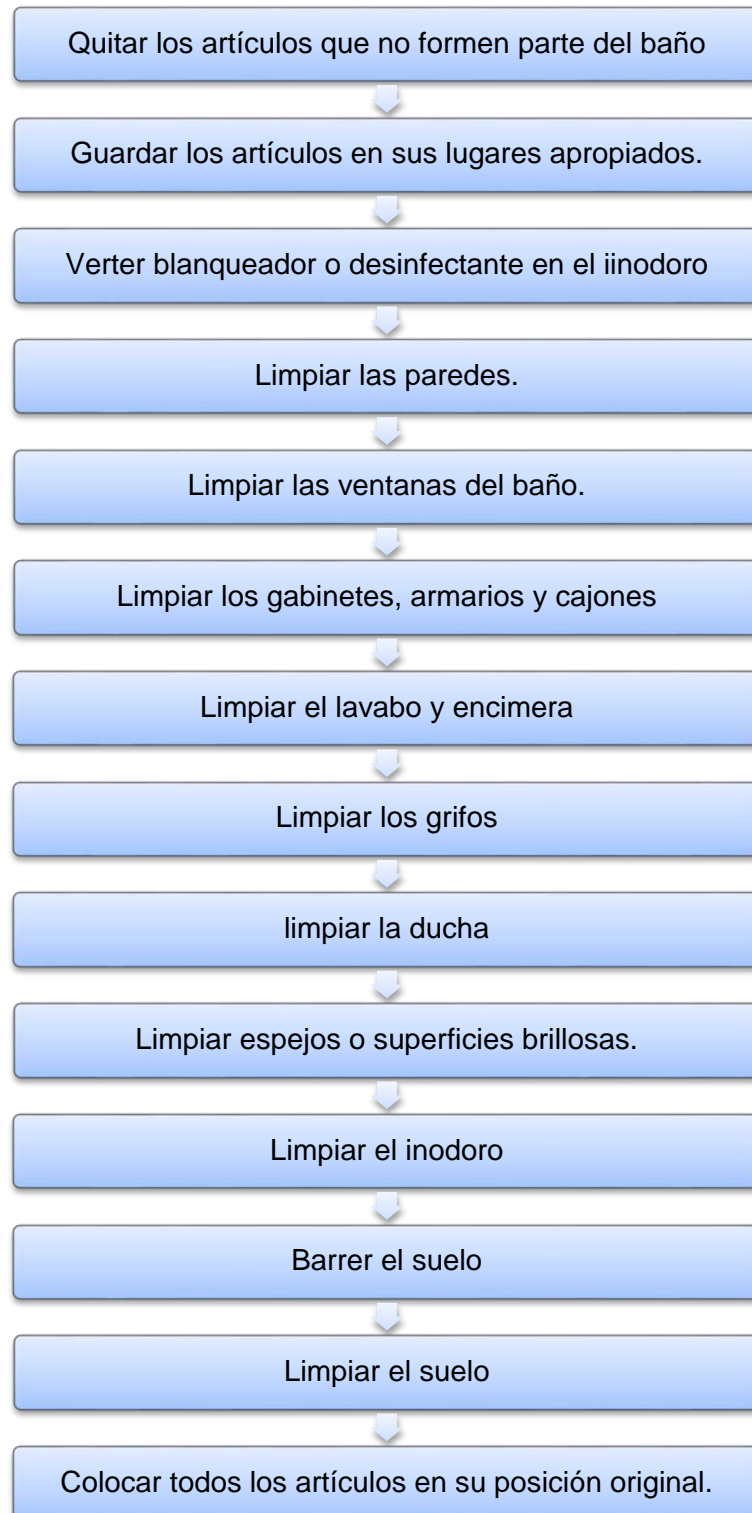


Figura 7.- Proceso limpieza y desinfección de baños

Elaborado por: La Autora

2.3.1.4 Proceso lavado de ventanas

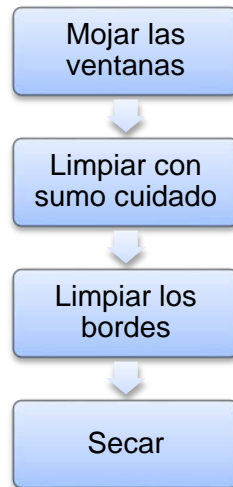


Figura 8.- Proceso lavado de ventanas

Elaborado por: La Autora

2.3.1.5 Proceso lavado de cortinas o persianas

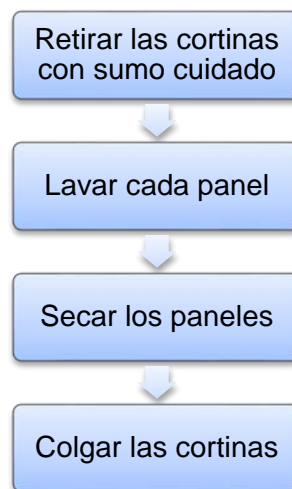


Figura 9.- Proceso lavado de cortinas

Elaborado por: La Autora

2.3.1.6 *Proceso limpieza de techos*



Figura 10.- Proceso limpieza de techo

Elaborado por: La Autora

2.3.1.7 *Proceso limpieza de jardines*

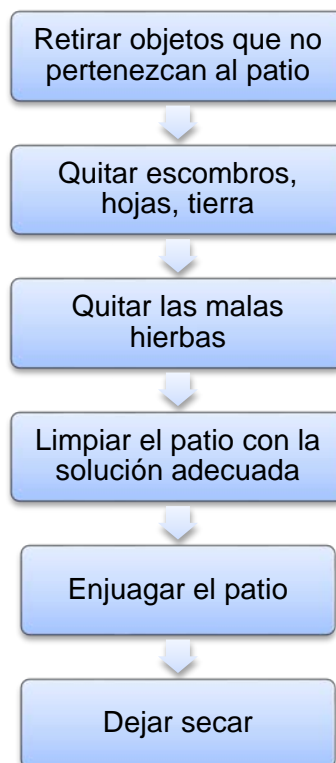


Figura 11.- Proceso limpieza de jardines

Elaborado por: La Autora

2.3.1.8 Proceso limpieza de alfombras

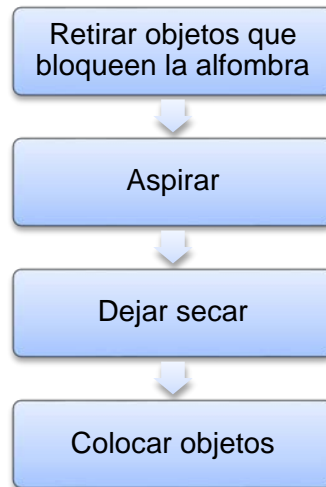


Figura 12.- Proceso limpieza de alfombras

Elaborado por: La Autora

2.3.2 Descripción de la prestación del servicio

El proceso de prestación del servicio de la empresa Servimaid empieza desde la recepción del cliente, ya sea por medio personal, llamada, mail, redes sociales, se realiza la toma de solicitud del servicio que el cliente requiera.

Se concierta una cita en donde el supervisor visite las instalaciones para determinar el proceso a realizar, las condiciones del lugar, establecer las dimensiones y elaborar la proforma, si el cliente está de acuerdo con la proforma se establece la contratación del servicio, se hace la firma del contrato

Se realiza la orden de trabajo y la orden de salida de materiales de bodega para posteriormente ejecutar el servicio; los cuales serán supervisados para garantizar el óptimo desempeño y el cumplimiento del contrato, posteriormente se elaborará la factura para su posterior cobro.

2.3.3 Diagrama de flujo del proceso administrativo

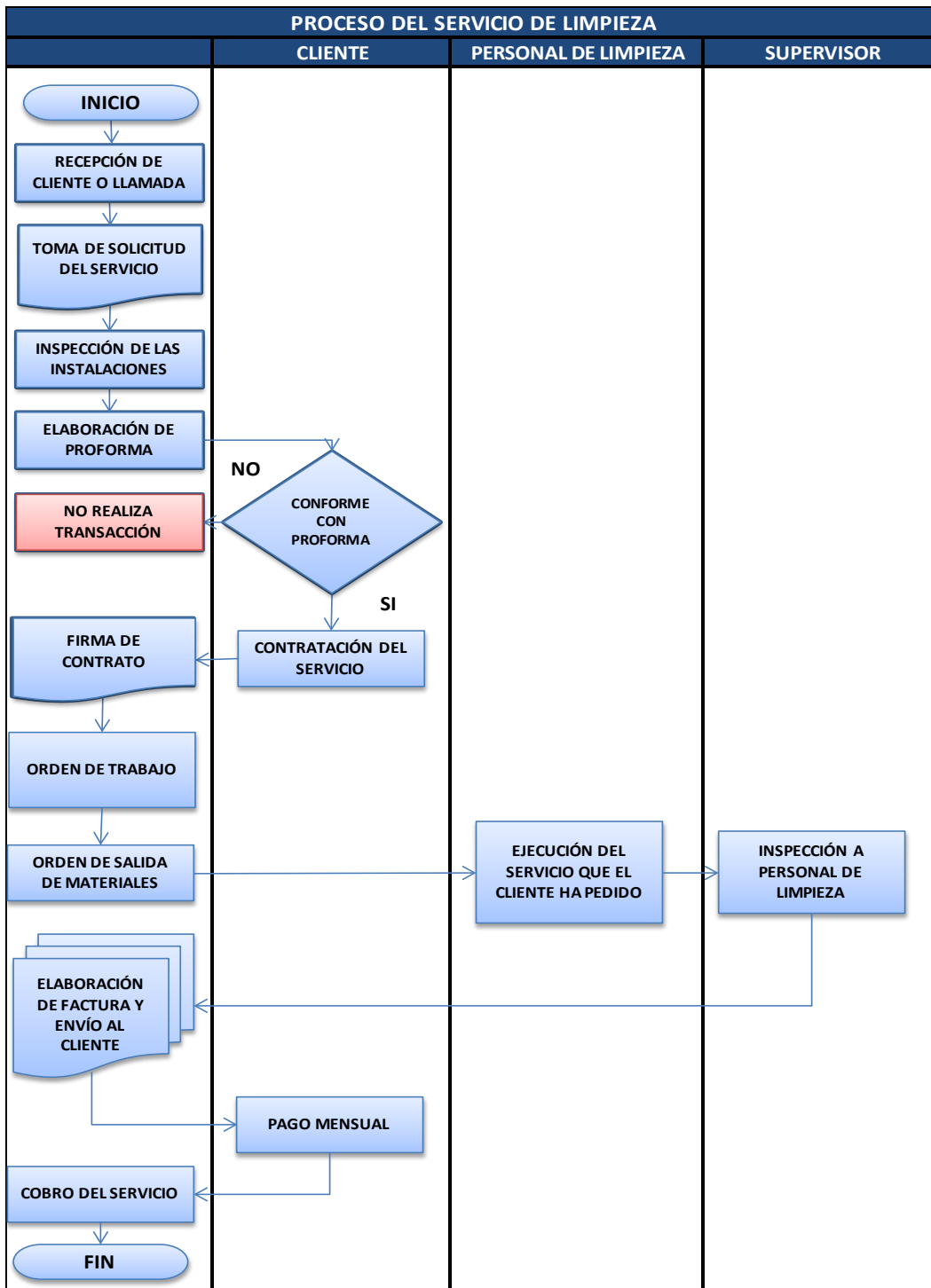


Figura 13.- Diagrama de Flujo

Elaborado por: La Autora

2.3.4 Flujogramas de procesos

2.4 Equipos

Los equipos que se utilizarán en Servimaid S.A. son:

- 3 cortadoras de césped
- 3 aspiradoras Rainbow
- 3 brillantadoras
- 2 modulares de tres gavetas
- 2 sillones
- 1 anaquel
- 2 archivadores verticales
- 1 butaca sin espaldar 3 puestos
- 6 sillas apilables
- 2 computadoras de escritorio
- 1 laptop
- 1 multifunción de tinta continua L210 Epson
- 1 telefax
- 1 teléfono inalámbrico

2.5 Recurso Humano

El personal mínimo requerido para el funcionamiento de Servimaid es el siguiente:

- 1 supervisor
- 9 operarios (Ver cálculo en Anexo 4)
- 1 gerente general
- 1 secretaria
- 1 asesor comercial

CAPÍTULO III

PLAN DE MARKETING

3 Plan de marketing

3.1 Filosofía empresarial

3.1.1 Nombre

La empresa estará conformada inicialmente con tres socios, los cuales estarán dispuestos a contribuir ya sea con activos fijos, capital de trabajo o asesoría técnica. Para comenzar a operar la empresa se constituirá legalmente, mediante escritura pública con todas las formalidades que la ley establece, bajo el nombre de Servimaid S.A. que significa servicios de empleadas domésticas.

3.1.2 Misión

Servimaid S.A. es una empresa que ofrece servicios de limpieza integral a hogares del cantón Manta que demanden calidad y servicio al cliente, desarrollando relaciones de confianza basadas en la profesionalidad y ética de todo nuestro equipo.

3.1.3 Visión

Ser una empresa consolidada y reconocida por aportar soluciones de limpieza de alta calidad, con una cartera de servicios especializados dirigidos a proporcionar un servicio integral de limpieza en los hogares del Cantón Manta.

3.1.4 Valores

La empresa Servimaid se caracterizará por tener los siguientes valores:

- Servicio al cliente: ofrecer a los clientes un trato cercano y personal, con un afán constante por superar sus expectativas ofreciéndoles un servicio de calidad a un precio justo.
- Confianza: establecer relaciones de confianza en las que el cliente valore la calidad y seriedad del trabajo de la empresa, dando a su vez un trato honesto y profesional.
- Motivación: consolidar la empresa en un entorno de trabajo motivado, en el que cada uno de los integrantes pueda dar lo mejor de sí mismo trabajando en equipo.

- Involucración: tomar las acciones necesarias para que todo el equipo esté involucrado y trabaje día a día en la consecución de sus objetivos individuales, departamentales y en los de la empresa a nivel global.
- Integridad personal y profesional de todo el equipo humano: basar las relaciones humanas en la honestidad y la profesionalidad, todo el equipo de Servimaid S.A. se destacará por su integridad personal y profesional con clientes, proveedores, compañeros de trabajo y otros colaboradores.

3.1.5 Logotipo

Un logotipo, es aquel distintivo o emblema conformado a partir de letras, abreviaturas, entre las alternativas más comunes, peculiar y particular de una empresa, producto o marca determinada. Normalmente el logo incluye algún símbolo que permita a los observadores del mismo asociarlo de inmediato con la marca, empresa o producto en cuestión.

El logotipo de la empresa Servimaid S.A. será el siguiente:



Figura 14.- Logotipo Servimaid S.A.

Elaborado por: La Autora

3.2 Marketing mix

Kotler y Armstrong (2003), definen la mezcla de mercadotecnia como "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto"



Figura 15.- Mezcla del Marketing Mix

Elaborado por: La Autora

PRODUCTO

Servimaid cuenta con dos líneas de limpieza: la limpieza básica y la limpieza especializada. En el primer caso se tienen los servicios de limpieza de pisos, limpieza total de cocina, limpieza y desinfección de baños, lavado de ventanas y remoción de polvo.

El servicio de limpieza especializada se trata de aquellas actividades de limpieza que se realizan con menos frecuencia en los hogares como son: lavado de cortinas o persianas, limpieza de techos, limpieza de jardines, limpieza de alfombras.

El servicio se basará en:

- Selección cuidadosa del personal de limpieza
- Entrevistas y análisis psicológicos periódicos

- Seguimiento y evaluación de la satisfacción de los clientes
- Creación de redes sociales.

PRECIO

Se aplicará la estrategia de precios orientados a la competencia; manteniendo un precio similar a las empresas que brindan los mismos servicios en el cantón Manta, (ver Cuadro 3); por lo que se fija un precio por metro cuadrado de limpieza, en aquellos casos de contratos diarios y tres veces por semana se otorgará un descuento del 10% del valor de la factura. Los precios que se establecerán para la prestación de cada uno de los servicios son:

Cuadro 5.- Precios de los servicios prestados por Servimaid

| Servicio | | Tarifa (m2) |
|------------------------|----------------------------------|-------------|
| Limpieza Básica | Limpieza de pisos | \$ 0,10 |
| | Limpieza total de cocina | \$ 0,30 |
| | Limpieza y desinfección de baños | \$ 0,30 |
| | Lavado de ventanas | \$ 0,20 |
| | Remoción de polvo | \$ 0,10 |
| | Lavado de cortinas o persianas | \$ 1,50 |
| Limpieza Especializada | Limpieza de techos | \$ 1,00 |
| | Limpieza de Jardines | \$ 1,25 |
| | Limpieza de alfombras | \$ 1,25 |
| | | |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

DISTRIBUCIÓN

Se alquilará un local en una zona céntrica para facilidad del cliente, también se brindará el servicio telefónico y on-line. El canal de distribución utilizado será:

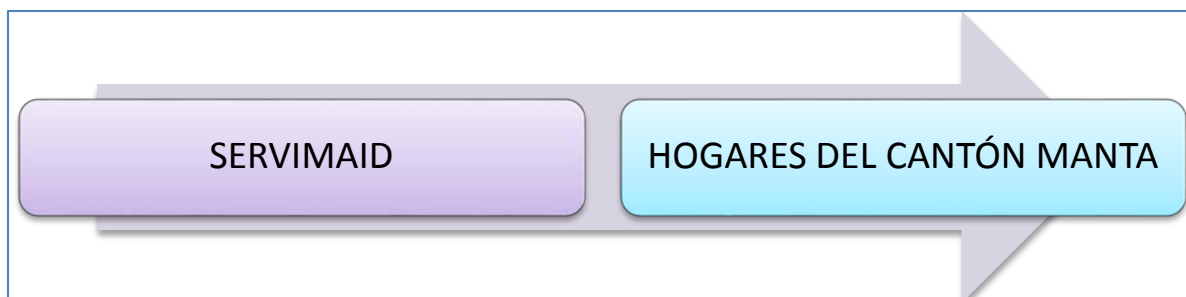


Figura 16.- Canal de distribución

Elaborado por: La Autora

PROMOCIÓN

Se realizarán campañas de promoción en redes sociales (bimensual), se contratarán anuncios en prensa escrita (semanal), se repartirán volantes en sectores estratégicos del cantón Manta (trimestral).

La publicidad estará enfocada en:

- Informar sobre la empresa y el servicio que ofrece.
- Persuadir de que se ofrece el mejor servicio, y dar realce a los valores de la empresa tales como confianza y calidad.
- Recordar a los clientes la existencia de la empresa.
- Crear una buena imagen corporativa.

Cuadro 6.- Detalle de publicidad

| Detalle | Frecuencia | Cantidad anual |
|---|-------------------|----------------|
| Publicidad en prensa | semanal | 52 |
| Campañas en Redes Sociales | bimensual | 6 |
| Volantes | trimestral (2000) | 6.000 |
| Email Marketing | trimestral | 4 |
| Dominio y Hosting en WIX (incluye diseño) | anual | 1 |
| Tarjetas de visitas | - | 5.200 |
| Folletos publicitarios | - | 2.600 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

PLAN DE ORGANIZACIÓN

4 Plan de organización

4.1 Antecedentes

Con base en la información obtenida a través de las investigaciones realizadas se pudo comprobar la existencia de un nicho de mercado atractivo para la implementación de la empresa de servicio de limpiezas de hogares Servimaid.

En el plan de producción se estimó la necesidad de contratar cómo mínimo trece personas para cumplir con las responsabilidades administrativas, operacionales y comerciales; en el presente capítulo se detalla la organización del personal, las funciones de cada puesto y los aspectos legales sobre las que se fundamentará la empresa.

4.2 Organigrama

La finalidad de una estructura organizacional es establecer un sistema de papeles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar juntos de forma óptima y que se alcancen las metas fijadas en la planificación.

La estructura organizacional de la empresa Servimaid S.A. será la siguiente:

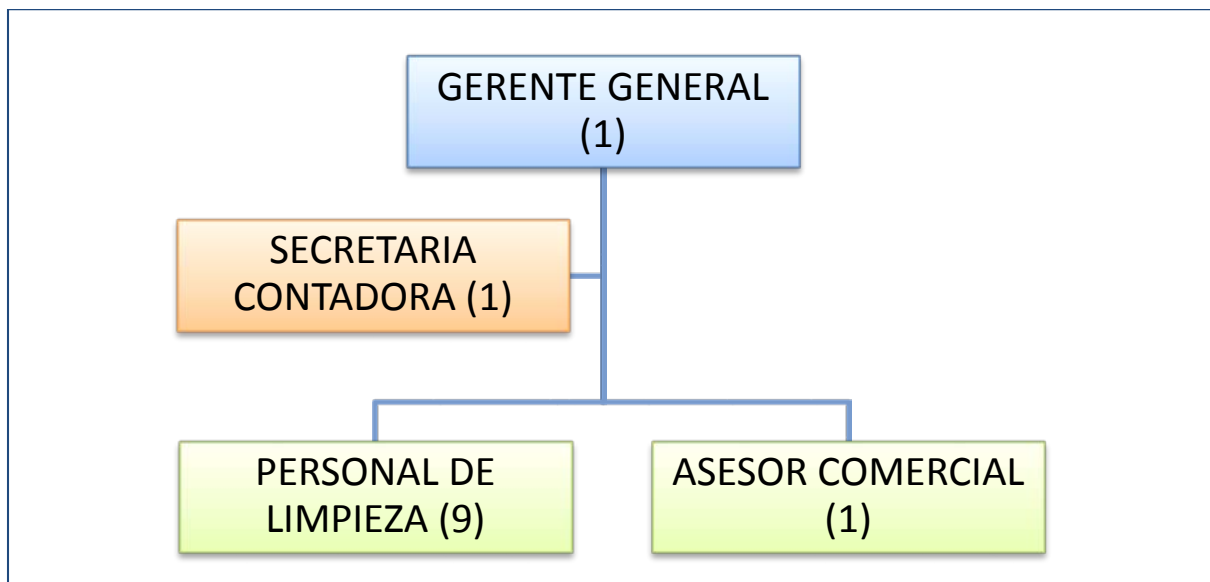


Figura 17.- Organigrama SERVIMAID

Elaborado por: La Autora

4.3 Manual de funciones

4.3.1 Descripción de Funciones de la empresa Servimaid

4.3.1.1 Gerente general

- Es quien representa legalmente a la empresa en todo aspecto. Será quien busque los campos de acción para que la empresa sobresalga en el ámbito laboral teniendo en cuenta sus actividades y la mejor forma de aplicarlas.
- Su labor se fundamenta en mantener la planificación, organización, dirección y control sobre todas las áreas de la empresa.
- Deberá tener en cuenta el análisis de posibles nichos de mercado a los cuales llegar con un buen servicio diferenciado y eficiente sin dejar atrás los lineamientos que la rigen.
- Deberá estructurar un buen ambiente laboral, inclusivo y consiente que brinde confianza al empleado para su mejor rendimiento.
- Tiene que manejar herramientas administrativas que le permitan discernir en la toma de decisiones.

4.3.1.2 Secretaria-Contadora

- Debe encargarse del manejo administrativo de las oficinas, compras, pagos a proveedores, llevar la parte contable al día y en orden, y estar dispuesta al trabajo bajo presión.
- Debe tener altos conocimientos de utilitarios como herramientas que le permitan optimizar su eficiencia.
- Debe ser sociable con el personal y manejar buenas relaciones interpersonales sin dejar de lado las normas y procedimientos de la empresa.
- Deberá reportar a gerencia cualquier anomalía o novedad que se presente dentro o fuera de la empresa.

4.3.1.3 Supervisor

- Debe cumplir la función de ser quien guíe las operaciones o acciones dadas al personal de limpieza, vigilando los proceso y el cumplimiento de los mismos.

- Debe mantener reportada a la gerencia toda novedad o acción correctiva de los procesos y del personal.
- Debe responder por el cuidado y mantenimiento de todos los equipos a su cargo así como también encargarse de hacer seguimiento a todos los clientes y sus posibles sugerencias para su posterior análisis.

4.3.1.4 Asesor Comercial

- Responsable de realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las visitas.
- Durante la visita a los hogares es responsable de la presentación, oferta, realización de la proforma, tratamiento de objeciones y cierre de la venta.
- Deberá realizar un análisis de cumplimiento de objetivos, informe de gestión diario, atender reclamaciones e incidencias.
- Es responsable de llevar un registro de los clientes actuales y potenciales en la base de datos de la empresa.

4.3.1.5 Personal de limpieza

- Son todos aquellos que deben cumplir con la ejecución de los servicios de limpieza, tomando en cuenta las normas, reglamentos, y lineamientos de la empresa en todo momento para hacer de esta una institución de prestigio y confiabilidad.
- Deben mantener y cuidar todos los materiales y equipos que tengan a su cargo, así como los insumos para el desarrollo de las actividades planificadas.
- Deberán reportar al supervisor cualquier anomalía en el proceso.

4.4 Aspectos legales

Según el Código de trabajo los trabajadores domésticos tienen los siguientes derechos y obligaciones:

4.4.1 Derechos de los trabajadores domésticos

- “Los trabajadores domésticos tienen derecho a ser afiliados al IESS desde el primer día de labores.

- Recibir la remuneración pactada, misma que no podrá ser inferior a un Salario Básico Unificado, SBU (340 dólares americanos mensuales) para la jornada laboral de 8 horas diarias.
- Recibir el décimo cuarto sueldo.
- Recibir el décimo tercer sueldo.
- Recibir pago por horas extras y suplementarias (se pagan luego de las ocho horas), incluso si labora puertas adentro.
- Recibirá el fondo de reserva, mes a mes desde el segundo año.
- Tendrá 15 días de vacaciones cumplido el año de trabajo.
- La mujer que se encuentre embarazada, tendrá licencia remunerada dentro de las dos semanas anteriores y las diez semanas posteriores al parto.
- Tendrá 3 días de licencia con remuneración en caso de fallecimiento de su conyugue, unión de hecho, o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad.
- Podrá recibir alimentación, vivienda y de común acuerdo y facilidades para su educación”. (Congreso Nacional, 2011)

4.4.2 Obligaciones de los trabajadores domésticos.

- “Observar, puntualidad, honradez y moralidad
- Cumplir las indicaciones del empleador/a
- Conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo
- No revelar a terceros bajo ninguna circunstancia informes confidenciales que lleguen a su conocimiento, en razón de su trabajo.
- Demostrar respeto al empleador/a y su familia”. (Congreso Nacional, 2011)

4.4.3 Obligaciones del empleador.

- “El empleador está obligado a darle alimentación a su trabajador (empleado doméstico)
- En la modalidad puertas adentro debe proporcionar: vivienda, uniformes, ropa de trabajo; sin que ello forme parte de la remuneración.
- Proporcionar los recursos para el trabajo es una obligación del patrono.
- Adicional puede reconocer el transporte al trabajador doméstico”. (Congreso Nacional, 2011)

4.4.4 Jornada de trabajo del trabajador doméstico.

- “La jornada laboral de acuerdo al Código de Trabajo es de 40 horas (8 horas diarias, 5 días a la semana) semanales, para el caso de jornada completa.
- Opción de modalidad de jornada parcial permanente, con un horario de trabajo y el pago proporcional del salario”. (Congreso Nacional, 2011)

4.4.5 Vacaciones de los trabajadores domésticos.

- “Derecho a 15 días de descanso por año, y un día adicional sin que excedan 30 días a partir del 5to año de trabajo en el mismo lugar.
- La empleada puertas adentro tendrá un día de descanso cada 15 días de trabajo”. (Congreso Nacional, 2011)

4.4.6 Sanciones.

- “Los empleadores deben acatar las reglas dispuestas y pagar lo que establece la ley a las empleadas, caso contrario éstos deberán cancelar fuertes multas.
- En el artículo 628 del Código de Trabajo, establece que “las violaciones de las normas de este Código, serán sancionadas en la forma prescrita en los artículos pertinentes y, cuando no se haya fijado sanción especial, el Director Regional del Trabajo podrá imponer multas.
- Para la aplicación de las multas, se tomarán en cuenta las circunstancias y la gravedad de la infracción.” (Congreso Nacional, 2011)

CAPÍTULO V

ANÁLISIS ECONÓMICO – FINANCIERO

5 Análisis económico – financiero

5.1 Inversiones

5.1.1 Inversión fija

Constituye la cantidad de dinero que se invertirá para poner en marcha la implantación del empresa de servicios de limpieza de hogares "SERVIMAID"; La inversión fija requerida asciende a \$ 32.282,21.

Cuadro 7.- Inversión Fija

| Detalle | Costo Total |
|----------------------|---------------------|
| Maquinaria y Equipos | \$ 11.609,28 |
| Muebles y Enseres | \$ 1.775,98 |
| Equipos de computo | \$ 3.309,96 |
| Equipos de oficina | \$ 246,99 |
| Vehículo | \$ 15.340,00 |
| Total | \$ 32.282,21 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

A continuación se desglosan cada una de las inversiones fijas:

5.1.1.1 Equipos y herramientas

Por concepto de equipos y herramientas se requiere una inversión aproximada de \$11.609,28; cuyo cálculo se detalla en el Cuadro 8:

Cuadro 8.- Equipos y herramientas

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|---------------------|----------|----------------|---------------------|
| Cortadora de césped | 3 | \$ 417,76 | \$ 1.253,28 |
| Aspiradora Rainbow | 3 | \$ 3.102,00 | \$ 9.306,00 |
| Abrillantadora | 3 | \$ 350,00 | \$ 1.050,00 |
| Total | | | \$ 11.609,28 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.2 Muebles y Enseres

Por concepto de muebles y enseres se requiere una inversión aproximada de \$ 1.775,98; cuyo cálculo se detalla en el Cuadro 9:

Cuadro 9.- Muebles y Enseres

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|--|----------|----------------|--------------------|
| Modular Flex de tres gavetas | 2 | \$ 284,00 | \$ 568,00 |
| Sillones gerente malla | 2 | \$ 109,00 | \$ 218,00 |
| Anaquelel juvenil vertical de melanina | 1 | \$ 202,00 | \$ 202,00 |
| archivador vertical | 2 | \$ 222,00 | \$ 443,99 |
| Butaca sin espaldar 3 puestos | 1 | \$ 134,00 | \$ 134,00 |
| Sillas apilables | 6 | \$ 35,00 | \$ 210,00 |
| Total | | | \$ 1.775,98 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.3 Equipo de Cómputo

Por concepto de equipo de cómputo se requiere una inversión aproximada de \$ 3.309,96; cuyo cálculo se detalla en el Cuadro 10

Cuadro 10.- Equipo de cómputo

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|---|----------|----------------|--------------------|
| Computadora de escritorio hp | 2 | \$ 1.129,99 | \$ 2.259,98 |
| Laptop Hp | 1 | \$ 749,99 | \$ 749,99 |
| Multifunción de tinta continua L210 Epson | 1 | \$ 299,99 | \$ 299,99 |
| Total | | | \$ 3.309,96 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.4 Equipos de oficina

Por concepto de equipos de oficina se requiere una inversión aproximada de \$ 246,99; cuyo cálculo se detalla en el Cuadro 11:

Cuadro 11.- Equipo de oficina

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|----------------------|----------|----------------|------------------|
| Telefax Panasonic | 1 | \$ 147,99 | \$ 147,99 |
| Teléfono Inalámbrico | 1 | \$ 99,00 | \$ 99,00 |
| Total | | | \$ 246,99 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.5 Vehículo

Por concepto de vehículo se requiere una inversión aproximada de \$15.340,00; cuyo cálculo se detalla en el Cuadro 12.

Cuadro 12.- Vehículo

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|----------------|----------|----------------|---------------------|
| Van N300 Cargo | 1 | \$ 15.340,00 | \$ 15.340,00 |
| Total | | | \$ 15.340,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.1.2 Inversión diferida

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto. Para el proyecto las inversiones de este tipo se detallan a continuación:

Cuadro 13.- Inversiones diferidas

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|--|----------|----------------|--------------------|
| Gastos de Organización y Constitución | 1 | \$ 800,00 | \$ 800,00 |
| Registro de Marca | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| Adecuaciones de oficinas | 1 | \$ 1.000,00 | \$ 1.000,00 |
| Permisos de trámites y patentes | 1 | \$ 200,00 | \$ 200,00 |
| Publicidad inicial | 1 | \$ 900,00 | \$ 900,00 |
| Software de gestión MN program Servicios Versión Advance | 1 | \$ 780,00 | \$ 780,00 |
| Otros gastos de constitución | 1 | \$ 120,00 | \$ 120,00 |
| Total | | | \$ 4.000,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.1.3 Capital de operación

La inversión en capital de operación o de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo. Para su cálculo se ha tomado en cuenta un lapso de dos meses, tiempo que se ha estimado prudente hasta que la empresa de servicios de limpieza sea identificado en el sector y comience a tener una clientela con la cual pueda cubrir todos los gastos que implica el funcionamiento del mismo.

Cuadro 14.- Capital de operación

| Detalle | Costo Anual | Capital de Operación |
|-------------------------|--------------|----------------------|
| Materiales | \$ 11.095,55 | \$ 1.849,26 |
| Mano de obra directa | \$ 53.327,70 | \$ 8.887,95 |
| Mano de obra indirecta | \$ 7.521,10 | \$ 1.253,52 |
| Gastos generales | \$ 2.903,40 | \$ 483,90 |
| Gastos de mantenimiento | \$ 3.660,00 | \$ 610,00 |
| Suministros | \$ 8.682,00 | \$ 1.447,00 |
| Sueldos y salarios | \$ 20.627,50 | \$ 3.437,92 |

| | | |
|-------------------------|-------------|---------------------|
| Gasto útiles de oficina | \$ 2.889,00 | \$ 481,50 |
| Alquiler | \$ 4.032,00 | \$ 672,00 |
| Sueldos y salarios | \$ 7.521,10 | \$ 1.253,52 |
| Gastos de publicidad | \$ 8.258,00 | \$ 1.376,33 |
| Total | | \$ 21.752,89 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.1.4 Inversión total

La inversión total requerida es la siguiente:

Cuadro 15.- Inversión Total

| Detalle | Costo Total |
|-----------------------|---------------------|
| Inversiones Fijas | \$ 32.282,21 |
| Inversiones Diferidas | \$ 4.000,00 |
| Capital de Operación | \$ 21.752,89 |
| Total | \$ 58.035,11 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.2 Financiamiento

El proyecto será financiado el 65,54% con aportaciones de los socios o accionistas y el 34,46% a través de un préstamo al Banco del Fomento a una tasa de Interés del 15%, a 5 años plazo. La tabla de Amortización se visualiza en el Anexo 5.

Cuadro 16.- Fuente de Financiamiento

| Fuente de Financiamiento | % | Inversión |
|--------------------------|----------------|---------------------|
| Aporte de socios | 65,54% | \$ 38.035,11 |
| Préstamo bancario | 34,46% | \$ 20.000,00 |
| Total | 100,00% | \$ 58.035,11 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3 Presupuestos

5.3.1 Presupuesto de ingresos

Para el cálculo de la estimación de ingresos por venta de la empresa SERVIMAID se hizo uso de los resultados de la encuesta aplicada a los hogares del cantón Manta, en donde se determinó que el 59,88% de los hogares contratarían el servicio de limpieza de pisos, el

68,60% contratarían el servicio de limpieza de cocina, un 70,93% contratarían el servicio de limpieza y desinfección de baños, aproximadamente un 46,51% contratarían el servicio de lavado de ventanas, el 48,84% contratarían el servicio de remoción de polvo; el 73,26% contratarían el servicio de lavado de cortinas o persianas; un 25% pedirían el servicio de limpieza de techos; el 26,74% hogares contratarían el servicio de limpieza de jardines y el 42,44% de los hogares pedirían el servicios de limpieza de alfombras. Con estos datos se pudo estimar los ingresos por la prestación de servicios de limpieza del mercado meta.

Cuadro 17.- Determinación de los ingresos

| Servicio | | Tarifa (m2) | Medida Promedio por hogar (m2) | Tarifa Promedio | Hogares | Frecuencia Promedio Anual | Ingreso Anual |
|------------------------|----------------------------------|-------------|--------------------------------|-----------------|---------|---------------------------|----------------------|
| Limpieza Básica | Limpieza de pisos | \$ 0,10 | 180,00 | \$ 18,00 | 38 | 76 | \$ 51.984,00 |
| | Limpieza total de cocina | \$ 0,30 | 30,00 | \$ 9,00 | 43 | 76 | \$ 29.412,00 |
| | Limpieza y desinfección de baños | \$ 0,30 | 24,00 | \$ 7,20 | 45 | 76 | \$ 24.624,00 |
| | Lavado de ventanas | \$ 0,20 | 36,00 | \$ 7,20 | 29 | 76 | \$ 15.868,80 |
| | Remoción de polvo | \$ 0,10 | 150,00 | \$ 15,00 | 31 | 76 | \$ 35.340,00 |
| Limpieza Especializada | Lavado de cortinas o persianas | \$ 1,50 | 18,00 | \$ 27,00 | 46 | 6 | \$ 7.452,00 |
| | Limpieza de techos | \$ 1,00 | 90,00 | \$ 90,00 | 16 | 6 | \$ 8.640,00 |
| | Limpieza de Jardines | \$ 1,25 | 60,00 | \$ 75,00 | 17 | 6 | \$ 7.650,00 |
| | Limpieza de alfombras | \$ 1,25 | 8,00 | \$ 10,00 | 27 | 6 | \$ 1.620,00 |
| INGRESO ANUAL | | | | | | | \$ 182.590,80 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

En el caso de la limpieza básica la frecuencia promedio es de 76 veces por año (Ver Anexo 3); en lo que respecta a la limpieza especializada se estima una frecuencia bimensual.

Para la proyección se consideró el porcentaje de inflación vigente a diciembre de 2013 que es de 2,70%.

Cuadro 18.- Proyección de ingresos

| Producto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Limpieza de pisos | \$ 51.984,00 | \$ 53.387,57 | \$ 54.829,03 | \$ 56.309,42 | \$ 57.829,77 |
| Limpieza total de cocina | \$ 29.412,00 | \$ 30.206,12 | \$ 31.021,69 | \$ 31.859,27 | \$ 32.719,48 |
| Limpieza y desinfección de baños | \$ 24.624,00 | \$ 25.288,85 | \$ 25.971,65 | \$ 26.672,88 | \$ 27.393,05 |
| Lavado de ventanas | \$ 15.868,80 | \$ 16.297,26 | \$ 16.737,28 | \$ 17.189,19 | \$ 17.653,30 |
| Remoción de polvo | \$ 35.340,00 | \$ 36.294,18 | \$ 37.274,12 | \$ 38.280,52 | \$ 39.314,10 |
| Lavado de cortinas o persianas | \$ 7.452,00 | \$ 7.653,20 | \$ 7.859,84 | \$ 8.072,06 | \$ 8.290,00 |
| Limpieza de techos | \$ 8.640,00 | \$ 8.873,28 | \$ 9.112,86 | \$ 9.358,91 | \$ 9.611,60 |
| Limpieza de Jardines | \$ 7.650,00 | \$ 7.856,55 | \$ 8.068,68 | \$ 8.286,53 | \$ 8.510,27 |
| Limpieza de alfombras | \$ 1.620,00 | \$ 1.663,74 | \$ 1.708,66 | \$ 1.754,79 | \$ 1.802,17 |
| Ingreso Total | \$ 182.590,80 | \$ 187.520,75 | \$ 192.583,81 | \$ 197.783,57 | \$ 203.123,73 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2 Presupuesto de gastos

En el siguiente cuadro se detallan los gastos, a los cuales debe incurrir la empresa Servimaid S.A. para poner en marcha el proyecto, así mismo estos se encuentran clasificados en costos de producción, gastos administrativos, y gastos de ventas, y se encuentran proyectados para cinco años consecutivos tomando en cuenta el porcentaje de inflación vigente a diciembre de 2013 que es de 2,70%.

Cuadro 19.- Gastos

| Detalle | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costo de producción | | | | | |
| Materiales | \$ 8.058,20 | \$ 8.275,77 | \$ 8.499,22 | \$ 8.728,70 | \$ 8.964,37 |
| Mano de obra directa | \$ 53.327,70 | \$ 54.767,55 | \$ 56.246,27 | \$ 57.764,92 | \$ 59.324,57 |
| Mano de obra indirecta | \$ 7.521,10 | \$ 7.724,17 | \$ 7.932,72 | \$ 8.146,91 | \$ 8.366,87 |
| Gastos generales | \$ 2.025,60 | \$ 2.080,29 | \$ 2.136,46 | \$ 2.194,14 | \$ 2.253,39 |
| Gastos de mantenimiento | \$ 3.660,00 | \$ 3.758,82 | \$ 3.860,31 | \$ 3.964,54 | \$ 4.071,58 |
| Suministros | \$ 8.682,00 | \$ 8.916,41 | \$ 9.157,16 | \$ 9.404,40 | \$ 9.658,32 |
| Gastos de depreciación | \$ 5.534,55 | \$ 5.534,55 | \$ 5.534,55 | \$ 4.431,23 | \$ 4.431,23 |
| Total costo de producción | \$ 88.809,15 | \$ 91.057,56 | \$ 93.366,68 | \$ 94.634,83 | \$ 97.070,33 |
| Gasto administrativos | | | | | |
| Sueldos y salarios | \$ 20.627,50 | \$ 21.184,44 | \$ 21.756,42 | \$ 22.343,85 | \$ 22.947,13 |
| Gasto útiles de oficina | \$ 2.889,00 | \$ 2.967,00 | \$ 3.047,11 | \$ 3.129,38 | \$ 3.213,88 |
| Alquiler | \$ 4.032,00 | \$ 4.140,86 | \$ 4.252,67 | \$ 4.367,49 | \$ 4.485,41 |
| Gastos de amortización | \$ 800,00 | \$ 800,00 | \$ 800,00 | \$ 800,00 | \$ 800,00 |

| | | | | | |
|-------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Total gastos administrativos | \$ 28.348,50 | \$ 29.092,31 | \$ 29.856,20 | \$ 30.640,72 | \$ 31.446,42 |
| Gastos de venta | | | | | |
| Sueldos y salarios | \$ 7.521,10 | \$ 7.724,17 | \$ 7.932,72 | \$ 8.146,91 | \$ 8.366,87 |
| Gastos de publicidad | \$ 8.258,00 | \$ 8.480,97 | \$ 8.709,95 | \$ 8.945,12 | \$ 9.186,64 |
| Total gastos de venta | \$ 15.779,10 | \$ 16.205,14 | \$ 16.642,67 | \$ 17.092,03 | \$ 17.553,51 |
| Total | \$ 132.936,75 | \$ 136.355,00 | \$ 139.865,56 | \$ 142.367,57 | \$ 146.070,26 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

El detalle de cada uno de los costos y gastos en que incurrirá la empresa de limpieza de hogares se detalla a continuación:

5.3.2.1 Materiales

Se estima un gasto anual de \$ 11.095,55 por concepto de materiales, materiales e insumos, su cálculo se detalla en el Cuadro 20.

Cuadro 20.- Materiales

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Anual |
|-----------------------------|----------|----------------|-------------|
| Trapo de piso | 468 | \$ 1,80 | \$ 842,40 |
| Franela grande | 468 | \$ 2,80 | \$ 1.310,40 |
| Franela pequeña | 468 | \$ 1,75 | \$ 819,00 |
| Escoba | 108 | \$ 2,35 | \$ 253,80 |
| Paño multiuso | 468 | \$ 0,75 | \$ 351,00 |
| Mopa amarilla | 234 | \$ 4,80 | \$ 1.123,20 |
| Mopa blanca | 234 | \$ 3,70 | \$ 865,80 |
| Escobillón | 108 | \$ 2,80 | \$ 302,40 |
| Cepillo de lustre | 234 | \$ 1,15 | \$ 269,10 |
| Cepillo de mano | 234 | \$ 1,50 | \$ 351,00 |
| Estropajo grande | 234 | \$ 1,30 | \$ 304,20 |
| Lana de acero | 234 | \$ 0,80 | \$ 187,20 |
| Esponja fibra verde | 234 | \$ 0,55 | \$ 128,70 |
| Esponja doble cara | 234 | \$ 0,85 | \$ 198,90 |
| Lavandina (gl) | 57 | \$ 6,50 | \$ 370,50 |
| Hipoclorito de Sodio (gl) | 57 | \$ 7,50 | \$ 427,50 |
| Desodorante (gl) | 57 | \$ 4,50 | \$ 256,50 |
| Detergente lavavajillas(gl) | 57 | \$ 9,00 | \$ 513,00 |
| Balde 15 l | 54 | \$ 6,85 | \$ 369,90 |
| Plumero | 54 | \$ 5,00 | \$ 270,00 |
| Limpiador de pisos | 54 | \$ 3,00 | \$ 162,00 |
| Limpia vidrios grande | 54 | \$ 3,90 | \$ 210,60 |
| Pala | 54 | \$ 1,80 | \$ 97,20 |

| | | | |
|---------------------|-----|----------|---------------------|
| Extensión eléctrica | 9 | \$ 12,00 | \$ 108,00 |
| Kit manguera | 9 | \$ 43,00 | \$ 387,00 |
| Tijeras para jardín | 9 | \$ 20,00 | \$ 180,00 |
| Bolsas de basura | 104 | \$ 4,00 | \$ 416,00 |
| Pulverizador | 9 | \$ 2,25 | \$ 20,25 |
| Total | | | \$ 11.095,55 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2.2 Gastos Generales

Se estima un gasto anual de \$ 2.903,40 por concepto de gastos generales, su cálculo se detalla en el Cuadro 21.

Cuadro 21.- Gastos Generales

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Anual |
|-----------------------------|----------|----------------|--------------------|
| Uniforme administrativo | 6 | \$ 45,00 | \$ 270,00 |
| Uniforme personal operativo | 18 | \$ 38,00 | \$ 684,00 |
| Gafas | 18 | \$ 14,00 | \$ 252,00 |
| Mascarillas | 108 | \$ 6,80 | \$ 734,40 |
| Botas de trabajo | 9 | \$ 65,00 | \$ 585,00 |
| Guantes | 108 | \$ 3,50 | \$ 378,00 |
| Total | | | \$ 2.903,40 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2.3 Gastos de mantenimiento

Se estima un gasto anual de \$ 3.660,00 por concepto de gastos de mantenimiento, su cálculo se detalla en el Cuadro 22.

Cuadro 22.- Gastos de Mantenimiento

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Anual |
|---------------------------------|----------|----------------|-------------|
| Mantenimiento equipo de cómputo | 12 | \$ 50,00 | \$ 600,00 |
| Mantenimiento de equipos | 12 | \$ 80,00 | \$ 960,00 |
| Mantenimiento de instalaciones | 1 | \$ 300,00 | \$ 300,00 |

| | | | |
|---------------------------|----|-----------|--------------------|
| Mantenimiento de vehículo | 12 | \$ 150,00 | \$ 1.800,00 |
| Total | | | \$ 3.660,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2.4 Suministros

Se estima un gasto anual de \$8.682,00 por concepto de suministros, su cálculo se detalla en el Cuadro 23.

Cuadro 23.- Suministros

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Anual |
|----------------------------|----------|----------------|--------------------|
| Energía eléctrica (Kw/h) | 4200 | \$ 0,15 | \$ 630,00 |
| Agua (m3) | 420 | \$ 0,80 | \$ 336,00 |
| Internet (plan) | 12 | \$ 64,00 | \$ 768,00 |
| Telefonía (plan comercial) | 12 | \$ 59,00 | \$ 708,00 |
| Combustible (gal) | 3120 | \$ 2,00 | \$ 6.240,00 |
| Total | | | \$ 8.682,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2.5 Útiles de oficina

Se estima un gasto anual de \$ 2.889,00 por concepto de útiles de oficina, su cálculo se detalla en el Cuadro 24.

Cuadro 24.- Gastos útiles de oficina

| Detalle | Costo Mensual | Costo Anual |
|----------------------|---------------|--------------------|
| Esferos | \$ 3,00 | \$ 36,00 |
| Resmas de papel | \$ 15,00 | \$ 180,00 |
| Lápiz | \$ 1,80 | \$ 1.200,00 |
| Borrador | \$ 1,00 | \$ 300,00 |
| Carpetas | \$ 6,00 | \$ 600,00 |
| Clips | \$ 1,25 | \$ 15,00 |
| Grapas | \$ 1,50 | \$ 18,00 |
| Tinta para impresora | \$ 25,00 | \$ 300,00 |
| Otros | \$ 20,00 | \$ 240,00 |
| Total | | \$ 2.889,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2.6 Gastos de alquiler

Se estima un gasto anual de \$ 4.032,00 por concepto de alquiler, su cálculo se detalla en el Cuadro 25.

Cuadro 25.- Gastos de Alquiler

| Detalle | Costo Mensual | Costo Anual |
|-------------------|---------------|--------------------|
| Alquiler de local | \$ 336,00 | \$ 4.032,00 |
| Total | | \$ 4.032,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.3.2.7 Gastos de publicidad

El alcance de la campaña será para el cantón Manta, el gasto de publicidad y promoción de la empresa Servimaid asciende a \$ 8.258,00 anuales.

Cuadro 26.- Gastos de publicidad y promoción

| Detalle | Cantidad | Costo Unitario | Costo Anual |
|---|----------|----------------|--------------------|
| Publicidad en prensa | 52 | \$ 75,00 | \$ 3.900,00 |
| Campañas en Redes Sociales | 6 | \$ 300,00 | \$ 1.800,00 |
| Volantes | 6.000 | \$ 0,10 | \$ 600,00 |
| Email Marketing | 4 | \$ 92,00 | \$ 368,00 |
| Dominio y Hosting en WIX (incluye diseño) | 1 | \$ 160,00 | \$ 160,00 |
| Tarjetas de visitas | 5.200 | \$ 0,10 | \$ 520,00 |
| Folletos publicitarios | 2.600 | \$ 0,35 | \$ 910,00 |
| Total | | | \$ 8.258,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.4 Estados Financieros

5.4.1 Balance general

El Balance General Proyectado es el Estado contable que muestra cantidades tentativas, preparado con el fin de mostrar una propuesta o una situación financiera futura probable.

Cuadro 27.- Balance General Proyectado

**SERVIMAIID
BALANCE GENERAL PROYECTADO
PERIODO 2014 - 2018**

| Cuentas | Inicial | Años | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Activos | | | | | | |
| Activo Corriente | | | | | | |
| Caja/Banco | 21.752,89 | 67.860,03 | 72.634,25 | 77.001,48 | 80.896,01 | 83.138,82 |
| Total Activo Corriente | | | | | | |
| Activo Fijo | | | | | | |
| Maquinaria y Equipos | 11.609,28 | 11.609,28 | 11.609,28 | 11.609,28 | 11.609,28 | 11.609,28 |
| Depreciación Acumulada Maquinaria | | -1.160,93 | -2.321,86 | -3.482,78 | -4.643,71 | -5.804,64 |
| Muebles y Enseres | 1.775,98 | 1.775,98 | 1.775,98 | 1.775,98 | 1.775,98 | 1.775,98 |
| Depreciación Acumulada Muebles y Enseres | | -177,60 | -355,20 | -532,80 | -710,39 | -887,99 |
| Equipos de computo | 3.309,96 | 3.309,96 | 3.309,96 | 3.309,96 | | |
| Depreciación Acumulada Equipo de Computo | | -1.103,32 | -2.206,64 | -3.309,96 | | |
| Equipos de oficina | 246,99 | 246,99 | 246,99 | 246,99 | 246,99 | 246,99 |
| Depreciación Acumulada Equipo de Oficina | | -24,70 | -49,40 | -74,10 | -98,80 | -123,50 |
| Vehículo | 15.340,00 | 15.340,00 | 15.340,00 | 15.340,00 | 15.340,00 | 15.340,00 |
| Depreciación Acumulada de Vehículos | | -3.068,00 | -6.136,00 | -9.204,00 | 12.272,00 | 15.340,00 |
| Total Activo Fijo | 32.282,21 | 26.747,67 | 21.213,12 | 15.678,58 | 11.247,35 | 6.816,13 |
| Activo Diferido | | | | | | |
| Gastos de Constitución | 4.000,00 | 4.000,00 | 4.000,00 | 4.000,00 | 4.000,00 | 4.000,00 |
| Amort. Acum. G. De Const. | | -800,00 | -1.600,00 | -2.400,00 | -3.200,00 | -4.000,00 |
| Total Activo Diferido | 4.000,00 | 3.200,00 | 2.400,00 | 1.600,00 | 800,00 | 0,00 |
| Total Activo | 58.035,11 | 97.807,70 | 96.247,37 | 94.280,06 | 92.943,36 | 89.954,95 |
| Pasivo | | | | | | |
| Pasivo Corriente | | | | | | |
| Participación Empleados por pagar | | 6.410,84 | 6.688,48 | 6.981,82 | 7.458,02 | 7.787,98 |
| Impuesto a la Renta Por Pagar | | 7.992,18 | 8.338,30 | 8.704,00 | 9.297,67 | 9.709,01 |
| Total Pasivo Corriente | | 14.403,01 | 15.026,77 | 15.685,82 | 16.755,69 | 17.496,99 |
| Pasivo Largo Plazo | 20.000,00 | 17.033,69 | 13.622,43 | 9.699,48 | 5.188,10 | 0,00 |
| Total Pasivo | 20.000,00 | 31.436,70 | 28.649,21 | 25.385,31 | 21.943,79 | 17.496,99 |
| Patrimonio | | | | | | |
| Capital Social | 38.035,11 | 38.035,11 | 38.035,11 | 38.035,11 | 38.035,11 | 38.035,11 |
| Utilidad/Pérdida en el ejercicio | 0,00 | 28.335,89 | 29.563,06 | 30.859,65 | 32.964,47 | 34.422,85 |
| Total Patrimonio | 38.035,11 | 66.371,00 | 67.598,17 | 68.894,75 | 70.999,57 | 72.457,96 |
| Total Pasivo y Patrimonio | 58.035,11 | 97.807,70 | 96.247,37 | 94.280,06 | 92.943,36 | 89.954,95 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.4.2 Estado de resultados

El Estado de Pérdidas y Ganancias permite analizar adecuadamente los costos y gastos que incurren en determinado período de tiempo y a su vez permite compararlos con los otros períodos. Este estado es básico para determinar si el capital invertido genera utilidades o pérdidas y así deducir la efectividad del proyecto.

Cuadro 28.- Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

| SERVIMAIID | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|
| ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO | | | | | |
| PERIODO 2014 - 2018 | | | | | |
| CUENTAS | AÑOS | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingresos | 182.590,80 | 187.520,75 | 192.583,81 | 197.783,57 | 203.123,73 |
| -Costos de Operación | 92.724,30 | 95.078,42 | 97.496,10 | 98.875,75 | 101.425,75 |
| =Utilidad Bruta en Ventas | 89.866,50 | 92.442,33 | 95.087,71 | 98.907,83 | 101.697,98 |
| Gastos | - | - | - | - | - |
| -Gastos Administrativos | 28.348,50 | 29.092,31 | 29.856,20 | 30.640,72 | 31.446,42 |
| -Gastos de Venta | 15.779,10 | 16.205,14 | 16.642,67 | 17.092,03 | 17.553,51 |
| -Gastos Financieros | 3.000,00 | 2.555,05 | 2.043,36 | 1.454,92 | 778,21 |
| =Utilidad antes de participación e impuestos | 42.738,90 | 44.589,83 | 46.545,47 | 49.720,16 | 51.919,84 |
| -Participación a empleados | 6.410,84 | 6.688,48 | 6.981,82 | 7.458,02 | 7.787,98 |
| = Utilidad Antes de Impuestos | 36.328,07 | 37.901,36 | 39.563,65 | 42.262,14 | 44.131,86 |
| -Impuesto a la Renta | 7.992,18 | 8.338,30 | 8.704,00 | 9.297,67 | 9.709,01 |
| Utilidad Neta | 28.335,89 | 29.563,06 | 30.859,65 | 32.964,47 | 34.422,85 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.5 Punto de equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto (IT = CT). Si el producto puede ser vendido en mayores cantidades de las que arroja el punto de equilibrio tendremos entonces que la empresa percibirá beneficios. Si por el contrario, se encuentra por debajo del punto de equilibrio, tendrá pérdidas. Para el desarrollo del punto de equilibrio se aplicará la siguiente fórmula:

$$PE_s = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{I}}$$

Dónde:

Ingresos Totales \$ 182.590,80

Costos Fijos \$ 117.074,35

Costos Variables \$ 19.777,55

Reemplazando:

$$PE_{\$} = \frac{\$ 117.074,35}{1 - \frac{\$ 19.777,55}{\$ 182.590,80}}$$

$$PE_{\$} = \frac{\$ 117.074,35}{1 - 0,11}$$

$$PE_{\$} = \frac{\$ 117.074,35}{0,89}$$

$$PE_{\$} = \$ 131.544,21$$

$$PE_{\%} = 72,04\%$$

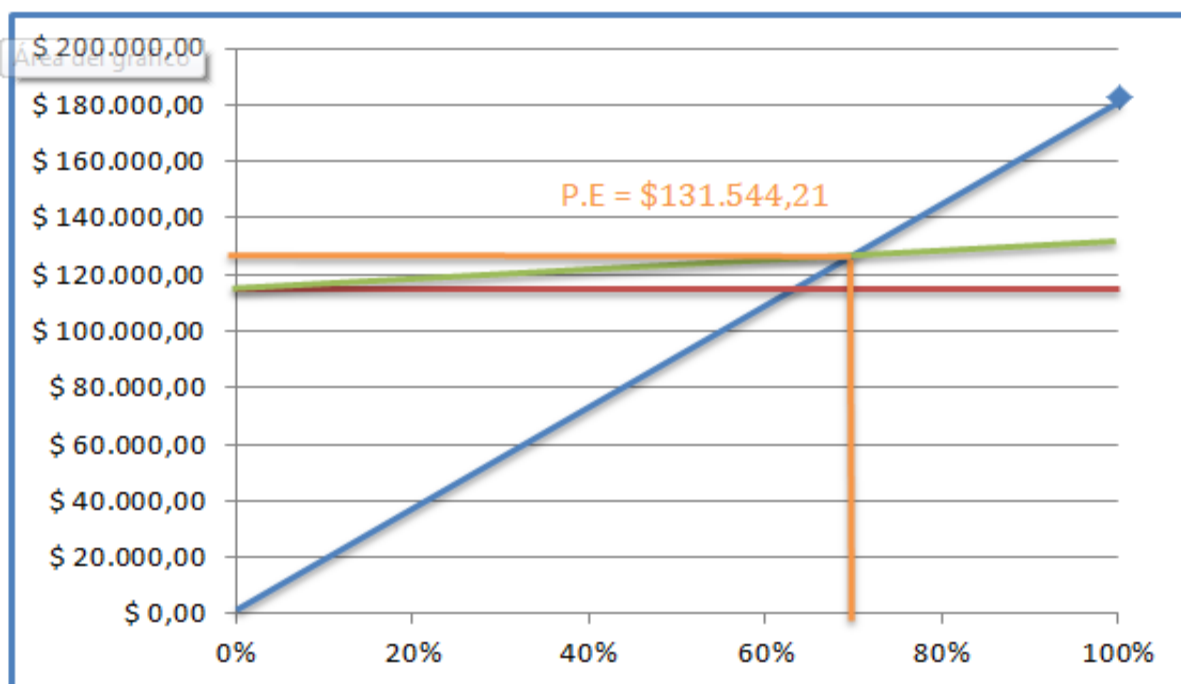


Figura 18.- Punto de Equilibrio

Elaborado por: La Autora

Esto significa que del total de las ventas de la empresa de limpieza solamente se puede cubrir un 72,04% de los costos, y el restante sería las ganancias; si las ventas son menores a 72,04%, Servimaid incurriría en pérdidas.

5.6 Análisis financiero

5.6.1 Flujo de caja

Se estructura con los costos e ingresos del proyecto para cada período de tiempo en los que se desembolsan.

Cuadro 29.- Flujo de caja

**SERVIMAIID
FLUJO DE CAJA
PERIODO 2014 - 2018**

| Cuentas | Inicial | AÑOS | | | | |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inversión inicial | -58.035,11 | | | | | |
| Ingresos totales | | | | | | |
| Limpieza de pisos | | 51.984,00 | 53.387,57 | 54.829,03 | 56.309,42 | 57.829,77 |
| Limpieza total de cocina | | 29.412,00 | 30.206,12 | 31.021,69 | 31.859,27 | 32.719,48 |
| Limpieza y desinfección de baños | | 24.624,00 | 25.288,85 | 25.971,65 | 26.672,88 | 27.393,05 |
| Lavado de ventanas | | 15.868,80 | 16.297,26 | 16.737,28 | 17.189,19 | 17.653,30 |
| Remoción de polvo | | 35.340,00 | 36.294,18 | 37.274,12 | 38.280,52 | 39.314,10 |
| Lavado de cortinas o persianas | | 7.452,00 | 7.653,20 | 7.859,84 | 8.072,06 | 8.290,00 |
| Limpieza de techos | | 8.640,00 | 8.873,28 | 9.112,86 | 9.358,91 | 9.611,60 |
| Limpieza de Jardines | | 7.650,00 | 7.856,55 | 8.068,68 | 8.286,53 | 8.510,27 |
| Limpieza de alfombras | | 1.620,00 | 1.663,74 | 1.708,66 | 1.754,79 | 1.802,17 |
| Total ingresos | | 182.590,80 | 187.520,75 | 192.583,81 | 197.783,57 | 203.123,73 |
| Costos totales | | | | | | |
| Costo de operación | | 92.724,30 | 95.078,42 | 97.496,10 | 98.875,75 | 101.425,75 |
| Gastos Administrativos | | 28.348,50 | 29.092,31 | 29.856,20 | 30.640,72 | 31.446,42 |
| Gastos de Venta | | 15.779,10 | 16.205,14 | 16.642,67 | 17.092,03 | 17.553,51 |
| Gastos financieros | | 3.000,00 | 2.555,05 | 2.043,36 | 1.454,92 | 778,21 |
| Total costos | | 139.851,90 | 142.930,92 | 146.038,34 | 148.063,41 | 151.203,89 |
| Flujo operacional | | 42.738,90 | 44.589,83 | 46.545,47 | 49.720,16 | 51.919,84 |
| -15% reparto de utilidades | | 6.410,84 | 6.688,48 | 6.981,82 | 7.458,02 | 7.787,98 |
| -22% impuesto a la renta | | 7.992,18 | 8.338,30 | 8.704,00 | 9.297,67 | 9.709,01 |
| Flujo Neto | | 28.335,89 | 29.563,06 | 30.859,65 | 32.964,47 | 34.422,85 |
| +depreciaciones | | 5.534,55 | 5.534,55 | 5.534,55 | 4.431,23 | 4.431,23 |
| + amortizaciones | | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 | 800,00 |
| Capital de Operación | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 21.752,89 |
| Valor Residual | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 6.816,13 |
| Flujo Neto | -58.035,11 | 34.670,44 | 35.897,61 | 37.194,19 | 38.195,69 | 68.223,10 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.6.2 TMAR

El costo de oportunidad es la tasa con la cual se hará el descuento o actualización de los flujos netos de fondo que genera la empresa Servimaid en su totalidad.

En vista de que el flujo neto de fondos considera el total de fondos comprometidos a la implementación de la empresa, y estos provienen tanto de fuentes internas (aporte propios) como fuentes externas (crédito Banco de Fomento), para el cálculo de la tasa de descuento es necesario tomar en cuenta el costo asociado a cada fuente.

La tasa mínima aceptable de rendimiento se estableció considerando la tasa pasiva referencial del Banco Central que es del 4,53%, más la inflación diciembre 2013 que es del 2,70%, más el premio que los accionistas han considerado de un 12% para que la tasa sea atractiva para sus inversiones.

$$\text{TMAR} = i + f + if$$

I= inflación

F= premio al riesgo

$$\text{TMAR} = 2,70 + 12 + (0,027 * 0,12)$$

$$\text{TMAR} = 14,70$$

Cuadro 30.- Cálculo TMAR

| FUENTES DE FINANCIAMIENTO | % APORTACIÓN | TMAR | PONDERACIÓN |
|---------------------------|--------------|--------|---------------|
| Recursos propios | 65,54% | 14,70% | 9,63% |
| Préstamo Bancario | 34,46% | 4,53% | 1,56% |
| TMAR GLOBAL | | | 11,20% |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

La tasa de descuento con la que se evaluará el proyecto será de 11,20%.

5.6.3 VAN

El valor presente neto o también llamado valor actual neto de una propuesta de inversión es el valor presente de los flujos de efectivos netos de dicha propuesta, menos su inversión inicial.

Cuadro 31.- Valor Actual Neto

| PERIODO | FLUJO | TASA | VALOR ACTUAL |
|------------|---------------|-------|---------------------|
| 0 | -\$ 58.035,11 | | -\$ 58.035,11 |
| 1 | \$ 34.670,44 | 0,112 | \$ 31.178,45 |
| 2 | \$ 35.897,61 | 0,112 | \$ 29.030,59 |
| 3 | \$ 37.194,19 | 0,112 | \$ 27.049,59 |
| 4 | \$ 38.195,69 | 0,112 | \$ 24.980,16 |
| 5 | \$ 68.223,10 | 0,112 | \$ 40.124,30 |
| VAN | | | \$ 94.328,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Como se muestra en las tablas el VAN del proyecto es de \$ 94.328,00 por lo que se recomienda la implementación del proyecto.

5.6.4 TIR

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. (Vaquiro, 2012)

Cuadro 32.- Tasa Interna de Retorno

| PERIODO | FLUJO | TIR | VALOR ACTUAL |
|------------|---------------|--------|----------------|
| 0 | -\$ 58.035,11 | | -\$ 58.035,11 |
| 1 | \$ 34.670,44 | 58,90% | \$ 21.819,41 |
| 2 | \$ 35.897,61 | 58,90% | \$ 14.217,82 |
| 3 | \$ 37.194,19 | 58,90% | \$ 9.270,99 |
| 4 | \$ 38.195,69 | 58,90% | \$ 5.991,69 |
| 5 | \$ 68.223,10 | 58,90% | \$ 6.735,19 |
| VAN | | | \$ 0,00 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

La TIR es atractiva ya que supera la tasa de descuento, lo que demuestra que es proyecto es viable.

5.6.5 Relación beneficio / costo

La relación beneficio costo, indica la utilidad que se lograría con el costo que representa la inversión, es decir por cada unidad de costo cuanto se recibe por beneficio.

Su análisis se basa en los siguientes parámetros:

R B/C > 1, entonces el proyecto es viable

R B/C=1, El proyecto es indiferente de realizar

R B/C < 1, entonces el proyecto no es viable

Cuadro 33.- Beneficio / Costo

| Inversión | -58.035,11 | Valores descontados |
|------------|------------|---------------------|
| Flujo 1 | 34.670,44 | 31.178,45 |
| Flujo 2 | 35.897,61 | 29.030,59 |
| Flujo 3 | 37.194,19 | 27.049,59 |
| Flujo 4 | 38.195,69 | 24.980,16 |
| Flujo 5 | 68.223,10 | 40.124,30 |
| Subtotal | | 152.363,10 |
| B/C | | 2,63 |

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

La Empresa por cada dólar (\$1,00) que invierte, obtiene una utilidad de \$1,63, por lo que se acepta el proyecto.

5.6.6 Recuperación de la inversión

Para estimar la recuperación de la inversión se consideró los valores finales del flujo de caja como se muestra en el cuadro a continuación:

Cuadro 34.- Recuperación de la inversión

| Concepto | Valor | Año |
|--------------------------|---------------------|-----|
| Flujo año 1 | \$ 34.670,44 | 1 |
| Flujo año 2 | \$ 35.897,61 | 1 |
| Total | \$ 70.568,04 | |
| Inversión Inicial | \$ 58.035,11 | |

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 2 + \frac{\$ 58.035,11 - \$ 70.568,04}{\$ 35.897,61}$$

$$PRC = 2 + \frac{-\$ 12532,93}{\$ 35.897,61}$$

$$PRC = 2 - 0,3491$$

$$PRC = 1,65$$

Para la obtención del tiempo exacto de la recuperación de la inversión se efectúa el siguiente procedimiento: El entero representa el número de años 1, se resta el valor correspondiente al entero $1,65 - 1 = 0,65$, se multiplica la restante por 12 meses que tiene el año, $0,65 * 12 = 7,8$ se obtiene el número de meses (7), se resta el valor correspondiente al entero $7,8 - 7 = 0,8$, y la resultante se multiplica por 30 días del mes $0,8 * 30 = 24$ se obtiene el número de días (24).

De acuerdo a los cálculos efectuados, el tiempo de recuperación de la inversión es de 1 año, 7 meses y 24 días.

CONCLUSIONES

Después de haber realizado los diferentes estudios para determinar la factibilidad de la implementación de la empresa SERVIMAID, se puede concluir que:

1. Según el estudio realizado en la ciudad de Manta se constató existe un mercado potencial para los servicios de limpieza de hogares, puesto que se detectó la necesidad por parte de las personas, de contratar este tipo de servicios.
2. Los factores que se deben tener en cuenta para la prestación de los servicios son las dimensiones del lugar a limpiar, las condiciones propias de los hogares, el tiempo necesario para efectuar la tarea y los insumos a utilizar; debido a que estos influyen de manera directamente proporcional al precio del servicio. Cabe recordar que por las diferentes características de los hogares, el precio tiende a variar de un cliente a otro, por esto es que se estableció precios por metro cuadrado.
3. La inversión inicial y el capital de trabajo que se necesita para llevar a cabo el proyecto es de \$ 58.035,11, de los cuales se estima que el 65,54% se cubrirá con aporte de los socios y el restante 34,46% mediante un préstamo al Banco del Fomento a una tasa de interés anual del 15%.
4. La rentabilidad que arroja el proyecto (TIR) es de 58,90%; el VAN es de \$94.328,00 y la relación B/C es de 2,63; por lo tanto el proyecto es económicamente factible de realizarse.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda la implementación de la empresa SERVIMAID, ya que se demostró la viabilidad y rentabilidad de la misma de acuerdo a los resultados positivos que se obtuvieron en el presente plan de negocios.
2. Al ser una empresa nueva que requiere ganar la confianza de los clientes, se recomienda que durante el transcurso de la vida del proyecto, se ejecute un “Plan de Marketing” dé a conocer el servicio y promocióne los valores de la empresa con la finalidad de cumplir las proyecciones de ventas planificadas.
3. Se recomienda la ejecución de éste proyecto debido a que contribuye con el desarrollo empresarial y económico del cantón, ofrece fuentes de empleo brindando el servicio de limpieza de los hogares del cantón Manta.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (2007). *Ley de régimen Tributario Interno*. Quito.
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial de la República del Ecuador.
- Baca Urbina, G. (2008). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Calderón, M. (2010). *El Proceso de Mercadotecnia y la Gestión de Comercialización de Bienes y Servicios*. Loja: Universidad nacional de Loja.
- Capacinet. (1 de Enero de 2012). *Segmentación Estratégica del Mercado*. Obtenido de sitio web de Coordinación de la Sociedad de la Información y el Conocimiento: http://capacinet.gob.mx/Cursos/Emprendedores%20y%20negocios/Mercadotecnia_html/tema_07.html
- Cattaneo, C. (2011). *Desarrollo y gestión de microemprendimientos en áreas rurales*. Buenos Aires: Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- CETRI Litoral. (2007). *manual del Plan de Negocios*. Santa fe: Universidad Nacional del Litoral.
- Código del Trabajo, Codificación 17 publicada en el Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005 (Congreso Nacional 27 de Enero de 2011).
- Crece Negocios. (12 de diciembre de 2012). *Plan de negocios*. Obtenido de sitio web de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-8-la-evaluacion-del-proyecto/>
- Freire, A. (2008). *Pasión por Emprender; de la idea a la cruda realidad*. Colombia: Grupo Editorial Norma.
- Geocities. (10 de Octubre de 2009). *Planeación estratégica, táctica y operacional* . Obtenido de sitio web de Oocities.org: <http://www.oocities.org/es/angelcontreras01/pype/pype1.htm>
- Gobierno Municipal del Cantón Manta. (2011). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial Cantón Manta 2012-2020*. Manta: Departamento de Planeamiento Urbano.

- Ibarra, S. (2006). *Sistema de producción - Fundamentos*. Obtenido de sitio web de El Prisma Portal para investigadores y profesionales: http://www.elprisma.com/apuntes/ingenieria_industrial/sistemasdeproduccionfundamentos/default2.asp
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Prentice Hal.
- Naresh, M. K. (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Practico*. Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Rodríguez, R., Tapia, R., & Morales, F. (Agosto de 1999). *Manual de Buenas Prácticas de Higiene y Sanidad*. México: Secretaría de Salud de México.
- Sarasúa, C. (1994). *Criados, nodrizas y amos*. . Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores S.A.
- Trespalacios, J., Vasquez, R., & Bello, L. (2005). *Investigación de Mercados*. Internacional Thompson Editores.
- Vaquiroy, J. (5 de Enero de 2012). *Tasa Interna de Retorno*. Obtenido de sitio web de Asesoría y consultoría para Pymes: <http://www.pymesfuturo.com/tiretorno.htm>
- Welsch, G., Hilton, R., Gordon, p., & Rivera, C. (2005). *Presupuestos Planificación y Control*. México: Pearson Educación.
- WikiHow. (2009). *Cómo limpiar el piso*. Obtenido de sitio web de Wikihow: <http://www.wikihow.com/Mop-a-Floor>
- Wikihow. (2010). *Cómo limpiar un patio*. Obtenido de sitio web de WikiHow: <http://es.wikihow.com/limpiar-un-patio>

ANEXOS

Anexo 1.- Glosario de términos

Según (Rodríguez, Tapia, & Morales, 1999) los conceptos más utilizados en el negocio de limpieza son los siguientes:

ABRASIVO: es un agente de limpieza que sirve para remover partículas de difícil eliminación. Si se utiliza en exceso pueden provocar corrosión.

ACONDICIONAMIENTO: es la acción de tratar un producto o una cosa y efectuarle arreglos o cambios con la finalidad de conseguir una cualidad particular.

AGENTES FUNGICIDAS: se denomina así a las sustancias que se utilizan para la eliminación de hongos y/o sus esporas.

AGENTES GERMICIDAS: dicese de aquellas sustancias que eliminan gérmenes o microorganismos.

BASURA: dicese de aquel material cuya calidad no permite incluirlo nuevamente en el proceso que lo genera.

CALIDAD: es el conjunto de propiedades y características esenciales de una cosa que permite apreciarla como igual, mejor o peor entre las unidades de un producto y la referencia de su misma especie.

CORROSIÓN: es el deterioro que sufren los objetos metálicos, como resultado de la interacción con el medio en que trabajan.

DESINFECCIÓN: es la reducción de la cantidad de microorganismos a un nivel que no dé lugar a contaminación del ambiente, esto se logra a través de la utilización de agentes químicos, métodos físicos o ambos, higiénicamente satisfactorios.

DESINFECTANTE: son aquellos productos o agentes naturales que sirven para desinfectar, limpiar, evitar la presencia de bacterias, virus y otro tipo de microorganismos peligrosos para la salud.

DESPERDICIO: Materiales, subproductos o residuos que se genera en un proceso.

DETERGENTE: Material tenso activo formulado para la remoción y eliminación de la contaminación no deseada de una superficie o de algún material.

EQUIPO SANITARIO: es el equipo diseñado para facilitar los trabajos de limpieza y saneamiento.

ESPORA: son las células de microorganismos con vida latente, que son capaces de crecer y reproducirse en condiciones favorables.

HIGIENE: son aquellas medidas que garantizan la sanidad e inocuidad de los procesos.

LIMPIEZA: Conjunto de procedimientos que se realizan con la finalidad de eliminar residuos, suciedad, polvo, tierra, grasa u otras materias objetables.

MICROORGANISMOS: dícese de los parásitos, hongos, levaduras, bacterias, y virus de tamaño microscópico.

PLAGAS: son aquellos organismos capaces de contaminar o destruir directa o indirectamente los productos.

PLAGUICIDAS: son aquellas sustancias o mezclas de sustancias que se usan para prevenir, destruir, repeler o modificar cualquier forma de vida que sea nociva para la salud, los bienes del hombre o el ambiente.

SANITIZACIÓN: son aquellos procedimientos que tienen por objeto la eliminación total de agentes patógenos.

TÓXICO: sustancias que representan un riesgo para la salud cuando al penetrar al organismo humano produce alteraciones físicas, químicas o biológicas que dañan la salud de manera inmediata, mediata, temporal o permanente, o incluso ocasionan la muerte.

Anexo 2.- Características de los estratos A, B y C+

NIVEL A

En el estrato A se encuentra el 1,9% de la población investigada. Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de duela, parquet, tablón o piso flotante
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar. Bienes
- Todos los hogares disponen de servicio de teléfono convencional.
- Todos los hogares de este estrato cuentan con refrigeradora.
- Más del 95% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares de este estrato tienen dos televisiones a color.
- Más del 80% de los hogares tiene hasta dos vehículos de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología

- El 99% de los hogares de este nivel cuentan con servicio de internet.
- La mayoría de los hogares tiene computadora de escritorio y/o portátil
- En promedio disponen de cuatro celulares en el hogar. Hábitos de consumo
- Los miembros de los hogares de estrato alto compran la mayor parte de su vestimenta en centros comerciales.
- Los hogares de este nivel utilizan internet.
- El 99% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo).
- El 92% de los hogares utiliza alguna página social en internet.
- El 76% de los hogares de este nivel ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe de Hogar tiene un nivel de instrucción superior y un número considerable alcanza estudios de post grado. Economía
- Los jefes de hogar del nivel A se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, miembros del poder ejecutivo, de los cuerpos legislativos, personal del directivo de la Administración Pública y de empresas.
- El 95% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 79% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

NIVEL B

B es el segundo estrato y representa el 11,2% de la población investigada. Características de las viviendas

- En el 46% de los hogares, el material predominante del piso de la vivienda es de duela, parquet, tablón o piso flotante.
- En promedio tienen dos cuartos de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar. Bienes
- El 97% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 99% de los hogares cuenta con refrigeradora.
- Más del 80% de los hogares dispone de cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.
- En promedio los hogares tienen dos televisiones a color.
- En promedio los hogares tienen un vehículo de uso exclusivo para el hogar.

Tecnología

- El 81% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet y computadora de escritorio.
- El 50% de los hogares tiene computadora portátil.

- En promedio disponen de tres celulares en el hogar. Hábitos de consumo
- Las personas de estos hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 98% de los hogares utiliza internet.
- El 90% de los hogares utiliza correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 76% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 69% de los hogares de este nivel han leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción superior. Economía
- El 26% de los jefes de hogar del nivel B se desempeñan como profesionales científicos, intelectuales, técnicos y profesionales del nivel medio.
- El 92% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 47% de los hogares tiene seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización; seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales y/o seguro de vida.

NIVEL C+

El estrato C+ representa el 22,8% de la población investigada. Características de las viviendas

- El material predominante del piso de estas viviendas son de cerámica, baldosa, vinil o marmetón.
- En promedio tienen un cuarto de baño con ducha de uso exclusivo para el hogar. Bienes
- El 83% de los hogares dispone de servicio de teléfono convencional.
- El 96% de los hogares tiene refrigeradora.
- Más del 67% de los hogares tiene cocina con horno, lavadora, equipo de sonido y/o mini componente.

- En promedio tienen dos televisiones a color.

Tecnología

- El 39% de los hogares de este nivel cuenta con servicio de internet.
- El 62% de los hogares tiene computadora de escritorio
- El 21% de los hogares tiene computadora portátil.
- En promedio disponen de dos celulares en el hogar. Hábitos de consumo
- El 38% de los hogares compran la mayor parte de la vestimenta en centros comerciales.
- El 90% de los hogares utiliza internet.
- El 77% de los hogares tiene correo electrónico personal (no del trabajo)
- El 63% de los hogares está registrado en alguna página social en internet.
- El 46% de los hogares ha leído libros diferentes a manuales de estudio y lectura de trabajo en los últimos tres meses.

Educación

- El Jefe del Hogar tiene un nivel de instrucción de secundaria completa. Economía
- Los jefes de hogar del nivel C+ se desempeñan como trabajadores de los servicios, comerciantes y operadores de instalación de máquinas y montadores.
- El 77% de los hogares está afiliado o cubierto por el Seguro del IESS (seguro general, seguro voluntario o campesino) y/o seguro del ISSFA o ISSPOL.
- El 20% de los hogares cuenta con seguro de salud privada con hospitalización, seguro de salud privada sin hospitalización, seguro internacional, AUS, seguros municipales y de Consejos Provinciales.

Fuente: http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1184&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800

Anexo 3.- Cálculo frecuencia promedio

| ALTERNATIVAS | FRECUENCIA | PORCENTAJE | DÍAS A CONTRATAR | DÍAS ESTIMADOS |
|------------------------------|------------|------------|-----------------------|--------------------|
| a) Diariamente | 13 | 7,56% | 260 | 3380 |
| b) Tres veces por semana | 19 | 11,05% | 156 | 2964 |
| c) Dos veces por semana | 41 | 23,84% | 104 | 4264 |
| d) Semanalmente | 23 | 13,37% | 52 | 1196 |
| e) Quincenalmente | 30 | 17,44% | 26 | 780 |
| f) Mensualmente | 46 | 26,74% | 12 | 552 |
| | 172 | 100,00% | | 13136 |
| FRECUENCIA PROMEDIO = | | | 13.136 / 172 = | 76,37209302 |

Anexo 4.- Cálculo mano de obra

Para cubrir las proyecciones de ventas se necesitaran 9 personas encargadas de la limpieza de los hogares que contraten los servicio de Servimaid, a continuación se presentan los cálculos realizados.

| Servicio | Tiempo (h/m2) | Medida Promedio (m2) | Tiempo Promedio (h) | Hogares | Frecuencia Promedio Anual | Tiempo Anual necesario (horas) | |
|--|----------------------------------|----------------------|---------------------|---------|---------------------------|--------------------------------|----------|
| Limpieza Básica | Limpieza de pisos | 0,008 | 180,00 | 1,50 | 38 | 76 | 4.332,00 |
| | Limpieza total de cocina | 0,033 | 30,00 | 1,00 | 43 | 76 | 3.268,00 |
| | Limpieza y desinfección de baños | 0,042 | 24,00 | 1,00 | 45 | 76 | 3.420,00 |
| | Lavado de ventanas | 0,033 | 36,00 | 1,20 | 29 | 76 | 2.644,80 |
| | Remoción de polvo | 0,008 | 150,00 | 1,25 | 31 | 76 | 2.945,00 |
| Limpieza Especializada | Lavado de cortinas o persianas | 0,167 | 18,00 | 3,00 | 46 | 6 | 828,00 |
| | Limpieza de techos | 0,033 | 90,00 | 3,00 | 16 | 6 | 288,00 |
| | Limpieza de Jardines | 0,033 | 60,00 | 2,00 | 17 | 6 | 204,00 |
| | Limpieza de alfombras | 0,167 | 8,00 | 1,33 | 27 | 6 | 216,00 |
| tiempo necesario anual (horas) | | | | | | 18.145,80 | |
| tiempo anual por empleado (horas) | | | | | | 2.080,00 | |
| Empleados Necesarios | | | | | | 8,72 | |
| Empleados Necesarios | | | | | | 9 | |

Anexo 5.- Tabla de amortización de préstamo a Banco Fomento

CUADRO DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMOS

| | |
|------------------------------|--------|
| importe | 20.000 |
| años | 5 |
| comisión de apertura | 0,00% |
| interés nominal | 15,00% |
| periodo de pago | 1 |
| tipo amortización francés | 1 |

PAGOS TOTALES

| | |
|--------------|------------------|
| PRINCIPAL | 20.000,00 |
| INTERESES | 9.831,56 |
| COMISIÓN | 0,00 |
| TOTAL | 29.831,56 |

coste efectivo 15,00%

www.economia-excel.com

| años | cuota | intereses | amortización | amortizado | pendiente |
|------|----------|-----------|--------------|------------|-----------|
| 0 | | | | | 20.000,00 |
| 1 | 5.966,31 | 3.000,00 | 2966,31 | 2.966,31 | 17.033,69 |
| 2 | 5.966,31 | 2.555,05 | 3411,26 | 6.377,57 | 13.622,43 |
| 3 | 5.966,31 | 2.043,36 | 3922,95 | 10.300,52 | 9.699,48 |
| 4 | 5.966,31 | 1.454,92 | 4511,39 | 14.811,90 | 5.188,10 |
| 5 | 5.966,31 | 778,21 | 5188,10 | 20.000,00 | 0,00 |

- b) Tres veces por semana ()
- c) Dos veces por semana ()
- d) Semanalmente ()
- e) Quincenalmente ()
- f) Mensualmente ()

5. ¿Cuáles de las siguientes actividades de limpieza estaría usted interesado?

- a) Limpieza de pisos ()
- b) Limpieza de alfombras ()
- c) Limpieza total de cocina ()
- d) Limpieza y desinfección de baños ()
- e) Lavado de ventanas ()
- f) Remoción de polvo ()
- g) Lavado de cortinas o persianas ()
- h) Limpieza de techos ()
- i) Limpieza de Jardines ()

6. ¿Cuál es el presupuesto mensual que invertiría en el servicio de limpieza de su hogar?

- a) \$50 a \$75 ()
- b) \$75 a \$100 ()
- c) \$100 a \$125 ()
- d) \$125 a \$150 ()
- e) más de \$150 ()

7. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre el servicio?

- a) Anuncios en prensa
- b) Correo electrónico
- c) Vallas Publicitarias
- d) Televisión
- e) Radio
- f) Redes sociales (Facebook)
- g) Volantes

Anexo 7.- Depreciaciones

| Detalle | Años | | | | |
|---------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Maquinaria y Equipos | \$ 1.160,93 | \$ 1.160,93 | \$ 1.160,93 | \$ 1.160,93 | \$ 1.160,93 |
| Muebles y Enseres | \$ 177,60 | \$ 177,60 | \$ 177,60 | \$ 177,60 | \$ 177,60 |
| Equipos de computo | \$ 1.103,32 | \$ 1.103,32 | \$ 1.103,32 | \$ 0,00 | \$ 0,00 |
| Equipos de oficina | \$ 24,70 | \$ 24,70 | \$ 24,70 | \$ 24,70 | \$ 24,70 |
| Vehículo | \$ 3.068,00 | \$ 3.068,00 | \$ 3.068,00 | \$ 3.068,00 | \$ 3.068,00 |
| Total depreciación | \$ 5.534,55 | \$ 5.534,55 | \$ 5.534,55 | \$ 4.431,23 | \$ 4.431,23 |

Anexo 8.- Amortizaciones

| Detalle | Valor | Tiempo de Amortización | Amortización Anual |
|--|-------------|------------------------|--------------------|
| Gastos de Organización y Constitución | \$ 800,00 | 5 | \$ 160,00 |
| Registro de Marca | \$ 200,00 | 5 | \$ 40,00 |
| Adecuaciones de oficinas | \$ 1.000,00 | 5 | \$ 200,00 |
| Permisos de trámites y patentes | \$ 200,00 | 5 | \$ 40,00 |
| Publicidad inicial | \$ 900,00 | 5 | \$ 180,00 |
| Software de gestión MN program Servicios Versión Advance | \$ 780,00 | 5 | \$ 156,00 |
| Otros gastos de constitución | \$ 120,00 | 5 | \$ 24,00 |
| Total Amortización | | | \$ 800,00 |

Anexo 9.- Nómina del Personal

| CARGO | CANT. | SUELDO BÁSICO | 13° SUELDO | 14° SUELDO | FONDOS DE RESERVA | VACACIONES | APORTE PATRONAL | TOTAL PROVISIONES | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL |
|---------------------|-------|---------------|------------|------------|-------------------|------------|-----------------|-------------------|---------------|------------------|
| Supervisor | 1 | 450,00 | 37,50 | 28,33 | 37,50 | 18,75 | 54,68 | 176,76 | 626,76 | 7.521,10 |
| Operarios | 9 | 350,00 | 29,17 | 28,33 | 29,17 | 14,58 | 42,53 | 143,78 | 493,78 | 53.327,70 |
| Gerente General | 1 | 800,00 | 66,67 | 28,33 | 66,67 | 33,33 | 97,20 | 292,20 | 1.092,20 | 13.106,40 |
| Secretaria | 1 | 450,00 | 37,50 | 28,33 | 37,50 | 18,75 | 54,68 | 176,76 | 626,76 | 7.521,10 |
| Asesor comercial | 1 | 450,00 | 37,50 | 28,33 | 37,50 | 18,75 | 54,68 | 176,76 | 626,76 | 7.521,10 |
| TOTAL NÓMINA | | | | | | | | | | 88.997,40 |

Anexo 10.- Mano de obra directa

| Detalle | Cantidad | Costo Mensual | Costo Anual |
|--------------|----------|---------------|------------------|
| Operarios | 9 | 493,78 | 53.327,70 |
| Total | | | 53.327,70 |

Anexo 11.- Mano de obra Indirecta

| Detalle | Cantidad | Costo Mensual | Costo Anual |
|--------------|----------|---------------|-----------------|
| Supervisor | 1 | 626,76 | 7.521,10 |
| Total | | | 7.521,10 |

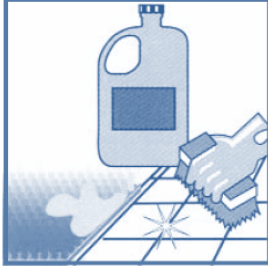
Anexo 12.- Sueldos y Salarios Administrativos

| Detalle | Cantidad | Costo Mensual | Costo Anual |
|-----------------|----------|---------------|------------------|
| Gerente General | 1 | 1.092,20 | 13.106,40 |
| Secretaria | 1 | 626,76 | 7.521,10 |
| Total | | | 20.627,50 |

Anexo 13.- Sueldos y Salarios de Ventas

| Detalle | Cantidad | Costo Mensual | Costo Anual |
|------------------|----------|---------------|-----------------|
| Asesor comercial | 1 | 626,76 | 7.521,10 |
| Total | | | 7.521,10 |

Anexo 14.- Precauciones en la limpieza de alfombras



Limpiadores caseros

Los limpiadores de azulejos sanitarios, desagües y hornos contienen agentes ácidos o alcalinos muy fuertes que pueden debilitar la fibra de la alfombra o causar decoloración.

Tenga mucho cuidado cuando utilice estos limpiadores cerca de áreas alfombradas.

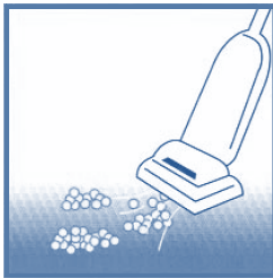
Recuerde: LEA LAS PRECAUCIONES EN LAS ETIQUETAS de todos los productos limpiadores antes de usarlos, ya que muchos contienen químicos perjudiciales para el color de la alfombra y otras fibras.



Blanqueadores

Los blanqueadores con cloro, los productos contra el moho y los químicos para piscinas causan manchas amarillas.

QUE HACER EN CASO DE:



Pelusa o mota

Las alfombras nuevas de fibra cortada sueltan un poco de pelusa. No se preocupe. Son solamente residuos de fibra que salen a la superficie y que con el tiempo la aspiradora sacará por completo.



Arrugas o embombamientos

Después de ser usada por un tiempo, la alfombra puede presentar arrugas o bombas por cualquiera de las siguientes razones:

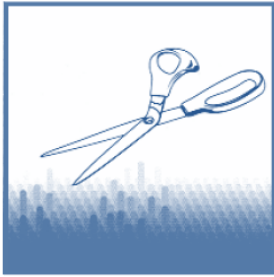
- 1- Un alto grado de humedad después de su instalación
- 2- Un templado inadecuado de la alfombra al ser instalada.

En cualquiera de los dos casos es necesario templar nuevamente la alfombra. Pida a su distribuidor que le envíe un instalador.



Visos

No son un defecto, sino una característica de aquellas alfombras lujosas y densas de fibra cortada. Esto sucede cuando la fibra (a causa de las pisadas, un mal aspirado o por muebles que se corren, etc) cambia de dirección y la luz se refleja desde diferentes ángulos, lo que hace que se vean áreas más claras o más oscuras. Todo lo que se necesita es peinar la alfombra con la aspiradora o con cepillo suave, en una sola dirección.



Fibras más altas

En alfombra de fibra cortada usted puede encontrar fibras que sobresalen de la superficie de la alfombra. Si sucede, simplemente córtelas. Utilice unas tijeras, nunca un cuchillo y NO LAS HALE.



Argollas sueltas

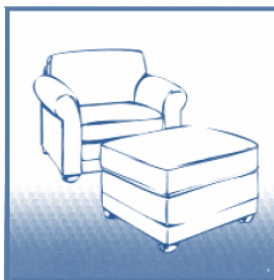
En las alfombras argolladas, una puntilla en un zapato o un objeto puntiagudo puede engarzar la fibra y arrancarla de la base. Cuando suceda, corte la fibra suelta. NO LA HALE.

Si la hala o no la corta a tiempo, todo un carril de argollas se puede desprender causando un defecto muy notorio y difícil de reparar.



Quemaduras

Pequeñas quemaduras de cigarrillos o fósforos deben arreglarse inmediatamente. Corte las fibras oscurecidas con unas tijeritas para uñas; utilice luego un limpiador sin jabón y una esponja con agua. Si la quemadura es muy grande consulte con su Distribuidor para que le aconseje si hay necesidad de reemplazar el área afectada.



Aplastamiento

Objetos muy pesados como muebles, enseres, o el tráfico intenso (pesado) aplastan la fibra de la alfombra. En el caso de objetos pesados coloque retazos de alfombra bajo las patas para evitar hendiduras en la alfombra.

Cuando esto suceda, sostenga sobre la hendidura una plancha de vapor caliente a 10 cms de altura para recuperar la fibra. NO TOQUE LA ALFOMBRA CON LA PLANCHA. Rote los muebles de vez en cuando. Aspire frecuentemente, peinando la fibra.

TRATAMIENTO DE MANCHAS

| GRUPO N° 1 | GRUPO N° 2 | GRUPO N° 3 |
|-----------------|------------------|-------------------|
| Manchas caseras | Aceites y Grasas | Difíciles |
| Método A | Método B | Método C |
| Acuarela | Aceite | Blanqueadores |
| Arcilla barro | Betún | Fertilizantes |
| Café | Colorete | Hollín |
| Cerveza | Esmalte uñas | Insecticidas |
| Chocolate | Grasa | Limpiador inodoro |
| Enjuague bucal | Lápiz colorear | Limpiador cañería |
| Excrementos | Lápiz labial | Lustrador muebles |
| Gaseosas | Marcador | Medicamento acné |
| Gelatina | Neme/Brea | Pintura muebles |
| Huevo | Pintura aceite | |
| Jugos | Pintura látex | |
| Licor | Plastilina | |
| Medicamentos | Té | |
| Mostaza | Tinta bolígrafo | |
| Orina | | |
| Oxido | | |
| Salsa de tomate | | |
| Sangre | | |
| Tinta de agua | | |
| Vino | | |
| Vómito | | |

Fuente: www.coval.com.co

Anexo 15.- 10 Reglas de atención al cliente

- 1 Esfuérzate en conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
- 2 Considera tu imagen personal como parte del servicio.
- 3 Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
- 4 Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
- 5 No digas NO, busca una solución.
- 6 Escucha con atención y exprésate con claridad.
- 7 Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
- 8 Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo.
- 9 Interésate en aprender y mejorar habilidades y conocimientos.

10 Conoce bien el destino en el que te encuentras.

Fuente: Cultura del Detalle Edición Mayo del 2009

Anexo 16.- Gestión de quejas y sugerencias

- Las quejas se recogerán por escrito, y se realizará a la vista. Ante una queja se ha de prestar total atención a lo que se comunica, escuchando los detalles para extraer la máxima información y posteriormente analizar cómo evitar que vuelva a ocurrir.
- Se ha de dejar hablar hasta que haya terminado de exponer su problema, sin interrumpirle en ningún caso.
- Aunque no tenga razón, no se le discute, se argumenta que ha habido un problema de comunicación, un malentendido, una disfunción en el servicio,...
- Se le recuerda que existen formularios donde reflejar su queja por escrito y donde se puede realizar.

Fuente: Cultura del Detalle Edición Mayo del 2009

Anexo 17.- Página web de la empresa



Elaborado por: Verónica Alexandra Tapia Moncayo