



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para el hogar en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador.”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración**

**AUTOR:**

**Félix Adrián Loor Vivas**

**TUTOR:**

**MSc. Edwin Herrera**

**D.M. Quito, 21 de agosto 2022**

## DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado en primer lugar a quien en vida fue mi mentora y pilar, mi MADRE, quien en medio de las dificultades supo darme valentía y mostrar que hasta en los días más grises hay luz al final del camino, mi motivo de cada día para luchar por mis sueños y salir adelante, la vida no permitió que pudiera estar presente para verme realizar este sueño, pero sé que desde el firmamento de las estrellas arriba en el cielo vela por su familia y su hijo quien hoy dedica este trabajo en homenaje a todo lo entregado en vida.

Segundo, dedico este trabajo a mi PADRE y HERMANO, quienes me acompañan en mi vida diaria y son mi soporte para cada día, a mi padre que desde pequeño me enseñó a luchar por mis sueños, a trabajar arduamente y entender el significado de llevar el pan de cada día a casa y velar por el bienestar de la familia, que no falte una sonrisa, un gesto, un compartir.

## AGRADECIMIENTO

Agradecer en primer lugar a Dios, por cada día de vida, por cada experiencia y enseñanza, por guiarme en el sendero correcto, por estar junto a mí en todo momento y darme la sabiduría y fortaleza necesaria para aprender de ellos, por acompañarme durante esta fase de mi carrera profesional, por brindarme un hogar hermoso y por las muchas bendiciones que ha derramado sobre nosotros.

Agradezco de igual forma a mi familia, por todo el esfuerzo y apoyo incondicional brindado durante esta y todas las etapas de mi vida, ya que sin su amor y apoyo no podría ser quien soy.

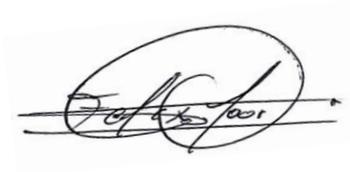
Agradecer a mis amistades y personas cercanas que de una u otra forma me dieron sus palabras de aliento para no rendirme haciéndome sentir que si se puede.

Mis más sinceros agradecimientos a mi Tutor de proyecto, quien a través de su conocimiento, experiencia y sabiduría se convirtió en una pieza clave para el desarrollo de cada etapa del mismo logrando así, de manera conjunta poder ver realizado esta meta.

## AUTORÍA

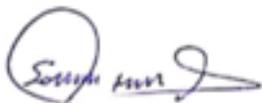
Yo, **Félix Adrián Loor Vivas** autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

A handwritten signature in black ink, enclosed in a light blue rectangular box. The signature is stylized and appears to read 'Félix Adrián Loor Vivas'.

**Félix Adrián Loor Vivas**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

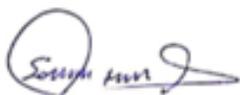
A handwritten signature in black ink, enclosed in a light blue rectangular box. The signature is stylized and appears to read 'Edwin Herrera'.

**MSc. Edwin Herrera.**

**Tutor de Trabajo de Titulación**

## CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Edwin Herrera', with a stylized flourish at the end.

MSc. Edwin Herrera

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

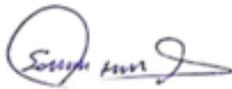
PRIMERA: El **MSc. Edwin Herrera** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y el Sr. **Félix Adrián Loor Vivas** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - El Sr. **Félix Adrián Loor Vivas** realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para el hogar en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, Ecuador.”**, para optar por el título de, Tecnólogo en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Edwin Herrera**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Edwin Herrera** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y el Sr. **Félix Adrián Loor Vivas**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para el hogar en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, Ecuador.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.



**MSc. Edwin Herrera**



**Félix Adrián Looz Vivas**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>II</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>III</b>
<b>AUTORÍA .....</b>	<b>IV</b>
<b>CERTIFICACIÓN .....</b>	<b>V</b>
<b>ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDO .....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>XI</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....</b>	<b>XIII</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>14</b>
<b>2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....</b>	<b>15</b>
CREACIÓN DE LA EMPRESA .....	15
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA .....	16
Importancia.....	16
Características.....	17
Actividad .....	18
Tamaño y distribución.....	19
Estudio arquitectónico.....	19
Estructura interna del establecimiento.....	20
NECESIDADES QUE SATISFACER.....	21
Necesidades fisiológicas.....	21
Necesidades de seguridad.....	21
Necesidades de afiliación.....	22
Necesidades de reconocimiento.....	23
Necesidades de autorrealización.....	23
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	24
FILOSOFÍA EMPRESARIAL.....	25
Misión.....	25
Visión .....	25
Meta.....	27
Estrategias.....	27
Políticas.....	28
FODA.....	29
DESARROLLO ORGANIZACIONAL .....	31
TIPO DE ESTRUCTURA .....	31
Formalización.....	31
Centralización-descentralización.....	32
Integración .....	33
ORGANIGRAMA EMPRESARIAL.....	35
FUNCIONES DEL PERSONAL.....	36
<b>3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .....</b>	<b>42</b>
OBJETIVO DE MERCADOTECNIA .....	42
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	42
Modalidad.....	43
PLAN DE MUESTREO.....	43

	EJEMPLO DE ENCUESTA. ....	45
	ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS. ....	45
	Análisis General. ....	59
	ENTORNO EMPRESARIAL.....	61
	Microentorno. ....	61
	Macroentorno.....	66
	PRODUCTO Y SERVICIO .....	69
	Producto esencial.....	70
	Producto real.....	70
	Características.....	71
	Calidad.....	71
	Estilo.....	71
	<i>MARCA.</i> .....	72
	Producto aumentado. ....	72
	PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO.....	73
	Distintivos y uniformes. ....	73
	Materiales de identificación.....	75
	Canal de distribución y puntos de ventas .....	78
	Riesgo y oportunidades del negocio. ....	80
	FIJACIÓN DE PRECIOS .....	82
	Fijación de precios por servicio estándar. ....	82
	IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO .....	84
	Arriendo del local .....	84
	Equipos industriales.....	84
	Equipos de computación.....	85
	Muebles y enseres.....	85
	Servicios básicos .....	87
	Materiales de limpieza.....	87
	ESTUDIO ARQUITECTÓNICO. ....	88
	Estructura interna del establecimiento.....	88
<b>4</b>	<b>PROCESO DERECHO EMPRESARIAL .....</b>	<b>89</b>
<b>5</b>	<b>PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL .....</b>	<b>91</b>
	OBJETIVO DE ÁREA .....	91
	IMPACTO AMBIENTAL .....	92
	IMPACTO SOCIAL .....	96
<b>6</b>	<b>PROCESO FINANCIERO .....</b>	<b>98</b>
	INTRODUCCIÓN.....	98
	ACTIVOS FIJOS. ....	98
	ACTIVOS DIFERIDOS.....	99
	CAPITAL DE TRABAJO. ....	100
	SUELDOS. ....	102
	DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS. ....	103
	AMORTIZACIONES .....	104
	TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	105
	ESTRUCTURA CAPITAL.....	106
	PUNTO DE EQUILIBRIO. ....	107
	COSTO DE VENTAS .....	109

FLUJO DE CAJA .....	110
CÁLCULO DEL TIR Y EL VAN .....	111
VAN (VALOR ACTUAL NETO) .....	111
TIR (TASA INTERNA DE RETORNO) .....	111
CONCLUSIONES .....	113
RECOMENDACIONES. ....	114
BIBLIOGRAFÍA .....	115
ANEXOS.....	116

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Méritos aspectos a considerar, Administrador – Supervisor .....	37
Tabla 2 Méritos aspectos a considerar, Secretaria – Auxiliar Contable .....	39
Tabla 3 Méritos aspectos a considerar, operador .....	41
Tabla 4 Ingresos mensuales .....	45
Tabla 5 Tipo de Vivienda .....	46
Tabla 6. ¿Considera a la limpieza como factor importante en el hogar?.....	47
Tabla 7. Frecuencia de limpieza en el hogar .....	48
Tabla 8. Conocimiento de empresas que brinden el servicio de limpieza del hogar.....	49
Tabla 9. Favoritismo sobre la creación de una empresa de servicios de limpieza del hogar. .....	50
Tabla 10. Demanda de contrato de una empresa de servicios de limpieza del hogar. ....	51
Tabla 11. Frecuencia de la demanda del servicio de limpieza del hogar. ....	52
Tabla 12. Horario de requerimiento del servicio de limpieza del hogar .....	53
Tabla 13. Tipo de servicio de preferencia .....	54
Tabla 14 Monto a invertir para el servicio de limpieza del hogar .....	55
Tabla 15 Opciones de promoción favorable.....	56
Tabla 16 Preferencia sobre la forma de pago por el servicio .....	57
Tabla 17 Preferencia sobre los medios para conocer las promociones .....	58
Tabla 18 Proveedores. ....	64
Tabla 19 Financiamiento publicidad .....	80
Tabla 20 Costo del servicio .....	83
Tabla 21 Arriendo del local. ....	84
Tabla 22 Equipos industriales.....	84
Tabla 23 Equipos de computación.....	85
Tabla 24 Muebles y enseres .....	85
Tabla 25 Equipos industriales de seguridad .....	86
Tabla 26 Suministros de oficina. ....	86
Tabla 27 Servicios básicos .....	87
Tabla 28 Materiales de limpieza e insumos por Mes. ....	87
Tabla 29 Activos Fijos.....	99
Tabla 30 Activos diferidos .....	100
Tabla 31 Capital de trabajo.....	101
Tabla 32 Detalles de inversión .....	102
Tabla 33 Sueldos .....	102
Tabla 34 Depreciación de activos fijos.....	103
Tabla 35 Porcentaje Amortización .....	104
Tabla 36 Amortización .....	105
Tabla 37 Estructura de capital. ....	106
Tabla 38 Costos fijos .....	107
Tabla 39 Margen de contribución.....	108
Tabla 40 Punto de equilibrio .....	108
Tabla 41 Ventas /costos.....	109
Tabla 42 Costo de ventas.....	109

Tabla 43 Flujo de caja .....	110
Tabla 44 VAN/ TIR .....	112

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Esquema y distribución de HIDROVAAC.....	20
Ilustración 2 Pirámide de Maslow .....	21
Ilustración 3 Ubicación de la empresa.....	24
Ilustración 4 Flujo de proceso de compra de “HIDROVAAC” .....	33
Ilustración 5 Flujo de proceso de registro de cliente.....	34
Ilustración 6 Flujo de proceso de ejecución de servicio.....	34
Ilustración 7 Organigrama Empresarial HIDROVAAC.....	35
Ilustración 8 , Ingresos mensuales.....	45
Ilustración 9 Tipo de vivienda.....	46
Ilustración 10 ¿Considera a la limpieza como factor importante en el hogar?.....	47
Ilustración 11 Frecuencia de limpieza en el hogar .....	48
Ilustración 12 Conocimiento de empresas que brinden el servicio de limpieza del hogar...	49
Ilustración 13 Favoritismo sobre la creación de una empresa de servicios de limpieza del hogar .....	50
Ilustración 14 Demanda de contrato de una empresa de servicios de limpieza del hogar. ..	51
Ilustración 15 Frecuencia de la demanda del servicio de limpieza del hogar. ....	52
Ilustración 16 Horario de requerimiento del servicio de limpieza del hogar .....	53
Ilustración 17 Tipo de servicio de preferencia .....	54
Ilustración 18 Monto a invertir para el servicio de limpieza del hogar .....	55
Ilustración 19 Opciones de promoción favorable.....	56
Ilustración 20 Preferencia sobre la forma de pago por el servicio .....	57
Ilustración 21 Preferencia sobre los medios para conocer las promociones .....	58
Ilustración 22 Micro entorno .....	61
Ilustración 23 Ubicación.....	62
Ilustración 24 Esquema macroentorno HIDROVAAC. ....	66
Ilustración 25 Descripción de uniforme de Secretaria-Auxiliar contable .....	73
Ilustración 26 Uniforme del Operador.....	74
Ilustración 27 Imagotipo.....	75
Ilustración 28 Anverso tarjeta de presentación.....	76
Ilustración 29 Reverso tarjeta de presentación .....	76
Ilustración 30 Hoja membretada.....	77
Ilustración 31 Estructura del establecimiento.....	88

## **RESUMEN**

El presente proyecto tiene como objetivo realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para el hogar en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador, que permita brindar un servicio diferenciado de calidad partiendo del concepto e importancia de la necesidad y su impacto generado en el hogar, más en estos tiempos de pandemia en el que la higiene tiene un papel fundamental, más que un hábito se convierte en una prioridad para las personas.

Teniendo en cuenta la importancia del sector y la situación actual, el presente proyecto tiene como fin formular un plan de negocio para la creación de la empresa el cual permitirá tener una visión del mercado al que se pretende incursionar y así, determinar la viabilidad del proyecto.

Para el desarrollo de esta idea de negocio, se utilizó procesos metodológicos como el estudio de mercado, el análisis de factores internos-externos, el análisis de las debilidades y oportunidades, el establecimiento de la estructura organizacional, el establecimiento de precios, proyecciones y análisis financiero donde se evidencia la factibilidad y viabilidad para continuar con el proyecto

## 2 ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

### **Creación de la empresa**

“HIDROVAAC” surge de la necesidad de brindar un servicio de limpieza orientado a los hogares, desde hace muchos años en el cantón Lago Agrio no se ha consolidado una empresa que brinde algo similar, sin embargo se ha evidenciado que los hogares cuentan con esta necesidad de manera latente, y el ritmo de vida cotidiana de las personas y más aún el de las familias es acelerado cada vez más, pues tienen muchas necesidades que cumplir, una de ellas es la de tener un hogar en condiciones limpias y aseado, por ende muchas veces buscan por recomendaciones de boca en boca a personas que realicen la limpieza de sus casas, ateniéndose a que no quede como quisieran, o que puedan perder pertenencias por la falta de garantía y confianza, ya que la forma en la que se contrata es de manera informal, por eso se crea la idea de ofertar un servicio diferenciado, brindando al mercado una solución integral de limpieza de hogares de manera profesional, confiable y de calidad.

## **Descripción de la empresa**

### ***Importancia***

Resulta sumamente importante resaltar que dentro de los hogares predominan algunas necesidades que deben ser satisfechas para la perfecta armonía y convivencia, como la de vivir bajo un techo que tenga los servicios básicos, luz, agua, acceso a internet, además se debe contar con un ambiente agradable en buenas condiciones, que esté limpio, aseado y ordenado, la casa es un espacio donde se pasa un gran número de horas y en el que se realiza numerosas actividades diarias. Por ello, sus condiciones higiénicas van a influir significativamente en la salud y comodidad, siendo fundamental conocer la importancia de la limpieza en el hogar.

Es por ello que resulta importante la creación de esta empresa la cual estará orientada a ayudar a las familias con sus hogares en el servicio de limpieza, ya que las pocas horas que disponen para hacerlo, en su mayoría hombres como mujeres trabajan en sus propios negocios, o son empleados y poseen un tiempo limitado para ocuparse del aseo del hogar.

### *Características*

“HIDROVAAC”: Es una empresa de constitución física y virtual con sede en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, creada con el fin de brindar un servicio de limpieza orientada a los hogares ubicados en la ciudad de Nueva Loja.

Responsabilidad social: La empresa consciente de la emergencia sanitaria que atraviesa el mundo, busca ayudar a las familias que viven en sus hogares con el servicio de limpieza, logrando que cada hogar esté libre de posibles virus o bacterias que se acumulan diariamente.

Investigación e innovación: “HIDROVAAC”, buscará equipos tecnológicos que permitan hacer el trabajo de manera más eficaz y profesional, además de implementar una plataforma virtual donde los clientes tengan acceso al servicio, puedan comentar sus opiniones, agendar un turno de atención, entre otras estrategias digitales que buscará la forma de llegar cada vez más al mercado meta.

Responsabilidad ambiental: “HIDROVAAC”, a través de un plan de manejo ambiental buscará cumplir con el manejo adecuado de los diferentes productos químicos que se adquirirán y utilizarán para cumplir con el servicio de limpieza en los

hogares, buscando minimizar daños ambientales por el uso de productos químicos, así como el manejo de desechos que puedan afectar a los clientes y al medio ambiente.

Profesionales apasionados con su trabajo: la empresa contará con una atención de calidad hacia sus clientes, enfocándose en brindar el mejor servicio a la hora de realizar la limpieza de cada hogar, contará con personal técnico calificado y equipos de primera línea que facilitarán el trabajo a la hora de intervenir los hogares, procurará establecer planes de limpieza que se ajusten a las necesidades de cada cliente logrando así la fidelización de los mismos.

### *Actividad*

“HIDROVAAC”, es una empresa dedicada a ofrecer el servicio de limpieza para los hogares, esto incluirá algunas actividades tales como: desinfección de pisos, desechos de basura y/o residuos, aromatización, limpieza de muebles, enseres y cristales, reposición de papel higiénico.

***Tamaño y distribución.***

“HIDROVAAC”, es una microempresa que contará con una instalación física de un piso con loza de 336 metros cuadrados con las siguientes áreas: sala de recepción- espera, área de almacenamiento de equipos e insumos, área administrativa gerencial, área de sanitarios (baños), área de parqueadero.

Las instalaciones tendrán piso de porcelanato, cielo falso, sistema de climatización, paredes de vidrio con micro perforado.

***Estudio arquitectónico.***

Se toma en cuenta para el diseño del local un espacio donde se pueda atender a los clientes que visiten las instalaciones de la empresa y a la vez tener una bodega de almacenamiento, el área administrativa gerencial, así como poseer baterías sanitarias y un parqueadero donde los clientes puedan llegar y estacionar sus vehículos, cada área tendrá medidas diferentes pero ajustadas a la necesidad.

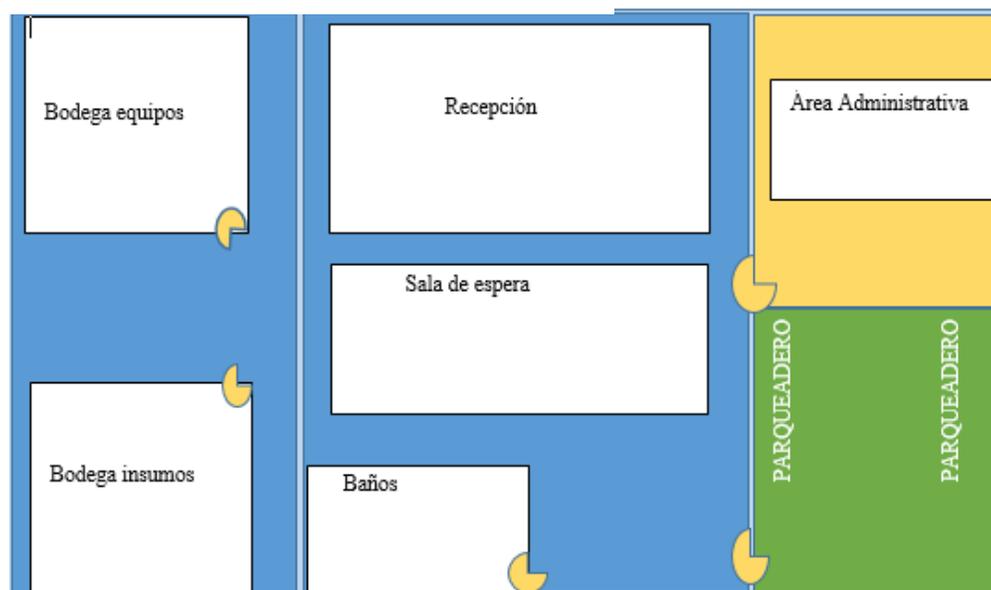
Para el aforo se considerará el número de personas que laboren en la empresa, así como el número de clientes que lleguen a visitar, procurando mantener el

distanciamiento social y las medidas de bioseguridad entre ellos, para evitar contagios por temas de covid-19 que aún persiste como enfermedad, por lo que se considerará un aforo no mayor a 20 personas.

### ***Estructura interna del establecimiento.***

#### **Ilustración 1.**

*Esquema y distribución de HIDROVAAC.*



**Elaborado por:** Félix Loor.

## Necesidades que satisfacer

### Ilustración 2.

*Pirámide de Maslow.*



**Elaborado por:** Félix Loor

### *Necesidades fisiológicas.*

“HIDROVAAC”, como empresa de servicio de limpieza no está en el rango de ésta necesidad fisiológica, puesto que son necesidades básicas.

### *Necesidades de seguridad.*

Luego de las necesidades básicas, esta empresa está enfocada en cumplir un rol importante en mantener las áreas y espacios del hogar totalmente limpios, aptos para ser habitados, a través del uso y manejo adecuado de químicos para la desinfección y

aromatización del interior del hogar, así como la utilización de equipos tecnológicos de primera línea para realizar un trabajo de calidad y en la aplicación de las normas de bioseguridad.

***Necesidades de afiliación.***

En “HIDROVAAC”, cada empleado cuenta como una parte fundamental de la empresa, pues sin uno de ellos no se podría operar a nivel funcional, procurando de esta manera un adecuado ambiente de trabajo, por esa razón dentro de la empresa se considera un plan de capacitación continua a fin de que cada trabajador esté en aprendizaje continuo y pueda aportar con nuevas ideas que permitan crecer como empresa.

La relación empresa-clientes busca siempre mantener relaciones de confianza y solidaridad con sus clientes y proveedores a través de una comunicación clara, un monitoreo constante de los procesos.

***Necesidades de reconocimiento.***

En esta etapa la empresa pretende que las necesidades de reconocimiento se interpreten como la reputación comercial, la fidelización de los clientes y la publicidad boca-a-boca.

Se busca que la calidad de los servicios esté en los estándares más altos, y con ello conseguir más clientes y fidelizar a los que posee.

***Necesidades de autorrealización.***

Llegar a ser una empresa en la que el cliente tenga plena confianza, seguridad, empatía y deseo por adquirir el servicio de limpieza, y ser su empresa preferida es la meta que se anhela alcanzar, así como también poder extender el servicio a empresas privadas del sector industrial y petrolero son objetivos que en un futuro no muy lejano la empresa estaría apuntando a conseguir.

### Localización de la empresa.

La empresa estará ubicada en la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, Ecuador, al este de la ciudad en la vía Tarapoa, km 2½, barrio “Amor y Paz”, calle principal “Luz de América”, calle secundaria “Orquídeas”.

### Ilustración 3.

*Ubicación de la empresa*



**Ubicación:** Google Earth

**Filosofía empresarial.*****Misión***

“HIDROVAAC”, tiene como misión brindar a los clientes soluciones completas de limpieza doméstica para el hogar, mediante un servicio de calidad, con personal altamente calificado, equipos e insumos tecnológicos y amigables con el medio ambiente, garantizando a los consumidores cumplir con sus expectativas haciéndoles sentir seguros que los servicios son confiables y cumplen con las normas de higiene, salud y calidad.

***Visión***

“HIDROVAAC” tiene como visión ser la empresa líder y con mayor aceptación en la prestación de servicios de limpieza doméstica para el hogar, predilecta por los clientes de la ciudad de Nueva Loja, proporcionando a cada cliente confianza y calidad de servicio en todo momento.

**Objetivos.****General.**

- Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para el hogar en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador, que permita brindar un servicio diferenciado de calidad, partiendo del concepto e importancia de la necesidad y su impacto generado en el hogar.

**Específicos.**

- Determinar el estudio de mercado y marketing, el análisis de factores internos y externos, para el establecimiento de la estructura organizacional.
- Realizar el estudio económico y financiero para determinar la sostenibilidad del negocio.

### ***Meta***

Levantar una empresa con bases en la responsabilidad social, ambiental, con valores de emprendimiento junto con todo el equipo humano que la integre para brindar un servicio de primera calidad, que sea capaz de generar una fidelización de clientes, una rentabilidad y liquidez en un plazo de 3 años a partir de su apertura, para lograr un posicionamiento en el mercado y con ello una posible expansión a otras instancias como empresas del sector industrial-petrolero.

### ***Estrategias.***

- Realizar un programa de capacitación y aprendizaje continuo en temas de salud con base a la limpieza y aseo del hogar hacia los colaboradores de la empresa, con la finalidad de que posean el conocimiento necesario para compartirlo con los clientes en la práctica.
- Crear sitios web digitales como las redes sociales que permitan al cliente estar más cerca de la empresa, interactuar con la misma, conocer sus servicios, sus avances y noticias sobre los productos que se utilizarán para cumplir con la limpieza de cada hogar.
- Crear un programa de marketing digital tanto online, como offline y difundir nuestra marca a todos los hogares que pertenecen a la ciudad de Nueva Loja.

*Políticas.*

- Establecer un diálogo amable y cortés con el cliente para así ofrecer un mejor servicio.
- Mantener en todo momento una postura respetuosa y cordial con los clientes.
- Proporcionar al talento humano un clima organizacional agradable que impulse el trabajo en equipo para cumplir con las expectativas.
- Compromiso y respeto entre colaboradores
- Responsabilidad, puntualidad y honestidad.
- Facilitar y promocionar cursos de capacitación que formen parte de un proceso obligatorio a los nuevos ingresos y de manera periódica para nutrición del conocimiento de la empresa.
- Rechazar la corrupción tanto en los cargos altos como medios de la empresa.
- Implementar un reglamento de seguridad ocupacional acorde a los establecido en el Ministerio de Trabajo, tener una actualización cada dos años como mínimo.
- Cumplimiento de las obligaciones económicas, jurídicas, sociales y ambientales.

- Ser una empresa libre de humo de tabaco y alcohol.
- Portar de manera correcta el uniforme de la empresa y la respectiva identificación.

### ***FODA.***

#### ***Fortalezas***

- Personal capacitado.
- Compromiso de todos los integrantes de la empresa.
- Contar con equipos e instalación propia.
- Atención personalizada

#### ***Oportunidades***

- No hay competencia dentro de la ciudad de Nueva Loja.
- Mercado no explotado.
- Alta demanda del servicio.

- Ventajas geográficas.
- Proveedores de insumos cerca de la localidad.

### *Debilidades*

- Limitación de recursos económicos para implementación en la empresa
- Áreas inadecuadas
- Desventaja en el mercado por ser una empresa nueva
- Transición y capacitación en el personal entrante.

### *Amenazas*

- Pandemia mundial COVID-19
- Aumento de precios de insumos de limpieza.
- Inestabilidad económica por parte del gobierno.
- Poca concesión de crédito por ser nuevos en el mercado

## **Desarrollo organizacional**

### ***Tipo de estructura***

“HIDROVAAC”, tendrá una estructura de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos con el fin de satisfacer al cliente.

La estructura administrativa operacional de la empresa propuesta es la siguiente:

- Un Administrador – Supervisor
- Una Secretaria – Auxiliar Contable
- Operarios (dos) subordinados bajo la jefatura de Operaciones para limpieza y mantenimiento.

### ***Formalización***

“HIDROVAAC”, se regirá por manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de esta, creadas para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, afiliación de seguro social y legislación laboral.

Para su funcionamiento será legalmente constituida y darán lugar las exigencias dispuestas por los entes rectores de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de operación.

### ***Centralización-descentralización***

“HIDROVAAC” centralizará su atención a brindar al cliente un servicio de calidad, personalizado y eficaz, sobre limpieza del hogar, procurando cada detalle al momento de ejecutar, sea según la necesidad impuesta por el mismo, que al final de cada trabajo realizado el cliente se sienta satisfecho y contrate de manera habitual, logrando así implantar el posicionamiento de la empresa.

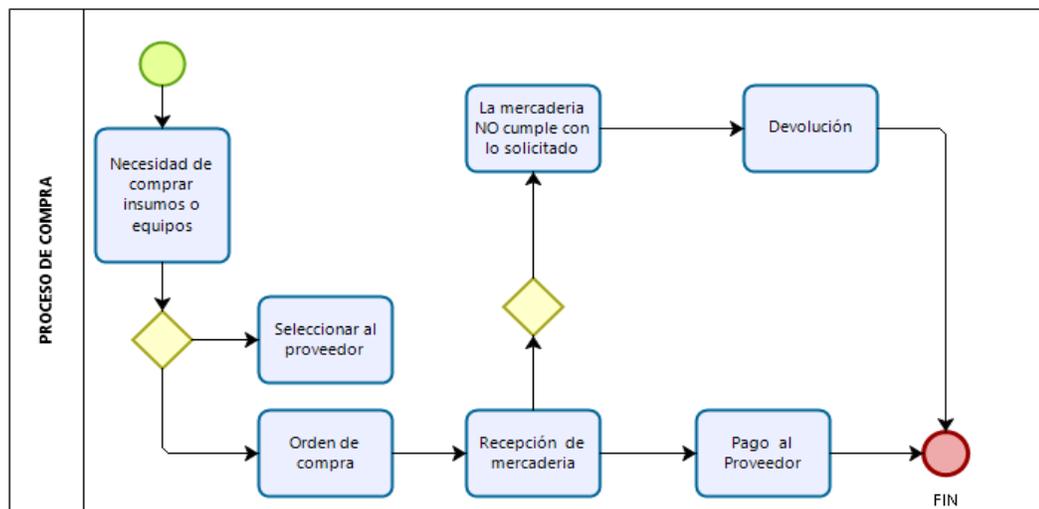
La descentralización se dará por delegación de funciones y responsabilidades a partir del nivel gerencial administrativo, como la organización de la empresa es de estructura vertical, cada colaborador tendrá funciones específicas y responsabilidades que asumir dentro de la organización, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos, misión y visión.

## Integración

La integración se basará en procesos que cada colaborador deberá cumplir para funcionar como empresa y brindar el servicio, los procesos están divididos en procesos de compra, proceso de registro de clientes, proceso de ejecución de servicio, este sistema permitirá saber la relación que existe entre ellos y la funcionalidad de la organización.

### Ilustración 4.

Flujo de proceso de compra de "HIDROVAAC".

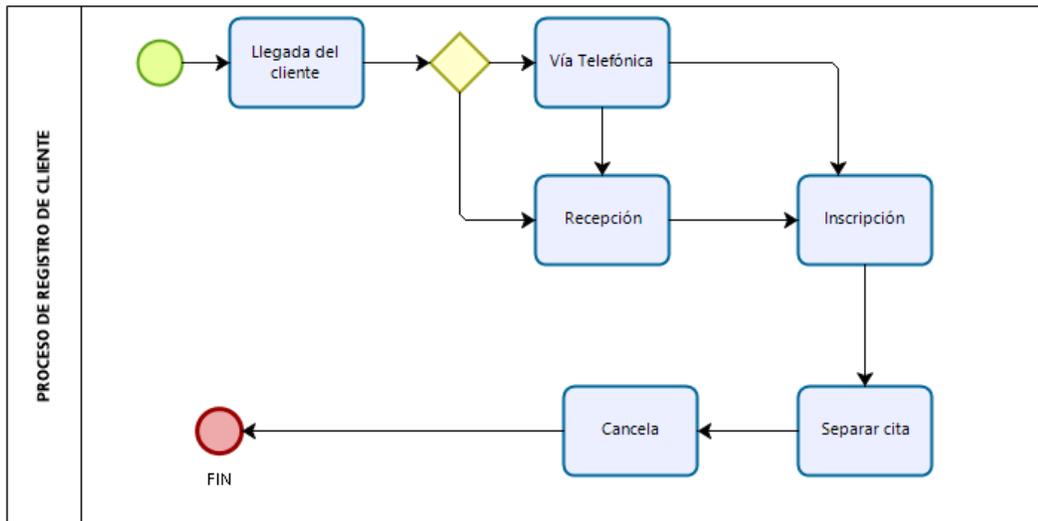


Nota: Descripción de flujo de proceso para la cadena del servicio de limpieza.

Elaborado por: Félix Loor.

**Ilustración 5.**

Flujo de proceso de registro de cliente.

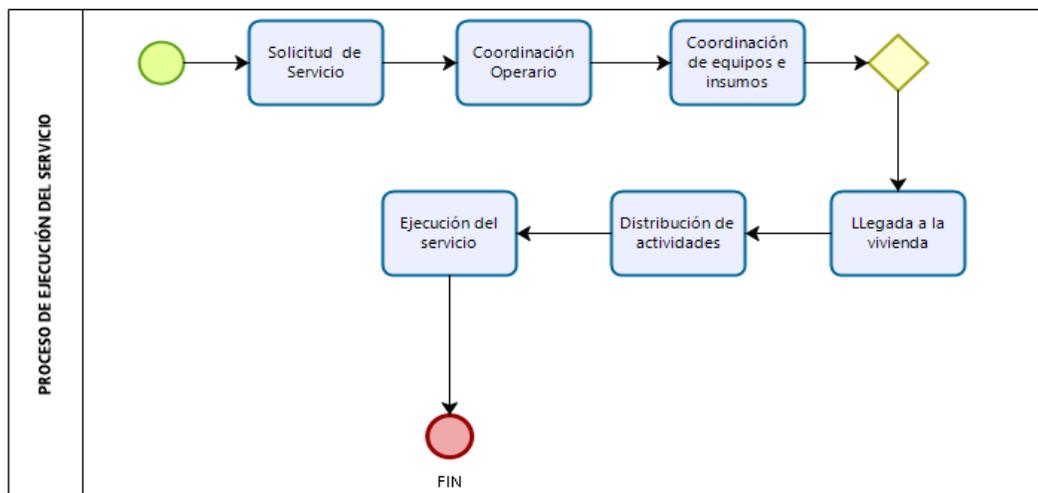


*Nota:* Descripción de flujo de proceso para el registro de clientes.

**Elaborado por:** Félix Loor.

**Ilustración 6.**

Flujo de proceso de ejecución de servicio.



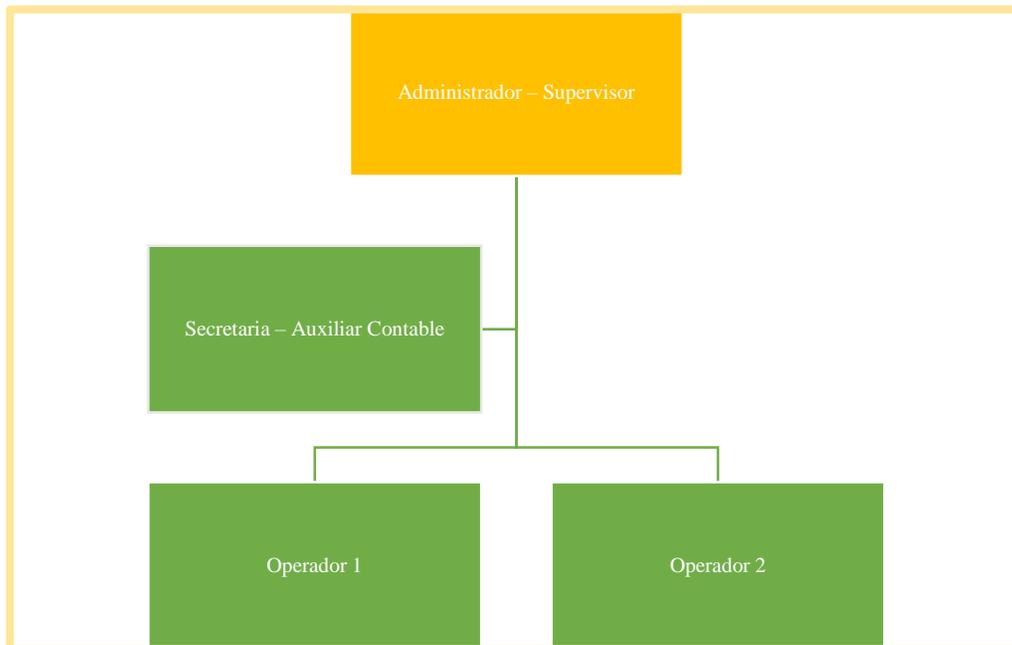
*Nota:* Descripción de flujo de proceso para la ejecución del servicio de limpieza.

**Elaborado por:** Félix Loor

## Organigrama empresarial

### Ilustración 7.

*Organigrama Empresarial HIDROVAAC.*



**Elaborado por:** Félix Loor.

**Funciones del personal.****Detalles generales del puesto de Administrador – Supervisor**

<b>Empresa:</b>	HIDROVAAC
<b>Unidad administrativa:</b>	Nivel o área ejecutiva.
<b>Misión del puesto:</b>	Planifica, organiza, dirige y controla para asegurar la cultura empresarial el desarrollo eficaz y eficiente de las actividades comerciales y de servicios que realizan en el establecimiento, supervisar las funciones delegadas a los colaboradores en la cadena de mando.
<b>Denominación del puesto:</b>	Administrador – Supervisor.
<b>Rol del puesto:</b>	Administración, gerencia y supervisión de procesos.
<b>Remuneración:</b>	\$ 675.00

## Méritos aspectos a considerar

**Tabla 1.**

*Méritos aspectos a considerar, Administrador – Supervisor*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tercer nivel, preferencia Tecnólogo o Ingeniero en Administración de empresas, Ingeniero en Contabilidad	Al menos 1 año de experiencia.	conocimiento en el área administrativa, legal, contable y tributación Atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pensamiento crítico</li> <li>Capacidad de planificar</li> <li>Capacidad de negociación</li> <li>Adaptabilidad.</li> <li>Comunicación.</li> <li>Compromiso.</li> <li>Respeto.</li> <li>Puntualidad.</li> <li>Iniciativa.</li> <li>Integridad.</li> <li>Sociabilidad.</li> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Tenacidad.</li> <li>Responsabilidad.</li> <li>Honestidad.</li> </ul>

**Elaborado por:** Félix Loor

**Detalles generales del puesto de Secretaria – Auxiliar Contable**

<b>Empresa:</b>	HIDROVAAC
<b>Unidad administrativa:</b>	Nivel o área apoyo.
<b>Misión del puesto:</b>	Contestar las llamadas telefónicas y atender a las personas que llegan a la oficina, realiza las compras de cada semana según sea el pedido de materiales de cada área, elaboración de roles de pagos y pago de sueldos, facturación del servicio.
<b>Denominación del puesto:</b>	Secretaria – Auxiliar Contable.
<b>Rol del puesto:</b>	Ejecución de procesos.
<b>Remuneración:</b>	\$ 550.00

## Méritos aspectos a considerar

**Tabla 2.**

*Méritos aspectos a considerar, Secretaria – Auxiliar Contable*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tercer nivel, preferencia Tecnólogo en Administración de empresas	Al menos 1 año de experiencia.	Conocimiento en el área administrativa, legal, contable y tributación Atención al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pensamiento crítico.</li> <li>Capacidad de planificar.</li> <li>Capacidad de negociación.</li> <li>Comunicación.</li> <li>Compromiso.</li> <li>Respeto.</li> <li>Puntualidad.</li> <li>Iniciativa.</li> <li>Integridad.</li> <li>Sociabilidad.</li> <li>Trabajo en equipo.</li> <li>Tenacidad.</li> <li>Responsabilidad.</li> <li>Honestidad</li> </ul>

**Elaborador por:** Félix Loor

### **Detalles generales del puesto de Operador**

<b>Empresa:</b>	HIDROVAAC
<b>Unidad administrativa:</b>	Nivel o área operativo.
<b>Misión del puesto:</b>	Maneja y utiliza de manera correcta los equipos y materiales de limpieza y mantenimiento, realiza las actividades de limpieza en los hogares, pisos, vidrios, baños, etc., informar sobre el inventario existente para anticipar la adquisición.
<b>Denominación del puesto:</b>	Operador.
<b>Rol del puesto:</b>	Ejecución de procesos.
<b>Remuneración:</b>	\$ 450.00

## Méritos aspectos a considerar

**Tabla 3.**

*Méritos aspectos a considerar, operador.*

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller	Al menos 1 año de experiencia.	Atención al cliente. Experiencias en actividades de limpieza y mantenimiento.	Comunicación. Compromiso. Respeto. Puntualidad. Iniciativa. Integridad. Sociabilidad. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad. Honestidad

**Elaborador por:** Félix Loor

### **3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **Objetivo de mercadotecnia**

Posicionar la marca HIDROVAAC en la mente de los clientes, poniendo énfasis en la importancia y beneficios que genera la limpieza al mantener los espacios del hogar libre de bacterias.

#### **Investigación de mercado**

HIDROVAAC consideró la investigación aplicada, documental, de campo en la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante observación ante la falta de un servicio como el que se propone, además se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre el problema mediante investigación en la web y mediante un proceso de entrevista rápida a varias personas de la localidad donde estará ubicada la empresa, logrando conocer el grado de aceptabilidad que tendría la creación de la empresa como tal.

Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo, considerando a los moradores del Sector Este de la ciudad de Nueva Loja, específicamente en el Barrio Amor y Paz, para obtener información del macro y micro entorno. Aplicando la técnica

de la encuesta, se conoce la demanda potencial e insatisfecha mediante el análisis cuantitativo y en base a la investigación de mercado realizada a la población segmentada.

### ***Modalidad***

La recolección de datos a través de encuestas se realizó de forma virtual, en donde en el transcurso de 72 horas, se encuestó a 104 personas de forma aleatoria que viven en el sector donde estará ubicada la empresa, esta encuesta constó de 14 preguntas cerradas y de opción múltiple.

### **Plan de muestreo**

En este trabajo se ha considerado como base las proyecciones proporcionadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el Cantón Lago Agrio, mismo que contaría al año 2022 con 125,830.00 habitantes, de los cuales nuestra segmentación de mercado esta dirigida a personas que habitan en una vivienda, para ello se realizó una segmentación de moradores cerca de donde estará ubicada la empresa, específicamente en el Sector Este de la ciudad, Barrio Amor y Paz, donde por medio de la observación se contabiliza 142 casas que existen en el sector mencionado.

Para ello se realizó un proceso de muestreo probabilístico según Velasco & Martínez, (2017) “es una técnica de muestreo en donde los individuos de la población son elegidos aleatoriamente y cada uno cuenta con la misma probabilidad positiva de ser elegidos y formar parte de la muestra”(p.3)

Aplicando la siguiente fórmula, se procede a calcular el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de éxito esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa o de fracaso 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{142 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (142 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{136,3768}{1,3129}$$

$$n = 103.87$$

$$n = 104$$

### Ejemplo de encuesta.

- Ver anexo 1 al final del documento.

### Análisis de las encuestas.

#### Pregunta 1.

Tabla 4.

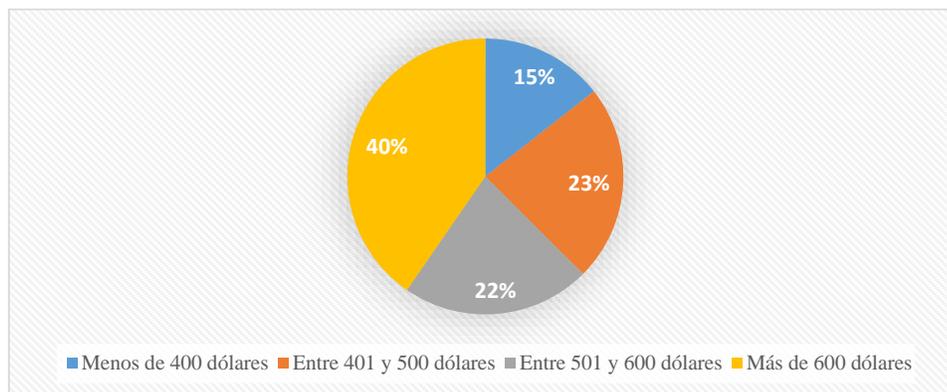
*Ingresos mensuales*

¿Aproximadamente cuánto es el nivel de ingresos mensual familiar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Menos de 400 dólares	15	15%
Entre 401 y 500 dólares	24	23%
Entre 501 y 600 dólares	23	22%
Más de 600 dólares	42	40%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

#### Ilustración 8.

*Ingresos mensuales.*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** Los encuestados manifestaron en un 40% que poseen ingresos superiores a los 600 dólares, esto permite conocer el nivel-socioeconómico de cada persona y en base a eso, estimar el costo futuro del servicio que sea justo y esté al alcance de todos.

## Pregunta 2

**Tabla 5.**

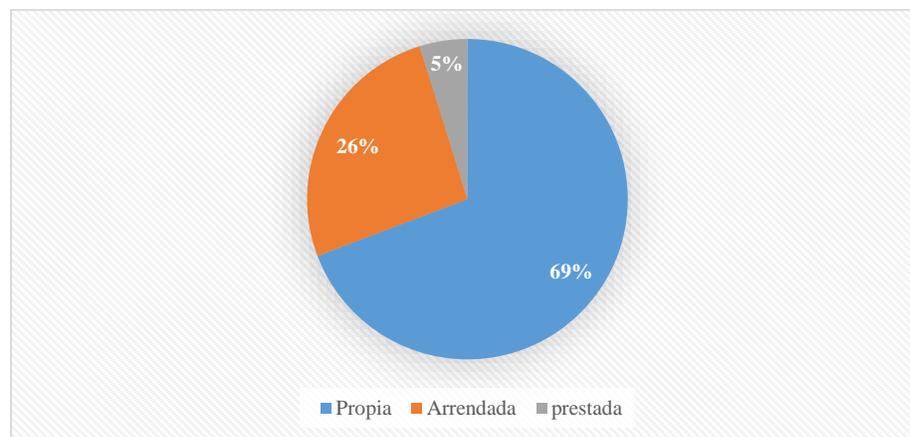
*Tipo de Vivienda.*

La vivienda donde usted habita, es:		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Propia	72	69%
Arrendada	27	26%
Prestada	5	5%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborador por:** Félix Loor

**Ilustración 9.**

*Tipo de vivienda.*



**Elaborador por:** Félix Loor

**Análisis:** De los 104 encuestados el 69% manifestaron que, posee una vivienda propia, el 26% arrendada y el 5% prestada, se evidencia que la mayoría posee una vivienda propia, esto es de gran aporte para la empresa, ya que sus clientes posiblemente no estarán mudándose de casa como lo podría hacer una persona que arrienda, y por ende quienes poseen una vivienda propia podrán ser los futuros clientes.

### Pregunta 3

Tabla 6.

¿Considera a la limpieza como factor importante en el hogar?

¿Considera usted que la limpieza es un factor de importancia y que influye significativamente en el hogar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	102	98%
No	1	1%
Tal vez	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 10.

¿Considera a la limpieza como factor importante en el hogar?



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** De los 104 encuestados el 98% considera que la limpieza es un factor importante en el hogar, esto es muy beneficioso para la empresa, pues le permite conocer el grado de interés en las personas a la hora de hablar de limpieza y cómo influye en el hogar.

## Pregunta 4

Tabla 7.

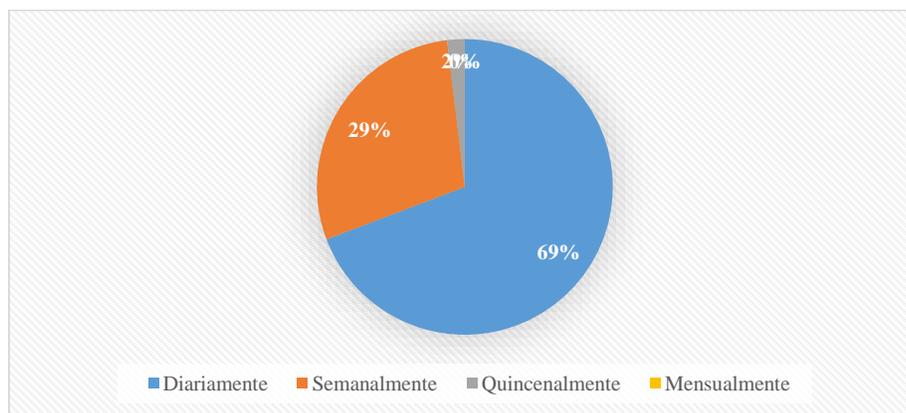
*Frecuencia de limpieza en el hogar*

¿Con qué frecuencia realiza la limpieza de su hogar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diariamente	72	69%
Semanalmente	30	29%
Quincenalmente	2	2%
Mensualmente	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 11.

*Frecuencia de limpieza en el hogar*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** De los 104 encuestados el 69% respondió que realiza la limpieza de su hogar de manera diaria, el 29% lo hace de manera semanal, el 2% lo hace quincenalmente, estos resultados otorgan una visión clara para la empresa en el período en que las personas tiende a realizar el aseo en sus hogares y a la vez que le permite proyectarse para los planes futuros de atención al público.

## Pregunta 5

**Tabla 8.**

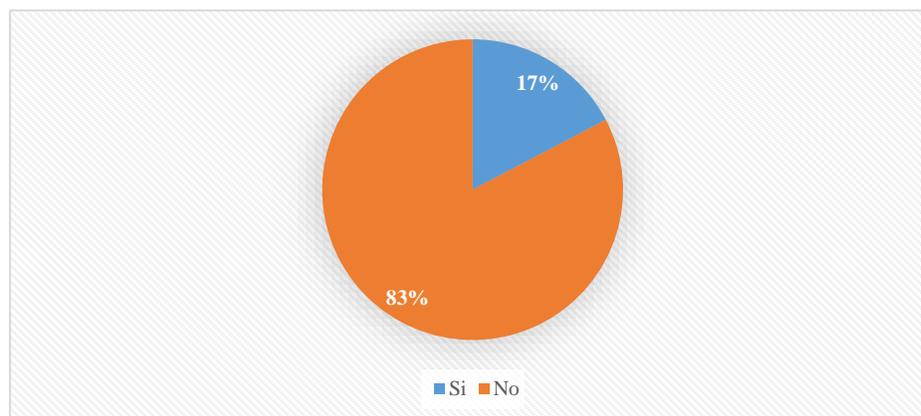
*Conocimiento de empresas que brinden el servicio de limpieza del hogar.*

¿Conoce usted alguna empresa cerca de su localidad dedicada al servicio de limpieza del hogar que brinde confianza, seguridad y calidad?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	18	17%
No	86	83%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

**Elaborador por:** Félix Loor

**Ilustración 12.**

*Conocimiento de empresas que brinden el servicio de limpieza del hogar.*



**Elaborador por:** Félix Loor

**Análisis:** De los 104 encuestados el 83% respondió no conocer una empresa que brinde el servicio de limpieza para el hogar, el 17% manifestó conocer una empresa que brinde el servicio mencionado, ante los hechos se evidencia que existe una empresa en la localidad que no es lo suficientemente conocida, o ya dejó de funcionar.

## Pregunta 6

**Tabla 9.**

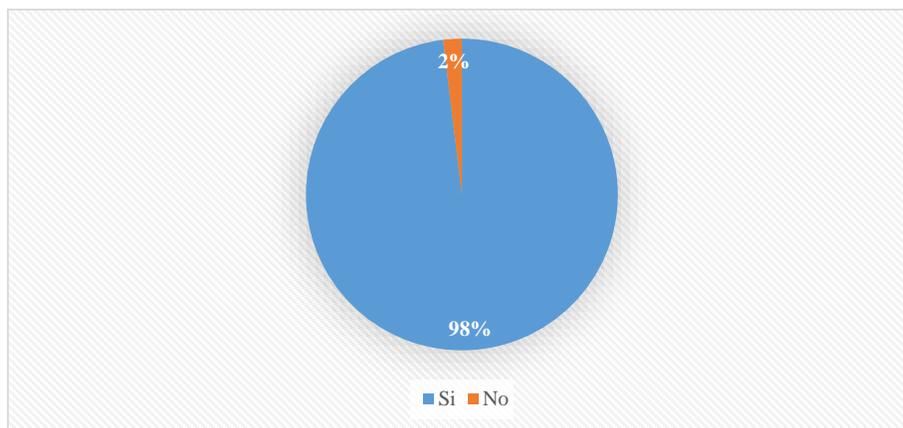
*Favoritismo sobre la creación de una empresa de servicios de limpieza del hogar.*

¿Considera usted que sería favorable la creación de una empresa dedicada al servicio de limpieza del hogar que brinde confianza, seguridad y calidad?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	102	98%
No	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

**Ilustración 13.**

*Favoritismo sobre la creación de una empresa de servicios de limpieza del hogar*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** De los 104 encuestados 102 que equivalen al 98% consideran que sería favorable la creación de una empresa de limpieza para el hogar, ya que no existe una empresa que les ofrezca un servicio de calidad, esto a la vez inspira a la creación de la empresa ya que las personas que poseen una vivienda, independientemente si es propia, arrendada o prestada están manifestando una posible demanda.

## Pregunta 7

Tabla 10.

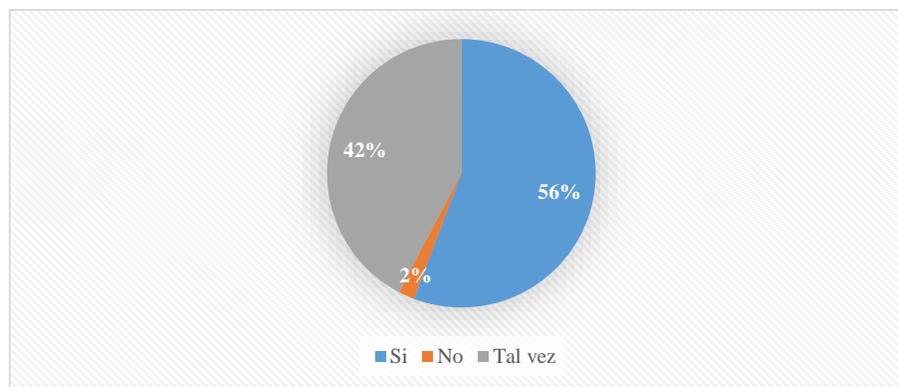
*Demanda de contrato de una empresa de servicios de limpieza del hogar.*

¿Contrataría usted a una empresa que brinde los servicios de limpieza para su hogar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	58	56%
No	2	2%
Tal vez	44	42%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 14.

*Demanda de contrato de una empresa de servicios de limpieza del hogar.*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** De los 104 encuestados un 2% de los encuestados no estaría dispuesto a contratar a una empresa que brinde los servicios de limpieza, por lo contrario, un 42% tal vez si la contraría, mientras que su mayoría el 56% estaría dispuesto a contratar los servicios de limpieza para el hogar. Esto es muy importante para la empresa, ya que permite saber la alta demanda y el nivel de confianza de los clientes a la hora de contratar el servicio de limpieza, y así explotar ese nuevo mercado.

## Pregunta 8

Tabla 11.

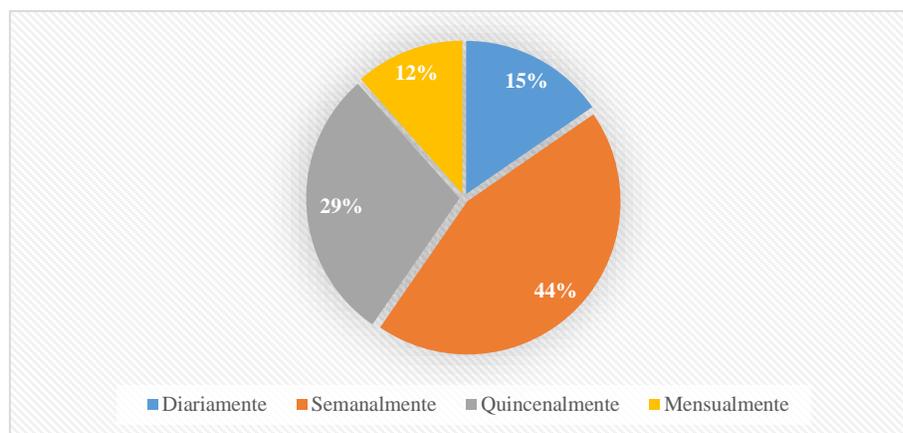
*Frecuencia de la demanda del servicio de limpieza del hogar.*

¿Con que frecuencia le gustaría que la empresa realice la limpieza de su hogar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Diariamente	16	15%
Semanalmente	46	44%
Quincenalmente	30	29%
Mensualmente	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 15.

*Frecuencia de la demanda del servicio de limpieza del hogar.*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** De todos los encuestados un 44% prefieren que el servicio de limpieza sea aplicado semanalmente, esto puede deberse a razones económicas, como también factores de tiempo disponible en el hogar cuando se hace la visita. Esto es importante ya que la empresa tendrá en cuenta la preferencia de cada persona en cuanto al período de ejecutar el servicio, a la vez que le permitirá diseñar un plan de servicio para cada cliente a largo plazo y con beneficios.

## Pregunta 9

Tabla 12.

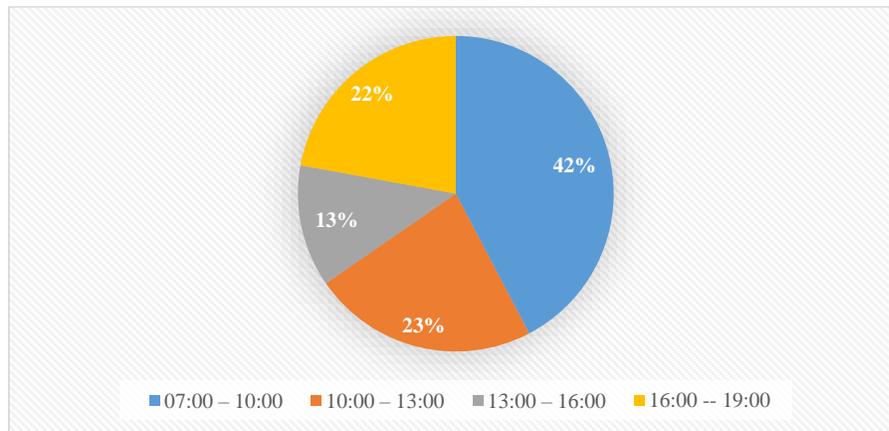
*Horario de requerimiento del servicio de limpieza del hogar.*

¿En qué horarios le gustaría que se realice el servicio de limpieza de su hogar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
07:00 – 10:00	44	42%
10:00 – 13:00	24	23%
13:00 – 16:00	13	13%
16:00 -- 19:00	23	22%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 16.

*Horario de requerimiento del servicio de limpieza del hogar.*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** según el tiempo disponible de cada persona escogió un horario, se evidencia que todos los horarios propuestos fueron seleccionados, sin embargo, un 42% de las personas prefieren que la intervención de sus hogares sea en horas tempranas de la mañana en un rango de 07:00 a 10:00.

## Pregunta 10.

Tabla 13.

*Tipo de servicio de preferencia*

¿De las actividades de limpieza que se detallan a continuación en cuál de éstas estaría más interesado/a?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Limpieza de habitaciones	23	14%
Lavado y aspirado de alfombras/cortinas	15	9%
Limpieza de ventanas	22	14%
Limpieza y desinfección de pisos y baños	32	20%
Todas	68	43%
<b>TOTAL</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 17.

*Tipo de servicio de preferencia*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** un 43% de los encuestados prefieren que se ejecuten todas las actividades de limpieza presentadas, sin embargo, existen personas que prefieren ciertas actividades como esenciales, dejando a las demás innecesarias, esto ayudará a que la empresa tenga en cuenta las necesidades del cliente y de cumplimiento ante ello.

### Pregunta 11.

Tabla 14.

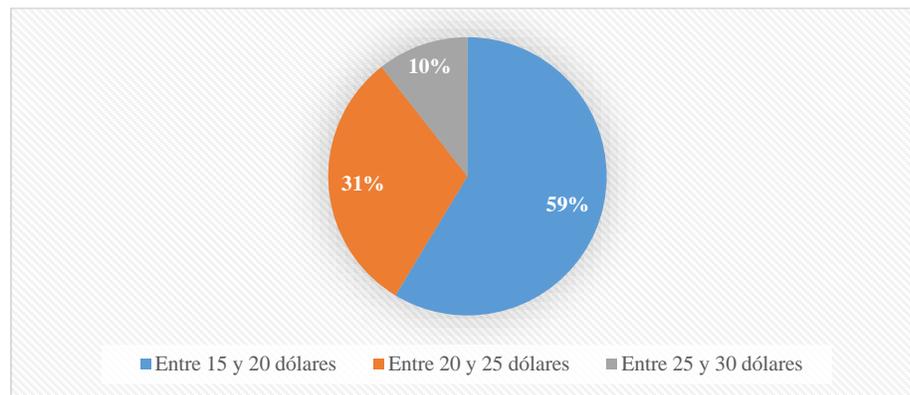
*Monto a invertir para el servicio de limpieza del hogar.*

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la contratación del servicio de limpieza?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Entre 15 y 20 dólares	61	59%
Entre 20 y 25 dólares	32	31%
Entre 25 y 30 dólares	11	10,%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 18.

*Monto a invertir para el servicio de limpieza del hogar.*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** la mayoría de los encuestados prefieren pagar por la contratación del servicio entre 15 y 20 dólares, esto permite a la empresa atender la demanda, proyectar costos e inversiones a largo plazo, sabedores de que el público encuestado está dentro de un rango socio económico que le es posible pagar por el servicio un mínimo y un máximo.

## Pregunta 12.

Tabla 15.

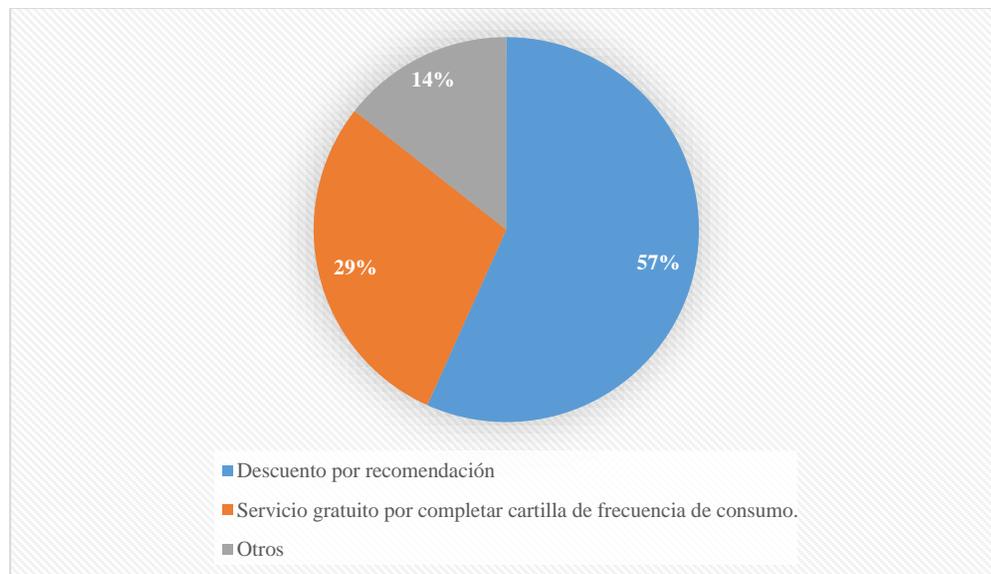
*Opciones de promoción favorable*

¿De las siguientes opciones de promoción cuál considera usted que es la más favorable?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Descuento por recomendación	59	57%
Servicio gratuito por completar cartilla de frecuencia de consumo.	30	29%
Otros	15	14%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100,00%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 19.

*Opciones de promoción favorable.*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** la mayoría de los encuestados prefieren que se promocióne un descuento por recomendación de servicio, esto es importante ya que así HIDROVAAC, logrará estar en el boca-boca de todos los ciudadanos, generando nuevos clientes y nuevos ingresos.

### Pregunta 13

Tabla 16.

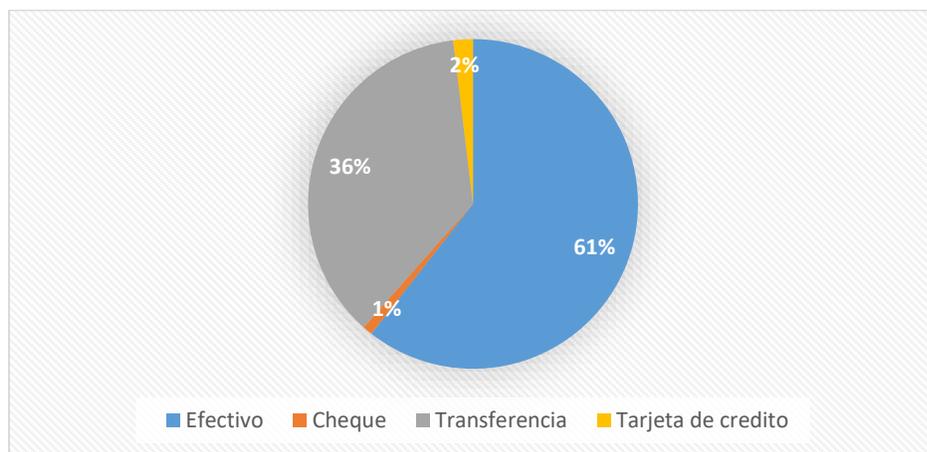
*Preferencia sobre la forma de pago por el servicio*

¿De qué forma le gustaría cancelar la contratación del servicio de limpieza?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Efectivo	63	61%
Cheque	1	1%
Transferencia	38	36%
Tarjeta de crédito	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

Elaborador por: Félix Loor

Ilustración 20.

*Preferencia sobre la forma de pago por el servicio*



Elaborador por: Félix Loor

**Análisis:** La mayoría de los encuestados prefieren cancelar en efectivo, sin embargo, existen otras preferencias que le dicen a la empresa que deberá implementar opciones para no perder clientes, estas estrategias de pago darán una imagen fresca e innovadora a cada cliente, la empresa deberá contar con los medios necesarios para poder llegar a cubrir la demanda y cobrar por el servicio.

## Pregunta 14

**Tabla 17.**

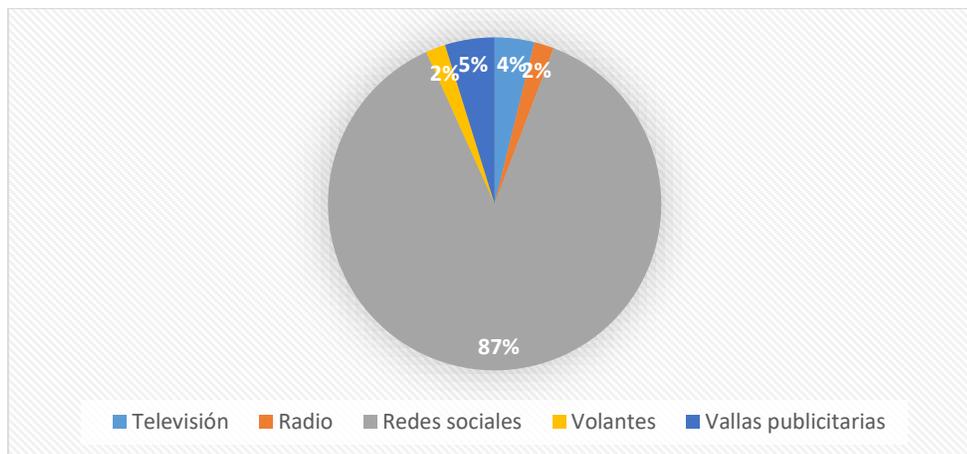
*Preferencia sobre los medios para conocer las promociones.*

¿A través de qué medios le gustaría conocer sobre el servicio de limpieza y promociones que ofrece la empresa?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Televisión	4	4%
Radio	2	2%
Redes sociales	91	87%
Volantes	2	2%
Vallas publicitarias	5	5%
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>

**Elaborador por:** Félix Loor

**Ilustración 21.**

*Preferencia sobre los medios para conocer las promociones*



**Elaborador por:** Félix Loor

**Análisis:** El 87% de los encuestados les gustaría conocer acerca de los servicios de limpieza que realiza la empresa HIDROVAAC a través de las redes sociales, ya que están al alcance de todos y son de fácil uso, esto permitirá a la empresa crecer en el mundo digital, y llegar a un público curioso que puede transformarse en clientes.

### *Análisis General.*

Como primer punto se puede concluir que el target al que va dirigido la empresa son personas que habitan una casa, sea propia, arrendada o prestada, que desde el punto de vista higiénico y saludable consideran que la limpieza en el hogar es un factor importante y que influye significativamente en la vida de cada persona.

HIDROVAAC, gracias a los datos obtenidos de la encuesta en cuanto a los ingresos promedios que perciben las personas del sector encuestado, y con base a la tabla de valores propuesta para la contratación del servicio, obtiene un rango mínimo y máximo por mayoría acerca del costo fijo del servicio, con esto la empresa podrá proyectar sus gastos e ingresos a largo plazo.

Gracias a la encuesta realizada se determina que las personas tienen una tendencia a realizar la limpieza del su hogar de forma diaria, aunque muchos lo hacen de forma semanal, dentro del horario de la mañana como preferencia, esto se debe a las ocupaciones que cada persona tiene, gracias a esa información la empresa creará planes de servicio para visitar a sus clientes.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluye que, ahora las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto niños, jóvenes y

adultos tienen una alta capacidad para manejar redes sociales y no obstante la mayoría del tiempo, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para HIDROVAAC manejar una interesante campaña de publicidad mediante estos medios, para llegar a los clientes y dar a conocer la marca con el propósito de ser reconocida.

De la encuesta realizada se puede determinar que a las personas les gustaría que existan promociones de descuento por recomendación, lo cual es una estrategia de marketing muy factible ya que se pone los servicios de la empresa en el boca-a-boca de todos los habitantes de la ciudad, eso no solo impone la marca, sino que genera consigo múltiples beneficios como la llegada de nuevos clientes, que provocan nuevos ingresos.

Lo más importante que se pudo analizar, es la acogida que puede tener una empresa de servicios de limpieza para el hogar en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador, al Este de la ciudad en la vía Tarapoa, km 2½, Barrio “Amor y Paz”, calle principal “Luz de América”, calle secundaria “Orquídeas”.

En conclusión, tras analizar los datos se determina que HIDROVAAC es un negocio viable puesto que tiene una buena aceptación en el mercado estudiado.

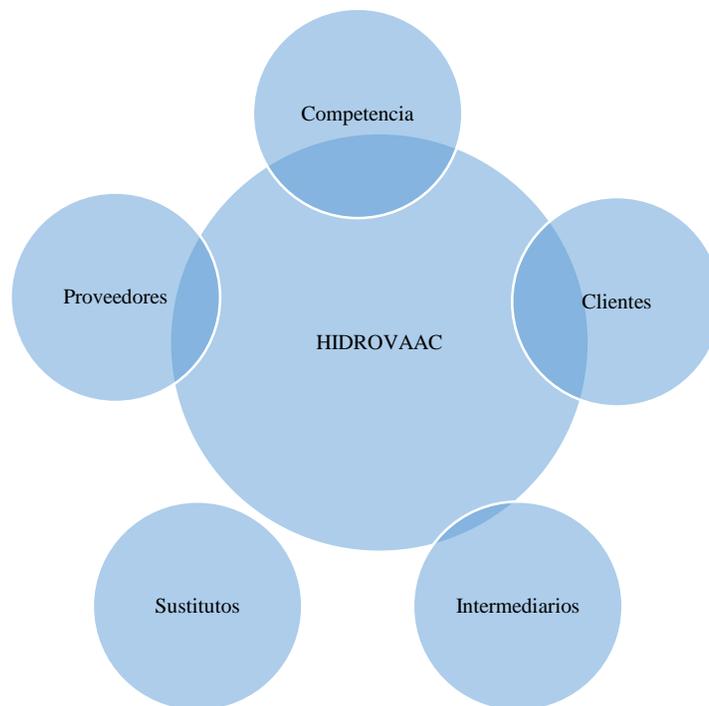
## Entorno empresarial

### *Microentorno.*

HIDROVAAC considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

#### **Ilustración 22.**

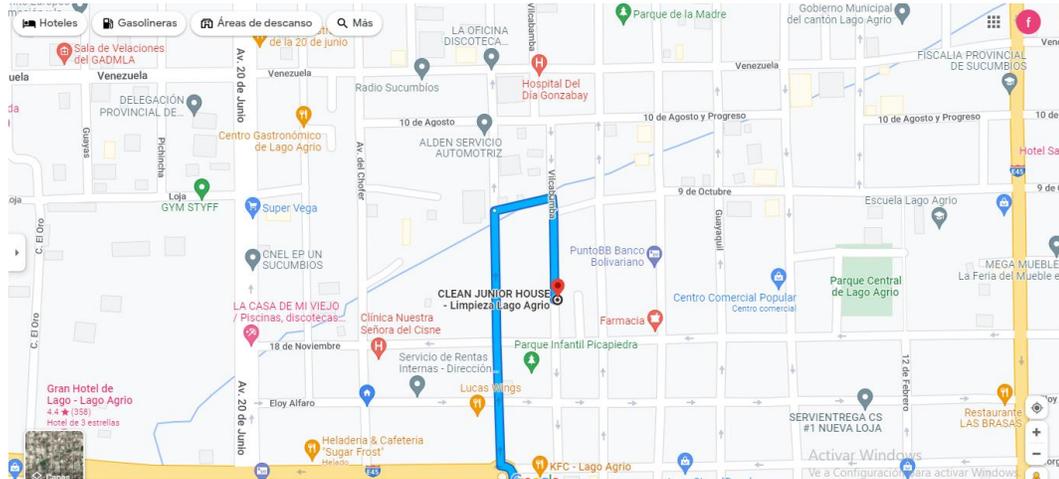
*Micro entorno*



**Elaborador por:** Félix Loor

### Ilustración 23.

#### Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) Ubicación. Recuperado de

<https://www.google.com/maps/dir/-1.4974976,-78.053376/empresa+de+limpieza+lago+agrio/@0.0854188,-76.8866856,17.5z/data=!4m9!4m8!1m1!4e1!1m5!1m1!1s0x8e2823d48eddbd8b:0xe9f4ab0971934e87!2m2!1d-76.886471!2d0.0849508>

### Competencia directa.

Luego de realizar un recorrido en el sector donde va a encontrarse HIDROVAAC, se encontró un establecimiento como competencia directa. Para evaluar la competencia directa los parámetros que se tomaron en cuenta fueron: el tipo de establecimiento, la categoría y los servicios que se vendían.

En la Calle Vilcabamba y Calle 18 de noviembre existe un local de servicios de limpieza llamado “CLEAN JUNIOR HOUSE - Limpieza Lago Agrio,” en el cual se pudo observar que sus servicios son limitados a actividades exclusivas.

**Competencia indirecta.**

NO existen establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector que se encuentran alrededor de toda la manzana donde va a funcionar HIDROVAAC.

**Sustitutos.**

Después de recorrer el sector se encontró un sustituto, es el lavado de carros exprés, ubicado en la entrada principal al barrio encuestado. Este micro negocio hace las veces de sustituto al realizar la limpieza de vehículos livianos y pesados, sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento de servicio de limpieza para el hogar.

## Proveedores.

Teniendo en cuenta que la calidad en los servicios es uno de los principios fundamentales con los que trabaja HIDROVAAC, trabaja con proveedores reconocidos y de confianza.

**Tabla 18.**

*Proveedores.*

Tabla de proveedores		
Materia prima		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Disquim	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos de calidad</li> <li>• Varios años de experiencia en el mercado</li> <li>• Facilidades de pago (crédito)</li> <li>• Entrega al establecimiento.</li> </ul>	Desengrasantes, aromatizantes, desinfectantes, etc.
Distribuidora mundo de la limpieza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedad de productos.</li> <li>• Productos de calidad.</li> <li>• Establecimientos extensos.</li> </ul>	Equipos y materiales de aseo como trapeadores, escobas, aspiradoras etc.

**Elaborador por:** Félix Loor

**Intermediarios**

HIDROVAAC comercializará sus servicios de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

**Clientes**

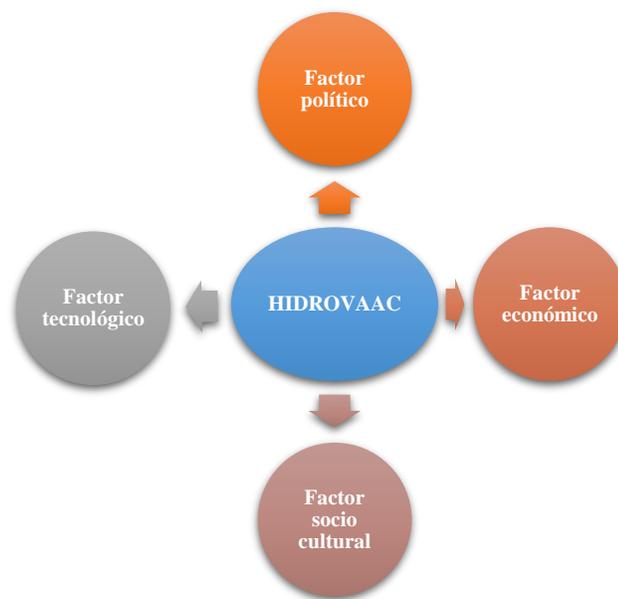
HIDROVAAC es una empresa dirigida a familias y grupos de amigos que habitan una casa, sin importar el tipo de vivienda, sea esta propia, arrendada o prestada, se conoce que las personas encuestadas consideran importante la limpieza dentro del hogar y cómo influye en sus vidas, así como también se conoce que muchas personas poseen muy poco tiempo para realizarlo y estarían dispuestos a contratar un servicio que les brinde confianza y calidad.

### ***Macroentorno***

Son aquellos factores sobre los que HIDROVAAC no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

#### **Ilustración 24.**

*Esquema macroentorno HIDROVAAC.*



**Elaborador por:** Félix Loor

**Factor Político**

La situación política en el Ecuador desde hace muchos años no ha sido estable, a pesar de ello el Gobierno ha creado algunas oportunidades para existir en el mercado de bienes o de servicios. El gobierno por medio de ciertas acciones intenta ayudar a que las pymes se formen y crezcan, pero el enfoque de apoyo que el Gobierno da por medio de sus entidades es con inclinación mayormente financiera.

El gobierno a través de entes de control como el SRI, IEES, Superintendencia de Compañías en el Ecuador, regula ciertos aspectos que limitan a muchos emprendedores a la hora de plantear la oportunidad para la creación de nuevas empresas, beneficiando a otras existentes y reduciendo la competencia laboral en campo de bienes y servicios.

**Factor Económico.**

El Ecuador ha soportado un declive económico debido a la reciente pandemia que azotó el mundo, pandemia que tuvo al país en aislamiento y períodos de cuarentena por aproximadamente 2 años, en los cuales varios sectores económicos fueron afectados, entre ellos el sector de servicios, así también en la actualidad la inflación anual a crecido significativamente y perjudicando en el alza de precios en

adquisiciones de bienes y servicios, actualmente uno de los puntos económicos que causo incremento de precios fue la elevación de precios de combustibles, esto de manera indirecta causo que la sociedad le dé un valor adicional a todo.

Por ello y ante los incrementos de precios que el país enfrenta, HIDROVAAC, como empresa planteará una adecuada planeación financiera que le permita estar en una balanza equilibrada en cuanto a costos e ingresos, tratando de no perjudicar a sus clientes y por el contrario buscando formas de reducir costes y aumentar ingresos.

### **Factor Sociocultural.**

En cuanto a este factor HIDROVAAC tiene una sociedad altamente activa y que además aprovechará de fechas declaras como feriados y no feriados donde las familias por lo general salen de la ciudad, al retornar lo que aspiran es llegar con bien a casa y encontrar un ambiente agradable, ordenado, y limpio, creando relaciones de confianza mutua entre sus clientes y la empresa.

**Factor Tecnológico.**

Si bien es cierto, en los últimos años la tecnología ha ido evolucionado de una manera sorprendente, no solo en los países primermundistas, sino que en todos los países del mundo, muchos de estos han sabido utilizar de una manera positiva a estos avances, y este es el caso de Ecuador, ya que aprovecha los avances tecnológicos enfocados en todos los aspectos, hablando del área de limpieza, la tecnología ha evolucionado en cuanto a equipos y maquinaria, aplicaciones móviles que ayudan a la publicidad de un local, a encontrar la ubicación de cierta empresa. La tecnología ha avanzado de manera vertiginosa, a tal punto que en la actualidad existen aplicaciones tales como para realizar una orden o pedido de algún bien, ver los diferentes servicios y productos que están catalogados o disponibles. HIDROVAAC trabajará con aplicaciones tecnológicas que faciliten el servicio y con esto satisfacer a los clientes, cabe mencionar que también trabajará con maquinaria tecnológica avanzada para agilizar los servicios que propone.

**Producto y servicio**

“HIDROVAAC”, es una empresa de constitución física y virtual con sede en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, creada con el fin de brindar un servicio de limpieza orientada a los hogares ubicados en la ciudad de Nueva Loja.

### ***Producto esencial***

Hoy en día tener una casa representa muchas obligaciones, pago de impuestos, pago de servicios básicos y mantenimientos preventivos , para las personas que habitan una y generalmente tienen un tiempo escaso para realizar actividades de aseo y limpieza, considerando que la limpieza es un factor importante en sus hogares HIDROVAAC, llega a cada uno de ellos con una propuesta clara y de calidad, a través del servicio de limpieza acogiendo a las necesidades del usuario, brindando una experiencia única e inolvidable.

### ***Producto real***

HIDROVAAC, maneja una gran variedad de servicios de limpieza para el hogar entre los que se pueden encontrar:

- Limpieza de Habitaciones
- Lavado y aspirado de alfombras/cortinas
- Limpieza de ventanas
- Limpieza y desinfección de pisos y baños.

***Características.***

Para la ejecución de los servicios de limpieza, HIDROVAAC, tendrá en cuenta cada una de las sugerencias solicitadas por el cliente, ya que solo así se podrá dar la mayor satisfacción, y el cliente volverá a contratar los servicios, además de eso la empresa procurará hacer el uso correcto de equipos tecnológicos e insumos a fin de optimizar recursos y brinda un servicio de calidad.

***Calidad.***

Para la ejecución del servicio cada colaborador en la empresa, utilizaría las medidas de bioseguridad para entrar a los hogares de cada cliente, así mismo hará uso de los equipos de protección personal, los insumos que se emplearán para limpiar estarán dentro del período de vigencia, los equipos por otro lado estarán en las mejores condiciones siempre listos para ayudar en el servicio.

***Estilo.***

HIDROVAAC manejará un estilo moderno, el local tendrá una temática de limpieza, con todos los detalles que atraiga al público en general, que al ver su exterior sepan que es lo que ofrecemos.

***Marca.***

HIDROVAAC es un nombre llamativo pues hace referencia a la utilización de recursos hídricos como factor principal para la realización del servicio de limpieza, como se había mencionado anteriormente, HIDROVAAC es una empresa que busca dar un ambiente diferente, un ambiente de confianza para cada persona que busca contratar alguien que realice la limpieza en su hogar, brindar esa seguridad y responsabilidad.

***Producto aumentado.***

Lo que diferencia a HIDROVAAC de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes encontrarán seguridad, responsabilidad, y confianza, de la misma forma establecerá precios accesibles, para que el dinero no sea impedimento para visitar este lugar y contratar sus servicios.

## Plan de introducción al mercado

### *Distintivos y uniformes.*

#### **Área de recepción**

La secretaria usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Secretaria-Auxiliar contable.**

#### **Ilustración 25.**

*Descripción de uniforme de Secretaria-Auxiliar contable.*



**Elaborador por:** Félix Loor

- Camisa manga larga blanca con logo
- Pantalón negro
- Zapatos negros

## Área de operación

Los operarios utilizarán el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

- **Operador.**

**Ilustración 26.**

*Uniforme del Operador*



**Elaborador por:** Félix Loor

- Overol azul
- Botas negras
- Guantes de nitrilo/ pupo.
- Epps.

## Materiales de identificación

### *Imago tipo*

Ilustración 27.

*Imagotipo*



**Elaborador por:** Félix Loor

Elementos a destacar:

- Los equipos representan la innovación Tecnológica.
- El trasfondo contiene una gota de agua y un visto bueno, representado el uso adecuado del agua como un recurso NO renovable.
- El logotipo del establecimiento “HIDROVAAC”
- El eslogan del local “Soluciones de limpieza”
- Los colores usados:
  - Color negro de logotipo.
  - Color celeste claro, este color representa el agua.

### *Tarjetas de presentación*

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa.

#### **Ilustración 28.**

*Anverso tarjeta de presentación*

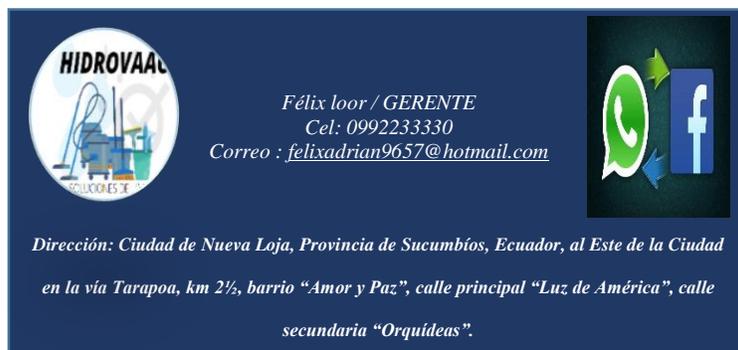


**Elaborador por:** Félix Loor

En el reverso hay datos de contacto, en este caso del administrador se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

#### **Ilustración 29.**

*Reverso tarjeta de presentación.*



**Elaborador por:** Félix Loor

## Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

### Ilustración 30.

*Hoja membretada.*



**Elaborador por:** Félix Loor

### ***Canal de distribución y puntos de ventas***

El canal de distribución y punto de venta físico de HIDROVAAC es su establecimiento ubicado en la Ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, Ecuador, al Este de la Ciudad en la vía Tarapoa, km 2½, barrio “Amor y Paz”, calle principal “Luz de América”, calle secundaria “Orquídeas”.

### **Promoción.**

- El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
- Por la recomendación de nuestro servicio a un amigo o familiar se premiará con un descuento del 5% en la próxima contratación, siempre y cuando esta persona que recibió la recomendación así lo manifestare y se convierta en cliente.
- Por completar una cartilla de servicio continuo de un mínimo de 10 ocasiones, el servicio siguiente será gratis.
- Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flayers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.

**Contacto.**

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.

**Correspondencia.**

- A través de mail corporativo.

**Negociación.**

- Directa en el establecimiento con cita previa.
- A través de videoconferencia. (Zoom).
- Vía telefónica.
- Vía correo electrónico.

## Financiamiento.

**Tabla 19.**

*Financiamiento publicidad.*

Tarjetas de presentación	500 unidades por año	\$50.00
Hojas membretadas	2000 unidades por año	\$ 20.00
Uniformes para personal administrativo (1 persona)	5 paradas por año	\$ 750.00
Uniforme para personal operativo con EPP.(2 personas)	5 paradas por año.	\$ 1.500,00
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$2,320.00</b>

**Elaborador por:** Félix Loor

## *Riesgo y oportunidades del negocio.*

Dentro de los riesgos que HIDROVAAC enfrenta, está el posicionamiento de la marca como tal, pues según el resultado de las encuestas este mercado no ha sido explotado, y comenzar del cero es una ventaja y al mismo tiempo un reto, lograr que las personas lleguen a tener confianza en la empresa, en el servicio, en quienes la conforman, es un reto a lograr a largo plazo.

Otro de los riesgos que enfrenta HIDROVAAC, es poder alcanzar la demanda proyectada de ventas en el año y así lograr establecer un punto de equilibrio en costos e ingresos.

Una de las oportunidades que aventaja a HIDROVAAC es no tener competencia directa en la localidad, esto representa una oportunidad única, así mismo al hablar de bioseguridad, HIDROVAAC, refuerza este concepto a través de sus acciones propuestas por medio de la limpieza para hogares, ya que desinfectará todos los pisos como punto de entrada de posibles virus que se llevan en el calzado al llegar de la calle.

Otra oportunidad que posee la empresa es el uso de las redes sociales y sitios web como medio de difusión para posicionarse como marca, y ofertar sus servicios, presentar planes de pago, planes de trabajo, su misión y visión.

## **Fijación de Precios**

### *Fijación de precios por servicio estándar.*

El precio por la prestación del servicio se considera en base a la encuesta realizada. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la ejecución, por ejemplo:

- Mano de obra
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA

- **Costo del servicio**

**Tabla 20.**

*Costo del servicio*

COSTO DE SERVICIO					
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:		23/7/2022			
DETALLE	PRODUCTOS A UTILIZAR	UND	CANT.	COSTO	TOTAL
Limpieza	Eliminador de sarro	m l	120	\$ 0,0020833	\$ 0,25
Total (	Gel Antibacterial	m l	120	\$ 0,0020833	\$ 0,25
incluye pisos,	Cloro	m l	120	\$ 0,0020833	\$ 0,25
baños,	Desinfectante	m l	120	\$ 0,0020833	\$ 0,25
alcobas,	Ambientales	m l	120	\$ 0,0062500	\$ 0,75
cocina,	Jabón líquido	m l	120	\$ 0,0062500	\$ 0,75
ventanas,	fragancias para alfombras	m l	500	\$ 0,0020000	\$ 1,00
alfombras y	Limpia vidrios	m l	120	\$ 0,0208333	\$ 2,50
cortinas) lo	Paños multiusos biodegradable	u	1	\$ 0,2500000	\$ 0,25
que el	Limpiador de muebles	m l	500	\$ 0,0020000	\$ 1,00
cliente posea	Detergente liquido	m l	500	\$ 0,0035000	\$ 1,75
del paquete	Guantes PAR	u	1	\$ 1,0000000	\$ 1,00
				<b>Total bruto</b>	<b>\$ 10,00</b>
				<b>Total neto</b>	<b>\$ 10,00</b>
				<b>M.O. 45%</b>	<b>\$ 4,50</b>
				<b>G. Admin 12%</b>	<b>\$ 1,20</b>
				<b>45% utilidad</b>	<b>\$ 4,50</b>
				<b>Subtotal</b>	<b>\$ 20,20</b>
				<b>12% IVA</b>	<b>\$ 2,42</b>
				<b>Total</b>	<b>\$ 22,62</b>

**Elaborador por:** Félix Loor

## Implementación del negocio

### Arriendo del local

**Tabla 21.**

*Arriendo del local.*

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200	\$1200	\$2400

**Elaborador por:** Félix Loor

### Equipos industriales

**Tabla 22.**

*Equipos industriales*

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V. TOTAL
Lavadora de alfombra a inyección	2	\$599.00	\$1198.00
Hidrolavadora porten 2.1 hp	2	\$255.90	\$511.80
Aspiradora industrial	2	\$163.52	\$327.04
Enceradora de pisos	2	\$ 550.00	\$ 1100.00
<b>TOTAL</b>			\$3,136.84

**Elaborador por:** Félix Loor

## Equipos de computación

Tabla 23.

*Equipos de computación*

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	2	\$564.48	\$1,128.96
Impresora EPSON Xp2101	1	\$175.00	\$175.00
<b>TOTAL</b>			\$1,303.96

Elaborador por: Félix Loor

## Muebles y enseres

Tabla 24.

*Muebles y enseres*

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Silla Ejecutiva Ergonómica De Oficina	2	\$ 51.80	\$ 103.6
Escritorio tipo L	1	\$ 160.00	\$ 160.00
Escritorio Counter Con Vidrio Medida (2.10*0.60m)	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Silla De Espera Publica Eames 4 Puestos Negro	1	\$ 159.99	\$ 159.99
<b>TOTAL</b>			\$623.59

Elaborador por: Félix Loor

## Equipos industriales de seguridad

Tabla 25.

*Equipos industriales de seguridad*

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (PQS) 10 Lb	1	\$25.00	\$25.00
<b>TOTAL</b>			\$66.64

Elaborador por: Félix Loor

## Suministros de oficina.

Tabla 26.

*Suministros de oficina.*

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond, 1 resma	1	\$3.40	\$3.40
Grapadora	1	\$4.50	\$4.50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1.15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1.20
Perforadora	1	\$3.00	\$3.00
Libreta	2	\$0.57	\$1.14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4.40
Tijera	1	\$0.45	\$0.45
<b>TOTAL</b>			\$21.04
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$252.48

Elaborador por: Félix Loor

## Servicios básicos

**Tabla 27.**

*Servicios básicos*

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua	\$10.00
Luz	\$20.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$17.00
<b>TOTAL</b>	\$57.00
<b>TOTAL ANUAL</b>	\$684.00

Elaborador por: Félix Loor

## Materiales de limpieza

**Tabla 28.**

*Materiales de limpieza e insumos por Mes.*

CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCION	VALOR U.	V. TOTAL MENSUAL
5	Galón	Eliminador de sarro	\$ 2,15	\$ 10,75
5	Galón	Gel Antibacterial	\$ 4,00	\$ 20,00
5	Galón	Cloro	\$ 3,50	\$ 17,50
5	Galón	Desinfectante	\$ 5,00	\$ 25,00
5	Galón	Ambientales	\$ 2,75	\$ 13,75
5	Galón	Jabón líquido	\$ 3,00	\$ 15,00
5	Paquete	Fundas de basura 30x36 cm 10 u	\$ 1,00	\$ 5,00
5	Galón	fragancias para alfombras	\$ 6,00	\$ 30,00
5	Galón	Limpia vidrios	\$ 4,50	\$ 22,50
5	Paquete	Paños multiusos biodegradable	\$ 1,50	\$ 7,50
5	Galón	Limpiador de muebles	\$ 3,50	\$ 17,50
5	Galón	Detergente liquido	\$ 5,50	\$ 27,50
5	Unidad	Escobas cerda suave y de coco	\$ 1,25	\$ 6,25
5	Unidad	Trapeador	\$ 1,25	\$ 6,25
4	Unidad	Recogedor de basura	\$ 2,00	\$ 8,00
10	Unidad	Guantes PAR	\$ 1,25	\$ 12,50
5	Unidad	Mopa microfibras	\$ 4,00	\$ 20,00
<b>TOTAL MENSUAL</b>				\$ 265,00

Elaborador por: Félix Loor

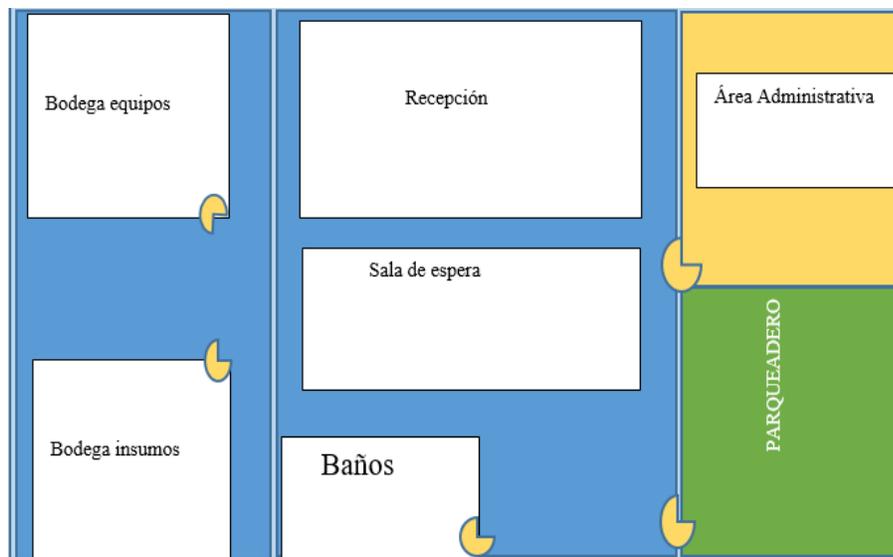
## Estudio arquitectónico.

Se toma en cuenta para el diseño de la empresa la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (20 personas).

### Estructura interna del establecimiento.

#### Ilustración 31.

*Estructura del establecimiento.*



**Elaborador por:** Félix Loor

## 4 PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Con el fin de agregar formalidad al negocio, se realizaron los trámites y permisos pertinentes, acorde a la legislación ecuatoriana en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Ciudad de Nueva Loja.

### **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Para legalizar la empresa HIDROVAAC y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos

- Original y copia de la cédula de identidad.
- Certificado de votación
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente (Planilla de Luz, agua, servicio básico)

### **Patente Municipal**

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso el Gobierno Autónomo Descentralizado De Lago Agrio.

Los requisitos que se solicitan para negocios nuevos son:

- Copia del ruc, cédula y papeleta de votación.
- Impuesto predial o contrato de arriendo.
- Cuerpo de bomberos.
- Guía de buena práctica ambiental.

### **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS [www.iesg.gob.ec](http://www.iesg.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

## 5 PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### Objetivo de área

El objetivo de HIDROVAAC, como empresa se enfoca en ejecutar procesos que permitan reducir el impacto ambiental, aplicados al interior y exterior de los hogares beneficiando de manera positiva la salud de las personas que los habitan, y así mismo al medio ambiente externo que los rodea, esto a través de los diferentes planes o paquetes de limpieza, uso de equipos y productos de calidad.

Velar por la debida protección del Medio Ambiente es la principal responsabilidad de la empresa HIDROVAAC y fiscalizar por que ésta se ejecute en todos las procesos administrativos, operativos y comerciales. Todos los colaboradores que integren la empresa deberán aplicar con el grado de responsabilidad que lo emérita el concepto de la protección del Medio Ambiente tanto dentro y fuera de la empresa demostrando el compromiso con la misma.

Es por eso que HIDROVAAC asume el compromiso de cumplir las disposiciones legales ambientales vigentes aplicables a esta actividad, así como de los requisitos tributarios, patronales y municipales que le permiten estar operativa. La reducción de los impactos ambientales derivados del uso y manipulación de insumos químicos, el consumo de agua como recurso no renovable, el consumo de energía, la

gestión inadecuada de los residuos, es la tarea central de la política de protección ambiental.

## **Impacto ambiental**

### **Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar HIDROVAAC.**

Los problemas ambientales que HIDROVAAC identifica en el sector limpieza puede dividirse en cuatro partes:

- Desechos.
- Atmosfera.
- Ruidos.
- Vertidos.

#### **Desechos**

- Insumos de químicos.
- Envases y fundas plásticos.
- trapos sucios

- suciedad extraída.
- papeles, cartones, envoltorios.

### **Atmósfera**

- Emisiones difusas al utilizar equipos de limpieza provocadas por los ventiladores de los motores
- Generación de clorofluorocarbonos de los aerosoles utilizados como fragancias suaves y aromáticas.

### **Ruidos**

La contaminación por ruidos es producto de la utilización de máquinas y vehículos destinados a la ejecución de limpiezas tanto en el interior como exterior de los hogares. En estos casos en cuanto a niveles de ruido hay que tener en cuenta:

- Niveles de ruidos generados por máquinas y vehículos

El ruido es una contaminación ambiental difícil de cuantificar y de eliminar ya que en el mismo intervienen varios aspectos.

## **Vertidos**

El agua como un recurso no renovable y de uso masivo en todas las actividades del ser humano en su día a día, es un recurso que requiere un mayor control sobre su uso indebido, más aún en el sector de limpieza.

Los contaminantes que regularmente se evidencia en las aguas resultantes de la ejecución de la limpieza son:

- Suciedades arrastradas por dichas aguas (sólidos en suspensión, elementos químicos).
- Sustancias químicas existentes debido a los productos de limpieza utilizados. (cloro, desinfectantes, etc.)

**Medidas para contrarrestar los impactos generados por HIDROVAAC.**

- Utilizar productos químicos que contengan menor carga tóxica, y realizar una adecuada dosificación de los mismos.
- Realizar capacitaciones continuas a los trabajadores de la empresa sobre todo a los operadores para garantizar una correcta manipulación de los equipos, dosificación y aplicación de los productos de limpieza.
- Reducir la contaminación auditiva utilizando equipos tecnológicos y ecológicos a la vez que generen menos ruidos que los equipos convencionales.
- Realizar la adecuada clasificación de los residuos resultantes (plásticos, cartones/hojas, vidrios, maderas, etc.)
- Evitar el desperdicio innecesario del agua
- Reducir, reciclar y reutilizar.

## **Impacto social**

### **Igualdad de género**

La igualdad de género se refiere a “la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades de las mujeres y los hombres” que se pueda tener a lo largo de la vida de la empresa. HIDROVAAC priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres

Considerando también la equidad de género en todos los campos con participación igualitaria de hombres y mujeres. Incentivando al personal de la empresa HIDROVAAC administrativos y trabajadores, premio al mejor trabajador del año, pago de horas extras, cumpleaños. Canasta navideña a la familia de los empleados y trabajadores de HIDROVAAC

### **Generar empleo**

HIDROVAAC generará empleos a las personas del sector donde funcionará la empresa tanto profesionales y no profesionales, de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados y también para el servicio de limpieza, capacitación formando un personal con amplia experiencia y conocimiento.

Obra social en escuelas, colegios, a personas con discapacidad, personas de la tercera edad del lugar donde está situada la empresa.

### **Atracción de empleados**

HIDROVAAC mantendrá una política que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que los empleados y trabajadores se sientan motivados y seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas a cada uno.

## 6 PROCESO FINANCIERO

### **Introducción.**

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de la micro empresa “HIDROVAAC”.

### **Activos Fijos.**

Los activos fijos son poco líquidos ya que se necesita tiempo para convertirlos en efectivo. Son un elemento importante en la estructura financiera de la empresa, pero no sirven para respaldar la liquidez o necesidad de dinero en efectivo de la empresa en el corto plazo. (Arias, 2016).

Un activo fijo es necesario para el funcionamiento de una empresa y estos pueden ser edificios, vehículos, equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles (Kueski, 2020), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$ 20.131,03 (Ver tabla 29).

**Tabla 29.***Activos Fijos.*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
Edificio	\$ 0
Vehículo	\$ 15.000,00
Equipos Ind./ seguridad	\$ 3.203,48
Equipos de Computación	\$ 1.303,96
Muebles – enseres	\$ 623,59
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 20.131,03</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.**Activos diferidos.**

Un activo diferido es como se conoce a aquel bien o servicio por el que ya se ha realizado un pago, pero del que no se ha disfrutado su uso. Se trata de una importante manera de no alterar la realidad contable de una empresa en cada período. (Galán, 2019).

Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que, en este caso, los gastos legales serán de \$750, el permiso de funcionamiento de \$50,00 y las patentes municipales de \$50,00 lo que nos da un total de activos diferidos de \$850,00 (*Ver tabla 30*).

**Tabla 30.***Activos diferidos.*

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos legales	\$ 750
Permisos de funcionamiento	\$ 50
Patente municipal	\$ 50
<b>Total</b>	<b>\$ 850</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.**Capital de trabajo.**

El capital de trabajo según Palomeque, (2008) “se refiere a los activos circulantes de una firma. El término ‘circulante’ quiere decir aquellos activos que la compañía espera convertir en efectivo en un período menor a un año” (p.161), es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad, esto incluye pago de salarios, servicios públicos, arrendamientos etc.

En lo que concierne al establecimiento, mensualmente se tiene un costo de sueldos \$ 2.501,13; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$57,00; materiales de oficina \$21,04; material de limpieza \$ 265,00; alquiler de local \$200,00; gastos de publicidad de \$ 193.33; y gastos financieros por \$ 350,00. Dando un total de gasto mensual de \$3.587,50. Este valor fue multiplicado por 12 meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$ 43.049,98 (*Ver tabla31*).

**Tabla 31.***Capital de trabajo.*

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Sueldos	\$ 2.501,13
Servicios Básicos	\$57,00
Material oficina	\$ 21,04
Material limpieza	\$265,00
Servicio auto	\$ 0,00
Alquiler local	\$ 200,00
Publicidad	\$ 193,33
Gastos financieros	\$ 350,00
<b>Total mensual</b>	<b>\$ 3.587,50</b>
<b>Total anual</b>	<b>\$ 43.049,98</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses de la empresa es de \$ 64.031,01. (*Ver tabla 32*).

**Tabla 32.***Detalles de inversión.*

<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	
ACTIVO FIJO	\$ 20.131,03
ACTIVO DIFERIDO	\$ 850
CAPITAL DE TRABAJO /12M	\$ 43.049,98
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 64.031,01</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.**Sueldos.**

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, más el ICC con valores mensuales y anuales (*Ver tabla 33*).

**Tabla 33.***Sueldos de los empleados.*

<b>SUELDOS</b>								
<b>PERSONAL</b>	<b>Sueldos</b>	<b>Annual</b>	<b>Iess Emp.</b>	<b>Iess Empresa + Icc</b>	<b>Decimo 4°</b>	<b>Decimo 3°</b>	<b>Gasto Sueldos Annual</b>	<b>Gasto Sueldo Mensual</b>
Administrador – Supervisor	675	8100	765,45	984,15	425	675	9418,7	784,8916667
Secretaria – Auxiliar Contable.	550	6600	623,7	801,9	425	550	7753,2	646,1
Operador 1	450	5400	510,3	656,1	425	450	6420,8	535,0666667
Operador 2	450	5400	510,3	656,1	425	450	6420,8	535,0666667
<b>TOTAL</b>	<b>2125</b>	<b>25500</b>	<b>2409,75</b>	<b>3098,25</b>	<b>1700</b>	<b>2125</b>	<b>30013,5</b>	<b>2501,125</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$ 30.013,50 anual.

### **Depreciación activos fijos.**

La depreciación de activos fijos se define como el gasto de operación del negocio, este mecanismo reconoce la pérdida de valor que, a tenido un bien o un activo debido a su uso con el paso del tiempo, este activo genera ingresos a la empresa, pero así mismo tiene una vida útil (Chávez , 2017).

En esta tabla 34, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, Vehículos 5 %, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$ 1.567,32.

**Tabla 34.**

*Depreciación de activos fijos.*

<b>DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS</b>			
		<b>% DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>
Equipos Ind.	3203,48	10%	320,348
Edificio	0	20%	0
Vehículos	15000	5%	750
Equipos de Computación	1303,96	33,33%	434,609868
Muebles y Enseres	623,59	10%	62,359
<b>TOTAL DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS</b>			<b>1.567,32</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.

## Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$170,00, ya que el monto por constitución equivale a \$850,00 (*Ver tabla 35.*)

**Tabla 35.**

*Porcentaje Amortización*

AMORTIZACIONES			
		PORCENTAJE AMORTIZACION	
Gastos de Constitución	\$ 850	20%	\$ 170

**Elaborador por:** Félix Loor.

### Tabla de amortización.

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$30000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 36).

**Tabla 36.**

*Amortización.*

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	30000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	30000
1	8738,51	4.200,00	4.538,51	25.461,49
2	8738,51	3.564,61	5.173,90	20.287,60
3	8738,51	2.840,26	5.898,24	14.389,35
4	8738,51	2.014,51	6.724,00	7.665,36
5	8738,51	1.073,15	7.665,36	0,00

**Elaborador por:** Félix Loor.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 30.000,00 llegando al año 5, el pago de interés de \$1.073,15 y a su vez el pago capital de \$ 7.665,36 para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

### Estructura capital.

La estructura de capital para (Arias E. R., 2022) “muestra la forma en que la empresa financia sus inversiones. Es la combinación de los recursos propios, representada por su patrimonio neto, y de los recursos ajenos, representados por la deuda a largo y corto plazo”(p.1).La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$ 34.031,01 que equivale a una estructura del 53%; costo 15% con una tasa de descuento de 8,0 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$ 30.000,00 con una estructura del 47% , el costo es del 14 % que otorga el 6,6 % de tasa de descuento; con un total de inversión de \$ 64.031,01 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 14,5 % valor indicador de la factibilidad de la empresa (Ver tabla 37.)

**Tabla 37.**

*Estructura de capital.*

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	34031,01	53%	15%	8,0%	
Capital Financiero	30000	47%	14%	6,6%	
TOTAL INVERSIÓN	64031,01	100%		14,5%	TMAR

**Elaborador por:** Félix Loor.

### Punto de equilibrio.

En la siguiente tabla N39, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y para (Flores, 2021) “es cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel y, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas.” El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$ 2.758,13 (*Ver tabla 38*)

**Tabla 38.**

*Costos fijos*

<b>Costos Fijos</b>	
Arriendo	\$ 200,00
Sueldos	\$ 2.501,13
Servicios Básicos	\$ 57,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.758,13</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para la micro Empresa HIDROVAAC se tomó en cuenta el valor del servicio. Entonces el precio de producción es \$ 20,20, el valor del costo sería \$ 10,00 por lo que el margen de contribución será de \$ 10,20. (*Ver tabla 39*).

**Tabla 39.***Margen de contribución*

SERVICIO DE LIMPIEZA			
<b>PRECIO</b>	\$ 20,20		
<b>COSTO</b>	\$ 10,00		
<b>GANANCIA</b>	\$ 10,20	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	

*Nota:* el valor del precio no contempla el IVA, ya que es un impuesto que la empresa no retiene y tiene que declarar.

**Elaborador por:** Félix Loor.

En la tabla 40, se puede observar que se deberá realizar 270 servicios de limpieza, es decir 9,01 servicios de limpieza por día para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 41 se puede observar que las ventas proyectadas, para que exista una ganancia sera de 650 servicios de limpieza al mes.

**Tabla 40.***Punto de equilibrio.*

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	270	\$ 20,20	\$ 5462,2
COSTO	270	\$ 10,00	\$ 2704,0
GASTO			\$ 2758,1
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

**Elaborador por:** Félix Loor.

**Tabla 41.***Ventas /costos.*

VENTAS PROYECTADAS			
650	\$ 13.130,00	\$ 157.560,00	Ventas
650	\$ 6.500,00	\$ 78.000,00	Costo

**Elaborador por:** Félix Loor**Costo de ventas**

Los costos de venta se producen en la venta del producto o servicio, se basa en un período de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N42 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$ 23.646,60 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$ 29.094,87.

**Tabla 42.***Costo de ventas.*

FLUJODE VENTAS						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		157560,00	162302,56	167187,86	172220,22	177404,05
COSTO DE VENTAS		78000,00	80347,80	82766,27	85257,53	87823,79
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		79560,00	81954,76	84421,59	86962,68	89580,26
GASTOS ADMINISTRATIVOS		30013,50	30916,91	31847,51	32806,12	33793,58
SERVICIOS BASICOS		684,00	704,59	725,80	747,64	770,15
MATERIAL OFIC. Y LIMPIEA		3432,48	3535,80	3642,23	3751,86	3864,79
ALQUILER AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PUBLICIDAD		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
DEPRECIACIONES		1567,32	1567,32	1567,32	1567,32	1567,32
AMORTIZACIONES		170,00	170,00	170,00	170,00	170,00
UTILIDAD OPERATIVA		41292,70	42587,91	43922,10	45296,44	46712,16
GASTOS FINANCIEROS		4200,00	3564,61	2840,26	2014,51	1073,15
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		37092,70	39023,30	41081,83	43281,93	45639,01
BASE IMPOSITIVA		13446,10	14145,95	14892,16	15689,70	16544,14
UTILIDAD NETA		23646,60	24877,35	26189,67	27592,23	29094,87

**Elaborador por:** Félix Loor.

## Flujo de caja

El flujo de caja para (Maejo, 2021) “es un balance que refleja las variaciones en entradas y salidas de efectivo en un determinado período de tiempo, el cual generalmente es mensual, trimestral, semestral o anual.”. Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$ 20.845,41, mientras que para el 5 año esta aumentará a \$ 23.166,83 ya que en este año se recupera el capital de trabajo (*Ver tabla 43*).

**Tabla 43.**

*Flujo de caja.*

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		41292,70	42587,91	43922,10	45296,44	46712,16
DEPRECIACION		1567,32	1567,32	1567,32	1567,32	1567,32
AMORTIZACION		170,00	170,00	170,00	170,00	170,00
- BASE IMPOSITIVA		13446,10	14145,95	14892,16	15689,70	16544,14
- GASTOS FINANCIEROS		4200,00	3564,61	2840,26	2014,51	1073,15
- PAGO CAPITAL		4.538,51	5.173,90	5.898,24	6.724,00	7.665,36
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-64031,01	20.845,41	21.440,77	22.028,74	22.605,55	23.166,83

**Elaborador por:** Félix Loor

## **Cálculo del TIR y el VAN**

Para finalizar el análisis financiero se tiene el último paso que es el cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

### **VAN (Valor Actual Neto)**

El Valor Actual Neto Es uno de los indicadores financieros para valorar y determinar la viabilidad y la rentabilidad de un proyecto de inversión, más conocidos y utilizados. Se determina mediante la actualización de los flujos de gastos e ingresos futuros del proyecto, menos la inversión inicial. Si el resultado de esta operación es positivo, es decir, si refleja ganancia se puede decir que el proyecto es viable, el VAN en la empresa es de \$ 13.104,66; por lo tanto, el negocio es factible.

### **TIR (Tasa Interna de Retorno)**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos. Es la tasa de interés que, utilizada en el cálculo del Valor Actual Neto, hace que este sea igual a 0 (Mete, 2014,p.2).

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 20,83 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 14,53% con el TMAR (*Ver tabla 44*).

**Tabla 44.**

*VAN/ TIR*

CALCULO DEL TIR Y EL VAN	
VAN	13.104,66
TIR	20,83%
TMAR	14,53%

**Elaborador por:** Félix Loor

Como la TIR es mayor que la TMAR, entonces el proyecto es viable.

## Conclusiones

- La industria de la limpieza tiene una importante participación a nivel del país, a pesar de que en la crisis sanitaria tuvo un auge en el que tener un hogar libre de bacterias y desinfectado se convirtió de rutina a una prioridad, ya que solo así se evita mayores contagios de múltiples enfermedades entre ellas la última conocida como COVID-19.
- La factibilidad para continuar con el proyecto se refuerza en los resultados obtenidos por medio del proceso de estudio de mercado, mediante la utilización de encuestas que contienen las 4P`S del marketing, logrando conocer el grado de aceptación de la idea de negocio propuesta.
- Así mismo el proceso de análisis de micro entorno y macro entorno permitió determinar qué factores internos y externos hacen de la idea de negocio una puerta al éxito, como también una hacia el fracaso, reforzando las estrategias de marketing que se deberá emplear para existir.
- El análisis financiero se consideró como una herramienta clave para este proyecto ya que a través de éste se puede analizar el desempeño económico y la factibilidad de creación de la microempresa porque muestra en qué

condiciones estaría a nivel de solvencia, liquidez, endeudamiento y rentabilidad para la toma de decisiones.

### **Recomendaciones.**

**“Nunca empieces un negocio solo para ``hacer dinero``, empieza un negocio para hacer la diferencia”** (Marie Forleo).

- Con el modelo de negocio propuesto y los procedimientos que permitieron establecer la viabilidad técnica-económica, se determinó que el mismo posee un mercado objetivo, y que tiene aceptabilidad para su ejecución, por tanto, es recomendable explotar este modelo de negocio en dicha locación.
- La utilización de la encuesta es proceso fiable que permite conocer la opinión de las personas respecto a una idea, siempre que se desee implementar un emprendimiento es recomendable hacer uso de esta herramienta, aprovechando las facilidades digitales y la web.
- Se recomienda hacer un análisis interna y externamente para determinar qué factores nos pueden afectar o favorecer y establecer estrategias a realizar.
- Se recomienda establecer un análisis financiero contemplando todos los gastos y una proyección a 05 años a fin de determinar posibles y futuras pérdidas o ganancias.

## Bibliografía

- Arias, A. S. (11 de Mayo de 2016). *Activo Fijo*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/activo-fijo.html>
- Arias, E. R. (28 de Marzo de 2022). *Estructura de capital*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/estructura-de-capital.html>
- Castro, I. (2011). *Depreciación de Activos Fijos*. Recuperado el 24 de Agosto de 2021, de <https://todoconta.com/depreciacion-activos-fijos/>
- Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>
- Flores, J. (14 de Mayo de 2021). *Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula*. Obtenido de hubspot.es: <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa>
- Galán, J. S. (02 de Agosto de 2019). *Activo Diferido*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/activo-diferido.html>
- Kueski, S. (2020). *Qué es un activo fijo: definición*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://kueski.com/blog/finanzas-personales/emprender/que-es-un-activo-fijo/>
- Maejo, R. (18 de Noviembre de 2021). *¿Qué es el flujo de caja y por qué debe interesarte?* Obtenido de nubox.com: <https://blog.nubox.com/empresas/que-es-el-flujo-de-caja>
- Moreno, M. (2021). *El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>
- Software DELSOL. (s.f.). *Tasa interna de retorno (TIR)*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.sdelsol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>

## Anexos

- Anexo 1. Ejemplo de encuesta.

:::

1. **¿Aproximadamente cuánto es el nivel de ingresos mensual familiar? \***

Menos de 400 dólares

Entre 400 y 500 dólares

Entre 500 y 600 dólares

Más de 600 dólares

2. **La vivienda donde usted habita, es: \***

Propia

Arrendada

prestada

3. **¿Considera usted que la limpieza es un factor de importancia y que influye significativamente en el hogar? \***

Sí

No

Tal vez

4. **¿Con que frecuencia realiza la limpieza de su hogar? \***

Diariamente

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

[https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=L0Y17W7-42024XX0YebbtbJREXxhNGrOP\\_...](https://forms.office.com/Pages/DesignPageV2.aspx?origin=NeoPortalPage&subpage=design&id=L0Y17W7-42024XX0YebbtbJREXxhNGrOP_...)

---

21/8/22, 12:30 PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA

5. **¿Conoce usted alguna empresa cerca de su localidad dedicada al servicio de limpieza del hogar que brinde confianza, seguridad y calidad? \***

Sí

No

6. **¿Considera usted que sería favorable la creación de una empresa dedicada al servicio de limpieza del hogar que brinde confianza, seguridad y calidad? \***

Sí

No

7. ¿Contrataría usted a una empresa que brinde los servicios de limpieza para su hogar? \*

Sí

No

Tal vez

8. ¿Con que frecuencia le gustaría que la empresa realice la limpieza de su hogar? \*

Diariamente

Semanalmente

Quincenalmente

Mensualmente

9. ¿En qué horarios le gustaría que se realice el servicio de limpieza de su hogar? \*

07:00 - 10:00

10:00 - 13:00

13:00 - 16:00

16:00 - 19:00

10. ¿De las actividades de limpieza que se detallan a continuación en cuál de éstas estaría más interesado/a? \*

Limpieza de habitaciones

Lavado y aspirado de alfombras/cortinas

Limpieza de ventanas

Limpieza y desinfección de pisos y baños

Todas

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la contratación del servicio de limpieza? \*

Entre 15 y 20 dólares

Entre 20 y 25 dólares

Entre 25 y 30 dólares

12. ¿De las siguientes opciones de promoción cual considera usted que es la más favorable? \*

Descuento por recomendación

Servicio gratuito por completar cartilla de frecuencia de consumo.

Otros

13. ¿De qué forma le gustaría cancelar la contratación del servicio de limpieza? \*

Efectivo

Cheque

Transferencia

Tarjeta de crédito

14. ¿A través de qué medios usted le gustaría conocer sobre el servicio de limpieza y promociones que ofrece la empresa? \*

Televisión

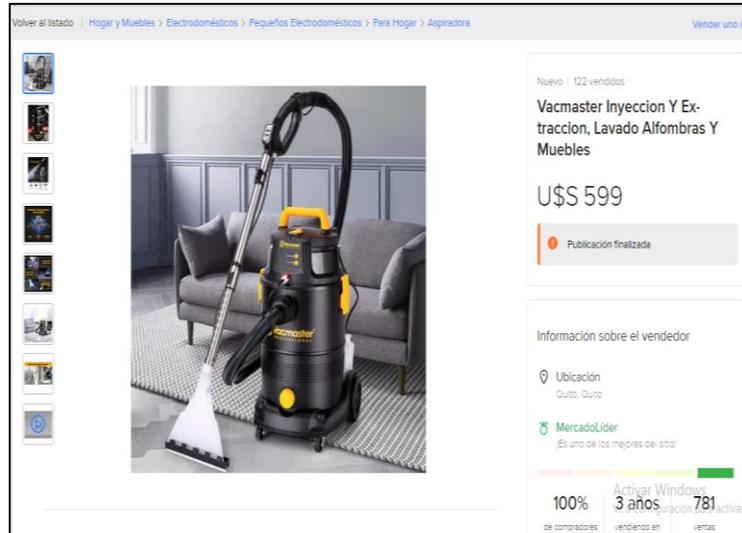
Radio

Redes sociales

Volantes

Vallas publicitarias

- Anexo 2. Capturas de precios de equipos industriales:
  - Costo de lavadora de alfombras a inyección



Volver al listado | Hogar y Muebles > Electrodomésticos > Pequeños Electrodomésticos > Para Hogar > Aspiradora Vender uno ig

Nuevo | 122 vendidos

**Vacmaster Inyección Y Ex-  
tracción, Lavado Alfombras Y  
Muebles**

**U\$S 599**

1 Publicación finalizada

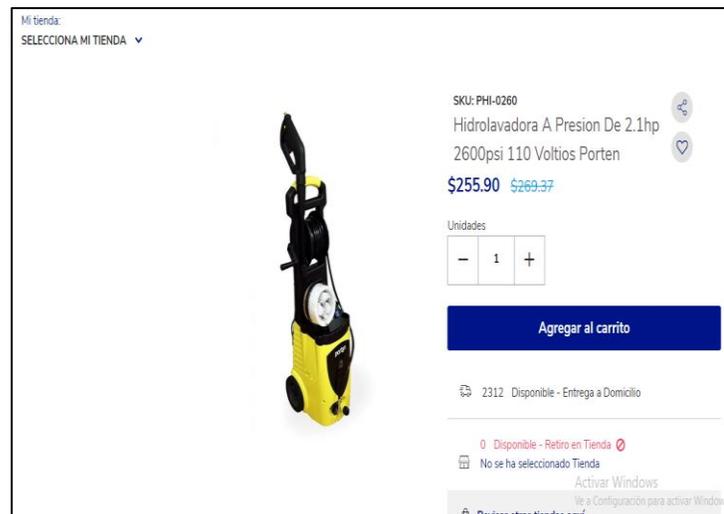
Información sobre el vendedor

Ubicación  
Cuito, Cuito

**MercadoLider**  
Es uno de los mejores del sitio

100% Artículo Windows  
de compradores 3 años vendiendo en 781 ventas Activar

- Costo de Hidrolavadora porten 2.1 hp.



Mi tienda:  
SELECCIONA MI TIENDA ▾

SKU: PHI-0260

Hidrolavadora A Presion De 2.1hp  
2600psi 110 Voltios Porten

**\$255.90** ~~\$269.37~~

Unidades  
- 1 +

**Agregar al carrito**

📍 2312 Disponible - Entrega a Domicilio

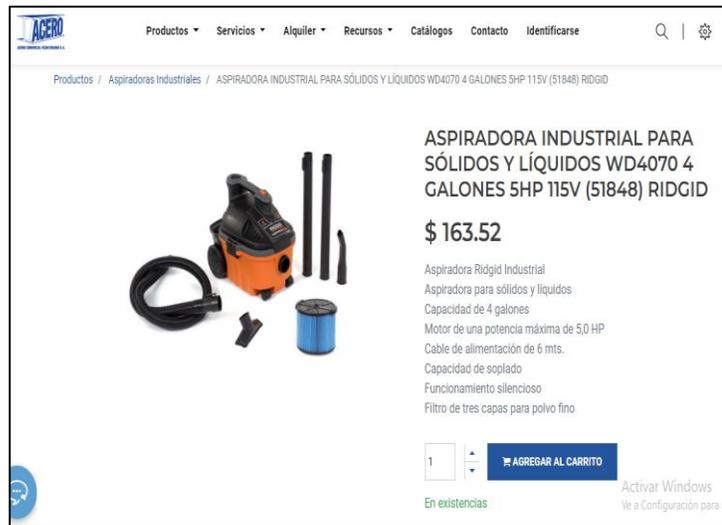
0 Disponible - Retiro en Tienda

No se ha seleccionado Tienda

Activar Windows  
Ve a Configuración para activar Windows

Revisar otras tiendas aquí

- Costo de aspiradora industrial.



ACERO

Productos ▾ Servicios ▾ Alquiler ▾ Recursos ▾ Catálogos Contacto Identificarse

Productos / Aspiradoras Industriales / ASPIRADORA INDUSTRIAL PARA SÓLIDOS Y LÍQUIDOS WD4070 4 GALONES 5HP 115V (51848) RIDGID



**ASPIRADORA INDUSTRIAL PARA SÓLIDOS Y LÍQUIDOS WD4070 4 GALONES 5HP 115V (51848) RIDGID**

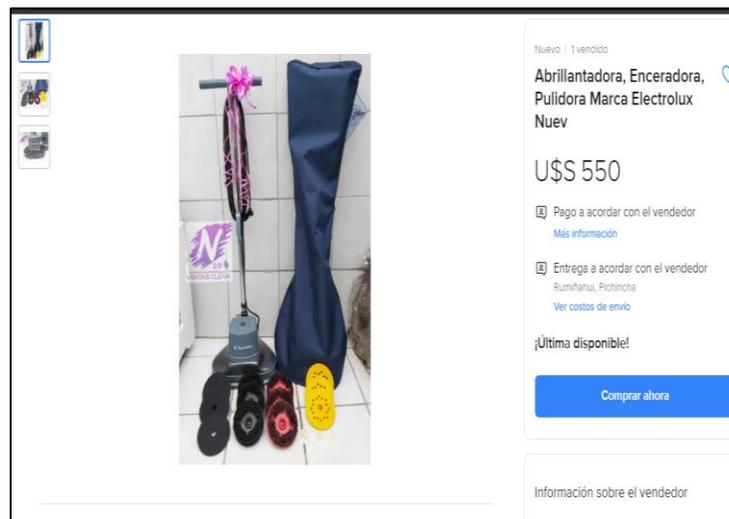
**\$ 163.52**

Aspiradora Ridgid Industrial  
Aspiradora para sólidos y líquidos  
Capacidad de 4 galones  
Motor de una potencia máxima de 5.0 HP  
Cable de alimentación de 6 mts.  
Capacidad de soplado  
Funcionamiento silencioso  
Filtro de tres capas para polvo fino

1

En existencias Activar Windows  
Ve a Configuración para as...

- Costo de Enceradora.




Nuevo | 1 vendido

**Abrillantadora, Enceradora, Pulidora Marca Electrolux Nuev**

**U\$S 550**

Pago a acordar con el vendedor  
[Más información](#)

Entrega a acordar con el vendedor  
Rumihuanu, Pichincha  
[Ver costos de envío](#)

¡Última disponible!

Información sobre el vendedor

- Anexo 3. Capturas de precios de equipos de computación:

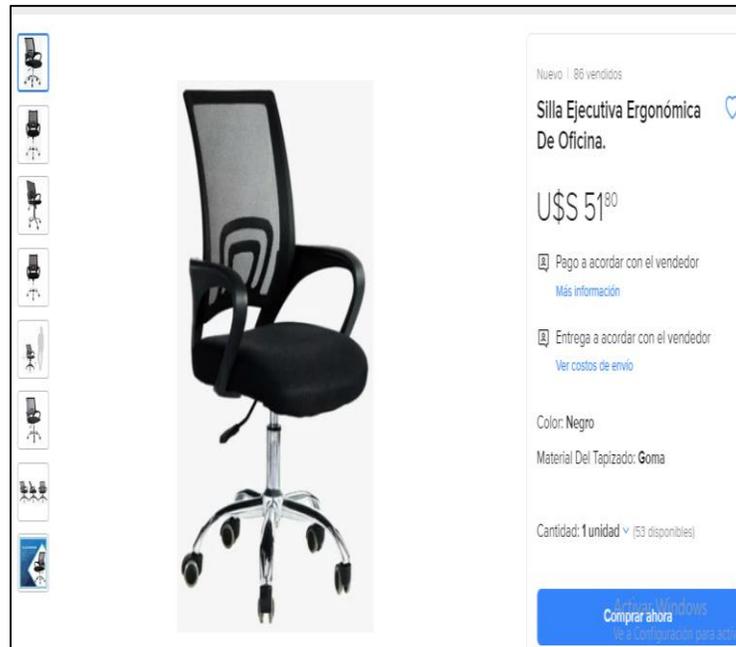
- Costo de computador laptop.

The screenshot shows the product page for an HP laptop on the Tiendamia website. The product is an HP Portátil HP de 15 pulgadas, Intel Core i5-1135G7 de undécima generación, gráficos Intel Iris Xe, 8 GB de RAM, SSD de 256 GB, Windows 11 Home (15-dy2024nr, plata natural). The price is listed as US\$ 564.48, with a 24% discount from the original price of US\$ 746.79. The page also features a 'Garantía de producto gratis' section, a 'Recibe este producto de 7 a 10 días hábiles seleccionando envío Express' offer, and a '\$15 OFF pagando con PayPal' promotion. The quantity is set to 1, and the 'Comprar' button is visible at the bottom right.

- Costo de impresora.

The screenshot shows the product page for an Epson XP-2100 printer on the World.Net - Ecuador website. The product is an Epson XP-2100 Impresora - Escaner - Copiadora Con Wifi. The price is listed as US\$ 175. The page also features a 'Nuevo | 5832 vendidos' badge, a 'Pago a acordar con el vendedor' option, and an 'Entrega a acordar con el vendedor' option. The quantity is set to 1, and the 'Comprar ahora' button is visible at the bottom right.

- Costo de silla giratoria.

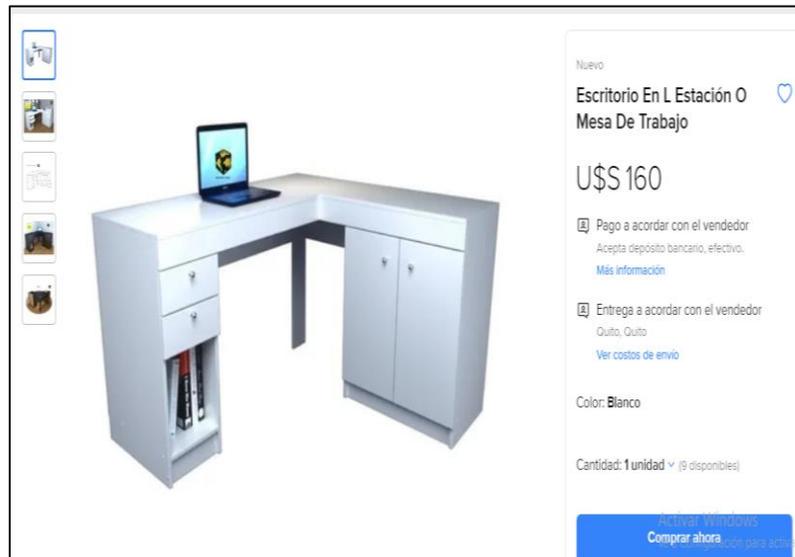


The image shows a product listing for an ergonomic office chair. On the left, there is a vertical strip of eight small thumbnail images showing different views of the chair. The main image is a large, high-resolution photo of a black ergonomic office chair with a mesh backrest, armrests, and a five-star base with casters. To the right of the main image, the product details are listed:

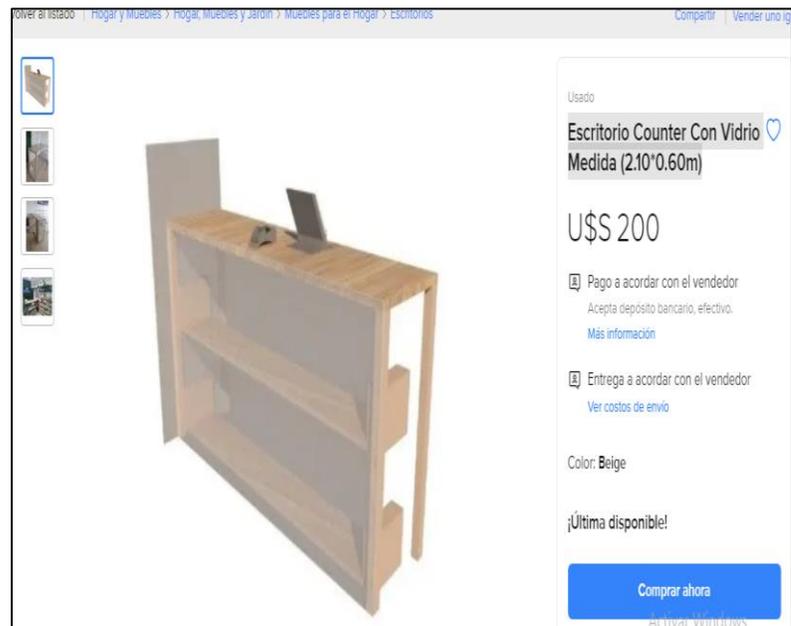
- Nuevo | 86 vendidos
- Silla Ejecutiva Ergonómica De Oficina. 
- U\$S 51<sup>80</sup>
- Pago a acordar con el vendedor [Más información](#)
- Entrega a acordar con el vendedor [Ver costos de envío](#)
- Color: Negro
- Material Del Tapizado: Goma
- Cantidad: 1 unidad (53 disponibles)
- [Comprar ahora](#) ¡Envío GRATIS!

- Anexo 4. Capturas de precios de muebles y enseres:

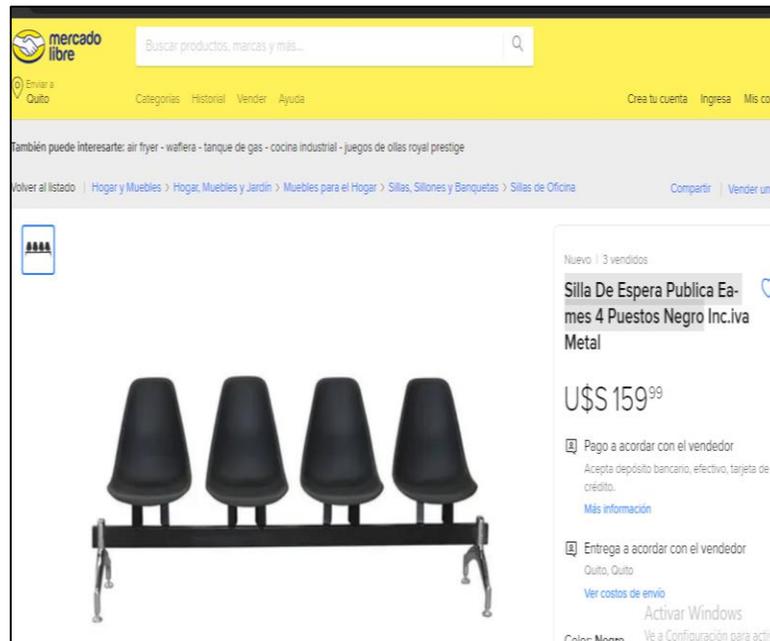
- Costo de escritorio tipo L



- Costo de escritorio recibidor.

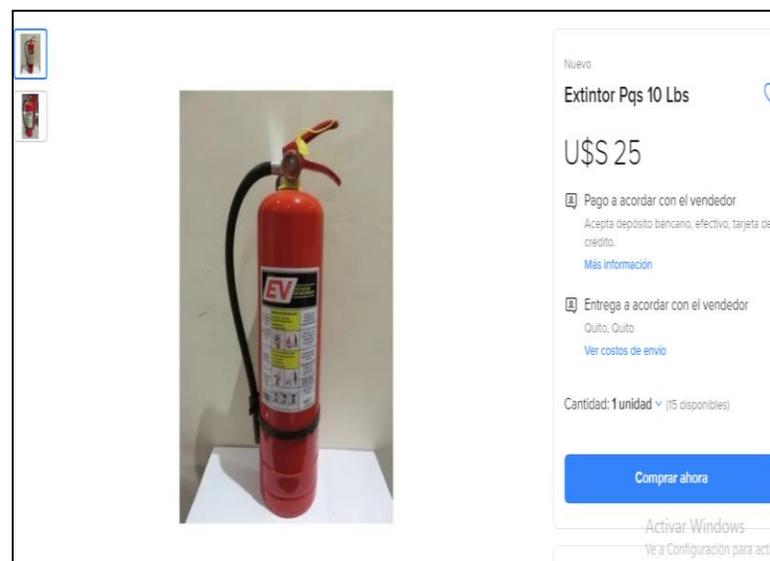


- Costo de sillas de esperas.



- Anexo 5. Capturas de precios de equipos de seguridad:

- Costo de extintor de seguridad.



- Anexo 6. Capturas de turnitin capítulo 2 y 3 parte 1.

Félix Loor CAPITULO 2 FELIX LOOR CORREGIDO.pdf

turnitin

Resumen de fuentes

13%  
SIMILTUD GENERAL

1 repositorio.puce.edu... 5%  
INTERNET

2 www.coursehero.com 2%  
INTERNET

3 sinfoniacuenca.gob.ec 1%  
INTERNET

4 prezi.com <1%  
INTERNET

5 bibliotecavirtualoduc... <1%  
INTERNET

6 library.co <1%  
INTERNET

7 documentop.com <1%  
INTERNET

8 repositorio.puce.edu... <1%  
INTERNET

Marca de alerta

13%  
Similitud general

Tecnológico Internacional Universitario

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza para el hogar en la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbios, Ecuador

AUTOR: FÉLIX ADRIÁN LOOR VIVAS

Compartir

Página 1 de 27

capitulo 3 parte 1 Loor Félix (1) CORREGIDO.pdf

turnitin

Resumen de fuentes

8%  
SIMILTUD GENERAL

1 repositorio.unu.edu.pe 2%  
INTERNET

2 es.scribd.com <1%  
INTERNET

3 docplayer.es <1%  
INTERNET

4 repositorio.uide.edu... <1%  
INTERNET

5 dspace.utpl.edu.ec <1%  
INTERNET

6 www.cnm.gob.pe <1%  
INTERNET

7 repositorio.puce.edu... <1%  
INTERNET

8 www.copaacorfutb... <1%  
INTERNET

Marca de alerta

8%  
Similitud general

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Posicionar la marca HIDROVAAC en la mente de los clientes, poniendo énfasis en la importancia y beneficios que genera la limpieza al mantener los espacios del hogar libre de bacterias.

3.2 Investigación de mercado

Compartir

Página 1 de 20

- Anexo 7. Capturas de turnitin capítulo 3 parte 2.

capitulo 3 parte 2 CORREGIDO.pdf

turnitin

Resumen de fuentes

6% SIMILITUD GENERAL

1 repositorio.puce.edu.ec 3% INTERNET

2 www.dh.lahora.com... <1% INTERNET

3 bibliotecavirtualoduc... <1% INTERNET

4 www.murciayhigiene... <1% INTERNET

5 prevengamos.galeon... <1% INTERNET

6 transportesynegocio... <1% INTERNET

7 www.clubensayos.c... <1% INTERNET

8 www.ij.derecho.ucr... <1% INTERNET

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Microentorno.

HIDROVAAC considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 21. Micro entorno

Compartir

Página 1 de 19

Competencia

- Anexo 8. Capturas de turnitin capítulo 3 parte 3.

capitulo 3 parte 3 Looor Félix CORREGIDO.pdf

turnitin

Resumen de fuentes

5% SIMILITUD GENERAL

1 dspace.esPOCH.edu.ec 2% INTERNET

2 repositorio.ug.edu.ec 1% INTERNET

3 dspace.cordillera.edu.ec 1% INTERNET

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por receta servicio estándar.

El precio por la prestación del servicio se considera en base a la encuesta realizada. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la ejecución, por ejemplo:

- Mano de obra
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA

Compartir

Página 1 de 6

- Anexo 9. Capturas de turnitin capítulo 4 y 5.


Identificación de reporte de similitud: oid:11830:160744623

---

NOMBRE DEL TRABAJO  
**CAPITULO 4 Y 5 FELIX LOOR CORREGIDO 0 1.pdf**

---

RECUENTO DE PALABRAS <b>1018 Words</b>	RECUENTO DE CARACTERES <b>5665 Characters</b>
RECUENTO DE PÁGINAS <b>8 Pages</b>	TAMAÑO DEL ARCHIVO <b>89.6KB</b>
FECHA DE ENTREGA <b>Aug 9, 2022 10:13 PM GMT-5</b>	FECHA DEL INFORME <b>Aug 9, 2022 10:14 PM GMT-5</b>

---

● **37% de similitud general**  
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

• 37% Base de datos de Internet	• 0% Base de datos de publicaciones
• Base de datos de Crossref	• Base de datos de contenido publicado de Crossref

- Anexo 10. Capturas de turnitin capítulo 6.


Identificación de reporte de similitud: oid:11830:161855395

---

NOMBRE DEL TRABAJO  
**capitulo 6.1 Felix Loor CORREGIDO 1.pdf**

---

RECUENTO DE PALABRAS <b>3025 Words</b>	RECUENTO DE CARACTERES <b>14213 Characters</b>
RECUENTO DE PÁGINAS <b>16 Pages</b>	TAMAÑO DEL ARCHIVO <b>396.7KB</b>
FECHA DE ENTREGA <b>Aug 18, 2022 8:14 PM GMT-5</b>	FECHA DEL INFORME <b>Aug 18, 2022 8:15 PM GMT-5</b>

---

● **23% de similitud general**  
El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

• 23% Base de datos de Internet	• 4% Base de datos de publicaciones
• Base de datos de Crossref	• Base de datos de contenido publicado de Crossref