



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION
DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA
CIUDAD DE LATACUNGA”**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de
Licenciadas en Administración de Empresas.

Autores:

Arias Puruncaja Sandy Pamela

Flores Landy Pamela Stefania

Tutor:

Ing. Arias Figueroa Roberto MSc.

Latacunga - Ecuador

Marzo 2024

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotras, **Arias Puruncaja Sandy Pamela**, con cédula de ciudadanía No. **0550217640**, **Flores Landy Pamela Stefania**, con cédula de ciudadanía No. **1850121532** declaramos ser las autoras del presente **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** siendo el **Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa MSc.** tutor encargado del trabajo de emprendimiento; y, eximimos expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certificamos que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el trabajo investigativo, son de nuestra exclusiva responsabilidad.

Latacunga, 27 de Febrero del 2024



Arias Puruncaja Sandy Pamela

C.C: 0550217540



Flores Landy Pamela Stefania

C.C: 1850121532

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **FLORES LANDY PAMELA STEFANIA** identificado con cédula de ciudadanía No. **1850121532** de estado civil soltera, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - **LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Administración de Empresas, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Marzo 2019 – Agosto 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 16 de noviembre del 2023

Tutor: Ing. Arias Figueroa Roberto MSc.

Tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, LA CEDENTE autoriza a LA CESIONARIA a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato LA CEDENTE, transfiere definitivamente a LA CESIONARIA y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que LA CESIONARIA no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido LA CEDENTE declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de LA CESIONARIA el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo LA CEDENTE podrá utilizarla.

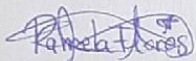
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de LA CEDENTE en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 27 días del mes de febrero del 2024.



Pamela Stefania Landy Flores

LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.

LA CESIONARIA

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **ARIAS PURUNCAJA SANDY PAMELA** identificado con cédula de ciudadanía No.0550217640 de estado civil soltera , a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. - LA CEDENTE es una persona

natural estudiante de la carrera de **Administración de Empresas**, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Octubre 2018 – Marzo 2019

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Marzo 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 16 de noviembre del 2023

Tutor: Ing. Arias Figueroa Roberto MSc.

Tema: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**

CLÁUSULA SEGUNDA. - LA CESIONARIA es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la

misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - OBJETO DEL CONTRATO: Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a) La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b) La publicación del trabajo de grado.
- c) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d) La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e) Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

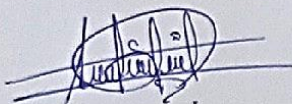
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 27 días del mes de febrero del 2024.



Sandy Pamela Arias Puruncaja

LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D.

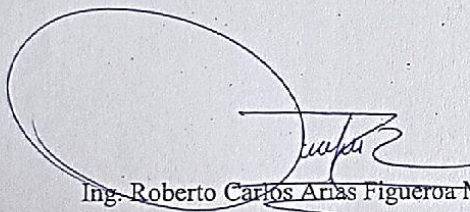
LA CESIONARIA

AVAL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Proyecto de Emprendimiento sobre el título:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”, de **Arias Puruncaja Sandy Pamela; Flores Landy Pamela Stefania**, de la carrera de **Administración de Empresas**, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 27 de febrero de 2024



Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa MSc.

C.C: 0502123730

TUTOR

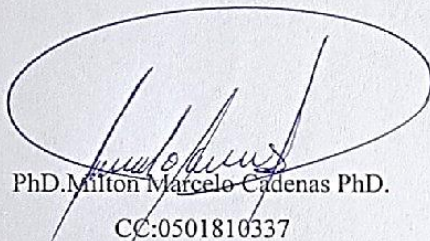
AVAL DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y, por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; por cuanto, las postulantes: **Arias Puruncaja Sandy Pamela; Flores Landy Pamela Stefania**, con el título del Proyecto de Emprendimiento **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”**, ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de sustentación del trabajo de titulación.

Por lo antes expuesto, se autoriza grabar los archivos correspondientes en un CD, según la normativa institucional.

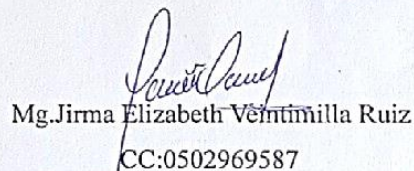
Para constancia firman:

Latacunga, 27 de febrero de 2024



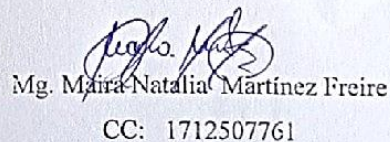
PhD. Milton Marcelo Cadenas PhD.
CC:0501810337

LECTOR 1 (PRESIDENTE)



Mg. Jirma Elizabeth Ventimilla Ruiz
CC:0502969587

LECTOR 2 (MIEMBRO)



Mg. Maira Natalia Martínez Freire
CC: 1712507761

LECTOR 3 (MIEMBRO)

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a cada uno de ustedes por el apoyo incondicional que me han brindado. A la institución, por proporcionarme las herramientas y oportunidades para crecer y aprender; a mi docente tutor el Ing. Roberto Arias quien por su orientación constante y su dedicación para ayudarme a alcanzar mis metas académicas; y a mi familia, por su amor inquebrantable y su constante apoyo emocional. Sin ustedes, no habría llegado tan lejos.

Sandy Arias

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profunda gratitud a todas las personas que contribuyeron al desarrollo y culminación de este trabajo de investigación. En primer lugar, agradezco sinceramente a mi tutor de tesis, por su orientación experta, apoyo constante y paciencia durante todo el proceso. Sus conocimientos, consejos y comentarios fueron fundamentales para dar forma a este proyecto y llevarlo a cabo con éxito. También quiero agradecer a la Universidad Técnica de Cotopaxi, por proporcionar los recursos y el entorno propicio para llevar a cabo esta investigación. Mi agradecimiento se extiende a todos los profesores y compañeros de clase que me brindaron su ayuda, comentarios y críticas constructivas a lo largo de este viaje académico. Agradezco especialmente a mi familia por su amor incondicional, apoyo emocional y sacrificios que hicieron para que pudiera dedicarme a este proyecto. Su aliento y comprensión fueron mi mayor motivación. Este logro no hubiera sido posible sin el respaldo y contribución de todas estas personas. A cada uno de ustedes, les estoy profundamente agradecido.

Pamela Stefania

DEDICATORIA

Dedico mi proyecto a las personas más importantes en mi vida en la que a pesar de todos los obstáculos siempre han estado a mi lado ayudándome y motivándome a salir a delante a mis queridos padres, cuyo apoyo incondicional me ha guiado a través de cada paso de este camino, a mi hermana que a pesar de todo me ha ayudado mucho y a mi amado hijo, por ser mi fuente de inspiración y motivación constante quien me a acompañado todo este proceso quien ha sido mi fiel acompañante y a mi querida hermana Viviana, aunque no esté físicamente presente, su recuerdo y el juramento que le hice han sido mi fuerza inquebrantable. Este logro es también tuyo. Con todo mi amor y gratitud"

Sandy Arias

DEDICATORIA

A mis padres, Fabián y Elizabeth cuyo amor incondicional y apoyo inquebrantable han sido mi faro de luz, su paciencia, comprensión y aliento constante han sido mi roca durante este desafiante viaje académico. A mis hermanos, Darwin, Paola, Carolina, Nadya y Victoria por su paciencia, comprensión y complicidad. A mis sobrinos, Valentina, Fabricio, Rafita, Aylin y Francisco, por compartir risas, momentos de desafío y celebraciones en este camino, su amor e inocencia han sido mi mayor motivación y fuerza impulsora para alcanzar este logro. A mis profesores y mentores, por su guía sabia y sus enseñanzas valiosas. A mi compañero de vida Damián; fuente de amor y apoyo. Gracias por celebrar mis triunfos, consolarme en mis desafíos y caminar a mi lado en cada paso del camino. A todos aquellos que han sido parte de este trayecto, gracias por ser mi fuente de inspiración y motivación. Esta tesis es un tributo a su apoyo y confianza en mí. Sin ustedes, este logro no sería posible.

Pamela Stefania

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TITULO: “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”

Autores:

Arias Puruncaja Sandy Pamela

Flores Landy Pamela Stefania

RESUMEN

El presente trabajo investigativo tuvo el objetivo de determinar la factibilidad de creación de una Empresa de Servicios de Limpieza en la Ciudad de Latacunga, Provincia de Cotopaxi. La metodología que se utilizó fue cuantitativa - descriptiva, mediante el método deductivo; la técnica empleada fue la encuesta mediante la aplicación de un cuestionario. La población considerada fue el número de viviendas que existe en Latacunga en la zona urbana que es de 32.060, con una muestra de 380 viviendas a quienes se les aplicó las encuestas con el fin de determinar el estudio de mercado. La inversión con la que iniciará sus actividades la empresa es de \$74.062,29, el mismo que tendrá un aporte de accionistas del 54 % y el 46 % con la participación de terceras personas en este caso en crédito bancario. Los indicadores financieros del proyecto que se analizaron fueron el VAN con \$ \$11.359,17 lo cual refleja el capital de utilidad llevado a valor actual, la TIR es de 36,71 % que corresponde al porcentaje de ganancia que arrojó el proyecto en flujos; un periodo de recuperación de inversión (PRI) de 1 año, 8 meses y 26 días y el Costo Beneficio es de \$ 1,20 lo que indica que de cada dólar invertido los accionistas ganan 20 centavos. Con estos análisis se puede determinar que el proyecto es viable porque genera rentabilidad.

Palabras clave: capacidad instalada - clientes - evaluación - financiamiento - limpieza - mercado - procesos - proyecto - servicios

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTY OF ADMINISTRATIVE AND ECONOMIC SCIENCES
BUSINESS ADMINISTRATION CAREER

THEME: “FEASIBILITY PROJECT FOR THE CREATION OF A CLEANING SERVICES COMPANU IN THE CITY OF LATACUNGA”

Authors:

Arias Puruncaja Sandy Pamela

Flores Landy Pamela Stefania

ABSTRACT

This research work aimed to determine the feasibility of creating a cleaning services company in the city of Latacunga, Cotopaxi Province. The methodology used was quantitative-descriptive by means of the deductive method; the technique used was the survey by applying a questionnaire. The population considered was the number of dwellings in Latacunga in the urban area, which is 32,060 with a sample of 380 dwellings to whom the surveys were applied to determine the market study. The investment with which the company will start its activities is \$74,062.29, which will have a shareholder contribution of 54% and 46% with the participation of third parties in bank credit. The financial indicators of the project that were analyzed were the NPV of \$ 11.359,17, which reflects the capital profit taken to present value; the IRR of 36,71 %, which corresponds to the percentage of profit that the project yielded inflows; an investment recovery period (IRP) of one year, eight months and 26 days and the Cost-Benefit is \$ 1,20 which indicates that for every dollar invested the shareholders earn 20 cents. With these analyses, it can be determined that the project is viable because it generates profitability.

Keywords: Cleaning - Customers - Evaluation - Financing - Installed Capacity - Market - Processes - Project - Services

ÍNDICE GENERAL

<i>AGRADECIMIENTO</i>	xi
<i>DEDICATORIA</i>	xiii
RESUMEN	xv
ABSTRACT	xvi
ÍNDICE GENERAL	xvii
ÍNDICE DE TABLAS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
INFORMACIÓN GENERAL	xxiii
INTRODUCCIÓN	1
Idea del Negocio	1
Planteamiento del problema	1
Objetivos del Proyecto.....	3
Objetivo general	3
Objetivos Específicos	3
Justificación	5
CAPÍTULO I	6
FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA	6
1 Antecedentes	6
1.1 Proyecto de factibilidad	8
1.1.1 Fases del Proyecto de factibilidad.....	9
1.1.2 Estudio Técnico	12
1.1.3 Elementos del estudio técnico.....	12
1.1.4 Estudio Financiero	15
1.1.5 Elementos del estudio financiero	15

II	CAPÍTULO	20
2	ESTUDIO DE MERCADO	20
2.1	Población	20
2.2	Muestra	20
2.2.1	Tamaño de la muestra	21
2.2.2	Distribución Muestral	21
2.3	Definición del servicio.....	37
2.4	Especificaciones del servicio	38
2.5	Demanda Insatisfecha	40
2.6	Conclusiones del estudio de mercado.....	45
III	CAPÍTULO	46
3	ESTUDIO TÉCNICO	46
3.1	En función de materia prima.....	46
3.1.1	En función a la mano de obra.	48
3.1.2	En función a la Tecnología.	49
3.1.3	Material de campo	51
3.1.4	Insumos para la limpieza	53
3.2	Tamaño de propuesta	54
3.2.1	Plan de producción (Servicio).....	54
3.2.2	Ubicación de la empresa	55
3.2.3	Micro Localización	57
3.3	Segmentación del mercado	59
3.4	Flujograma de procesos	60
3.4.1	Distribución administrativa.....	62
3.5	Requerimientos del proyecto	63

IV	CAPITULO	66
4	ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO	66
4.1	Inversión inicial total requerida	66
4.1.1	Programa de inversiones	68
4.2	Estructura del financiamiento requerido	69
4.2.1	Financiamiento con Aporte Propio	69
4.2.2	Financiamiento mediante préstamos	69
4.2.3	Condiciones Financieras del Préstamo	71
4.3	Determinación de Costos Operativos.	71
4.3.1	Costos Fijos y Variables	71
4.3.2	Costos Anuales Proyectados	71
4.3.3	Unitario de Prestación del Servicio.	73
4.4	Determinación de los Ingreso	73
4.4.1	Ingresos Anuales Proyectados	74
4.5	Punto de Equilibrio	74
4.6	Estados Financieros	75
4.6.1	Estados de resultados proyectados.....	76
4.6.2	Estado de Situación Financiera Proyectado.....	77
4.6.3	Fuentes de Flujo de Efectivo	79
2.1.1	Evaluación Financiera del Proyecto.....	80
4.6.4	Tasa Mínima Aceptable del Rendimiento (TMAR)	81
4.6.5	Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR).....	81
4.6.6	Período de Recuperación de la Inversión PRI	82
4.6.7	Relación Costo/Beneficio	83
4.6.8	Impacto del Proyecto	84

4.6.9 Impacto Ambiental	84
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sistema de tareas en relación a los objetivos	4
Tabla 2 Símbolos del diagrama de flujo.....	14
Tabla 3 Viviendas del sector urbano de la ciudad de Latacunga 2023	20
Tabla 4 Distribución muestral	22
Tabla 5 Género	23
Tabla 6 Tipo de vivienda.....	24
Tabla 7 Superficie de la vivienda	25
Tabla 8 Contratación del servicio de limpieza	26
Tabla 9 Limpieza en el hogar	27
Tabla 10 Número de personas que viven en el hogar	28
Tabla 11 Mascotas en casa.....	29
Tabla 12 Frecuencia de limpieza en el hogar	30
Tabla 13 Precio por el servicio de limpieza	31
Tabla 14 Utilización de productos ecológicos	32
Tabla 15 Jornadas del servicio de limpieza.....	33
Tabla 16 Otras empresas de limpieza.....	34
Tabla 17 Conocimiento de otras empresas de limpieza	35
Tabla 18 Medios digitales	36
Tabla 19 Demanda Insatisfecha en m ²	41

Tabla 20	Precios de la competencia	43
Tabla 21	Proyección de precios	43
Tabla 22	Materia prima	46
Tabla 23	Maquinaria y equipo.	49
Tabla 24	Material de campo.....	51
Tabla 25	Posibles proveedores.....	53
Tabla 26	Participación del mercado.....	54
Tabla 27	Plan de producción.....	55
Tabla 28	Matriz de localización.....	57
Tabla 29	Segmentación del mercado	59
Tabla 30	Proceso del servicio por tiempo	61
Tabla 31	Requerimientos del proyecto	63
Tabla 32	Inversión inicial Total	66
Tabla 33	Programa de inversiones	68
Tabla 34	Estructura del financiamiento	70
Tabla 35	Amortización del Financiamiento.....	71
Tabla 36	Costos Anuales y Proyectados	72
Tabla 37	Costo Unitario del Servicio por Metro Cuadrado	73
Tabla 38	Ingresos Anuales Proyectados	74
Tabla 39	Punto de Equilibrio	75
Tabla 40	Estado de Resultados Proyectados.....	76
Tabla 41	Estado de Situación Financiera Proyectada	78
Tabla 42	Flujos Netos de Efectivo	79
Tabla 43	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	81
Tabla 44	Valor Actual Neto	82

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1	Género del encuestado.....	23
Figura 2	Tipo de vivienda	24
Figura 3	Superficie de la vivienda	25
Figura 4	Nivel de aceptación del servicio de limpieza	26
Figura 5	Limpieza en el hogar	27
Figura 6	Número de personas que viven en el hogar	28
Figura 7	Mascotas en casa	29
Figura 8	Frecuencia en la limpieza del hogar	30
Figura 9	Precio por el servicio de limpieza	31
Figura 10	Productos ecológicos.....	32
Figura 11	Jornadas de servicio de limpieza	33
Figura 12	Jornadas de servicio de limpieza	34
Figura 13	Conocimiento de otras empresas de limpieza	35
Figura 14	Medios digitales.....	36
Figura 15	Uniformes de los trabajadores	40
Figura 16	Demanda Insatisfecha.....	42
Figura 17	Proyección de precios.....	44
Figura 18	Tipo de comercialización	44
Figura 19	Macro localización	56
Figura 20	Micro Localización.....	58
Figura 21	Flujograma de Procesos.....	60
Figura 22	Distribución administrativa	62

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga.”

Fecha de inicio: Octubre del 2022

Fecha de finalización: Marzo del 2024

Lugar de ejecución:

Latacunga, Cotopaxi

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia:

Administración de Empresas

Proyecto de investigación generativo vinculado (si corresponde):

No aplica

Grupo de investigación

Equipo de Trabajo:

Tutor: Ing. Roberto Arias Figueroa MSc. CC. 0502123730

Estudiante I: Sandy Pamela Arias Puruncaja CC. 0550217540

Estudiante II: Pamela Stefania Flores Landy CC. 1850121532

Área de Conocimiento:

Ciencias Administrativas.

Línea de investigación:

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento

INTRODUCCIÓN

Idea del Negocio

El mercado de prestación de servicios de limpieza actualmente muestra una tendencia de crecimiento sostenido, y esto se debe principalmente al ritmo de vida que llevan las personas hoy en día lo que hace que sientan la necesidad de contar con este tipo de servicios en hogares, ya que la limpieza es un elemento esencial para la vida.

Las personas buscan soluciones de limpieza para sus hogares, ya que éstos se han convertido en una necesidad básica, por lo que se conoce en la ciudad de Latacunga en la zona urbana es necesario contar con este servicio que sea netamente para los hogares.

El estilo de vida ha generado un ritmo de vida acelerado para las personas y sus familias lo que dificulta considerablemente la tarea de tener limpias sus viviendas. Esta dificultad surge principalmente debido a los escasos de tiempo para llevar a cabo las actividades diarias de manera adecuada las largas jornadas laborales prolongadas lo que reduce la importancia del tiempo dedicado a la familia, el hogar y las interacciones sociales, generando estrés y afectando la cohesión familiar.

La idea del negocio de servicio de limpieza para el hogar surge como respuesta a la necesidad de contar con una atención especializada en el aseo y limpieza del ambiente donde se desarrollan las actividades diarias. Además, permite el control de microorganismos patógenos que estén presentes en las casas, reduciendo así el riesgo de infecciones para las familias.

Planteamiento del problema

Según (Medrano, 2023) El área de limpieza está recuperándose gradualmente después de los efectos de la pandemia. Debido a la competencia tanto formal como informal en este campo, las empresas están actualizando sus servicios para ofrecer a los clientes soluciones más novedosas y efectivas. En este contexto, la pandemia global del COVID-19 ha intensificado la conciencia sobre la importancia de mantener entornos higiénicos, tanto en el ámbito doméstico como en el empresarial, generando una mayor demanda de servicios especializados

Los servicios de limpieza se encuentran en pleno crecimiento, según el (INEC, 2023) en “el sector económico se registró un aumento de las empresas de servicios en el Ecuador con un porcentaje más del 3.2% a diferencia del año 2021.” Este crecimiento sostenido en el sector de

servicios de limpieza ha sido impulsado por una serie de factores que reflejan la evolución de las demandas y expectativas de la sociedad ecuatoriana. Entre estos factores, se destaca el cambio en la percepción de la limpieza como un componente esencial para la salud y el bienestar.

(Viracocha, 2022) Comenta lo siguiente:

La demanda de servicios de limpieza especializados en Ecuador ha aumentado significativamente debido a la creciente necesidad de espacios limpios y seguros. Esta tendencia al alza se justifica por los diversos beneficios que estos servicios proporcionan tanto a empresas como a individuos. No se limita únicamente a mantener un entorno limpio, sino que también se enfoca en asegurar que la limpieza se realice de manera profesional y con personal altamente capacitado, garantizando así la desinfección y el cuidado adecuado de todas las áreas.

La limpieza especializada contribuye a la preservación a largo plazo de instalaciones y mobiliario. La aplicación de técnicas y productos específicos evita daños y desgaste prematuro, prolongando la vida útil de los activos y reduciendo los costos de mantenimiento a largo plazo.

En la actualidad las empresas de servicios de limpieza se enfocan más en prestar sus servicios para las oficinas, empresas, hoteles, hospitales; tales como BIGPROCLEAN. S.A, SERVILIMPIEZA MADRID, Cleaning Solution.

Por tal razón los habitantes de la ciudad de Latacunga en la zona urbana, han visto en la necesidad de contratar empleados mediante la plataforma virtual Jooble, mediante esta plataforma contratan personal con conocimientos empíricos en limpieza para el servicio doméstico con tiempos indefinidos e inestables, ya que en su mayoría contrata personal de manera informal únicamente por horas y en ocasiones no está capacitado para realizar este tipo de tareas, en este contexto la presente investigación será la siguiente: “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga”.; con el fin de brindar un servicio profesional y confiable para los potenciales clientes.

Objetivos del Proyecto

Objetivo general

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga.

Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado, evidenciando los gustos y preferencias de los clientes para el servicio de servicio de limpieza.
- Proponer un estudio técnico, en donde se muestren los procesos y la capacidad instalada de la empresa.
- Elaborar un estudio y evaluación financiera que determinen la viabilidad de la empresa de servicios de limpieza.

Sistemas de tareas en relación a los objetivos específicos: A continuación, se detallan los objetivos específicos y las actividades que se realizaron para asegurar su cumplimiento.

Tabla 1*Sistema de tareas en relación a los objetivos*

Objetivo específico	Actividades	Cronograma	Productos
Realizar un estudio de mercado, evidenciando los gustos y preferencias de los clientes para el servicio de servicio de limpieza.	Recopilar datos e información de clientes, competidores y el mercado. Analizar la oferta y demanda.	Semana 5	Estudio de Mercado
Elaborar un estudio técnico que muestre los procesos y la capacidad instalada de la empresa de servicios de limpieza.	Definir la localización del proyecto. Identificar la capacidad instalada. Elaborar los procesos.	Semana 10	Estudio Técnico
Determinar la evaluación financiera para la empresa de servicio de limpieza	Realizar los estados financieros. Evaluar el proyecto mediante el VAN, TIR, PRI y Costo beneficio	Semana 15	Estudio financiero Evaluación financiera

Nota: Datos obtenidos del proyecto

Justificación

El proyecto surge de la necesidad del ser humano por mantener su vivienda limpia y organizada, por ello nace la idea de establecer una empresa enfocada en ofrecer servicios de limpieza domestica integral a las viviendas de la zona urbana de Latacunga, con altos estándares de calidad, seguridad y confianza. La empresa se dedicará a desarrollar el servicio de aseo integral de hogares, adecuándonos a las necesidades de los clientes. El accionar de la empresa está dirigido principalmente a convertirse en un valioso recurso para resolver los desafíos relacionados con la limpieza y el aseo para nuestros clientes. Nuestro objetivo es establecer una relación basada en la confianza y la responsabilidad, al tiempo que valoramos y dignificamos el trabajo realizado. Trabajo, a diferencia de otras empresas de servicios, la nuestra trabajará con productos que sean amigables con el medio ambiente manteniendo así la responsabilidad social dentro de la organización.

La limpieza en el medio donde nos desenvolvemos es muy importante, ya que las personas necesitan desarrollarse en un ambiente limpio y libre de bacterias, lo que resulta necesario hoy en día contar con la ayuda de una persona que facilite la limpieza del hogar, la necesidad de estos servicios dentro del medio es muy representativa y la contratación de estos servicios representa una excelente oportunidad de negocio.

La idea de crear una empresa de servicio de limpieza está encaminada a brindar bienestar a las amas de casas, que no cuentan con los equipos y personal idóneo para desempeñar aquellas labores habituales de limpieza que requieren de atención personalizada, insumos biodegradables que ayuden a prevenir la contaminación ambiental.

Los productos de limpieza convencionales a menudo contienen sustancias químicas tóxicas que pueden tener un impacto negativo en el medio ambiente. El uso de productos no contaminantes demuestra un compromiso con la sostenibilidad y la preservación del entorno natural. Así mismo pueden liberar vapores químicos perjudiciales para la salud de los clientes, causando problemas respiratorios y alergias. Utilizar productos no contaminantes contribuye a un entorno de trabajo más seguro y saludable para el personal de limpieza y los ocupantes de las viviendas.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA Y METODOLÓGICA

1 Antecedentes

El presente proyecto de factibilidad se enfoca en analizar la factibilidad de iniciar la creación de una empresa dedicada a brindar servicios de limpieza, analizando las tendencias actuales del mercado, identificando las oportunidades y las necesidades específicas de los clientes potenciales, de modo que se han consultado diferentes fuentes que indiquen modelos de cómo llevar a cabo dicho proyecto de factibilidad, considerando factores tanto internos como externos que puedan influir en el proyecto. Se han considerado las siguientes investigaciones.

Como investigación principal se tomó en cuenta el trabajo de titulación de la Universidad Técnica de Cotopaxi, realizado por Guerrero (2021), titulado como “Plan de negocios para la expansión de Servilimpieza “Madrid”, la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi”, Se estableció un diseño metodológico para la investigación, que se basa en un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo y no experimental. La muestra incluyó 375 hogares, representando a los jefes de familia en el sector urbano de la ciudad de Latacunga, que cuenta con un total de 15,422 hogares. Se empleó la técnica de encuesta, utilizando un cuestionario como instrumento. Los resultados de la investigación, junto con los parámetros de evaluación del proyecto como el Valor Actual Neto (\$72,277.79), la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (13%), la Tasa Interna de Retorno (30.42%) y el Período de Recuperación de la Inversión de tres años y cuatro meses, indican la viabilidad del mismo.

Según los autores (Luis Flores, 2022), en su trabajo de titulación de la Pontificia Universidad Católica de Perú “Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de limpieza integral en la ciudad de Trujillo” trabajo de posgrado, de la maestría en Administración de Empresas, plantean como objetivo atender la demanda en el servicio de limpieza integral en hogares, así como en empresas e instituciones privadas. Se tuvo como resultado los siguientes datos económicos del proyecto: con un costo de oportunidad de capital (COC) del 12.84%, reportarían un Valor Actual Neto (VAN) de S/ 666.816.89 y una TIR de 84.81%. Por otro lado, para un escenario pesimista se reportaría un Valor Actual Neto (VAN) de S/ 202.896.78 y una TIR de

35.57%, el periodo de recuperación será a partir del año 3. Este proyecto está vinculado con la presente investigación, ya que ilustra las fases que deben seguirse en un proyecto de factibilidad.

Se consideró también el trabajo realizado por Alarcón (2017) titulado “PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA PARA DEPARTAMENTOS”, de la Universidad San Ignacio de Loyola, trabajo presentado previo a la obtención del título de Magísteres en Administración de Empresas. Su principal objetivo es determinar la viabilidad de implementar un servicio de limpieza del hogar dirigido a familias de los sectores socioeconómicos A y B, considerados como Lima Top ubicados en los distritos de La Molina, San Isidro, Miraflores, San Borja, y Santiago de Surco. La metodología aplicada en este proyecto fue la denominada Manzaneo. La inversión requerida para el proyecto DepaClean en activos tangibles e intangibles, gastos pre operativos y capital de trabajo ascendería a S/ 176 058 soles, inversión que aportarían los socios de la empresa, con una inversión adicional de S/ 50 000 en el primer año. Por otro lado, los flujos económicos del proyecto con una tasa de oportunidad del 16%, reportarían un VAN de S/ 87 584 y una TIR de 37.39%. Este proyecto aporta a la presente investigación porque muestra cómo aplicar la metodología correcta, ya que proporciona la guía necesaria para realizar el estudio de manera sistemática y rigurosa.

Otra investigación considerada es el proyecto realizado por Navarrete (2011), en la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí “Manuel Félix López” ESPAM “MFL” con el tema titulado “Plan de negocios para brindar servicios de limpieza a instituciones públicas y privadas”, El trabajo de pregrado de la carrera de Ingeniería en Administración de Empresas tiene como objetivo llevar a cabo una investigación de mercado para entender la cantidad de interés que existe hacia el servicio de limpieza en la ciudad de Calceta. La investigación manifiesta que la demanda del servicio en el cantón se encuentra concentrada en las empresas públicas y privadas. Esto se convierte en una oportunidad fuerte para ingresar al mercado. La investigación es de tipo explicativa con método deductivo e inductivo. El tamaño de la muestra es de 53 instituciones entre públicas y privadas en el cantón Bolívar, por lo que se aplicó la encuesta a la población total. Con un nivel de aceptación del 95%. La investigación concluyó que la mayoría de los encuestados consideran de suma importancia contratar los servicios especializados de limpieza. Con la información obtenida de esta investigación se detallan los elementos clave que consideran los clientes al momento de contratar servicios de limpieza.

Para finalizar también se hace referencia, al trabajo de Ruiz (2018), con el tema titulado “Planificación financiera y rentabilidad en empresas de servicio de limpieza, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018” avalado por la Universidad Cesar Vallejo, de la carrera de Contabilidad, en el cual se menciona que el presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar qué relación existe entre Planificación Financiera y Rentabilidad en empresas de servicio de limpieza, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018. La investigación fue de tipo no experimental y de corte transversal, empleando así un diseño descriptivo correlacional, para poder llevar a cabo la investigación también se empleó dos instrumentos, ambos fueron cuestionarios. El primero evalúa la Planificación Financiera y el otro para medir la Rentabilidad en las empresas de servicio de limpieza, Distrito de San Jun de Lurigancho 2018. La técnica utilizada es la encuesta y el instrumento cuestionario de recolección de datos aplicados a las empresas del sector de servicio de limpieza. Para poder llevar a cabo la validez de los instrumentos se utilizó el criterio de juicio de expertos y además está respaldado por el uso del Alfa de Cronbach; la comprobación de las hipótesis se llevó a cabo con la prueba de Rho Spearman con un coeficiente de correlación de 0,955 lo cual represento una correlación moderada y directa por lo que se concluye que si existe relación entre Planificación Financiera y Rentabilidad en las empresas de servicio de limpieza.

1.1 Proyecto de factibilidad

Según Valera (2022), se entiende por factibilidad “las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

Rodriguez (2022), La viabilidad en los negocios se refiere a la posibilidad de que un proyecto comercial sea factible y, bajo condiciones específicas, pueda llevarse a cabo de manera efectiva. Este concepto está determinado por el objetivo establecido y la disponibilidad de los recursos necesarios para lograrlo dentro de los plazos y condiciones previamente definidos. Esta viabilidad depende de la meta trazada, así como de la posesión de los recursos necesarios para alcanzarla en los tiempos y formas preestablecidos.” De acuerdo a las definiciones previas ofrecidas por varios autores, se comprende que un proyecto viable implica la evaluación de una serie de tareas para identificar y resolver un problema específico, con el fin de alcanzar los objetivos establecidos y obtener resultados positivos o favorables.

Un proyecto de factibilidad es un estudio que se realiza para evaluar la viabilidad y rentabilidad de llevar a cabo una idea o propuesta de proyecto. Este tipo de análisis se realiza antes de tomar decisiones importantes sobre la implementación de un proyecto.

1.1.1 Fases del Proyecto de factibilidad

- **Estudio de Mercado**

Según Sánchez (2020), un estudio de mercado es “una iniciativa elaborada dentro de las estrategias de marketing que realizan las empresas cuando pretenden estudiar y conocer una actividad económica en concreto.” En este contexto, la investigación de mercados se convierte en un instrumento proactivo que no solo anticipa las tendencias y demandas del consumidor, sino que también identifica oportunidades de crecimiento, competidores relevantes y posibles desafíos.

El estudio de mercado es esencial para la toma de decisiones estratégicas. Proporciona a las empresas información valiosa que les permite comprender su entorno competitivo, adaptar sus estrategias a las necesidades del mercado y anticipar cambios en las preferencias de los consumidores. Además, contribuye a minimizar riesgos y maximizar oportunidades.

- **Importancia del estudio de mercado**

Para Herrera (2023), La importancia de hacer un estudio de mercado radica en “la posibilidad de asegurar el éxito de cualquier emprendimiento, ya que el conocer el entorno en el cual se desarrollará dicho proyecto, permite a cualquiera realizar una planeación adecuada.”

El estudio de mercado es esencial para comprender el entorno en el que se desarrollará un proyecto, proporcionando información valiosa que guiará decisiones informadas y estrategias efectivas. Ignorar esta fase puede llevar a inversiones mal dirigidas, falta de demanda y otros desafíos que podrían haberse anticipado y abordado con un análisis adecuado.

Elementos del estudio de mercado

a) Producto

Como menciona Bonta (1994), El producto consiste en un conjunto de características que el consumidor percibe como presentes en un determinado artículo, con el propósito de satisfacer sus necesidades o deseos. En términos generales, un producto es algo tangible o intangible que se presenta a los consumidores como una solución a sus requerimientos, y

su éxito depende de su capacidad para satisfacer las expectativas y necesidades del mercado.

b) Población

Los autores Moreno et al. (2018) definen a la población como “un grupo determinado de la población según factores como: edad, sexo, raza o la presencia de una condición especial de interés.”

Determinar la población adecuada es crucial para la validez y aplicabilidad de los resultados de un estudio de mercado.

c) Muestra

Desacuerdo con López (2021), la muestra estadística “es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos.”

En resumen, la muestra debe reflejar las características clave de la población total, para que los resultados puedan generalizarse de manera adecuada. Además, la calidad y la representatividad de la muestra son esenciales para la validez de los resultados.

d) Análisis de la Demanda

Según Torres (2022) el análisis de la demanda es implica comprender las preferencias de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado específico. Se emplean técnicas de análisis con el fin de penetrar exitosamente en dicho mercado y alcanzar los resultados previstos.

El análisis de la demanda es una parte fundamental de cualquier estudio de mercado y tiene una gran importancia para las empresas y organizaciones, ya que permite comprender las necesidades y preferencias de los consumidores, esto facilita la identificación de oportunidades de mercado para nuevos productos o servicios que puedan satisfacer esas demandas.

Comprender la demanda del mercado ayuda a las empresas a fijar precios que sean competitivos y que reflejen el valor percibido por los consumidores.

e) Análisis de la oferta

El autor Corvo (2021) analiza que "La oferta busca determinar las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se planea comercializar en el mercado. Consiste en la cantidad de productos que se ponen a disposición del público consumidor en términos de cantidades específicas, precios, plazos y ubicaciones determinadas". El análisis de la oferta es un componente

esencial en la comprensión completa del panorama de un mercado, ya que entender la oferta proporciona información sobre los competidores existentes en el mercado entender la identidad de los principales participantes, sus puntos fuertes y áreas de mejora, junto con sus tácticas y enfoques estratégicos.

Demanda Potencial Insatisfecha

Lamberti (2023), menciona que la demanda potencial insatisfecha es “Cuando el comprador ingresa a un marketplace y no encuentra el producto que busca o una oferta adecuada a sus expectativas, se produce lo que llamamos demanda insatisfecha.” Entonces, la demanda insatisfecha se refiere a la porción del mercado que desea o necesita un producto o servicio, pero que actualmente no está siendo atendida de manera adecuada por la oferta existente. Esta situación puede surgir por diversas razones, y su identificación es crucial para las empresas que buscan oportunidades de crecimiento y desarrollo.

f) Precio

Para Zarate (2022), “el precio es la cantidad con la que comúnmente interactuamos como consumidores al realizar una compra. Esta cantidad representa el dinero que un consumidor debe pagar con el fin de obtener el artículo de su interés o para contratar los servicios de una empresa.”

El precio desempeña un papel fundamental en el éxito de un producto o servicio en el mercado, además el precio es una de las principales fuentes de ingresos para una empresa, es decir, establecer un precio adecuado puede influir directamente en la rentabilidad y el éxito financiero de la empresa.

g) Encuesta

Para Gómez (2023), “Una encuesta es un método de investigación que recopila información, datos y comentarios por medio de una serie de preguntas específicas. La mayoría de las encuestas se realizan con la intención de hacer suposiciones sobre una población, grupo referencial o muestra representativa.”

Las encuestas son herramientas valiosas en la investigación de mercado y en diversas áreas para recopilar información directa de individuos o grupos de población, ya que, permiten obtener datos cuantificables facilitando el análisis y la interpretación de los resultados de manera objetiva, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones.

1.1.2 **Estudio Técnico**

De acuerdo con Baca (2013) El análisis técnico se puede desglosar en cuatro componentes: determinación del tamaño adecuado de la instalación, selección de la ubicación óptima, diseño del proyecto y evaluación de aspectos organizativos, administrativos y legales.

El estudio técnico es una parte integral de un proyecto de factibilidad y se centra en evaluar la viabilidad técnica del mismo. Este estudio aborda cuestiones relacionadas con la implementación y ejecución del proyecto desde una perspectiva técnica y operativa. La información recopilada en este estudio ayuda a los tomadores de decisiones a evaluar la viabilidad técnica y práctica del proyecto antes de avanzar a etapas más avanzadas

1.1.3 **Elementos del estudio técnico**

a) Tamaño

Urtecho (2019), define el tamaño del proyecto como la capacidad necesaria para satisfacer adecuadamente la demanda del mercado objetivo. Esta capacidad se expresa en términos de volumen de producción o cantidad de unidades que puede manejar, almacenar o producir una instalación dentro de un período de tiempo determinado.

El tamaño del proyecto es un factor determinante que afecta la viabilidad financiera, la complejidad operativa, el impacto económico y social y la gestión de riesgos. Por lo tanto, entender y evaluar adecuadamente el tamaño del proyecto es esencial para la toma de decisiones informada y la planificación exitosa.

b) Localización

Los autores Carro & Gonzales (2012) comentan acerca de la localización, que:

La selección del sitio para una instalación implica elegir una ubicación geográfica adecuada para llevar a cabo las operaciones de una empresa. Los gerentes deben considerar diversos factores al evaluar la idoneidad de un lugar específico, ya sea para organizaciones de servicios o empresas manufactureras. El concepto de globalización, por su parte, refleja la expansión de las instalaciones y operaciones de las empresas a nivel mundial la elección de una ubicación estratégica puede

facilitar el acceso a mercados específicos. La proximidad a clientes, proveedores y canales de distribución puede influir en la eficiencia y efectividad de las operaciones comerciales, además la localización impacta directamente en los costos operativos.

c) Macro Localización

De acuerdo con Rubio (2021) la macro localización de un proyecto Consiste en seleccionar la región más favorable para establecer una empresa o negocio, lo cual implica identificar la zona geográfica específica donde se situará el proyecto. La elección del lugar se basa en los beneficios derivados de la combinación de los diversos factores involucrados.

En resumen, la macro localización es una decisión estratégica que afecta múltiples aspectos de la operación y el éxito a largo plazo de una empresa. La elección correcta puede mejorar la eficiencia, reducir costos y proporcionar un entorno propicio para el crecimiento y la competitividad.

- **Micro Localización**

Desde el punto de vista de Rubio (2021) la micro localización es "Este análisis tiene como objetivo elegir la comunidad y la ubicación específica para desarrollar el proyecto, seleccionando el lugar exacto dentro de la zona más amplia donde se establecerá la empresa o negocio. Además, se determinará la distribución de las instalaciones en el terreno seleccionado".

La micro localización se refiere a la selección específica de un sitio exacto dentro de una región o área geográfica previamente determinada para llevar a cabo un proyecto o establecer un negocio. La importancia radica en consideraciones más detalladas y específicas que afectan directamente la operación y el rendimiento del proyecto.

c) Ingeniería del proyecto

Tal como expresa Baca (2013) El propósito principal del estudio de ingeniería del proyecto es abordar todos los aspectos relacionados con la instalación y operación de la planta. Esto incluye desde la descripción detallada del proceso y la adquisición de equipos y maquinaria, hasta la determinación de la distribución más eficiente de la planta y la definición de la estructura organizativa y legal requerida para su funcionamiento productivo.

En resumen, la ingeniería del proyecto es esencial para la ejecución exitosa de proyectos, a abarcar desde la fase inicial de planificación hasta la gestión y entrega del proyecto. Su objetivo principal es garantizar que el proyecto se complete de manera eficiente, segura, en tiempo y dentro del presupuesto, cumpliendo con los más altos estándares de calidad y sostenibilidad.






d) Flujograma de procesos

Según Torres (2022) define a “un flujograma de procesos, también conocido como diagrama de flujo, como una representación visual que describe paso a paso la secuencia de actividades o pasos involucrados en un proceso”

Es importante destacar que los flujogramas pueden variar en su complejidad según la naturaleza del proceso que está representando. Se utilizan principalmente en la planificación y mejora de procesos y para facilitar la comprensión visual de cómo funcionan las operaciones en una organización.

Tabla 2

Símbolos del diagrama de flujo

				
Inicio/ Fin	Línea de flujo	Entrada / Salida	Proceso	Decisión
Inicio o Fin de un proceso.	Se indica el orden que se debe realizar las actividades.	Datos de entrada y datos de impresión de salida.	Actividades o una fase de proceso.	Comparación de resultados para la toma de decisiones.

Nota: Datos obtenidos del proyecto

e) Maquinaria y Equipo

Según Frederick (2021), la maquinaria se describe como bienes físicos de propiedad de una empresa, destinados a la fabricación de productos o la realización de actividades específicas en el transcurso de los procesos operativos.

En resumen, la maquinaria desempeña un papel importante en la mejora de la eficiencia y la productividad en diversos sectores, contribuyendo al desarrollo económico y tecnológico, su

importancia se refleja en el impacto positivo que tiene en la capacidad de las organizaciones para cumplir con los objetivos y ofrecer productos y servicios de calidad.

f) Distribución de la planta

Pérez Sotero (2014), menciona que la distribución en planta se refiere a la disposición física de los componentes de la empresa, no limitándose únicamente a la ubicación de máquinas, bancos de trabajo, estanterías, entre otros.

La distribución de la planta se refiere a la disposición de los elementos productivos, como maquinaria, equipos, áreas de trabajo y almacenamiento, dentro de un espacio de producción, la forma en que estos elementos se organizan puede tener un impacto significativo en la eficiencia operativa.

1.1.4 Estudio Financiero

González, López, Aceves, Celaya, & Beltrán (2008) afirman que "el análisis financiero comprende aspectos cuantitativos informativos que son fundamentales para evaluar la viabilidad de un plan de negocios. En este análisis se considera el desempeño de las operaciones esenciales para el funcionamiento de la empresa, así como su proyección de crecimiento a lo largo del tiempo."

Por esta razón, el estudio financiero es una parte crucial de la evaluación de viabilidad de cualquier proyecto o negocio, este estudio implica el análisis detallado de los aspectos financieros del proyecto para evaluar su rentabilidad y capacidad para generar retornos.

1.1.5 Elementos del estudio financiero

a) Inversión Inicial

Menciona Moreno (2022), que "la inversión inicial a la cantidad de dinero que es necesario invertir para poner en marcha un proyecto de negocio. Antes de realizar la inversión inicial de un proyecto de negocio, se suele evaluar la factibilidad del mismo con diversos criterios definidos por las ciencias económicas."

En resumen, la inversión inicial es de vital importancia porque proporciona los recursos necesarios para establecer y poner en marcha un proyecto o negocio. Contribuye a la capacidad de la empresa para superar los desafíos iniciales, generar ingresos, atraer inversionistas y construir una base sólida para el crecimiento a largo plazo.

- **Inversión inicial fija**

Calvopiña & Chinguercela (2010), Se refiere a que la inversión inicial comprende los activos que son propiedad de la empresa, tales como terrenos, edificios, maquinaria y equipos, mobiliario, vehículos, herramientas y otros bienes.

La inversión inicial se refiere a la porción de la inversión inicial que se destina a la adquisición de activos fijos necesarios para el inicio y la operación de un proyecto o negocio.

- **Inversión Diferida**

Bautista (2011), Indica que las inversiones diferidas son aquellas destinadas a adquirir bienes y servicios intangibles que son esenciales para el proyecto o la empresa, pero que no participan directamente en la producción. Debido a su naturaleza intangible, a diferencia de las inversiones fijas, estas inversiones están sujetas a amortización.

La inversión diferida es una estrategia financiera que permite a las empresas realizar diseños significativos con la expectativa de beneficios obtenidos a lo largo del tiempo.

- **Capital de trabajo**

El periodista Martínez (2023) define al capital de trabajo como Se refiere a la cantidad de capital disponible y no comprometido que posee una empresa para llevar a cabo todas las actividades relacionadas con su cadena de valor, como la adquisición de insumos, los costos operativos, los gastos de mantenimiento, el pago de salarios, las obligaciones fiscales y, en general, todos los compromisos a corto plazo.

Por ende, el capital de trabajo es crucial para la salud financiera y la continuidad operativa de una empresa.

b) Estados Financieros

Según la (IEN-UPM, 2022), los estados financieros Estos términos no se limitan únicamente al ámbito de la contabilidad financiera; más bien, constituyen herramientas cruciales para analizar la salud económica y patrimonial de una empresa. La comprensión y dominio de conceptos como la Cuenta de Resultados, los Flujos de Caja, la Liquidez y el Análisis de Caja son esenciales para que cualquier líder empresarial tome decisiones estratégicas informadas.

Los estados financieros son herramientas esenciales para la gestión, la toma de decisiones y la comunicación financiera, ya que proporcionan información clave que ayuda a las empresas a operar de manera eficiente y planificar estratégicamente su futuro financiero.

- **Estado de pérdidas y ganancias**

Según Herrera (2021), El estado de pérdidas y ganancias se destaca como uno de los informes financieros clave en contabilidad financiera, ya que revela los movimientos que permiten entender la situación patrimonial de la empresa.

Por ende, el estado de pérdidas y ganancias ayuda a evaluar la rentabilidad de una empresa y proporciona información valiosa para tomar decisiones generales.

- **Balance General**

Según Baca (2013) el balance general para una empresa, significa “cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

Capital se refiere a los recursos, ya sea en forma de efectivo o inversiones, que pertenecen a los accionistas o propietarios directos de la empresa.

- **Flujo de caja**

Ortiz (2016) menciona que el flujo de caja es:

La organización de los datos sobre la inversión inicial, la inversión durante la operación, los ingresos y gastos operativos y de producción, junto con el valor de rescate del proyecto, es esencial. Al construir el flujo de efectivo, se consideran los ingresos y gastos reales en efectivo, excluyendo los aspectos contables. Sin embargo, se debe tener en cuenta la depreciación y la amortización. La información necesaria para elaborar el flujo de efectivo se obtiene de análisis de mercado, técnicos, administrativos y financieros.

El flujo de caja es un informe financiero que muestra como el efectivo se mueve dentro y fuera de una empresa durante un periodo de tiempo específico.

c) **Indicadores financieros económicos**

Morales (2020) menciona que “un indicador económico es un tipo de dato económico, de carácter estadístico.” Gracias a este dato, podemos realizar un análisis sobre la situación económica, tanto pasada como presente y futura, de un territorio.

Los indicadores financieros económicos son medidas clave para evaluar el rendimiento, estos indicadores ofrecen información importante sobre diversos aspectos económicos y son esenciales para la toma de decisiones

Valor Actual Neto (VAN)

Para Mete (2014) El Valor Actual Neto se describe como la valoración actual de los flujos de efectivo netos de un proyecto, donde los flujos de efectivo netos representan la discrepancia entre los ingresos y egresos en cada periodo.

Para actualizar esos flujos netos se utiliza una tasa de descuento denominada tasa de expectativa o alternativa/oportunidad, que es una medida de la rentabilidad mínima exigida por el proyecto que permite recuperar la inversión, cubrir los costos y obtener beneficio.”

De manera que, el VAN se utiliza para evaluar el riesgo asociado con un proyecto.

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

Según el autor Mete (2014) “el cálculo de la TIR puede resultar muy complejo si la vida útil del proyecto excede los dos períodos. En ese caso, la solución requiere considerar a la TIR como incógnita en la ecuación del Valor Actual Neto, ya que ella tiene la particularidad de ser la única tasa que hace que el resultado de aquel sea igual a 0.” La TIR ayuda en la toma de decisiones de inversión, proporcionando una medida de la rentabilidad de un proyecto y ayudando a seleccionar entre diferentes opciones de inversión.

- **Costo de Capital o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)**

Baca (2006) comenta que se Toda empresa al establecerse debe hacer una inversión inicial, cuyos fondos pueden provenir de diversas fuentes como inversionistas, entidades financieras, otras empresas o una combinación de estas. Cada una de estas fuentes de financiamiento implica un costo asociado al capital invertido, y la empresa recién formada tendrá un costo de capital inherente. En consecuencia, la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) se determina para justificar el riesgo asumido en la inversión.

- **Metodología empleada**

La metodología utilizada en este proyecto fue de enfoque cuantitativo, de acuerdo con Solís (2020) “ el enfoque cuantitativo de investigación se caracteriza por privilegiar la lógica empírico-deductiva, a partir de procedimientos rigurosos, métodos experimentales y el uso de técnicas de recolección de datos estadísticos..”, al ser una investigación cuantitativa, la característica

fundamental radica en la recopilación de datos con el propósito de respaldar la viabilidad del proyecto teniendo un análisis estadístico y una medición numérica.

El tipo de investigación del presente proyecto de factibilidad está sustentado en un estudio descriptivo, según Muguira (2023) La investigación descriptiva se dedica a detallar las características de la población bajo estudio. Este enfoque metodológico se concentra principalmente en el aspecto "qué" en lugar de indagar en el "por qué" del objeto de investigación.

De manera que, a partir de la información recopilada, se detallará la situación que rodea al tema propuesto.

El método investigativo en el presente proyecto fue deductivo, ya que, Narváez (20023) define que "El método deductivo implica generar conclusiones específicas a partir de principios generales como parte del proceso de adquirir conocimiento". Este método facilitó la construcción de argumentos que contribuyeron a la comprensión de los principios del proyecto de factibilidad. Estos principios fueron examinados antes de la creación de la empresa dedicada a los servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga.

Fue necesario emplear métodos de investigación, específicamente una encuesta, para obtener información numérica que respaldo el estudio de mercado.

Población

La población mencionada en este proyecto de factibilidad de factibilidad se sustentó en el número de viviendas de la ciudad de Latacunga, por lo que se tomó en cuenta la información proporcionada por el GAD Municipal del Cantón Latacunga. Por lo tanto, la población objeto de estudio asciende a 32060 viviendas.

Muestra

Teniendo en cuenta la población actual, que estuvo integrada por 32060 viviendas. Considerando que es una población extensa, se realizó el cálculo de la muestra, lo que agilizó la recolección de la información. Como resultado, se obtuvo un tamaño de la muestra de 380 viviendas.

II CAPÍTULO

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Población

Tomando en cuenta la información solicitada, y recibida del GADM Latacunga del Departamento de Avalúos y Catastros; el número de viviendas de las parroquias urbanas del cantón de Latacunga es de 32060.

A continuación, se detalla el número y porcentaje de las viviendas en cada una de las parroquias del cantón Latacunga zona urbana.

Tabla 3 *Viviendas del sector urbano de la ciudad de Latacunga 2023*

Parroquias	No. de viviendas	Porcentaje
Eloy Alfaro	9855	31%
Ignacio Flores	7660	24%
Juan Montalvo	5743	18%
La Matriz	5751	18%
San Buenaventura	3051	10%
TOTAL	32060	100%

Nota: Datos obtenidos del GADM Latacunga

2.2 Muestra

Es la parte representativa de la población que se utilizará para recolectar información acerca del nivel de aceptación del servicio de limpieza en el cantón Latacunga en la zona urbana

2.2.1 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula de la población finita con los siguientes datos:

Cálculo de la muestra

Fórmula:

$$n = \frac{N * Za^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Za^2 * p * q}$$

n= tamaño de muestra buscada

N= Tamaño de población.

Z= Parámetro estadístico depende el nivel de confianza.

e= Error de estimación máximo aceptado.

p= Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q= (1 -) Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

$$n = \frac{32.060 * (1,96^2) * 0,50 * 0,50}{(32.060 - 1) * (0,05^2) + (1,96^2) * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 380$$

La muestra es de 380 viviendas en donde se realizarán las encuestas para obtener la información deseada.

2.2.2 Distribución Muestral

Detallar cada sector a encuestar facilitará la comprensión e interpretación de la información. Por esta razón, se presenta un resumen de las parroquias urbanas de la ciudad de Latacunga, junto con el número total de encuestas a realizar en cada una. Para la recolección de datos, se empleará un muestreo probabilístico simple, el cual implica la selección aleatoria de las personas a encuestar. Esta información se muestra en la tabla 4.

Tabla 4 *Distribución muestral*

Parroquias	No. de viviendas	Muestra	Porcentaje
Eloy Alfaro	9855	117	31%
Ignacio Flores	7660	91	24%
Juan Montalvo	5743	68	18%
La Matriz	5751	68	18%
San Buenaventura	3051	36	10%
TOTAL	32060	380	100%

Nota: Datos obtenidos del GADM Latacunga

Análisis e interpretación de datos

En la tabla 4 se refleja el número de encuestas que se va a realizar las cuales son 380 encuestas las cuales se realizaran en la ciudad de Latacunga en la zona urbana.

Tabulación de resultados

Finalizada la investigación de campo se obtuvo como resultado la información de la aceptación de nuestro servicio de limpieza, mediante las encuestas que se emitieron a los pobladores de la ciudad de Latacunga de la zona urbana como mercado meta se procede a tabular y analizar los datos obtenidos.

Datos del encuestado

Genero del encuestado

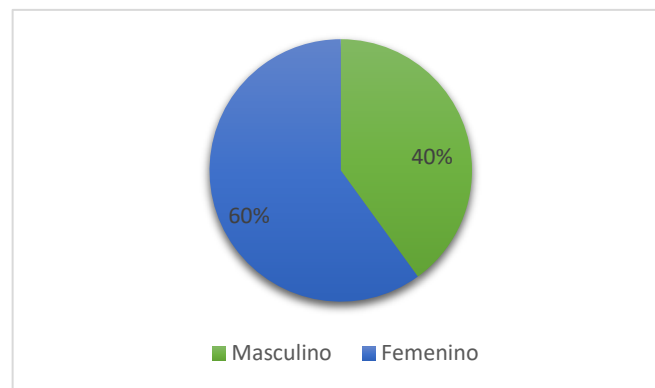
Tabla 5 Género

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	152	40%
Femenino	228	60%
Prefiero no decirlo	0	0
Total	382	100,00%

Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca del género del encuestado

Figura 1

Género del encuestado



Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca del género del encuestado

Análisis e interpretación

Mediante los resultados obtenidos de las encuestas se puede observar que el 60% de los encuestados son del género femenino, mientras que el 40% son del género masculino. No existe respuesta de “prefiero no decirlo” en este caso. Este desglose proporciona información importante sobre la descomposición demográfica de la muestra y puede ser útil para la empresa de limpieza al adaptar estrategias de según las preferencias y necesidades específicas de cada grupo.

Tipo de vivienda

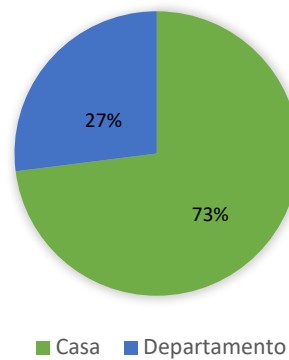
Tabla 6 Tipo de vivienda

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Casa	277	73%
Departamento	103	27%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca del tipo de vivienda

Figura 2

Tipo de vivienda



Nota: Datos obtenidos por la encuesta acerca del tipo de vivienda

Análisis e interpretación

Según las encuestas realizadas, el 73% de pobladores habitan en una casa, mientras que el 27% en departamentos

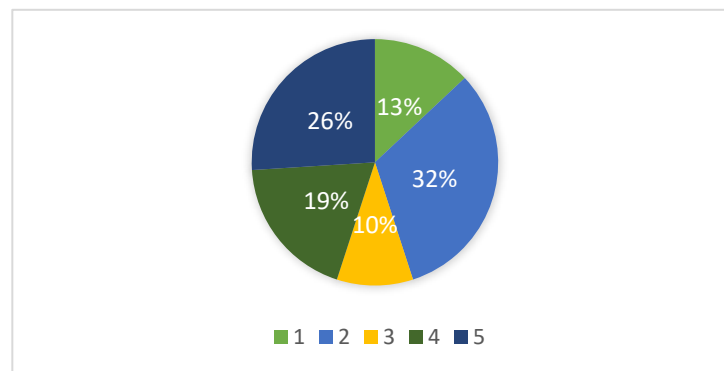
Superficie de la vivienda

Tabla 7 Superficie de la vivienda

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
De 0 a 50 m ²	49	13%
De 51 a 100 m ²	122	32%
De 101 a 150 m ²	38	10%
De 151 a 200 m ²	72	19%
De 200 m ² en adelante	99	26%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca del tipo de vivienda

Figura 3 Superficie de la vivienda



Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca de la superficie de la vivienda

Análisis de interpretación

La distribución de la superficie de vivienda revela la variedad en el tamaño de viviendas encuestadas. Alrededor de 32% tiene una superficie de 51 a 100 m², seguido por 26% que tiene 200 m² en adelante. Las otras categorías representativas pertenecen a porcentajes menores, destacando la diversidad en las dimensiones de las viviendas.

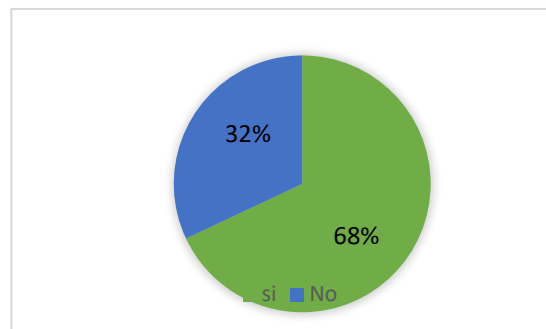
- 1) **¿En el caso de crearse una empresa de servicios de limpieza con la utilización de productos ecológicos, estaría dispuesto a contratar nuestro servicio?**

Tabla 8 *Contratación del servicio de limpieza*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	258	68%
No	122	32%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca de la aceptación del servicio.

Figura 4 *Nivel de aceptación del servicio de limpieza*



Nota: Datos obtenido de la encuesta acerca de la aceptación del servicio

Análisis de interpretación

El 68% de los encuestados corresponde a 258 personas, mostraron disposición para contratar el servicio de limpieza, mientras que el 32% correspondiente a 122 de encuestados indicaron que no estarían interesados en contratar dicho servicio. Esto indica que, la mayoría de personas encuestadas están abiertas a la idea de contratar servicios de limpieza, lo que sugiere una demanda potencial sólida y una oportunidad significativa en el mercado para el servicio de limpieza.

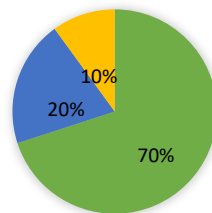
2) ¿Quién se encarga de la limpieza de su hogar?

Tabla 9 Limpieza en el hogar

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Miembro Familiar	266	70%
Empleada doméstica	76	20%
Empresa de servicio	38	10%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de limpieza en el hogar

Figura 5 Limpieza en el hogar



■ Miembro Familiar ■ Empleada doméstica ■ Empresa de servicio

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de la limpieza en el hogar

Análisis e interpretación

Se observa que, el 70% de los participantes indicaron que un miembro de la familia se encarga de estas tareas. El 20% emplea a una persona específica. Por último, el 10% opta por servicios profesionales de una empresa, sugiriendo una demanda significativa de soluciones externas, posiblemente debido a limitaciones de tiempo o la búsqueda de resultados más especializados.

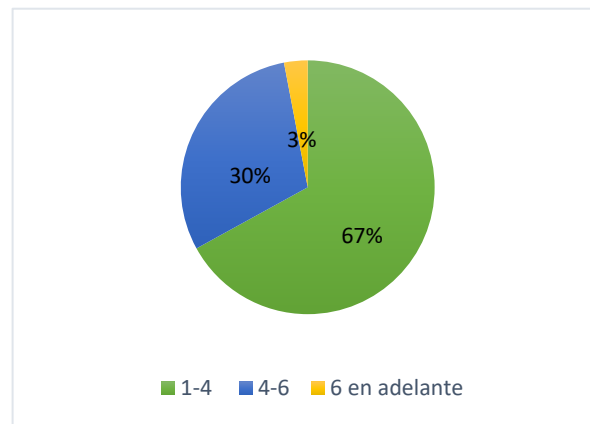
3. ¿Cuántas personas viven en tu hogar?

Tabla 10 *Número de personas que viven en el hogar*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1-4	255	67%
4-6	114	30%
6 en adelante	11	3%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta, número de personas que viven en el hogar.

Figura 6 *Número de personas que viven en el hogar*



Nota: Datos obtenidos de la encuesta, número de personas que viven en el hogar.

Análisis e interpretación

La distribución de la cantidad de personas que viven en los hogares encuestados de la ciudad de Latacunga revela que aproximadamente el 67% de los encuestados tienen entre 1 y 4 personas en su hogar, indicando hogares de tamaño moderado. Un 30% reporta tener entre 4 y 6 personas, sugiriendo hogares de mayor tamaño. Por último, solo un 3% indicó tener 6 o más personas, lo que refleja hogares relativamente grandes en comparación con los otros grupos.

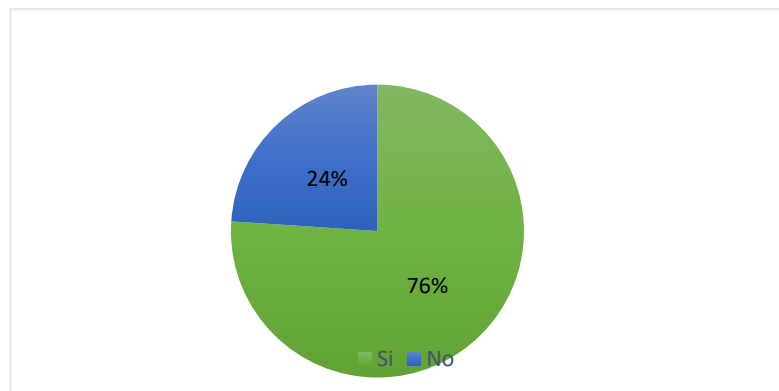
4. ¿Tienes mascotas en casa?

Tabla 11 *Mascotas en casa*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	289	76%
No	91	24%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de las mascotas en casa.

Figura 7 *Mascotas en casa*



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de mascotas en casa.

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados, aproximadamente el 76%, indicaron que tienen mascotas en casa, mientras que un 24% señaló que no. Estos resultados sugieren una presencia significativa de mascotas en los hogares encuestados, lo que puede influir en las dinámicas de limpieza y en las preferencias de los encuestados en términos de servicios de limpieza y productos. La información sobre la presencia de mascotas es crucial para comprender las necesidades específicas de limpieza y planificar estrategias efectivas para mantener un hogar limpio y saludable.

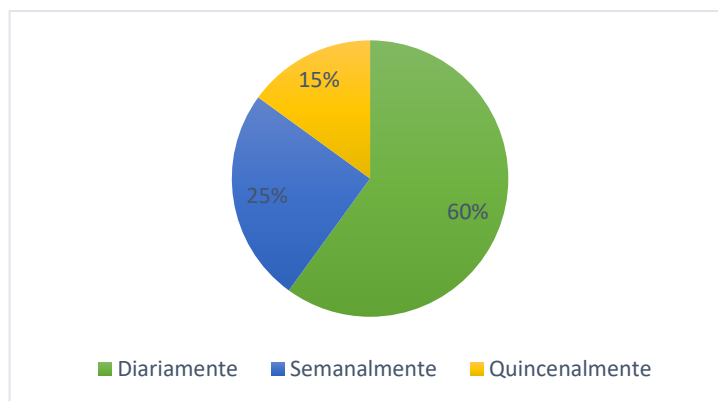
5. ¿Con qué frecuencia limpias su hogar?

Tabla 12 *Frecuencia de limpieza en el hogar*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	228	60%
Semanalmente	95	25%
Quincenalmente	57	15%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de la frecuencia de limpieza en el hogar

Figura 8 *Frecuencia en la limpieza del hogar*



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de la frecuencia de limpieza

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que el 60% de los encuestados realizan limpieza diariamente en sus hogares, lo que sugiere un énfasis significativo en el mantenimiento diario. Un 25% lo hace semanalmente, lo que indica una rutina de limpieza más extensa pero aún frecuente. Por último, un 15% realiza la limpieza quincenalmente, mostrando un enfoque menos regular en comparación con los otros grupos.

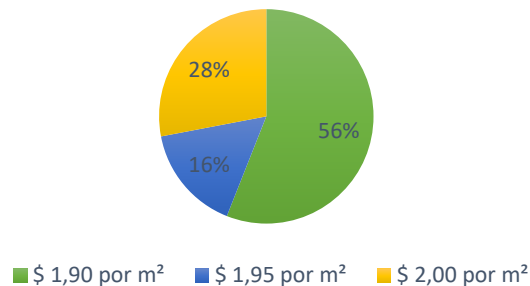
6. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un servicio de limpieza en su hogar?

Tabla 13 Precio por el servicio de limpieza

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1,90 por m ²	213	56%
\$ 1,95 por m ²	61	16%
\$ 2,00 por m ²	106	28%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca del precio

Figura 9 Precio por el servicio de limpieza



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca del precio.

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados, aproximadamente el 56%, estaría dispuesta a pagar \$1,90 por metro cuadrado por un servicio de limpieza en su hogar. Un 28% optaría por un precio ligeramente más alto de \$1,95 por metro cuadrado, mientras que un 16% estaría dispuesto a pagar \$2,00 por metro cuadrado. Estos resultados proporcionan información sobre la disposición económica de los encuestados para adquirir servicios de limpieza externos, lo cual puede ser importante para la planificación de precios de la empresa de limpieza.

7. ¿Valoras la utilización de productos ecológicos y/o naturales en los servicios de limpieza?

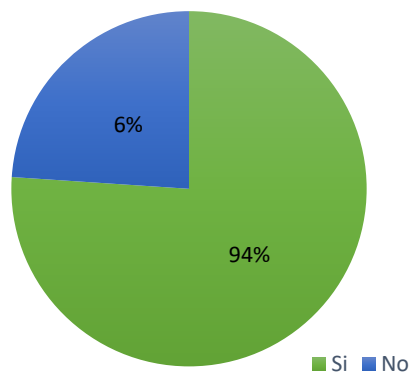
Tabla 14 Utilización de productos ecológicos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	357	94%
No	23	6%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de productos ecológicos.

Figura 10

Productos ecológicos



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de productos ecológicos

Análisis e interpretación

Se destaca que un 94% de los encuestados muestra una clara preferencia por estos productos. Este elevado porcentaje refleja una creciente conciencia ambiental y una inclinación hacia prácticas de limpieza más sostenibles. Por otro lado, el 6% restante, que no valora específicamente la utilización de productos ecológicos, representa una minoría en comparación con aquellos que muestran una preferencia por la sostenibilidad.

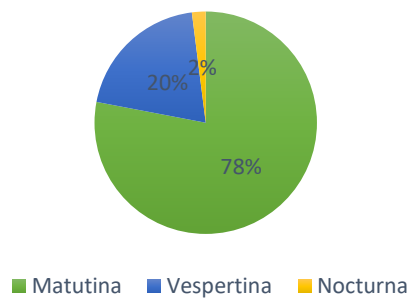
8. ¿Qué jornada es la más conveniente para recibir el servicio de limpieza en tu hogar?

Tabla 15 *Jornadas del servicio de limpieza*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Matutina	296	78%
Vespertina	76	20%
Nocturna	8	2%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de jornadas de servicio.

Figura 11 *Jornadas de servicio de limpieza*



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de las jornadas del servicio

Análisis e interpretación

La mayor parte de los encuestados, aproximadamente el 78%, prefiere recibir el servicio de limpieza en la jornada matutina. Esto sugiere que la mañana es el momento más conveniente para la mayoría de las personas, posiblemente antes de que comiencen otras actividades diarias. El 20% de los encuestados prefiere la jornada vespertina, lo que indica una preferencia significativa pero menor en comparación con la mañana. Por otro lado, solo un 2% opta por la jornada nocturna, siendo esta la opción menos popular.

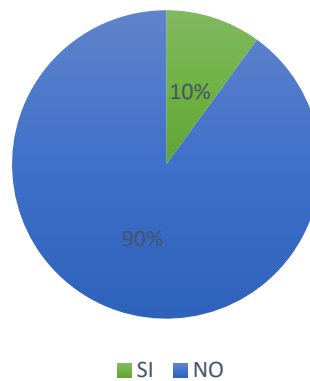
9. ¿Conoces otras empresas de servicios de limpieza en tu área?

Tabla 16 Otras empresas de limpieza

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	38	10%
No	342	90%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de otras empresas de limpieza.

Figura 12 Jornadas de servicio de limpieza



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de otras empresas de limpieza

Análisis e interpretación

El 90% de los encuestados indicó que no conocen otras empresas de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga, mientras que el 10% afirmó conocer al menos una. Este resultado sugiere que la conciencia sobre las opciones disponibles en el mercado de servicios de limpieza es relativamente baja entre los encuestados. Para la empresa de limpieza, este hallazgo resalta la importancia de estrategias de marketing efectivas para aumentar la visibilidad y conciencia de su marca en la comunidad local.

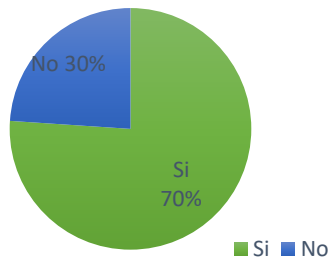
10. ¿Si las conoces cuáles son?

Tabla 17 *Conocimiento de otras empresas de limpieza*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Asolimpso	27	70%
Servilimpieza	11	30%
Total	38	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca del conocimiento de otras empresas

Figura 13 *Conocimiento de otras empresas de limpieza*



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de otras empresas de limpieza

Análisis e interpretación

Entre los encuestados que afirmaron conocer otras empresas de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga (38 en total), el 70% mencionó a Asolimpso, y el 30% mencionó Servilimpieza. Estos resultados indican que Asolimpso es la empresa más conocida entre los encuestados que tienen conciencia de empresas de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga.

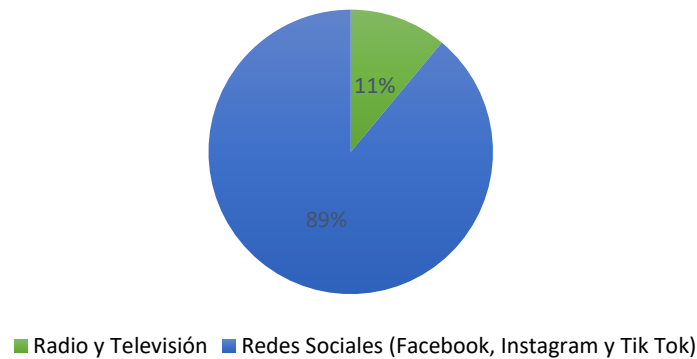
11. ¿En qué medios digitales le gustaría que la empresa SPA Clean ofreciera sus servicios?

Tabla 18 Medios digitales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Radio y Televisión	42	11%
Redes Sociales (Facebook, Instagram y Tik-Tok)	338	89%
Total	380	100%

Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de medios digitales

Figura 14 Medios digitales



Nota: Datos obtenidos de la encuesta acerca de medios digitales

Análisis e interpretación

La mayoría de los encuestados, aproximadamente el 89%, expresó su preferencia de medios digitales, específicamente en redes sociales como Facebook, Instagram y Tik-Tok. Este resultado sugiere que la presencia en plataformas en línea es crucial para llegar a la audiencia objetivo y es una forma efectiva de comercializar servicios de limpieza. Por otro lado, un 11% mencionó la preferencia por medios tradicionales como radio y televisión. Aunque esta cifra es más baja, aún indica que hay una parte de la audiencia que valora la publicidad a través de canales más tradicionales.

2.3 Definición del servicio

La empresa ofrecerá a sus clientes un servicio de limpieza y desinfección para los espacios de sus hogares, disponible en modalidades diarias o semanales. Este servicio será llevado a cabo por el personal de la empresa, el cual estará equipado con la indumentaria y los elementos necesarios para garantizar la seguridad y la higiene adecuadas:

- Desinfección y limpieza de superficies tanto verticales como horizontales, junto con la retirada de residuos.
- Limpieza de muebles y equipos específicos utilizando productos ecológicos y métodos apropiados.
- Limpieza e higiene de los baños siguiendo las normas estándar de limpieza y desinfección.
- Limpiar las superficies de vidrio siguiendo los protocolos específicos y teniendo en cuenta las medidas de seguridad necesarias.
- Desinfección y limpieza de áreas extensas mediante el uso de maquinaria y equipos especializados.

Atributos sobresalientes de nuestros productos y servicios

Dado que nuestro producto se basa en la prestación de un servicio intangible, nuestra estrategia se centra en la entrega de una experiencia diferenciada. Por consiguiente, nuestro enfoque primordial radica en la selección de un equipo altamente competente y comprometido con la excelencia en la ejecución de sus responsabilidades. Nos proponemos reclutar individuos que demuestran una disposición innata hacia el trabajo, sean puntualidad personificada, posean una presencia impecable y sean dignos de confianza.

La calidad de nuestra oferta está intrínsecamente ligada a dos aspectos cruciales:

- Suministro de insumos: Nos comprometemos a abastecer nuestros productos de limpieza con elementos ecológicos, garantizando su distribución oportuna por nuestro personal para evitar inconvenientes por escasez de suministros básicos. Reconociendo las dificultades reportadas por empresarios del sector debido a fallos en las entregas, nos esforzamos por asegurar una gestión eficiente de los insumos.
- Contacto directo con el cliente: Reconociendo las limitaciones asociadas a la tercerización de servicios, como la falta de un punto de contacto visible para recibir reclamos y ofrecer

soluciones inmediatas, hemos establecido la apertura de un local comercial. Este espacio garantiza la atención directa de nuestros clientes por parte del propietario de la empresa, asegurando una respuesta rápida y eficaz a sus necesidades y preocupaciones.

2.4 Especificaciones del servicio

1. **Frecuencia de limpieza:** Determinar la frecuencia con la que se realizara el servicio de limpieza, por ejemplo: semanal, quincenal, mensual de acuerdo a las necesidades del cliente.
2. **Áreas a limpiar:** Indica cuales son las áreas de específicas que se debe limpiar según el gusto del cliente, como habitaciones, baños, comedor, cocina, pasillos.
3. **Tareas específicas:** Enumerar las tareas específicas que debe realizar en cada área como puede ser: barrer, trapear, aspirar, sacudir, desinfectar.
4. **Suministros y equipos:** Proporcionara los suministros de limpieza y equipos necesarios que será proporcionado por la empresa que presta el servicio de limpieza ya que se utilizara productos que no contaminen el medio ambiente.

Si existe alguna preferencia con respecto a los productos o métodos de limpieza al gusto del cliente.
5. **Horarios y acceso:** Se podrá establecer horarios en la que se llevará a cabo la limpieza y la duración estimada del servicio.

Si el cliente no está presente se recibirá instrucciones sobre cómo ingresar a la vivienda para poder brindar el servicio.
6. **Política de cancelación y cambios:** Especifica políticas en caso de cancelación o cambios en el horario programado.

Define si existe algún recargo por cancelación fuera del plazo establecido.

7. **Costo y facturación:** se establecerá el costo del servicio y la frecuencia de facturación como puede ser semanal, quincenal, mensual.
8. **Comunicación:** La comunicación entre el cliente y el servicio será por correo electrónico, mensajes de texto llamadas se proporcionará un número de emergencias o cambios de último minuto.
9. **Garantía y satisfacción:** La empresa ofrecerá la garantía y satisfacción al cliente puesto a que el personal será capacitado para ofrecer este servicio.
10. **Referencias y revisiones:** Pide y proporciona referencias, si es necesario. Establece un proceso para la revisión continua del servicio para asegurar la calidad.

Uniformes

Los uniformes para los trabajadores de la empresa SPA Clean deben ser funcionales, cómodos y transmitir una imagen de limpieza y profesionalismo.

- Optar por colores como azul claro o verde claro que son asociados común mente con limpieza y frescura.
- Materiales duraderos y fáciles de lavar ya que se pueden ensuciarse fácilmente, telas resistentes a manchas y fáciles de mantener son idóneas.
- Priorizar diseños simples y funcionales que no obstaculicen la movilidad del personal. Los uniformes deben ser cómodos para permitir una fácil realización de tareas de limpieza.
- Incluye el logotipo y el nombre de la empresa de manera clara en el uniforme. Esto no solo brinda una identificación clara, sino también contribuye a la promoción de la marca.
- Incluyen bolsillos prácticos para los uniformes de los trabajadores pueden llevar consigo pequeñas herramientas o productos de limpieza.

- Incluir gorros o redes para el cabello, especialmente si es necesario tener altos estándares de higiene.
- Proporcionar uniformes en una variedad de tallas para garantizar un ajuste cómodo para todos los empleados
- El calzado debe ser cómodo y cumplan con los estándares de seguridad necesarios para el tipo de tareas que realiza el personal de limpieza.

Es importante tener en cuenta las necesidades específicas del personal de limpieza y del entorno en el que trabajan al diseñar uniformes. La comodidad y la funcionalidad son clave para asegurar que el personal pueda realizar sus tareas de manera eficiente y profesional.

Figura 15 Uniformes de los trabajadores



Nota: Datos obtenidos por investigación

2.5 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha implica realizar una estimación de la cantidad de demanda que no será cubierta por la oferta actual durante el periodo anual.

A continuación, se presenta la demanda insatisfecha, obtenida de la primera pregunta de la encuesta realizada.

Tabla 19*Demanda Insatisfecha en m²*

Año	Demanda Insatisfecha Proyectada por viviendas	Tasa de crecimiento poblacional	Demanda insatisfecha proyectada por m²
2023	21801	1,56%	2807553
2024	22141	1,56%	2851350
2025	22486	1,56%	2895831
2026	22837	1,56%	2941006
2027	23193	1,56%	2986886
2028	23555	1,56%	3033482

Nota: Datos obtenidos por la primera pregunta del proyecto

Análisis:

Para la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la pregunta general sobre la superficie de la vivienda; que cuenta con rangos por m² y la frecuencia que los encuestados respondieron a la misma, se realizó el cálculo de la media de rangos por m² a continuación se multiplicamos la frecuencia por la media de rangos por m² para finalizar sumamos Frecuencia por media y se obtuvo un valor de total de 127 m². (Anexo 3).

Inicialmente se toma el valor total de la población 32060 se obtiene el 68% que es la aceptación que tiene el proyecto y multiplicado por la tasa de crecimiento poblacional del 1,56% de esta manera se obtiene la demanda insatisfecha proyectada por viviendas. Se tomó en cuenta la pregunta general sobre la superficie de la vivienda; que cuenta con rangos por m² y la frecuencia con que los encuestados respondieron a la misma, se realizó el cálculo de la media de rangos por m² a continuación se multiplica la frecuencia por la media de rangos por m² para finalizar sumamos la columna de Frecuencia por media y se obtuvo un valor de total de 127 m². (Anexo 3). Finalmente, para el cálculo de la demanda insatisfecha proyectada por m² se multiplica la columna de demanda insatisfecha proyectada por viviendas por los 127 m² y se obtiene los datos requeridos para la investigación. Lo cual multiplicamos el número de demanda insatisfecha y lo convertimos en m².

Figura 16 *Demanda Insatisfecha*

Nota: Datos obtenidos por investigación

Mediante la investigación se determinó que la empresa tiene una alta demanda insatisfecha por la falta de empresas dedicadas netamente a la limpieza de hogares lo cual sería un resultado favorable para la continuación del proyecto.

2.8 Análisis de precios

Para (Nwadike, 2023) El análisis de precios, en la industria general, es el método de analizar y evaluar un precio propuesto sin evaluar sus elementos de costo separados y la ganancia propuesta.

Cálculo y proyección de precios

Se tomó en cuenta el precio de la competencia para el cálculo de los precios a continuación se detalla cada uno de ellos.

Tabla 20*Precios de la competencia*

Empresa	Precio m ² de limpieza de casas y departamentos
BIGPROCLEAN. S.A	1,92
Servilimpieza Madrid	1,82
Cleaning Solution	1,97
Promedio	1,90

*Nota: Datos obtenidos por investigación***2.9 Precios proyectados**

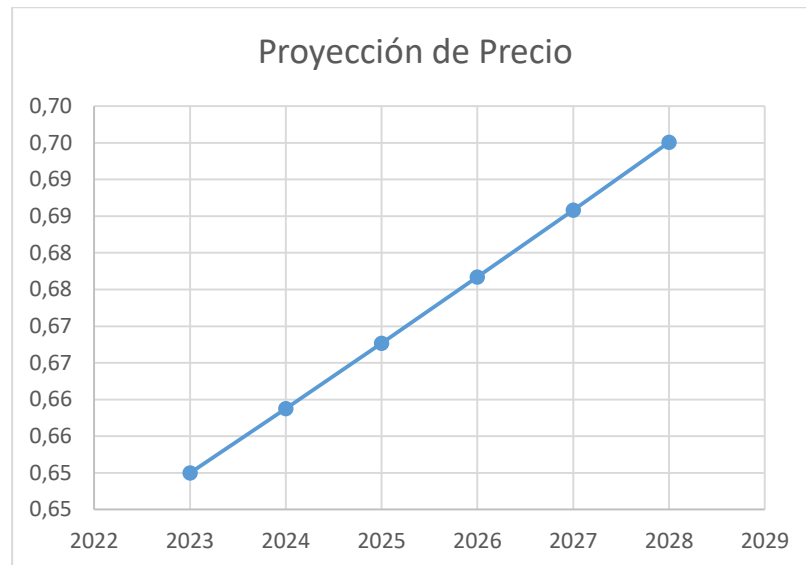
El precio que nuestra empresa ofrece es de 0.65 ctvs. por m² de la vivienda tomando en cuenta un costo total del servicio dividido para el consumo del servicio consiguiendo el costo unitario y obteniendo el precio de venta por m²

Es el valor monetario que la empresa está dispuesta a ofrecer por la prestación de sus servicios o a su vez que los consumidores estén dispuestos a pagar. Para la proyección del precio se realiza mediante la tasa de inflación que es de 1.35 % Según el (INEC 2023) de la siguiente manera:

Tabla 21*Proyección de precios*

Año	Precio	Tasa de Inflación 1,35%
2023	0,70	0,01
2024	0,71	0,01
2025	0,72	0,01
2026	0,73	0,01
2027	0,74	0,01
2028	0,75	0,01

Nota: Datos obtenidos por investigación

Figura 17 *Proyección de precios*

Nota: Datos obtenidos por investigación

Análisis.

La empresa SPA Clean ofrece un precio de 0.70 por m² lo cual se calculó el costo total dividido para el costo unitario de 0.59 lo cual se tomó en cuenta un 20% de utilidad

Análisis de Comercialización

Figura 18 *Tipo de comercialización*

Nota: Datos obtenidos del proyecto

- **Comercialización directa:** Los canales de distribución de la empresa SPA Clean será de forma directa para que las personas puedan adquirir libremente nuestro servicio de esta manera podemos interactuar con los clientes directamente.

2.6 Conclusiones del estudio de mercado

- El 68% de los encuestados contestaron que si contratarían el servicio de limpieza en la ciudad de Latacunga obteniendo como demanda insatisfecha 21801 viviendas.
- Mediante las encuestas realizadas se puede observar que no existen empresas que se dediquen netamente a prestar los servicios de limpieza para los hogares.
- Según los resultados tenemos una demanda insatisfecha de 2807553 por m².
- Se tomó en cuenta el precio empresa está ofreciendo mediante el cálculo del costo total dividido para el consumo de servicio que nuestro costo unitario por m² es de 0.65 lo cual nuestros precios serán competitivos y accesibles.
- Se puede mencionar que el 90% de los encuestados consideran importante que se utilice productos ecológicos que cuiden la salud de las personas que viven en su hogar, el 6% de encuestados mencionaron que no les interesa la utilización de productos ecológicos.
- La empresa necesitara que los empleados tengan un uniforme cómodo para que puedan realizar cómodamente el servicio.

III CAPÍTULO

3 ESTUDIO TÉCNICO

Al finalizar el estudio de mercado se pudo definir que la población de la ciudad de Latacunga de la zona urbana en su mayor porcentaje de personas contrataría el servicio de limpieza para sus hogares, pero a la vez requieren que el personal encargado de limpieza sea capacitado para la prestación del servicio, así como la utilización de uniformes adecuados para este trabajo.

Una conclusión crucial extraída de este estudio es la necesidad de establecer una función de producción que mejore la utilización de los recursos disponibles en la prestación del servicio. A través de esta función, se podrá recopilar información sobre los requerimientos de capital, mano de obra y materiales, tanto para el inicio como para la operación continua del proyecto. (Sapag, 2008)

3.1 En función de materia prima.

La empresa ofrecerá el servicio de limpieza para hogares lo cual como materia prima tendríamos productos ecológicos que nos ayudan a realizar esta labor:

Tabla 22 *Materia prima*

Abrillantador de madera:

Producto seguro que no solo limpiará e iluminará, sino que neutralizará la superficie de la madera.



Ambiental:

Con fragancias sutiles y refrescantes que perduran durante días en todos los espacios de tu hogar, mientras previenen la aparición de olores desagradables.



Removedor de cera:

Es un producto ideal para eliminar el residuo de ceras y abrillantadores en pisos de madera, mármol, vinil, baldosa, gres, porcelanato, modulares, puertas



Cera para pisos:

Es una cera líquida que sirve para dar protección a pisos de preferencia previamente sellados, protege de rayones, polvo y contaminantes



Cloro líquido:

Es un agente desinfectante. Lo que significa que puede separar fácilmente el soluto y desinfectar al mismo tiempo.



Desinfectante:

Está hecho a base de material biodegradable y tiene un contenido ecológico, que ayudará a la limpieza del hogar evitando dañar el medio ambiente y a nosotros mismos.



Jabones líquidos:

Humecta, limpia y elimina bacterias. Contiene extracto activo de Aloe Vera y Glicerina Vegetal. Una excelente forma de cuidarte.



Líquido para vidrios y espejos:

Limpia, desengrasa y proporciona un brillo deslumbrante. No deja rastro y se seca al instante.



Líquido quita grasas:

Limpiador desengrasante ecológico efectivo para áreas de uso alimentario como bancadas o cocinas.



3.1.1 En función a la mano de obra.

Para poder prestar el servicio de limpieza se debe tomar en cuenta las personas que van a colaborar en nuestra empresa la cual se toma en cuenta 7 personas:

- Administrador: Persona capacitada para guiar a la empresa con la toma de decisiones.
- 6 personas para el área de servicios: Prestan el servicio directo al cliente.

Las personas que se tomarán en cuenta para formar parte de la empresa de servicios de limpieza los cuales serán profesionales capacitados.

3.1.2 En función a la Tecnología.

La planificación del equipo e instalaciones es fundamental para garantizar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente. A continuación, se presentan consideraciones clave para el proyecto:

Tabla 23 *Maquinaria y equipo.*

Aspiradora: es un artefacto que se utiliza para aspirar el polvo y otras partículas pequeñas de suciedad, generalmente del suelo.



Enceradora: es una máquina eléctrica que hace girar uno o varios cepillos para dar cera y lustre a los pavimentos.



Lavadora de alfombras: es un mecanismo que consume agua, electricidad y shampoo para la limpieza de alfombras.



Hidrolavadora: es una máquina que expulsa agua con gran fuerza a través de una lanza, lo que permite hacer el proceso de lavado de forma más eficiente, reduciendo los tiempos de trabajo y ahorro en el consumo de agua.



Shampoo de alfombras: Este producto busca ofrecer una limpieza de alfombras eficaz sin comprometer la salud del medio ambiente está diseñado para limpiar y refrescar alfombras tapetes y otros recibimientos del suelo.



Nota: Datos obtenidos del proyecto

3.1.3 Material de campo

Los materiales de campo son necesarios para llevar a cabo las actividades dentro de las viviendas.

Tabla 24 *Material de campo*

Guantes: Los guantes son esenciales para los empleados para que puedan cubrir sus manos para durante la limpieza se pueden encontrar desechos o materiales que podrían ser peligrosos.



Mascarilla: Las mascarillas tienen el funcionamiento de cubrir nariz y boca de nuestros empleados para la protección del polvo.



Balde: Se utilizará para la preparación de suministro de agua de limpieza, se puede usar para enjuagar paños, esponjas y otros utensilios durante la limpieza.



Cepillos: Los cepillos se utilizarán para limpiar y fregar lugares duros como pisos de cerámica, piedra o madera. Hay cepillos diseñados específicamente para diferentes tipos de superficies.



Envase atomizador: Los atomizadores son eficaces para la aplicación de desinfectantes en diversas superficies, como mesas, pomos de puertas.



Escalera: Permite limpiar en zonas altas.



Escobas: Nos ayuda para la limpieza básica de nuestro servicio.



Franela: Se realiza la eliminación de polvo zonas de polvo.



Palas de basura: Se procede a recoger la basura que sale de la vivienda



Trapeador: Ayuda a limpiar los pisos dejarlos limpios y secos para mayor limpieza y desinfección.



Nota: Datos obtenidos del proyecto

En el mercado ecuatoriano existen empresas que ofrecen materiales y maquinarias de limpieza para facilitar el trabajo de los pequeños emprendimientos que se dedicaran a prestar los servicios dichos.

3.1.4 Insumos para la limpieza

En el mercado ecuatoriano existe la presencia de empresas distribuidoras de implementos de limpieza lo que permite a las pequeñas y nuevas empresas adquirir los mismos a cómodos precios, facilitando su trabajo.

A continuación, se presenta un cuadro en el que se detallan los posibles proveedores de los insumos de limpieza a utilizarse en la nueva empresa:

Tabla 25

Posibles proveedores

N.º	Empresa	Lugar
1	MUNDO ASEO	Latacunga
2	DISFACENTRO	Latacunga
3	SAVE HOME	Latacunga
4	HOGAR VERDE	Tumbaco
5	ASEO A GRANEL	Latacunga

Nota: Datos obtenidos del proyecto

3.2 Tamaño de propuesta

Tamaño

Una vez terminada la investigación de campo, se obtuvo la demanda insatisfecha por el número de viviendas y por metros cuadrados

Según el estudio de mercado que se realizó de la demanda insatisfecha para el año 2023, los servicios de limpieza para hogares son de 2807553 m² en el cual se cubrirá un 10% con participación en el mercado.

Tabla 26 Participación del mercado

Año	Demanda insatisfecha por viviendas	Demanda insatisfecha por m ²	Participación en el mercado	Oferta estimada por viviendas	Oferta estimada por m ²
2023	21801	2807553	10%	2180	280755
2024	22141	2851350	10%	2214	285135
2025	22486	2895831	10%	2249	289583
2026	22837	2941006	10%	2284	294101
2027	23193	2986886	10%	2319	298689
2028	23555	3033482	10%	2356	303348

Nota: Datos obtenidos del proyecto

El presente proyecto de servicio de limpieza cubrirá una demanda insatisfecha del 10% al finalizar los 5 años, la empresa cuenta con un crecimiento terciario a medida que aumenta el número de viviendas el costo de servicio de limpieza ira incrementado, tomando en cuenta que la empresa tiene 68% de aceptación.

3.2.1 Plan de producción (Servicio)

Se observa en el siguiente cuadro la cantidad de metros cuadrados que la empresa va cubrir diariamente y mensual mente durante los próximos 5 años dado que el 10% de la demanda insatisfecha para el quinto año es de 303348 m² anual.

Tabla 27 *Plan de producción*

Años	Años/ m ²			
	Oferta estimada por viviendas mensuales	Oferta estimada por viviendas diaria	Oferta estimada por m ² mensuales	Oferta estimada diaria por m ²
2023	182	6	23396	780
2024	185	7	23761	792
2025	187	7	24132	804
2026	190	7	24508	817
2027	193	7	24891	830
2028	196	8	25279	843

Nota: Datos obtenidos del proyecto

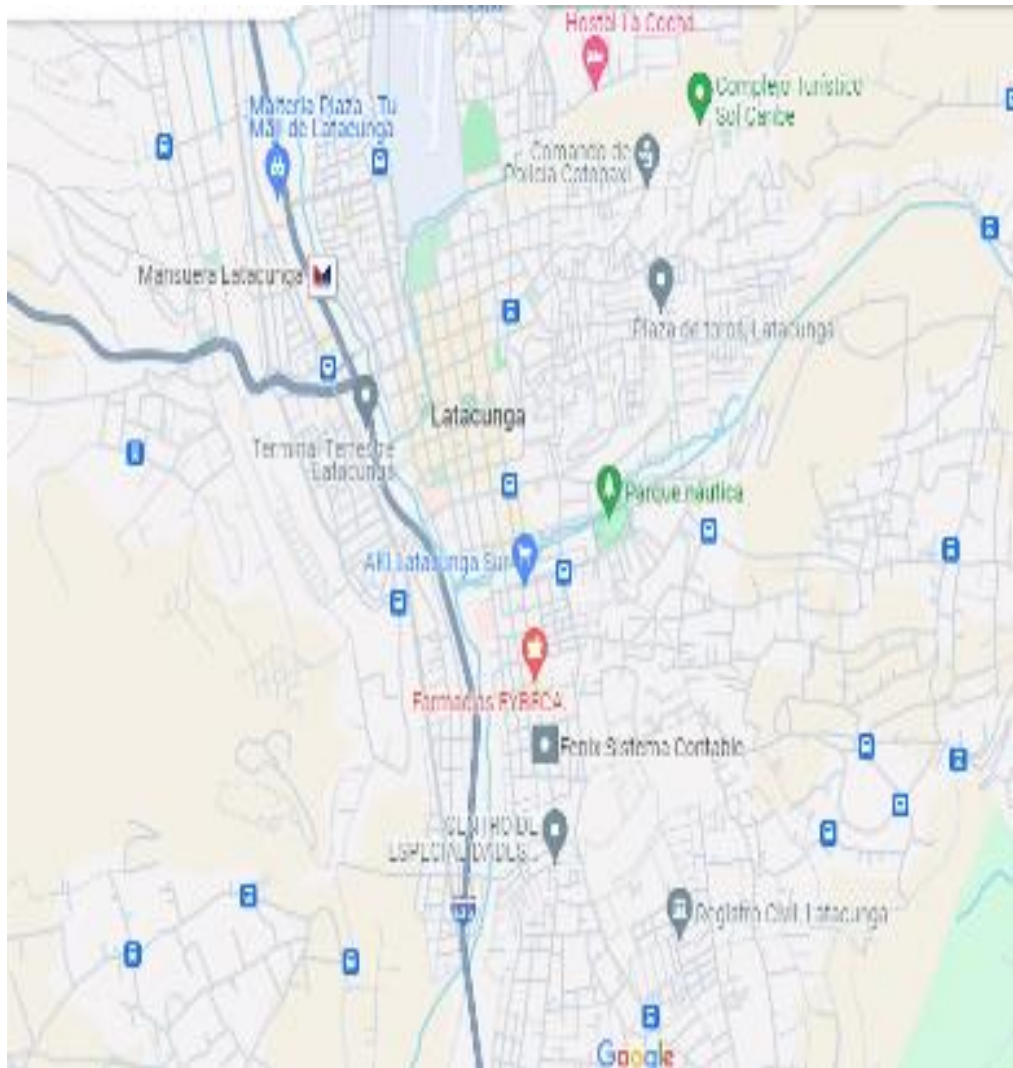
3.2.2 Ubicación de la empresa

Macro localización

La empresa está ubicada en Ecuador, en la región sierra, en la provincia de Cotopaxi, en el cantón Latacunga considerando los factores siguientes:

- Acceso a los clientes potenciales.
- No existe competencia
- Bajos costos de arriendos.
- Fácil movilidad de transporte.
- Accesibilidad de servicios básicos.

Figura 19 Macro localización



Nota: Localización macro para la implementación de la empresa de servicio de limpieza

3.2.3 Micro Localización

Tabla 28 Matriz de localización

MATRIZ DE LOCALIZACION							
Factores	Peso	San Felipe		San buena Aventura		Nueva vida	
		Calificación/10	Calificación Ponderada	Calificación /10	Calificación Ponderada	Calificación /10	Calificación Ponderada
Servicios básicos disponibles	0,15	9	1,35	7	1,05	8	1,2
Acceso a proveedores clave	0,15	8	1,2	5	0,75	9	1,35
Costo arriendo	0,15	7	1,05	6	0,9	6	0,9
Desarrollo urbanístico y perspectivas de crecimiento	0,15	9	1,35	8	1,2	4	0,6
Acceso a clientes	0,15	9	1,35	5	0,75	6	0,9
Seguridad y entorno empresarial	0,10	8	0,8	4	0,4	5	0,5
Proximidad a áreas residenciales	0,15	10	1,5	6	0,9	4	0,6
TOTAL	1		8,6		5,95		6,05

Nota: Datos obtenidos del proyecto

Se puede observar que la mejor localización para la empresa es en el sector de San Felipe, que cuenta con un acceso fácil para los servicios básicos, también se toma en cuenta que existe menor costo de arriendo y nos ayuda a disminuir costos, el acceso del servicio para los clientes es mucho más fácil y sencilla de llegar, este lugar existirá proyectos de nuevas viviendas los cuales podrían ser nuevos clientes para la empresa de limpieza.

La empresa estará ubicada en:

País: Ecuador

Región: Sierra

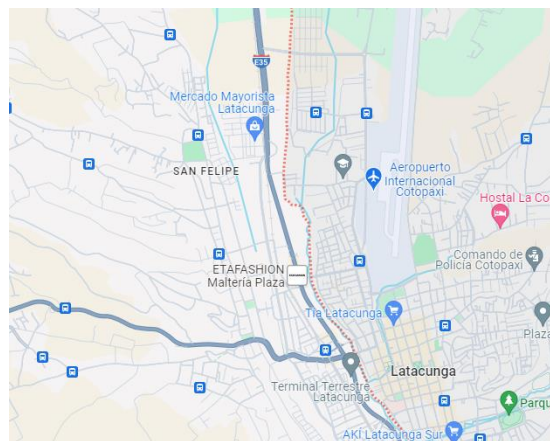
Provincia: Cotopaxi

Cantón: Latacunga

Parroquia: Eloy Alfaro

Barrio: San Felipe

Figura 20 *Micro Localización*



Nota: *Elaborado por Google maps*

3.3 Segmentación del mercado

Los mercados consisten en una variedad de compradores, cada uno con características distintivas que los hacen únicos. Estas diferencias pueden incluir preferencias, capacidad económica, ubicación geográfica, actitudes hacia la compra y comportamientos de compra. La segmentación de mercado implica dividir estos grandes mercados diversos en segmentos más específicos y manejables. Esto permite a las empresas llegar de manera más efectiva y eficiente a estos grupos con productos y servicios diseñados para satisfacer sus necesidades particulares.

Tabla 29 *Segmentación del mercado*

Variables	Características
Geográfica	
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi
Ciudad	Latacunga
Zona	Urbana
Parroquia	Eloy Alfaro
Barrio	San Felipe
Densidad	Viviendas
Demográfica	
Sexo	Masculino – Femenino
Viviendas	Características de vivienda
Psicográfica	
Estilo de vida	Personas que se preocupan por mantener limpio su hogar.
Conductual	
Razones de compra	Falta de tiempo
Frecuencia de compra	Frecuente
Frecuencia	Usuario potencial

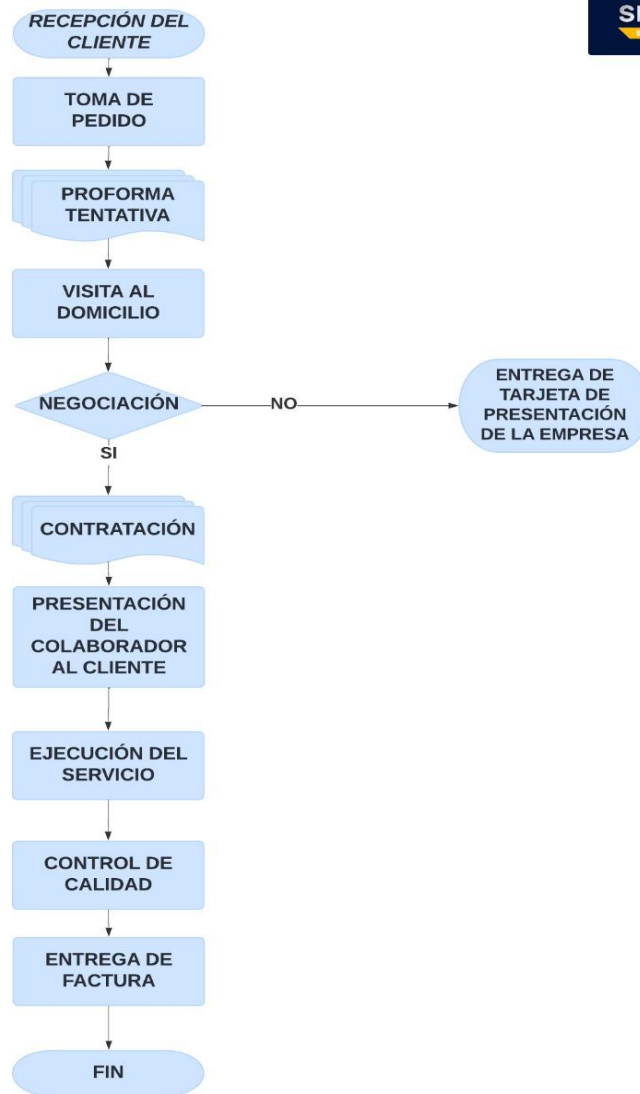
Nota: Datos obtenidos del proyecto

El cuadro anterior revela que el segmento principal de mercado para la empresa de servicios de limpieza es viviendas es mayormente la población femenina en la Zona urbana de la Ciudad de Latacunga, parroquia Eloy Alfaro, Barrio San Felipe, con ocasión de uso frecuente y con poco tiempo para la realización de las tareas del hogar.

3.4 Flujograma de procesos

Figura 21 *Flujograma de Procesos*

**DIAGRAMA DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN DEL
SERVICIO DE LIMPIEZA**



Nota: Datos obtenidos del proyecto

Proceso de Realización del Servicio

1. Visita e inspección del domicilio: La visita al domicilio, se realiza para comprobar y calcular el tiempo de limpieza y a su vez el precio del servicio. También los lugares o habitaciones especiales, cuartos adicionales y otros imprevistos que no se hayan mencionado en la empresa.
2. Negociación: Se acuerdan los horarios y días de limpieza, así como también ofertas por la iniciación del negocio, firmando un contrato de trabajo.
3. Presentación del colaborador de limpieza al cliente: Se presenta una ficha con los datos principales de la o el colaborador de limpieza, para mayor confianza por parte del cliente.
4. Ejecución del servicio de limpieza: Se procede a realizar la limpieza de la vivienda.
 - Preparación de los materiales e insumos
 - Realización de limpieza
 - Limpieza de materiales e insumos
 - Eliminación de desechos por los desfogues de la vivienda
 - Recoger los materiales e insumos utilizados.
5. Control de calidad del servicio: El cliente deberá realizar el respectivo control del servicio, en base a su requerimiento y satisfacción.
6. Entrega de Factura al cliente: Se procede a la firma y entrega de la factura con sus respectivas copias.

Tabla 30 *Proceso del servicio por tiempo*

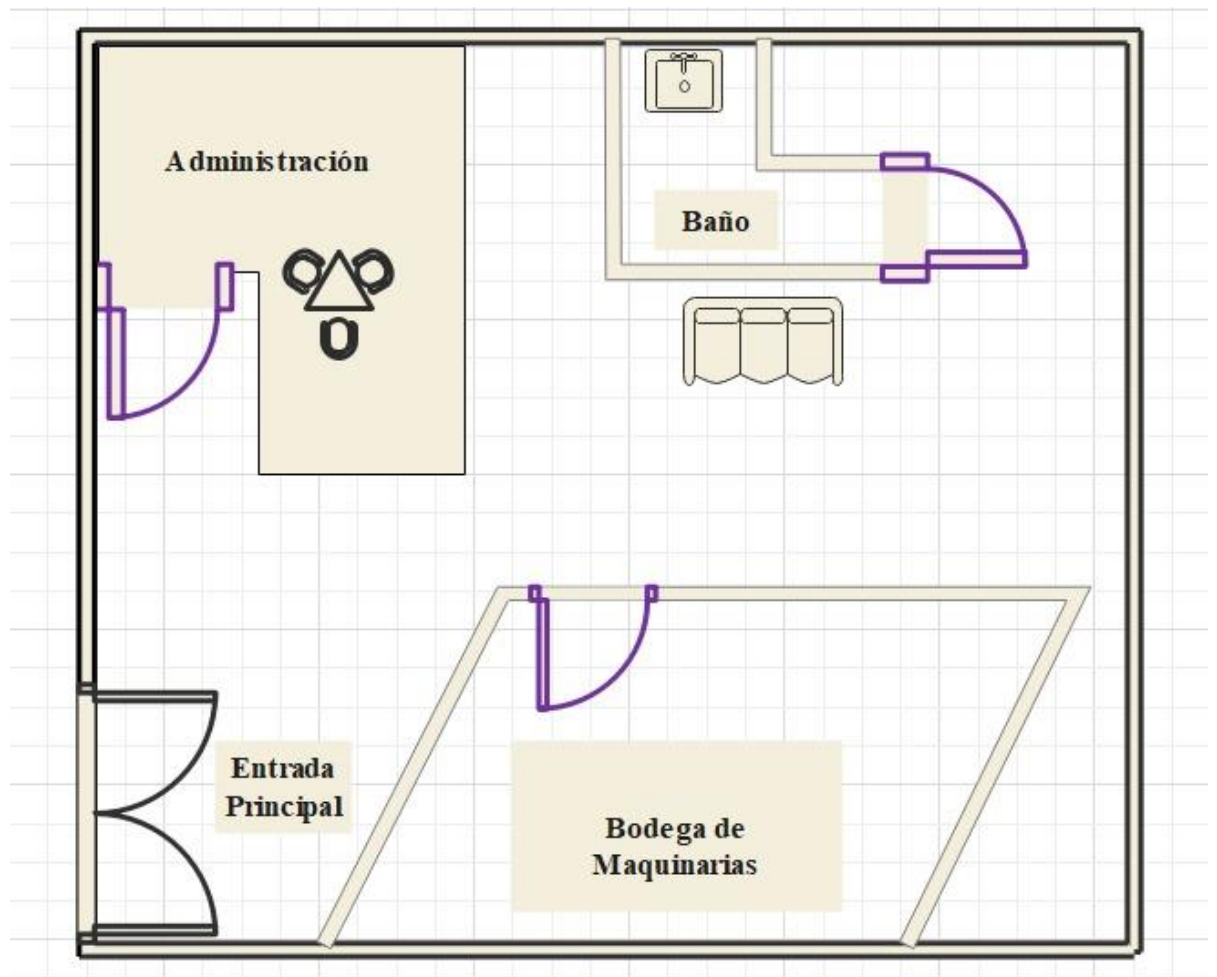
Proceso	Tiempo
Preparación de los materiales e insumos.	30 min
Realización de limpieza	120 min
Limpieza de materiales e insumos	30 min
Eliminación de desechos por los desfogues de la vivienda	20min
Recoger los materiales e insumos utilizados.	15 min
Entrega de factura	15 min

Nota: Datos obtenidos del proyecto

3.4.1 Distribución administrativa

En esta área se encontrarán la entrada principal que a lado izquierdo se encontrara recepción también estará una oficina que ocupara el administrador y se la utilizara como una sala de juntas lo cual se requiere $10 * 10 \text{ m}^2$

Figura 22 Distribución administrativa



Nota: Datos obtenidos del proyecto

3.5 Requerimientos del proyecto

Después de determinar la ubicación óptima para la nueva empresa y finalizar el diseño de la empresa se procede a realizar una estimación de los costos asociados con la ejecución del proyecto de inversión.

Tabla 31 *Requerimientos del proyecto*

Vehículo			
Descripción	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
Vehículo	1,00	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
TOTAL			\$ 10.000,00

Maquinaria y equipo			
Descripción	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
Maquinaria y equipo			
Aspiradora Electrolux ERG24N	6	\$379,99	\$2.279,94
Enceradora Inalámbrica EWBANK FP90	6	\$259,99	\$1.559,94
Lavadora de alfombras Bissell Big Green	6	\$250,00	\$1.500,00
Hidrolavadora	6	\$280,00	\$1.680,00
Escaleras	6	\$90,00	\$540,00
Juego de herramientas	6	\$83,00	\$498,00
TOTAL			\$8.057,88

Muebles y enseres

Descripción	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
Sillas	7	\$ 6,50	\$ 45,50
Estanterías	6	\$ 60,00	\$ 360,00
Escritorio	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Silla de oficina	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 545,50

Equipo de Computo

Descripción	Unidad	Precio unitario	Precio total
Impresora	1	300	300
computadoras Core i 3	1	\$ 499,99	\$ 499,99
TOTAL			\$ 799,99

Materia Prima

Descripción	Consumo mensual m2	Precio unitario	Precio total
Abrillantador de madera	46793	\$ 0,008	\$ 374,34
Ambiental	46793	\$ 0,020	\$ 935,85
Removedor de cera	46793	\$ 0,010	\$ 467,93
Cera para pisos	46793	\$ 0,030	\$ 1.403,78
Cloro Líquido	46793	\$ 0,080	\$ 3.743,40
Desinfectante	46793	\$ 0,010	\$ 467,93
Jabones Líquidos	46793	\$ 0,020	\$ 935,85
Líquido para vidrios y espejos	46793	\$ 0,008	\$ 374,34
Líquido quita grasas	46793	\$ 0,020	\$ 935,85
TOTAL			\$ 9.639,27

Mano de obra Directa

Descripción	N°	Precio unitario	Precio total
Personal para el área de servicios	6	\$ 452,75	\$ 2.716,50
TOTAL			\$ 2.716,50

Gastos de ventas y administración

Descripción	Consumo mensual	Precio unitario	Precio total
Administrador	1	\$ 452,75	\$ 452,75
Publicidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 552,75

Activos Fijos Intangibles

Descripción	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
Registro de Marca	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Permisos	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Gastos de Constitución	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Patentes	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Software	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 425,00

Nota: Datos obtenidos del proyecto

IV CAPITULO

4 ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Edilberto (2001) afirma que la evaluación financiera implica la organización y registro contable de los análisis previos, brindando así la capacidad de validar los resultados generados por el proyecto. Además, se examina la liquides del proyecto para cumplir con sus responsabilidades tanto operativas como no operativas. Por último, se analiza la estructura financiera a través del balance general proyectado.

4.1 Inversión inicial total requerida

La inversión inicial requerida para la creación de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga se detalla a continuación:

Tabla 32 *Inversión inicial Total*

No	DETALLE	VALOR
1	Inversión (a+b)	\$ 25.079,44
	a) Inversión Fija	\$ 19.403,37
	Vehículo	\$ 10.000,00
	Maquinaria y equipo	\$ 8.057,88
	Muebles y enseres	\$ 545,50
	Equipo de Computo	\$ 799,99
	b) Inversión diferida	\$ 5.676,07
	Gastos de instalación	\$ 600,00
	Gastos de constitución	\$ 1.000,00
	Intereses de pre-operación	\$ 3.105,90
	Imprevistos (5% activos fijos)	\$ 970,17
2	Capital de trabajo	\$ 13.193,52
	Materia prima	\$ 9.639,27
	Mano de obra directa	\$ 2.716,50
	Costos generales de fabricación	\$ 285,00
	Gasto de venta y administración	\$ 552,75
	<i>Inversión Total (1+2)</i>	\$ 38.272,95

Nota. Datos obtenidos del proyecto

La inversión inicial está distribuida en activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo lo que permite planificar y evaluar la viabilidad del proyecto. Tomando en cuenta el capital de trabajo (\$13.193,52), con énfasis en la materia prima. Mientras que la inversión en activos diferidos es de \$ 5.676,07 y la inversión fija incluye vehículos, maquinaria y equipo, muebles y enseres y equipo de cómputo de \$ 19.403,37. Por lo tanto, para poner en marcha la empresa de servicios de limpieza se requiere una inversión total de \$ 38.272,95

4.1.1 Programa de inversiones

Tabla 33 Programa de inversiones

N°	Actividades	Año 2024																			
		Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diseño del Proyecto																				
2	Constitución jurídica y tramites de BanEcuador																				
3	Compra de activos fijos e instalación																				
4	Selección y contratación del personal																				
5	Compra de materia prima																				
6	Prueba de equipos																				
7	Publicidad y promoción																				
8	Puesta en Marcha																				

Nota. Datos obtenidos del proyecto

4.2 Estructura del financiamiento requerido

El financiamiento requerido para la puesta en marcha de la empresa es de \$ 28.000. Este financiamiento se distribuirá estratégicamente entre activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo, abordando necesidades críticas como la adquisición de instalaciones y equipos, gastos de instalación y constitución, así como la disponibilidad de fondos para cubrir los costos operativos iniciales.

4.2.1 Financiamiento con Aporte Propio

La aportación de las investigadoras para el proyecto es del 28%. Lo cual indica el compromiso de las inversoras. Este nivel significativo de aporte propio demuestra una fuerte confianza en el proyecto, reduciendo la dependencia de financiamiento externo y minimizando la carga financiera inicial.

4.2.2 Financiamiento mediante préstamos.

El financiamiento se lo realizara a través de un préstamo obtenido de BanEcuador con una tasa de interés del 10,71% a 5 años plazo con cuotas fijas. El préstamo bancario corresponde al 72% de la inversión total siendo \$ 28.000. Este enfoque equilibra la necesidad de capital externo con la preservación de recursos internos, permitiendo una gestión de flujo de efectivo más flexible y respaldando la implementación eficiente de la infraestructura necesaria para el éxito del proyecto.

A continuación, se detalla cómo estará distribuido el financiamiento para la empresa de servicios de limpieza en la Ciudad de Latacunga:

Tabla 34 Estructura del financiamiento

No	DETALLE	APORTE PROPIO	APORTE SOLICITADO	TOTAL
1	Inversión (a+b)			\$ 25.079,44
	a) Inversión Fija	\$ -	\$ 19.403,37	\$ 19.403,37
	Terrenos			
	Edificios y construcciones			
	Vehículo		\$ 10.000,00	
	Maquinaria y equipo		\$ 8.057,88	
	Muebles y enseres		\$ 545,50	
	Equipo de computo		\$ 799,99	
	b) Inversión diferida	\$ 59,17	\$ 5.616,90	\$ 5.676,07
	Gastos de instalación		\$ 600,00	
	Gastos de constitución		\$ 1.000,00	
	Intereses de pre-operación		\$ 3.105,90	
	Imprevistos (5% activos fijos)	\$ 59,17	\$ 911,00	
2	Capital de trabajo	\$ 10.408,52	\$ 2.785,00	\$ 13.193,52
	Materia prima	\$ 7.139,27	\$ 2.500,00	
	Mano de obra directa	\$ 2.716,50		
	Costos generales de fabricación		\$ 285,00	
	Gasto de venta y administración	\$ 552,75		
	<i>Inversión Total (1+2)</i>	\$ 10.467,69	\$ 27.805,27	\$ 38.272,95

Nota. Datos obtenidos del proyecto

4.2.3 Condiciones Financieras del Préstamo

En la siguiente tabla se muestra la amortización del préstamo, y cuáles serán el interés que se deben pagar anualmente.

Tabla 35 *Amortización del Financiamiento.*

AÑO	AÑO	Cuotas	INTERES	Amortización	SALDO
0	0		2.998,80		28.000,00
1	1	7.520,78	2.998,80	4.521,98	23.478,02
2	2	7.520,78	2.514,50	5.006,28	18.471,74
3	3	7.520,78	1.978,32	5.542,46	12.929,28
4	4	7.520,78	1.384,73	6.136,05	6.793,23
5	5	7.520,78	727,55	6.793,23	0,00
		37.603,90	9.603,90	28.000,00	

Nota. Adaptado de BanEcuador (2024).

4.3 Determinación de Costos Operativos.

El establecimiento de los costos de operación para la empresa de servicios de limpieza es de gran importancia. Este proceso implica un análisis minucioso de los costos asociados con las prestaciones de servicios, abarcando desde la adquisición de materiales y suministros, salarios del personal, costos de depreciación, hasta gastos administrativos, de ventas y de marketing.

4.3.1 Costos Fijos y Variables

Los costos variables son aquellos que varían en proporcionar al volumen total de producción, venta de productos o la prestación de servicios. Por otro lado, los costos fijos mantienen una magnitud constante, independientemente de las variaciones a los volúmenes de producción o ventas (González, 2015).

4.3.2 Costos Anuales Projectados

Los costos que se utilizarán para la prestación de servicios de limpieza se detallan a continuación con sus respectivas proyecciones:

Tabla 36 Costos Anuales y Projectados

	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Metros cuadrados	280.755	285.135	289.583	294.101	298.689	303.348
DETALLE DE COSTOS						
1. Costos Fijos	\$ 48.684,27	\$ 55.067,75	\$ 55.454,00	\$ 55.805,10	\$ 56.115,52	\$ 50.879,62
<u>Mano de Obra Directa</u>	\$ 32.598,00	\$ 33.38,07	\$ 33.484,09	\$ 33.936,12	\$ 34.394,26	\$ 34.858,58
<u>Costos Generales de Fabricación:</u>	\$ 6.454,47	\$ 6.474,18	\$ 6.494,15	\$ 6.514,40	\$ 6.534,92	\$ 1.561,25
Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.216,20	\$ 1.232,62	\$ 1.249,26	\$ 1.266,12	\$ 1.283,22
Servicios Básicos	\$ 20,00	\$ 20,27	\$ 20,54	\$ 20,82	\$ 21,10	\$ 21,39
Suministros y materiales de limpieza	\$ 240,00	\$ 243,24	\$ 246,52	\$ 249,85	\$ 253,22	\$ 256,64
Depreciaciones	\$ 3.880,67	\$ 3.880,67	\$ 3.880,67	\$ 3.880,67	\$ 3.880,67	\$ -
Amortizaciones de la Inversión Deferida	\$ 1.113,79	\$ 1.113,79	\$ 1.113,79	\$ 1.113,79	\$ 1.113,79	\$ -
<u>Gastos Administrativos y de Ventas:</u>	\$ 6.633,00	\$ 13.041,00	\$ 13.497,44	\$ 13.969,85	\$ 14.458,79	\$ 14.459,79
Sueldos y salarios	\$ 6.633,00	\$ 6.722,55	\$ 6.813,30	\$ 6.905,28	\$ 6.998,50	\$ 7.092,98
<u>Gastos Financieros:</u>	\$ 2.998,80	\$ 2.514,50	\$ 1.978,32	\$ 1.384,73	\$ 727,55	\$ -
Intereses	\$ 2.998,80	\$ 2.514,50	\$ 1.978,32	\$ 1.384,73	\$ 727,55	\$ -
2. Costos Variables	\$ 115.671,18	\$ 117.232,74	\$ 118.815,39	\$ 120.419,39	\$ 122.045,06	\$ 123.692,66
Materia prima	\$ 115.671,18	\$ 117.232,74	\$ 118.815,39	\$ 120.419,39	\$ 122.045,06	\$ 123.692,66
TOTAL	164.355,45	172.300,49	174.269,39	176.224,49	178.160,58	174.572,28

Nota. Información obtenida del proyecto

4.3.3 Unitario de Prestación del Servicio.

El costo unitario se calcula dividiendo los costos anuales proyectados entre la cantidad de servicios prestados. Este cálculo permite evaluar la eficiencia operativa.

Para el cálculo del costo unitario del servicio se utiliza la siguiente fórmula como se muestra a continuación:

$$\text{Costo Unitario de Producción} = \frac{\text{Costos Totales}}{\text{Cantidad total de servicios}}$$

Tabla 37 Costo Unitario del Servicio por Metro Cuadrado

DETALLE	AÑOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Costo Total	164.355,45	172.300,49	174.269,39	176.224,49	178.160,58	174.572,28
Consumo Servicio	280.755	285.135	289.583	294.101	298.689	303.348
Costo Unitario	0,59	0,60	0,60	0,60	0,60	0,58
Precio de Venta	0,70	0,71	0,72	0,73	0,74	0,75
Posible Utilidad	0,12	0,11	0,12	0,13	0,14	0,17

Nota. Información obtenida del proyecto

La tabla proporciona un análisis detallado del costo unitario proyectado. Con esta información se puede observar que la utilidad va desde \$0,12 en 2023 hasta \$0,17 en 2028. La tendencia al alza de precio de venta y la consiguiente mejora en la utilidad reflejan una estrategia efectiva de ajuste de precios para mantener la rentabilidad al largo de los años.

4.4 Determinación de los Ingreso

Los ingresos que se obtendrán en el sector de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga requieren un enfoque integral que considere la demanda del mercado, la competencia, la calidad del servicio, la relación con los clientes y la eficiencia operativa. Este análisis permitirá establecer los ingresos anuales y proyectados por la prestación del servicio de limpieza.

4.4.1 Ingresos Anuales Proyectados

La fórmula básica para calcular los ingresos anuales proyectados se puede expresar como el producto del precio promedio por servicio y el número estimado de servicios anualmente. Matemáticamente, esta fórmula se representa como:

$$\text{Ingreso Anual} = \text{Precio Servicio} * \text{Número Estimado de Servicios Anuales}$$

$$I = P * Q$$

En la siguiente tabla se detallan los ingresos anuales proyectados de la prestación de servicios de limpieza:

Tabla 38 *Ingresos Anuales Proyectados*

DETALLE	AÑOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	280.755	285.135	289.583	294.101	298.689	303.348
Precio de Venta	0,70	0,71	0,72	0,73	0,74	0,75
Ingresos totales	197226,54	202445,85	208499,83	214693,44	221029,56	227511,15

Nota. Información obtenida del proyecto

La tabla muestra una proyección de ventas en términos de servicios prestados y el precio de venta por servicio para los años 2023 a 2028 siendo \$0.70 y \$0.75 respectivamente. Es importante destacar que la proyección asume un crecimiento constante en las ventas y un aumento gradual en el precio de venta por servicio a lo largo de los años obteniendo ingresos en el 2023 de \$197226.54 y en el 2028 ascienden a \$ 227511.15

4.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio permite identificar el nivel de actividad necesario para cubrir todos los costos y evitar pérdidas. Este punto de equilibrio ayuda a mantener los ingresos totales igualan a los costos totales, ya sean fijos o variables. La fórmula para calcular el punto de equilibrio en término de servicios prestados es:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijo Totales}}{\text{Precio Venta Unitario} - \text{Costo Variable Uniario}}$$

En la siguiente tabla se detalla el punto de equilibrio para la duración del proyecto de factibilidad:

Tabla 39 *Punto de Equilibrio*

DETALLE	AÑOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos por Ventas	197.226,54	202.445,85	208.499,83	214.693,44	221.029,56	227.511,15
Costo Total	164.355,45	172.300,49	174.269,39	176.224,49	178.160,58	174.572,28
Costos Fijos	48.684,27	55.067,75	55.454,00	55.805,10	56.115,52	50.879,62
Costos Variables	115.671,18	117.232,74	118.815,39	120.419,39	122.045,06	123.692,66
Precio de Venta	0,702485551	0,71	0,72	0,73	0,74	0,75
P.E. Monetario	117.733,89	130.827,73	128.920,35	127.086,82	125.304,35	111.499,23
P.E. Físico	167.596	184.264	179.056	174.092	169.330	148.666
P. E. Viviendas	1299	1428	1388	1350	1313	1152

Nota. Información obtenida del proyecto

Como se puede observar en la tabla, los ingresos por ventas anuales aumentan progresivamente de \$ 197.226,54 en el 2023 a \$227.511,15 en el 2028. Por otro lado, los costos totales, que incluyen costos fijos y costos variables, también experimentan un incremento en estos periodos. En el año 2023, el precio de equilibrio monetario es de \$117.733,89 lo que indica que la empresa necesita generar este monto en ingresos para cubrir todos sus costos fijos y variables alcanzando el punto de equilibrio financiero. A medida que transcurren los años hasta el 2028, se observa una disminución progresiva del punto equilibrio monetario. Esto sugiere una mayor eficiencia operativa o posiblemente una optimización de costos.

4.6 Estados Financieros

La elaboración de los estados financieros en la empresa de servicios de limpieza permite una gestión financiera efectiva y la toma de decisiones estratégicas durante el ciclo de vida del proyecto.

4.6.1 Estados de resultados proyectados

El estado de resultados ofrece una visión detallada del desempeño financiero a lo largo de un periodo, mostrando los ingresos, costos y beneficios netos. Además, los empresarios y gerentes pueden evaluar la rentabilidad a corto y largo plazo. También, la comparación de datos históricos en el estado de resultados facilita la identificación de tendencias como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 40 *Estado de Resultados Proyectados*

CUENTAS	AÑOS					
	2023	2024	2025	2026	2027	2028
INGRESOS						
Ventas	197.226,54	202.445,85	208.499,83	214.693,44	221.029,56	227.511,15
EGRESOS						
Costo de producción	154.723,65	156.745,00	158.793,63	160.869,92	162.974,23	160.112,49
Materia Prima	115.671,18	117.232,74	118.815,39	120.419,39	122.045,06	123.692,66
Mano de obra directa	32.598,00	33.038,07	33.484,09	33.936,12	34.394,26	34.858,58
Costo general de fabricación	6.454,47	6.474,18	6.494,15	6.514,40	6.534,92	1.561,25
Mano de obra indirecta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD BRUTA	42.502,89	45.700,85	49.706,20	53.823,52	58.055,33	67.398,66
Gastos de operación						
Gastos Administrativos y de Ventas	6.633,00	13.041,00	13.497,44	13.969,85	14.458,79	14.459,79
UTILIDAD OPERACIONAL.	35.869,89	32.659,85	36.208,76	39.853,67	43.596,54	52.938,87
Gastos financieros						
Intereses	2.998,80	2.514,50	1.978,32	1.384,73	727,55	0,00
UTILIDAD ANTES DE PARTICIP.	32.871,09	30.145,36	34.230,44	38.468,95	42.868,98	52.938,87
15% Participación trabajadores	4.930,66	4.521,80	5.134,57	5.770,34	6.430,35	7.940,83
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	27.940,43	25.623,55	29.095,88	32.698,60	36.438,64	44.998,04
Impuesto a la renta 25 %	6.985,11	6.405,89	7.273,97	8.174,65	9.109,66	11.249,51
UTILIDAD ANTES DE RESERVA	20.955,32	19.217,67	21.821,91	24.523,95	27.328,98	33.748,53
5% Reserva legal	1.047,77	960,88	1.091,10	1.226,20	1.366,45	1.687,43
UTILIDAD DEL EJERCICIO	19.907,55	18.256,78	20.730,81	23.297,76	25.962,53	32.061,10

Nota. Información obtenida del proyecto

Se observa un crecimiento progresivo de la utilidad al largo del ciclo de vida del proyecto, comenzando en \$19.907,55 en el año 2023 y alcanzando los \$32.061,10 en el 2028. Este aumento indica una mejora en la eficiencia operativa y estrategias comerciales efectivas.

La tendencia positiva en la utilidad del ejercicio indica la capacidad constante para generar beneficios. Esta información es crucial para los inversionistas, ya que muestra la capacidad de la empresa para generar rendimiento positivo y mantener solidez financiera.

4.6.2 Estado de Situación Financiera Projectado

La elaboración del Estado de Situación Financiera proporciona una visión instantánea de los recursos y obligaciones de la empresa en un momento específico, destacando los activos, pasivos y patrimonio neto. En la siguiente tabla se detalla el Estado de Situación Financiera de la empresa de servicios de limpieza.

Tabla 41 Estado de Situación Financiera Proyectada

CUENTAS	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
ACTIVO CORRIENTE	13.193,52	59.053,11	88.900,24	12.928,47	177.642,64	246.278,30
<u>Disponibles</u>						
Caja-Bancos	13.193,52	42.004,41	58.515,33	72.547,01	93.638,76	116.825,91
ACTIVO FIJO	19.403,37	17.022,70	14.642,02	12.261,35	9.880,67	7.500,00
<u>No depreciable</u>						
<u>Depreciable</u>						
Vehículo	10.000,00	9.500,00	9.000,00	8.500,00	8.000,00	7.500,00
Maquinaria y equipos	8.057,88	6.446,30	4.834,73	3.223,15	1.611,58	0,00
Muebles y enseres	545,50	436,40	327,30	218,20	109,10	0,00
Equipo de Computo	799,99	639,992	479,994	319,996	159,998	0
OTROS ACTIVOS	5.568,97	4.278,80	3.474,50	2.618,32	1.704,73	727,55
<u>Diferidos</u>						
Gastos de instalación	\$ 600,00	\$ 480,00	\$ 360,00	\$ 240,00	\$ 120,00	-
Gastos de construcción	\$ 1.000,00	\$ 800,00	\$ 600,00	\$ 400,00	\$ 200,00	-
Fondos	970,17	-	-	-	-	-
Gastos de pre operación	2.998,80	2.998,80	2.514,50	1.978,32	1.384,73	727,55
TOTAL ACTIVO	38.165,85	80.354,61	107.016,76	27.808,14	189.228,04	254.505,85
PASIVO						
<u>A corto plazo</u>						
15% participación Trab.	-	4.930,66	4.521,80	5.134,57	5.770,34	6.430,35
<u>A largo plazo</u>						
Documentos por pagar	27.698,17	28.000,00	23.478,02	12.929,28	6.793,23	0,00
TOTAL PASIVO	27.698,17	32.930,66	27.999,82	18.063,85	12.563,57	6.430,35
PATRIMONIO						
Capital social	10.467,69	10.467,69	10.467,69	10.467,69	10.467,69	10.467,69
Utilidad acumulada		0	19.907,55	38.164,34	58.895,15	82.192,90
Utilidad del ejercicio		19.907,55	18.256,78	20.730,81	23.297,76	25.962,53
TOTAL PATRIMONIO	10.467,69	30.375,24	48.632,02	69.362,83	92.660,59	118.623,12
TOTAL PASIVO Y PATR.	38.165,85	63.305,90	76.631,85	87.426,68	105.224,16	125.053,47

Nota. Información obtenida del proyecto

Como se puede observar un crecimiento significativo en los Activos, pasando de \$38.165,85 en el 2023 a \$ 125.053,47 en el 2028. Este aumento indica una expansión considerable de los recursos y activos de la empresa. Mientras que el total del pasivo muestra una tendencia decreciente, comenzando en \$ 27.698,17 y disminuyendo en 5 años a \$ 6.430,35. Esta reducción puede indicar la eficiente gestión de las obligaciones financieras o liquidación de las deudas. Sin embargo, el patrimonio total experimenta un constante crecimiento de \$10.467,69 en el 2023 a \$118.623,12 en el 2028. Este aumento refleja la acumulación de beneficios retenidos y la creación de valor para los accionistas.

4.6.3 Fuentes de Flujo de Efectivo

Los flujos netos de efectivo permiten monitorear la liquidez de la empresa que presta servicios de limpieza y su capacidad para cubrir las obligaciones financieras a corto plazo como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 42 *Flujos Netos de Efectivo*

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	0	197.226,54	202.445,85	208.499,83	214.693,44	221.029,56
Ingresos por Ventas		197.226,54	202.445,85	208.499,83	214.693,44	221.029,56
B. EGRESOS OPERACIONALES	0	161.356,65	169.786,00	172.291,07	174.839,77	177.433,02
Materia Prima		115.671,18	117.232,74	118.815,39	120.419,39	122.045,06
Mano de Obra Directa		32.598,00	33.038,07	33.484,09	33.936,12	34.394,26
Costos Indirectos de fabricación		6.454,47	6.474,18	6.494,15	6.514,40	6.534,92
Gastos Administrativos y ventas		6.633,00	13.041,00	13.497,44	13.969,85	14.458,79
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)	0	35.869,89	32.659,85	36.208,76	39.853,67	43.596,54
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	38.165,85	4.994,47	4.994,47	4.994,47	4.994,47	4.994,47
Créditos a contratarse a corto plazo						
Créditos a contratarse a largo plazo	27.698,17					
Futuras capitalizaciones						
Aportes de capital	10.467,69					
Depreciación		\$ 3.880,67	\$ 3.880,67	\$ 3.880,67	\$ 3.880,67	\$ 3.880,67
Amortización		\$ 1.113,79	\$ 1.113,79	\$ 1.113,79	\$ 1.113,79	\$ 1.113,79
E. EGRESOS NO OPERACIONALES	57.569,22	19.436,55	18.448,47	19.929,31	21.465,77	23.060,79

Pago de intereses		2.998,80	2.514,50	1.978,32	1.384,73	727,55
Pago de créditos a corto plazo						
Pago de créditos a largo plazo		4.521,98	5.006,28	5.542,46	6.136,05	6.793,23
Pago participación de utilidades		4.930,66	4.521,80	5.134,57	5.770,34	6.430,35
Pago de impuestos		6.985,11	6.405,89	7.273,97	8.174,65	9.109,66
Adquisición de activos fijos	19.403,37					
<i>Terrenos</i>	0,00					
<i>Edificios</i>	0,00					
<i>Vehículo</i>	10.000,00					
<i>Maquinaria y equipos</i>	8.057,88					
<i>Muebles y enseres</i>	545,50					
<i>Equipo de Cómputo</i>	799,99					
Cargos Diferidos	5.568,97					
Capital de Trabajo	13.193,52					
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	0	-14.442,08	-13.454,00	-14.934,85	-16.471,31	-18.066,32
G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)	0	21.427,81	19.205,85	21.273,92	23.382,37	25.530,22
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0	13.193,52	34.621,32	53.827,17	75.101,09	98.483,46
I. SALDO FINAL DE CAJA	0	34.621,32	53.827,17	75.101,09	98.483,46	124.013,68

Nota. Información obtenida del proyecto

2.1.1 Evaluación Financiera del Proyecto

La evaluación financiera permite estimar los ingresos proyectados, los costos operativos, los flujos netos de efectivo y el retorno de inversión, lo cual hace viable económicamente y la rentabilidad esperada de la empresa de servicios de limpieza.

4.6.4 Tasa Mínima Aceptable del Rendimiento (TMAR)

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) se define como la ganancia razonable con un impresionista espero obtener una inversión considerando tanto a los inherentes como El costo de oportunidad de llevar a cabo esa inversión el lugar de otras alternativas. Esta tasa representa el rendimiento mínimo que un gerente de proyecto considera aceptable para iniciar un proyecto (Corvo, 2023).

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento establece la evaluación de la rentabilidad y el riesgo asociado del proyecto de factibilidad. Además, la TMAR es fundamental para determinar el valor presente neto y la tasa interna de retorno que permitirá la toma de decisiones financieras para el éxito a largo plazo del negocio.

Tabla 43 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

COSTO DEL CAPITAL	PORCENTAJE
Tasa Activa+ Tasa Pasiva/2	9,14%
RIESGO DEL NEGOCIO	5,00%
TMAR	14,14%

Nota. Datos obtenidos del Banco Central del Ecuador y riesgo del negocio.

La TMAR del 14.14 % indica el nivel de rendimiento que se espera obtener de la inversión en el negocio de servicios de limpieza en la ciudad de Latacunga para justificar el riesgo asociado y superar el efecto de tasa activa y pasiva. Por lo tanto, los inversores y empresarios pueden utilizar este indicar como referencia al evaluar la rentabilidad y viabilidad financiera del proyecto.

4.6.5 Valor Actual Neto (VAN) y Tasa Interna de Retorno (TIR)

El Valor Actual Neto se sugiere que la viabilidad del proyecto se confirma al aceptarse si su Valor Actual Neto (VAN) es igual o mayor a cero. En este contexto, el VAN se define como la discrepancia entre todos los ingresos y egresos del proyecto expresado en la moneda actual (Sapag et al., 2014). Además, La tasa interna de retorno se conoce como la tasa de descuento que hace que el Valor Presente Neto (VPN) sea igual a cero. Esta tasa es aquella que equilibra la suma de los flujos de efectivo descontados con la inversión inicial (Baca, 2013)

El cálculo del VAN es una herramienta que compara y analiza los diferentes escenarios de la inversión. El descuento de los flujos de efectivo futuros al valor presente utilizando una tasa de descuento apropiada, refleja la preferencia del tiempo del dinero. La fórmula que se utiliza para el cálculo del VAN es la siguiente:

$$VAN = -Inversión + \frac{FN_0}{(1+i)^0} + \frac{FN_1}{(1+i)^1} + \frac{FN_2}{(1+i)^2} + \frac{FN_3}{(1+i)^3} + \frac{FN_4}{(1+i)^4} + \frac{FN_5}{(1+i)^5}$$

Tabla 44 Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJOS DE EFECTIVO
0	-38.165,85
1	21.427,81
2	19.205,85
3	21.273,92
4	23.382,37
5	25.530,22
VAN	\$32.075,43
TIR	48,19%

Nota. Información obtenida del proyecto

El VAN positivo de \$32.075,43 indica que el proyecto sería financieramente favorable y podría ser considerado como una inversión rentable. Esto significa que, teniendo en cuenta el valor del dinero en el tiempo, el proyecto agregaría valor a la empresa o al inversionista en el momento actual. Una TIR del 48,19% indica que el proyecto tiene un rendimiento esperado del 48,19% anual, lo que significa que se espera que genere un retorno del 48,19% sobre la inversión inicial cada año.

4.6.6 Período de Recuperación de la Inversión PRI

El periodo de recuperación de la inversión se trata de una herramienta que evalúa el periodo de tiempo necesario para que los flujos netos de efectivo generados por una inversión recuperen su costo o inversión inicial (Córdoba, 2011). Se utiliza la siguiente fórmula para su cálculo:

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{\text{número de años}}}$$

$$PRI = \frac{\$38.165,85}{\frac{110820,16}{5}}$$

$$PRI = 1,72 \text{ años}$$

Por lo tanto, el período de recuperación de la inversión del proyecto de factibilidad de la empresa de servicios de limpieza es de 1.74 años equivale a aproximadamente 1 año, 8 meses y 20 días.

4.6.7 Relación Costo/Beneficio

La relación costo - beneficio refleja la conexión global entre construcción beneficios durante un periodo específico. Fundamentalmente, se trata de dividir el beneficio total propuesta en efectivo entre los costos totales propuestos en efectivo. No obstante, para asegurar un cálculo más dinámico, es esencial determinar el Valor Actual Neto (VAN) de los costos y beneficios a lo largo del ciclo de vida previsto para el proyecto. Si la relación de beneficio - costo es superior a uno, indica que los beneficios superan a los costos (MacNeil, 2023).

Aplicando la fórmula:

$$B/C = \frac{\text{Ingresos Totales Actualizados}}{\text{Costos Totales Actualizados}}$$

$$B/C = \frac{708.978.14}{589.236.79}$$

$$B/C = 1,20$$

Una relación costo-beneficio (RCB) de 1.20 en la empresa de servicios de limpieza indica que, por cada unidad de costo invertido en la empresa, se obtiene un retorno de 1.20 unidades de beneficio. En otras palabras, por cada dólar invertido en la empresa, se espera obtener un retorno de 1.20 unidades monetarias en beneficio.

4.6.8 Impacto del Proyecto

El impacto del proyecto de la empresa de servicios de limpieza puede ser significativo en varios aspectos. En primer lugar, a nivel económico, la creación de la empresa generaría empleo directo e indirecto en la ciudad de Latacunga, contribuyendo así al crecimiento económico local y al bienestar de la comunidad. Además, al ofrecer servicios de limpieza, la empresa podría mejorar la calidad de vida de las personas al proporcionar entornos más limpios y saludables en hogares, oficinas, y espacios públicos.

4.6.9 Impacto Ambiental

A nivel social, la empresa puede influir positivamente en la conciencia ambiental al implementar prácticas sostenibles y responsables en sus operaciones, como el uso de productos ecológicos y la gestión adecuada de residuos. Esto no solo beneficia al medio ambiente local, sino que también contribuye a la educación ambiental de la población y promueve un estilo de vida más sostenible.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones.

- A partir del estudio de mercado, se ha concluido que existe una demanda clara y definida para servicios de limpieza que van más allá de lo convencional lo cual es una oportunidad estratégica para satisfacer las necesidades específicas del mercado. Los clientes valoran altamente la puntualidad, eficacia y la utilización de productos de limpieza sostenibles, mismos que pueden ser un diferenciador crucial en el éxito futuro de la empresa de servicios de limpieza.
- Después de llevar a cabo un detallado estudio técnico como parte del proyecto de factibilidad, se llega a la conclusión de que la empresa de servicios de limpieza cuenta con una base sólida en términos de procesos y capacidad instalada para la implementación exitosa de los servicios de limpieza propuestos. La revisión de los procesos operativos ha permitido identificar áreas específicas que pueden ser optimizadas, brindando oportunidades claras para mejorar la eficiencia y la calidad del servicio. La capacidad instalada actual de la empresa se muestra adecuada para satisfacer la demanda proyectada inicial, proporcionando una base sólida para el inicio del proyecto.
- Después de concluir con el estudio económico y financiero se pudo establecer la factibilidad del proyecto por cuanto el Valor Actual Neto constituye un valor de \$11.359,17 dando a conocer la liquidez de la nueva empresa, así como también que la Tasa Interna de Retorno asciende a un 36,71% haciendo atractivo al proyecto pues las personas en la actualidad prefieren invertir en donde se generen mayores utilidades, y en este caso es mejor invertir en el proyecto que en una institución

financiera, ya que el período de recuperación de la inversión es de 1 año, 8 meses y 26 días, y una relación costo-beneficio de 1,20

Recomendaciones

- Se recomienda tomar en cuenta el mejor camino que viabilice el desarrollo interno de la empresa, la cual debe estar constituida acorde a las necesidades y capacidad de la empresa de la misma, logrando optimizar recursos lo cual permitirá una mejor retribución de la inversión realizada por parte de los gestores de proyectos.
- Considerando los resultados obtenidos en el transcurso de la investigación, y una vez concluido el Estudio Económico y Financiero se recomienda invertir en el nuevo proyecto puesto que genera la rentabilidad suficiente para desarrollarse en el Cantón Latacunga, logrando así explotar un servicio con potencial comercial y obtener de beneficios para la organización.
- Después de haber concluido el Estudio de Mercado se establece que las necesidades de los clientes deben ser atendidas de manera que prevalezca la acción empresarial no solo en el Cantón sino a nivel nacional, contribuyendo a invertir en microempresas para mejorar la calidad de vida e ingresos de las personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A. U. (14 de Abril de 2019). *Proyectoslean*. Obtenido de Proyectoslean: <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>
- Alarcón Fernando, C. G. (2017). Plan de negocio para la apertura de una empresa de servicios de limpieza para departamentos, 2017, Título de Maestría, Universidad San Ignacio de Loyola. *Plan de negocio para la apertura de una empresa de servicios de limpieza para departamentos*. Universidad San Ignacio de Loyola, Perú. doi:10.20511/USIL.thesis/2936
- Arteaga, M. (28 de Noviembre de 2016). *El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de las empresas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/4096/409659500007/409659500007.pdf>
- Auxiliadora , M., & Guerrero , B. (2017). La Cultura Organizacional, su importancia en el desarrollo de las empresas. *Dialnet*, 110-115. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6057495>
- Baca, G. (2013). *Evaluacion de Proyectos Septima ediciòn*. Mexico: McGraw Hill.
- Bautista, I. (2011). *Área Académica: Escuela Superior Huejutla*. doi:https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/huejutla/administracion/evaluacion%20de%20proyecto%20de%20inversion/clasificacion_de_las_inversiones.pdf
- Blanco, G. (2006). Las emociones en el ambiente laboral un nuevo reto en las organizaciones. *Scielo*, 20-35. Obtenido de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-04692006000200002
- Bonta, P. (1994). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Grupo Editorial Norma.
- Calvopiña, G., & Chinguercela, W. (2010). Diseño de un plan de negocios para la creación de una empresa de producción de miel de abeja en el cantón Baños, provincia de Tungurahua. *Diseño de un plan de negocios para la creación de una empresa de producción de miel de abeja en el cantón Baños, provincia de Tungurahua*. Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas. UTC. Obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/243>

- Carro, R., & Gonzales, D. (18 de Abril de 2012). *Repositorio Digital de la FCEyS*. Obtenido de Repositorio Digital de la FCEyS: <https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1619/>
- Chiavenato, I. (2008). *Administracion de recursos humanos*. Los Angeles: Atlas. Obtenido de https://www.sijufor.org/uploads/1/2/0/5/120589378/administracion_de_recursos_humano_s_-_chiavenato.pdf
- Corvo, H. S. (20 de Febrero de 2021). *Lifer*. Obtenido de Lifer: <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>
- David Perez, I. P. (Noviembre de 17 de 2007). *EOI*. Obtenido de EOI: [file:///C:/Users/HP/Downloads/componente45108%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/HP/Downloads/componente45108%20(1).pdf)
- Fajardo, J., Gomez, N., & Jose, S. (2020). *Cultura organizacional. Asociación Latinoamericana de Sociología*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5886/588663787016/588663787016.pdf>
- Fausto, L. (2022). *Tipos de demandas*. Ecuador: Ciuadver.
- Forehand, G., & Von, H. (2021). Informe de resultados clima laboral. *Universidad tecnológica Chihuahua*, 1-22. Obtenido de <http://www.utch.edu.mx/wp-content/uploads/2022/05/resultados-clima-laboral-2021-TR.pdf>
- Frederick, D. (Enero de 2021). *Enciclopedia Económica*. Obtenido de Enciclopedia Económica: <https://enciclopediaeconomica.com/maquinaria/>
- Galàn, J. S. (25 de junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Garcia, M., & Forero, C. (5 de Febrero de 2014). *Motivación y satisfacción laboral como facilitadores del cambio organizacional: una explicación desde las ecuaciones estructurales*. Obtenido de En Psicogente, 17(31), 120-142.: <http://www.scielo.org.co/pdf/psico/v17n31/v17n31a09.pdf>
- Gaspar, D. (2008). Componentes Subjetivos y objetivos del clima laboral. *studylib*, 30-35. Obtenido de <https://studylib.es/doc/5438499/componentes-subjetivos-y-objetivos-de-la-cultura-org>
- Gómez, M. (28 de Junio de 2023). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/que-es-una-encuesta>

- González, N., López, E., Aceves, J., Celaya, R., & Beltrán, N. (2008). *Studocu*. (U. A. México, Editor) Obtenido de Studocu: <https://www.studocu.com/es-mx/document/universidad-autonoma-del-estado-de-mexico/finanzas/estudio-financiero-investigacion/32292066>
- Griffin, R. (2017). *Comportamiento organizacional*. México: Cengage Learning.
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2009). *Administración un enfoque basado en competencias*. México: Cengage Learning.
- Herrera, S. (13 de Noviembre de 2023). *QUESTIONPRO*. Obtenido de QUESTIONPRO: <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>
- IEN-UPM. (25 de Febrero de 2022). *Industriales Escuela de Negocios Universidad Politécnica de Madrid*. Obtenido de Industriales Escuela de Negocios Universidad Politécnica de Madrid: <https://www.ienupm.com/pdd/estados-financieros-que-son/>
- INEC. (01 de Abril de 2023). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos
- Juarez, B. (4 de Marzo de 2019). *Beneficios de tener un buen clima laboral*. Obtenido de <https://www.amitai.com/es/beneficios-clima-laboral/>
- Lamberti, A. (19 de Septiembre de 2023). *Nubimetrics*. Obtenido de Nubimetrics: <https://academia.nubimetrics.com/demanda-insatisfecha>
- León, Y. J. (2017). *Cultura Organizacional en la empresa SIGSO Consultores Laborales, Lima*. Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1768/TRAB.SUF.PROF.%20JENNIFER%20JULIANA%20LE%C3%93N%20YENGLA.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Litwin, G., & Stringer, R. (1968). DIMENSIONES (CARACTERÍSTICAS) DEL CLIMA ORGANIZACIONAL. *University Harvard*, 1-10. Obtenido de <https://conalepfelixtovar.files.wordpress.com/2018/08/clima-organizacional-elementos-sesic3b3n-clima-orga-3.pdf>
- Lizarraga, K. (15 de Enero de 2016). *Modelos de Clima laboral*. Obtenido de <http://karinlizarraga.blogspot.com/2016/02/modelos-de-clima-organizacional.html>
- López, J. F. (1 de Septiembre de 2021). *Economiprdia*. Obtenido de Economiprdia: <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>

- Luis Flores, F. G. (8 de Febrero de 2022). *Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de limpieza integral en la ciudad de Trujillo, 2022, Tesis de Maestría, LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ*. Repositorio institucional, Perú. doi: <https://orcid.org/0000-0001-8098-6401>
- Martínez, B. (2016). *Gestión estrategica del clima laboral*. Perú: UNED. Obtenido de https://www.academia.edu/29863132/LIBRO_GESTION ESTRATEGICA DEL CLIMA LABORAL
- Martínez, J. (30 de Junio de 2023). *Nubox*. Obtenido de Nubox: <https://blog.nubox.com/empresas/que-es-capital-de-trabajo>
- Martínez, V., Ramos, J., & Moliner, C. (2015). *Psicología de las organizaciones*. Madrid: Síntesis.
- Maslow, A. (1943). la jerarquía de las necesidades humanas. *psicologiyamente*. Obtenido de <https://psicologiyamente.com/psicologia/piramide-de-maslow>
- Maximiliano, B. (18 de Diciembre de 2018). *SCIELO*. Obtenido de SCIELO: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=s0719-01072018000300184&script=sci_arttext
- Medrano, S. A. (28 de Junio de 2023). *VISTAZO*. Obtenido de VISTAZO: <https://www.vistazo.com/enfoque/empresas-de-limpieza-buscan-innovar-sus-servicios-HD5467900>
- Mete, M. R. (11 de Enero de 2014). *Scielo*. Obtenido de Scielo: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=s2071-081x2014000100006&script=sci_arttext
- Morales, F. C. (01 de Octubre de 2020). *Ecopedia*. Obtenido de Ecopedia: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-indicadores-economicos.html>
- Moreno, B., Muñoz, M., Cuellar, J., Domancic, S., & Villanueva, J. (2018). Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral, 2018, Universidad de Chile. *Revista clínica de periodoncia, implantología y rehabilitación oral*. Universidad de Chile. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.4067/S0719-01072018000300184>
- Moreno, F. (12 de Abril de 2022). *Sutori*. Obtenido de Sutori: <https://www.sutori.com/es/historia/inversion-inicial-de-un-proyecto--yq9QHUbPYbycA88ysiT1VydA>
- Moreno, G. (2016). <http://www.revistaespacios.com/a18v39n37/18393703.html>. *Espacios*. Obtenido de <http://www.revistaespacios.com/a18v39n37/18393703.html>

- Navarrete Verónica, P. L. (2011). Plan de negocios para brindar servicios de limpieza a instituciones públicas y privadas, Tesis de Ingeniería, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. *Plan de negocios para brindar servicios de limpieza a instituciones públicas y privadas*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí, Calceta. Obtenido de <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/46>
- Nora González Navarro, M. M. (15 de Abril de 2008). *Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios*. Obtenido de Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33349685/estudio_financiero_EJEMPLO-libre.pdf?1396281285=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DQue_integra_el_estudio_financiero_en_un.pdf&Expires=1700455787&Signature=TEoawwFUkdmPh55eIQISH3bYyrv-GMVq47eg
- Nwadike, P. (27 de Septiembre de 2023). *businessyield*. Obtenido de businessyield: <https://businessyield.com/es/competitive-research/pricing-analysis/>
- Paéz, L. (2018). El clima en el trabajo de las organizaciones. *Desarrollo de recursos humanos*, 25/35. Obtenido de <https://corganizacional1.files.wordpress.com/2017/02/el-clima-de-trabajo-en-las-organizaciones.pdf>
- Pérez Sotero, S. L. (2014). *Construcción Materiales*. Obtenido de Construcción Materiales: <https://www.interempresas.net/Construccion/FeriaVirtual/Producto-Estudio-de-distribucion-en-planta-148187.html>
- Pilligua, L., Cristhian, F., & Arteaga, U. (2019). El clima laboral como factor clave en el rendimiento productivo de la empresas. *Hardepex Cía. Ltda. Revista*, 1-28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=409659500007>
- Robbins. (2013). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Robbins, S., & Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Editorial Pearson.
- Rodrigues, D. R. (Abril de 18 de 2014). *Institucion Universitaria*. Obtenido de Institucion Universitaria: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/49137935/Flujos_de_caja-libre.pdf?1474925535=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEvaluacion_Financiera_y_Economica_de_Pro.pdf

&Expires=1700640635&Signature=AR6F1LhZTWE68cOMBdf8uFr9yaisBLUTLkz9urlz
tm0ACqQ

- Rodriguez, J. (09 de Noviembre de 2022). *HubSpot*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad>
- Romo, H. L. (1998). La metodología de encuesta. *Tecnicas de la Investigacion en la Sociedad, Cultura y Comunicacion.*, 33-74.
- Rubio, A. N. (21 de Marzo de 2021). *RPJM Consultoria*. Obtenido de Acesoia Financiaera Empresarial: <https://www.rpjmconsultoria.com/post/macro-y-micro-localizacion>
- Ruiz Rivera, L. R. (2018). Planificación financiera y rentabilidad en empresas de servicio de limpieza, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018, Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo,. *Planificación financiera y rentabilidad en empresas de servicio de limpieza, Distrito de San Juan de Lurigancho, 2018*. Universidad Cesar Vallejo, San Juan de Lurigancho, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/88960>
- Sánchez, J. (25 de Junio de 2020). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>
- Sánchez, R. (2014). *Gestión y psicología en empresas y organizaciones*. Madrid: Esic Editoria.
- Tinoco, O., Quispe, C., & Beltrán, V. (2014). Cultura Organizacional y Satisfacción Laboral en la facultad de Ingeniería Industrial en el marco de la acreditación universitaria. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 56-66. Obtenido de Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial: <http://www.redalyc.org/html/816/81640856007/>
- Torres, D. (12 de Agosto de 2022). *Ventas de Lectura*. Obtenido de Ventas de Lectura: <https://blog.hubspot.es/sales/analisis-demanda>
- Urtecho, A. (14 de abril de 2019). *Tamaño del Proyecto*. Obtenido de Tamaño del Proyecto: <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>
- Valera. (06 de Diciembre de 2022). *HEALTH*. Obtenido de HEALTH: <https://www.saludvital.cl/preguntas/que-es-factibilidad-de-un-proyecto-segun-autores/>
- Viracocha, D. (28 de Diciembre de 2022). *LISERVITIPS*. Obtenido de LISERVITIPS: <https://www.liservitips.com/empresas-de-servicios-de-limpieza-en-ecuador/>
- Walker, S. E. (2007). *Fundamentos de el Marketing*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.