



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR**

**VIDA NUEVA**



**CARRERA:**

**TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “PÚLIZIA”  
DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS GENERALES PARA EL  
HOGAR, LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO ECUATORIANO, UBICADA EN  
LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI,  
IMPLEMENTANDO SOLVER COMO HERRAMIENTA DE OPTIMIZACIÓN  
DE RECURSOS.**

**AUTOR:**

**PAMELA ELIZABETH YUGSI PASTUÑA**

**TUTOR:**

**ING. BELÉN SERRANO**

**Agosto, 2018**

**QUITO - ECUADOR**

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Quito, Agosto del 2018

Yo, **PAMELA ELIZABETH YUGSI PASTUÑA** portador/a de la cedula de ciudadanía **050306808 - 8**, facultado/a de la carrera **TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**, autor/a de esta obra certifico y proveo al Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva, usar plenamente el contenido plasmado en este escrito con el tema **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA “PÚLIZIA” DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS GENERALES PARA EL HOGAR, LA INDUSTRIA Y EL COMERCIO ECUATORIANO, UBICADA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI, IMPLEMENTANDO SOLVER COMO HERRAMIENTA DE OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS”**, con el objeto de aportar y promover la lectura e investigación, autorizando la publicación de mi trabajo de titulación en la colección digital del repositorio institucional bajo la licencia de Creative Commons: Atribución-NoComercial-SinDerivadas.

-----

Yugsi Pastuña Pamela Elizabeth

C.I.: 050306808 - 8

## CERTIFICACIÓN

En calidad de Tutor del proyecto: “Plan de negocios para la creación de la empresa PÚLIZIA, dedicada a la prestación de servicios generales para el hogar, la industria y el comercio ecuatoriano, ubicada en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, implementando SOLVER como herramienta de optimización de recursos” en la ciudad de Quito, presentado por la ciudadana **Yugsi Pastuña Pamela Elizabeth**, para optar por el título de Tecnóloga en **Administración de Empresas**, certifico, que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los días 27 del mes de Agosto de 2018.

-----  
TUTOR: Ing. Belén Serrano.

C.I.: 050280627 - 6

## **APROBACIÓN DEL JURADO EXAMINADOR**

Los miembros del jurado examinador aprueban el informe de investigación, sobre el tema “Plan de negocios para la creación de la empresa PÚLIZIA, dedicada a la prestación de servicios generales para el hogar, la industria y el comercio ecuatoriano, ubicada en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, implementando SOLVER como herramienta de optimización de recursos” en la ciudad de Quito.

De la estudiante **Yugsi Pastuña Pamela Elizabeth.**

Estudiante de la carrera en Tecnología en Administración de Empresas.

Para su constancia firman:

-----

-----

-----

-----

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, **Yugsi Pastuña Pamela Elizabeth** con cedula de ciudadanía **050306508 – 8** estudiante del Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva, declaro que he finalizado este trabajo de titulación en consideración citas bibliográficas que se nombran en este texto.

El Instituto Tecnológico Superior Vida Nueva puede utilizar este trabajo de titulación como una ayuda bibliográfica.

En la ciudad de Quito a los días 27 del mes de Agosto de 2018.

-----

Yugsi Pastuña Pamela Elizabeth

C.I.: 050306808 - 8

## Índice

CAPÍTULO I.....	1
1.1. Planteamiento del Problema .....	1
1.2. Justificación .....	2
1.3. Objetivos .....	3
1.3.1. Objetivo general.....	3
1.3.2. Objetivos específicos .....	3
CAPÍTULO II .....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.2. Bases teóricas .....	5
2.2.1. Empresario.....	5
2.2.2. El Plan de Negocios .....	6
2.2.2.1. <i>Definición.</i> .....	7
2.2.2.2. <i>Importancia de un plan de negocio.</i> .....	7
2.2.2.3. <i>Estructura del Plan de Negocios.</i> .....	8
2.2.3. Plan de Organización. ....	10
2.2.3.1. <i>Definición de un negocio.</i> .....	10
2.2.4. Administración y personal.....	10
2.2.5. Plan de Marketing o análisis del mercado. ....	12
2.2.5.1. <i>Estudio de mercado.</i> .....	13
2.2.5.2. <i>Mercado Consumidor.</i> .....	13
2.2.5.3. <i>Mercado Competidor.</i> .....	14
2.2.5.4. <i>Mercado Proveedor.</i> .....	14
2.2.6. Plan Operativo. ....	16
2.2.6.2. <i>Gestión Legal.</i> .....	17

2.2.6.3.	<i>Aspectos Tributarios.</i>	20
2.2.7.	Plan o gestión financiera.	22
2.2.8.	Complemento SOLVER.	23
2.2.8.1.	<i>Algoritmos y métodos utilizados por Solver.</i>	23
2.2.8.2.	<i>Solución de un Problema de programación lineal con Solver.</i>	23
CAPÍTULO III		25
METODOLOGÍA APLICADA		25
3.1.	Plan estratégico	25
3.1.1.	Identificación de la empresa.	25
3.1.2.	Tipo de empresa.	25
3.1.3.	Tamaño y ubicación de la empresa.	25
3.1.4.	Misión.	26
3.1.5.	Visión.	26
3.1.6.	Valores.	26
3.2.	Objetivos estratégicos.	27
3.2.1.	A corto plazo (1 año).	27
3.2.2.	A mediano plazo (2 años).	27
3.2.3.	A largo plazo (3 años).	27
3.3.	Ventajas competitivas.	28
3.4.	Perfil de Emprendedores.	29
3.5.	Plan de Marketing.	29
3.5.1.	Investigación de mercados.	29
3.5.1.1.	<i>Análisis del sector - Entorno económico.</i>	29
3.5.2.	Entorno Socio – Cultural.	31
3.5.3.	Análisis del mercado.	32
3.5.3.1.	<i>Segmentación del mercado.</i>	32
3.5.3.2.	<i>Descripción de los consumidores.</i>	34

3.5.2.3.	<i>Tasa de crecimiento y población inter censal.</i>	34
3.5.3.3.	<i>Población objetivo del servicio.</i>	35
3.5.3.4.	<i>Demanda potencial.</i>	36
3.5.3.5.	<i>Oferta potencial.</i>	38
3.5.3.6.	<i>Balance oferta - demanda</i>	41
3.6.	Estudio de Mercado	42
3.6.1.	Objetivo del estudio.	42
3.6.2.	Objetivos específicos.	42
3.6.3.	Tipo de Investigación.	43
3.6.3.1.	<i>Selección de la muestra.</i>	43
3.6.3.2.	<i>Tipo de encuesta.</i>	44
3.6.3.3.	<i>Aplicación y análisis de la encuesta.</i>	45
3.6.4.	Riesgos y oportunidades de mercado.	63
3.6.5.	Estrategias de Marketing.	64
3.7.	Plan operativo	66
3.7.1.	Producto o servicio.	66
3.8.	Aspectos técnicos	72
3.8.1.	Denominación técnica del servicio.	72
3.8.1.1.	<i>Materiales y Suministros.</i>	72
3.8.2.	Descripción del proceso.	76
3.8.3.	Concepto del servicio y proceso productivo.	79
3.9.	Plan de Producción	80
3.9.1.	Procesamiento de órdenes y control de inventarios.	80
3.9.2.	Capacidad de producción.	80
3.9.3.	Planes de control de calidad.	81
3.9.4.	Plan de compras.	81
3.10.	Costos de producción	82

3.10.1.	Infraestructura .....	82
3.10.2.	Mano de obra requerida .....	85
3.11.	Organización .....	86
3.11.1.	Análisis estratégico.....	86
3.11.1.1.	<i>Análisis interno.</i> .....	86
3.11.1.2.	<i>Análisis externo.</i> .....	86
3.11.2.	Matriz F.O.D.A. ....	88
3.11.3.	Matriz de evaluación de factores externos (EFE). ....	89
3.11.4.	Matriz de Impactos Cruzados (FODA cruzado). ....	92
3.12.	Estructura Organizacional.....	94
3.12.1.	Organigrama.....	94
3.12.2.	Perfiles y funciones. ....	94
CAPÍTULO IV .....		96
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....		96
4.1.	ANÁLISIS FINANCIERO .....	96
4.1.1.	Inversión inicial. ....	96
4.1.2.	Estado de situación inicial .....	101
4.1.3.	Resumen egresos.....	102
4.1.4.	Estado de resultados proyectados .....	103
4.1.5.	Flujos efectivos .....	104
4.1.6.	Análisis práctico .....	105
CONCLUSIONES .....		107
RECOMENDACIONES .....		108
REFERENCIAS .....		109
ANEXOS .....		111
	Anexo A. Accionistas y fundadores de la empresa PÚLIZIA – 2018.....	111

Anexo B. Insumos y elementos necesarios para dar paso, a los servicios de Limpieza integral para hogares y empresas. ....	112
Anexo C. Tabla de amortización para el crédito realizado en sus inicios por la empresa PÚLIZIA.....	113
Anexo D. Tabla del número total en kilometraje según el posible destinado dentro de Cotopaxi. ....	114
Anexo E. Diseño de encuesta implementada para las empresas. ....	115
Anexo F. Diseño de encuesta implementada, para el segmento hogares. ....	116
Anexo G. Modelo de supervisión segmento hogares y empresas, empleadas por la empresa PÚLIZIA.....	117
Anexo H. Empresas legalmente constituidas, que se dedican a la limpieza (venta de insumos y ofrecer el servicio). ....	118

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> <i>Modelo de matriz para la evaluación de desempeño según cargos para una empresa de servicios</i> .....	11
<b>Tabla 2</b> <i>Datos Informativos de los socios de la empresa PÚLIZIA</i> .....	29
<b>Tabla 3</b> <i>Demostración porcentual de las empresas según su tamaño en la ciudad de Latacunga</i> .....	30
<b>Tabla 4</b> <i>Promedio de viviendas con ocupantes y densidad poblacional</i> .....	33
<b>Tabla 5</b> <i>Crecimiento poblacional de grupos etários y género</i> .....	34
<b>Tabla 6</b> <i>Tasa de crecimiento poblacional para el año 2014.</i> .....	35
<b>Tabla 7</b> <i>Mercado potencial de la ciudad de Latacunga</i> .....	36
<b>Tabla 8</b> <i>Demanda proyectada para los segmentos hogares y empresas del cantón Latacunga</i> .....	37
<b>Tabla 9</b> <i>Cuadro comparativo de PÚLIZIA y empresas que lideran el mercado integral de limpieza en Latacunga.</i> .....	39
<b>Tabla 10</b> <i>Oferta proyectada para los segmentos hogares y empresas del cantón Latacunga</i> .....	39
<b>Tabla 11</b> <i>Cuadro de la oferta proyectada para los hogares y empresas del cantón Latacunga</i> .....	40
<b>Tabla 12</b> <i>Demanda potencial a satisfacer del segmento de hogares</i> .....	41
<b>Tabla 13</b> <i>Demanda potencial a satisfacer del segmento de empresas</i> .....	41
<b>Tabla 14</b> <i>Valores del factor de confianza, para diferentes porcentajes.</i> .....	44
<b>Tabla 15</b> <i>Valores estimados del segmento hogares que se implementará en la encuesta</i> .....	44
<b>Tabla 16</b> <i>Valores estimados del segmento empresass que se implementará en la encuesta</i> .....	44
<b>Tabla 17</b> <i>Resultados del estudio de mercado – tiempo para limpiar el hogar</i> .....	45
<b>Tabla 18</b> <i>Resultados de la encuesta – estética de la casa</i> .....	46
<b>Tabla 19</b> <i>Resultados del estudio de mercado – empresas dedicadas al servicio de limpieza</i> .....	47

<b>Tabla 20</b> Resultados del estudio de mercado – interés de las personas en contratar el servicio de limpieza .....	48
<b>Tabla 21</b> Resultados del estudio de mercado – tipos de servicios de limpieza.....	49
<b>Tabla 22</b> Resultados del estudio de mercado – frecuencia para el servicio de limpieza.....	50
<b>Tabla 23</b> Resultados del estudio de mercado – horario de preferencia para el servicio de limpieza .....	50
<b>Tabla 24</b> Resultados del estudio de mercado – aspectos para considerar un buen servicio de limpieza .....	51
<b>Tabla 25</b> Resultados del estudio de mercado – precio del servicio de limpieza.....	52
<b>Tabla 26</b> Resultados del estudio de mercado – tipo de empresa en que labora .....	54
<b>Tabla 27</b> Resultados del estudio de mercado – ubicación de la empresa en Latacunga .....	55
<b>Tabla 28</b> Resultados del estudio de mercado – actividad principal de la empresa ..	55
<b>Tabla 29</b> Resultados del estudio de mercado – número de departamentos en la empresa.....	56
<b>Tabla 30</b> Resultados del estudio de mercado – imagen empresarial óptima .....	57
<b>Tabla 31</b> Resultados del estudio de mercado – medio de información para un servicio de limpieza .....	58
<b>Tabla 32</b> Resultados del estudio de mercado – contratos anteriores con empresas de limpieza.....	59
<b>Tabla 33</b> Resultados del resultado de mercado – la calidad sobre el servicio de limpieza con otras empresas .....	59
<b>Tabla 34</b> Resultados del estudio de mercado – oportunidad para nuevas empresas de limpieza .....	60
<b>Tabla 35</b> Resultados del estudio de mercado – horarios de preferencia del cliente para el servicio.....	61
<b>Tabla 36</b> Resultados del estudio de mercado – frecuencia para el servicio de interés para el cliente.....	62
<b>Tabla 37</b> Resultados del estudio de mercado – tipo de fragancia que ofrece PÚLIZIA .....	62
<b>Tabla 38</b> Riesgos y oportunidades de Mercado.....	63
<b>Tabla 39</b> Precios para hogares con infraestructura pequeña .....	67

<b>Tabla 40</b> <i>Precios para hogares con infraestructura mediana</i> .....	68
<b>Tabla 41</b> <i>Precios para hogares con infraestructura grande</i> .....	69
<b>Tabla 42</b> <i>Descripción de las actividades y el personal responsable para generar un servicio de limpieza</i> .....	78
<b>Tabla 43</b> <i>Duración de los elementos por servicio</i> .....	80
<b>Tabla 44</b> <i>Duración de insumos por servicio</i> .....	80
<b>Tabla 45</b> <i>Proyección de producción para los cuatro primeros años de servicio</i> .....	81
<b>Tabla 46</b> <i>Proyección de costos de producción para los cuatro primeros años de servicio</i> .....	82
<b>Tabla 47</b> <i>Muebles, enseres y costo inicial</i> .....	84
<b>Tabla 48</b> <i>Matriz de evaluación de factores externos para la empresa PÚLIZIA</i> .....	89
<b>Tabla 49</b> <i>Leyenda empleada para la matriz EFE</i> .....	89
<b>Tabla 50</b> <i>Valoración empleada para la matriz EFE</i> .....	90
<b>Tabla 51</b> <i>Criterios empleados para la matriz EFE</i> .....	90
<b>Tabla 52</b> <i>Matriz de evaluación de factores internos para la empresa PÚLIZIA</i> .....	91
<b>Tabla 53</b> <i>Valoración empleada para la matriz EFI</i> .....	91
<b>Tabla 54</b> <i>Criterios empleados para la empresa PÚLIZIA</i> .....	92
<b>Tabla 55</b> <i>Descripción de requerimientos para los colaboradores de la empresa PÚLIZIA</i> .....	94
<b>Tabla 56</b> <i>Descripción de requerimientos para los colaboradores del departamento administrativo y financiero de la empresa PÚLIZIA</i> .....	95
<b>Tabla 57</b> <i>Inversión inicial requerida por áreas de la empresa PÚLIZIA</i> .....	96
<b>Tabla 58</b> <i>Inversión inicial de maquinaria y sus complementos para el desarrollo de las actividades de limpieza</i> .....	97
<b>Tabla 59</b> <i>Inversión inicial de maquinaria y sus complementos para el desarrollo de las actividades de limpieza</i> .....	98
<b>Tabla 60</b> <i>Porcentaje de depreciación según el bien que se empleara en la empresa PÚLIZIA</i> .....	99
<b>Tabla 61</b> <i>Proyección de la inversión monetaria al personal en la empresa PÚLIZIA</i> .....	99
<b>Tabla 62</b> <i>Depreciación de los Activos en la empresa PÚLIZIA</i> .....	99
<b>Tabla 63</b> <i>Monto total de las aportaciones por cada uno de los socios fundadores de la empresa PÚLIZIA</i> .....	100

<b>Tabla 64</b> <i>Resumen de egresos de la empresa PÚLIZIA</i> .....	102
<b>Tabla 65</b> <i>Resultados de los flujos efectivos del 2018 al 2022, de la empresa PÚLIZIA</i> .....	104
<b>Tabla 66</b> <i>Indicadores financieros básicos en estudio para la empresa PÚLIZIA</i>	104
<b>Tabla 67</b> <i>Primer caso práctico de optimización de recursos para la empresa PÚLIZIA, mediante el complemento SOLVER</i> .....	105
<b>Tabla 68</b> <i>Segundo caso práctico de optimización de recursos internos, para la empresa PÚLIZIA mediante el complemento SOLVER.</i> .....	106
<b>Tabla 69</b> <i>Aportes individuales de los accionistas para la creación de la empresa PÚLIZIA.</i> .....	111
<b>Tabla 70</b> <i>Crédito financiero de la Cooperativa Chibuleo</i> .....	113
<b>Tabla 71</b> <i>Proyección del valor de combustible para las diferentes rutas, dentro de Cotopaxi</i> .....	114

## Índice de figuras

<i>Figura 1:</i> Representación de las características para ser un empresario exitoso. ....	5
<i>Figura 2:</i> Representación de las características de las compañías según la SUPERCIAS del Ecuador. ....	18
<i>Figura 3:</i> Imagen Corporativa de la empresa PÚLIZIA .....	25
<i>Figura 4:</i> Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador hasta el año 2017. ....	30
<i>Figura 5:</i> Actividades empresariales en la ciudad de Latacunga .....	31
<i>Figura 6:</i> Población con empleo por sexo: total nacional .....	32
<i>Figura 7:</i> Composición de ocupados por rama de actividad y género .....	33
<i>Figura 8:</i> Demanda del segmento hogares, proyectada para la empresa PÚLIZIA ..	37
<i>Figura 9:</i> Demanda del segmento empresas, proyectada para la empresa PÚLIZIA. ....	38
<i>Figura 10:</i> Oferta del segmento hogares, proyectada para la empresa PÚLIZIA .....	40
<i>Figura 11:</i> Oferta del segmento empresas, proyectada para la empresa PÚLIZIA ...	40
<i>Figura 12:</i> Proyecciones de la demanda - oferta a satisfacer para los hogares latacungueños.....	41
<i>Figura 13:</i> Balance oferta – demanda proyectada para la empresa PÚLIZIA .....	42
<i>Figura 14:</i> Representación gráfica del tiempo para limpiar el hogar. ....	45
<i>Figura 15:</i> Representación gráfica de la estética de la casa.....	46
<i>Figura 16:</i> Representación gráfica de las empresas dedicadas al servicio de limpieza.....	47
<i>Figura 17:</i> Representación gráfica del interés de las personas en contratar el servicio de limpieza.....	48
<i>Figura 18:</i> Representación gráfica sobre los tipos de servicio de limpieza. ....	49
<i>Figura 19:</i> Representación gráfica sobre la frecuencia para el servicio de limpieza. 50	
<i>Figura 20:</i> Representación gráfica de los horarios de preferencia para el servicio de limpieza.....	51
<i>Figura 21:</i> Representación gráfica de los aspectos para considerar un buen servicio de limpieza.....	52
<i>Figura 22:</i> Representación gráfica sobre el precio del servicio de limpieza. ....	53
<i>Figura 23:</i> Representación gráfica del tipo de empresa en que labora. ....	54
<i>Figura 24:</i> Representación gráfica de la ubicación de la empresa en Latacunga. ....	55

<i>Figura 25:</i> Representación gráfica de la actividad principal de la empresa. ....	56
<i>Figura 26:</i> Representación gráfica del número de departamentos en la empresa. ....	57
<i>Figura 27:</i> Representación gráfica de la imagen empresarial con respecto a la limpieza.....	58
<i>Figura 28:</i> Representación gráfica sobre el medio de información para un servicio de limpieza.....	59
<i>Figura 29:</i> Representación gráfica sobre contratos anteriores con empresas de limpieza.....	59
<i>Figura 30:</i> Representación gráfica de la calidad sobre el servicio de limpieza con otras empresas. ....	60
<i>Figura 31:</i> Representación gráfica sobre la oportunidad para nuevas empresas de limpieza.....	61
<i>Figura 32:</i> Representación gráfica sobre los horarios de preferencia del cliente para el servicio. ....	61
<i>Figura 33:</i> Representación gráfica sobre la frecuencia para el servicio de interés para el cliente. ....	62
<i>Figura 34:</i> Representación gráfica sobre el tipo de fragancia que ofrece PÚLIZIA. ....	63
<i>Figura 35:</i> Video clip ofertando el servicio de limpieza integral, cubriendo todo el mercado.....	66
<i>Figura 36:</i> Uniformes para el personal administrativo y gerencial - femenino. ....	70
<i>Figura 37:</i> Uniformes para el personal encargado de supervisión masculino - femenino. ....	71
<i>Figura 38:</i> Uniformes para el personal operativo unisex. ....	71
<i>Figura 39:</i> Elementos básicos e insumos requeridos para la limpieza integral de PÚLIZIA.....	72
<i>Figura 40:</i> Detalle de las actividades macro que realiza PÚLIZIA para su empresa. ....	73
<i>Figura 41:</i> Detalle de las actividades macro que realiza PÚLIZIA para su hogar. ....	74
<i>Figura 42:</i> Detalle de las actividades que realiza PÚLIZIA para su hogar. ....	75
<i>Figura 43:</i> Detalle de los servicios adicionales que PÚLIZIA ofrece a sus clientes. ....	75
<i>Figura 44:</i> Descripción de los procesos de la empresa PÚLIZIA para los hogares. ....	76
<i>Figura 45:</i> Descripción de los procesos de la empresa PÚLIZIA para las empresas. ....	77
<i>Figura 46:</i> Plano de la infraestructura de la empresa PÚLIZIA. ....	83

<i>Figura 47:</i> Características esenciales que los colaboradores de PÚLIZIA brindará a sus usuarios. ....	85
<i>Figura 48:</i> Matriz FODA de la empresa PÚLIZIA .....	88
<i>Figura 49:</i> Matriz de impactos cruzados (FODA cruzado), para la empresa PÚLIZIA.....	93
<i>Figura 50:</i> Organigrama estructural de la empresa PÚLIZIA en sus inicios. ....	94
<i>Figura 51:</i> Estado de situación inicial de la empresa PÚLIZIA. ....	101
<i>Figura 52:</i> Estado de resultados de las proyecciones para cuatro años PÚLIZIA en sus inicios.....	103
<i>Figura 53:</i> Insumos y elementos para la ejecución de los trabajos para la limpieza de hogares y empresas laticungueñas. ....	112
<i>Figura 54:</i> Encuesta aplicada para el estudio de mercado – segmento empresas. ..	115
<i>Figura 55:</i> Encuesta aplicada para el estudio de mercado – segmento hogares.....	116
<i>Figura 56:</i> Documento modelo de supervisión de servicios brindados por la empresa PÚLIZIA.....	117
<i>Figura 57:</i> Directorio de empresas dedicadas a la limpieza en la ciudad de Latacunga .....	118

## **Introducción**

En los últimos años distintos estudios han aportado abundantes evidencias sobre la contribución de los nuevos emprendimientos al crecimiento económico, a la generación de puestos de trabajo y a la innovación.

Los sueños más maravillosos y las mejores oportunidades de negocios se quedan solo en buenas intenciones, precisamente porque son materializados en proyectos factibles, la opción más clara para el emprendedor que quiere alejarse del fracaso asegurado, mediante la elaboración de un plan de negocios tanto para iniciar una nueva. Este proceso es de gran importancia y debe ser objeto de una especial atención, por el enfoque en temas como el mercado al que la empresa va a dirigirse, la evolución previsible del mismo, la competencia, la política comercial a seguir, las ventas esperadas, los recursos técnicos y económicos necesarios, en resumen detectar una oportunidad que nadie haya aprovechado con un bussiness plan convincente y bien estructurado, que analizará áreas principales tales como naturaleza del proyecto, segmentación del mercado meta mediante la ejecución de una encuesta, el producto o el servicio, la organización y aspectos económicos financieros con la elaboración de matrices que estudien los factores internos y externos de la nueva organización.

Por tanto, se crea la empresa PÚLIZIA, la cual se forja como respuesta ante la necesidad de brindar un servicio integral de limpieza a los laticungueños con una programación de gastos anticipados mediante los planes de aporte, además plantea 3 planes de limpieza tanto para el hogar y las empresas disminuyendo el trabajo a los amos de casa y empresarios .

PÚLIZIA estará direccionada a atender la población de grupos socioeconómicos A, B, C+ y C- de la ciudad de Latacunga. La propuesta de valor, será el de proporcionar el soporte y complemento estratégico a precios competitivos con el mercado actual y garantizar una satisfacción a los clientes con la tenencia y atención del bien, a la vez de poder contar con más beneficios adicionales (diseño de interiores).

Este estudio se ha dividido en cuatro capítulos que contiene lo siguiente:

En el primer capítulo se encuentra detallado el planteamiento del problema formulación del problema, justificación del estudio, el objeto general y objetivos específicos.

El segundo capítulo contiene los antecedentes, las bases teóricas aplicado en el caso.

En el tercer capítulo contiene la metodología aplicada del objeto del estudio, sistematización, tabulación de datos, análisis y el diagnóstico.

En el cuarto capítulo el análisis financiero e interpretación de resultados, las conclusiones, recomendaciones y referencias.

## **Resumen**

Hasta la actualidad, la población ecuatoriana ha tenido muy poca inclinación a destinar parte de su presupuesto en estos tipos de servicios integrales de limpieza, por lo que se hace indispensable crear una cultura de la necesidad para contratarlos.

Por ello, la propuesta en el presente estudio, es la elaboración de un plan de negocios para la creación de una empresa de servicios de limpieza para hogares y empresas que busca diferenciarse de los demás en la ciudad de Latacunga, una empresa nueva que tiene como finalidad satisfacer los requerimientos de los clientes al ofrecer un servicio distinto y novedoso que el de la competencia, para obtener el reconocimiento de un público específico.

La elaboración de los diferentes estudios y análisis de matrices, para la puesta en marcha de este estudio; permitió identificar el mercado meta al cual se dirigirá el servicio, determinando las necesidades fundamentales del mismo, buscando alternativas que permitan sobresalir dentro de un mercado en constante crecimiento y altamente competitivo para fascinar al público; a través del estudio realizado, se demostró una proyección rentable tanto externa e internamente (SOLVER), cubriendo con esto tanto el ámbito social, jurídico, económico, ambiental y tecnológico.

**Palabras Claves:** Plan de negocios, SOLVER, empresa, servicio de limpieza, mercado meta, matrices, clientes, competencia, presupuesto.

## **Abstract**

Until now, the Ecuadorian population has had very little inclination to devote part of its budget to these types of comprehensive cleaning services, so it is essential to create a culture of necessity to hire them.

Therefore, the proposal in this study is the development of a business plan for the creation of a company of cleaning services for homes and businesses that seeks to differentiate itself from others in the city of Latacunga, a new company that aims to meet the requirements of customers by offering a different and innovative service than that of the competence, to obtain recognition from a specific audience.

The preparation of the different studies and analysis of matrix, for the implementation of this study, allowed to identify the target market to which the service will be directed, determining the fundamental needs of the same, looking for alternatives that allow to stand out within a market in constant growth and highly competitive to fascinate the public; through the studies carried out, it was demonstrated a profitable projection both externally and internally (SOLVER), covering both the social, legal, economic, environmental and technological.

**Keywords:** Business plan, SOLVER, company, cleaning service, target market, matrix, clients, competence, budget.

## CAPÍTULO I

### 1.1. Planteamiento del Problema

Las empresas que brindan servicios integrales de limpieza en Latacunga son mínimas, pero el crecimiento empresarial y poblacional va en aumento, es decir la oferta del servicio es escasa y no abarca la demanda existente como por ejemplo, no existen propuestas diferentes por parte de las empresas legalmente constituidas, es decir la competencia, así como el servicio tiene falencias en la calidad y su personal no capacitado periódicamente.

En la actualidad, el ritmo de vida de cada persona y por ende el de las familias es muy acelerado, siendo este el principal motivo que dificulta una correcta decisión en el momento de elegir un servicio de limpieza integral, o el mismo hecho de tener tiempo para dedicarse al aseo, adicional el aspecto social que emana desconfianza al permitir ingresar a personas desconocidas al hogar, ya que no hay un respaldo que demuestre el servicio de calidad y confiabilidad. Por esto surge la idea de ofrecer un servicio claramente diferenciado de la competencia con el fin de facilitar este tipo de decisiones; brindando al mercado una solución integral de limpieza de hogares y empresas, ofreciendo servicios óptimos desarrollados de manera profesional y sobre todo convirtiéndose en un aliado estratégico generando tranquilidad con una propuesta que enmarca como innovadora a las empresas y hogares latacungueños.

## **1.2. Justificación**

La limpieza es un factor clave y esencial para cualquier espacio, ya sea industrial, doméstico o comercial, es por esto que en Latacunga se observa una tendencia de las industrias que contrata servicios generales suministrados por empresas de outsourcing, que proporcionan excelente calidad, disminución de costos y permiten que la empresa contratante se concentre en el “core” del negocio. Además, la imagen de una empresa debe representar de modo fiel los valores, creencias de la misma y guardar relación con la idea que la sociedad tiene de ella en cuanto a reputación, calidad y prestigio.

Los servicios de limpieza no entran en el planning del día a día de un trabajador, por ello, conviene contratar a una compañía que ofrezca dicho servicio para tener este aspecto cubierto, de este modo la plantilla sólo tendrá que ocuparse de la verdadera naturaleza del negocio.

Las personas que se beneficiarían con el desarrollo del presente proyecto, son la mano de obra local y sus familias, ya que se ampliara el número de plazas de trabajo existentes en la ciudad y sus alrededores, contribuyendo a solucionar la problemática actual que posee el país en el tema de empleo.

La oportunidad de negocio, cada vez requieren más y mejores servicios, que superen las expectativas del cliente, para lograr una ventaja ante la competencia y fascinar a los clientes con el servicio que se oferta.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo general**

Elaborar un plan de negocios para la creación de la empresa PÚLIZIA dedicada a la prestación de servicios generales del hogar, la industria y el comercio ecuatoriano, ubicada en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi, implementando SOLVER como herramienta de optimización de recursos.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

Elaborar un estudio de mercado que permita el análisis de la oferta y la demanda del servicio, para la creación de la empresa PÚLIZIA dedicada a la prestación de servicios generales del hogar, la industria y el comercio ecuatoriano.

Desarrollar la estructura del plan de negocios para la creación de la empresa PÚLIZIA dedicada a la prestación de servicios integrales de limpieza para el hogar y las empresas ecuatorianas.

Realizar un estudio económico – financiero, que permita determinar la factibilidad de la creación de la empresa PÚLIZIA dedicada a la prestación de servicios generales del hogar, la industria y el comercio ecuatoriano.

Diseñar un estudio de caso con la implantación del complemento SOLVER para un análisis interno de recursos de PÚLIZIA en los inicios de las actividades operacionales.

## CAPÍTULO II

### 2.1. Antecedentes

El desarrollo de planes de negocios, en la última década, ha dado un impulso notable al decidir sobre la conveniencia o no, de llevar adelante un proyecto. Se presenta a continuación los resultados de algunas revisiones sobre investigaciones relacionadas con el objeto de estudio “Plan de negocios para una empresa de limpieza”, con objeto de asentar el estado del conocimiento del mismo. Los reportes de investigación consultados son trabajos recientes, con menos de cinco años de realización, correspondientes al tema en cuestión, se señala el objetivo de cada investigación y los resultados principales.

En primer lugar, el trabajo correspondiente a Argote, M (2013) con el tema “Plan de negocios para la creación de la empresa de servicios Aseo para Todos S.A.” Su objetivo consistió en ofrecer un servicio diferenciador de aseo y mantenimiento para hogares que se caracterice por su puntualidad, calidad y seguridad eficiente, así como actividades complementarias tales como: floristería, decoración y cocina internacional que agregan valor y cumplen con las expectativas de los clientes, permitiendo la generación de empleo y valor a la empresa y al sector. Entre sus resultados, el plan de negocios es financieramente viable, cuenta con una propuesta que genera valor agregado, mantiene los precios establecidos en el mercado, y de acuerdo con el estudio realizado mediante encuestas, los consumidores se interesan y les atrae la propuesta de negocio que ofrece aseo para todos.

En segundo lugar, el trabajo correspondiente a Ramírez, D (2016) se denomina “Generación de una empresa de servicio de limpieza para maquinaria industrial”, cuyo objetivo general se enfocó en constituir una empresa de servicios de limpieza para maquinaria industrial, con la aplicación de métodos técnicos, económicos y administrativos. Entre sus resultados, la empresa Servipro ofrece servicios de limpieza con hielo seco para equipos industriales a través de un método con ventajas tecnológicas cubriendo las necesidades de los consumidores, mediante procesos no abrasivos con los equipos que agregan valor al servicio y con personal capacitado.

## 2.2. Bases teóricas

### 2.2.1. Empresario.

La empresa tiene como elemento clave del éxito al empresario, es decir, aquella persona con un alto espíritu emprendedor, capaz de llevar adelante un sueño sobre la base de un plan previamente establecido y por eso, a la importancia de conocer las características fundamentales que contribuirán con el desarrollo del espíritu emprendedor y de la empresa exitosa en el Ecuador.

Sin embargo, para ser un empresario exitoso debe tratar de desarrollar ciertas capacidades que influyen en el éxito de cualquier empresa.

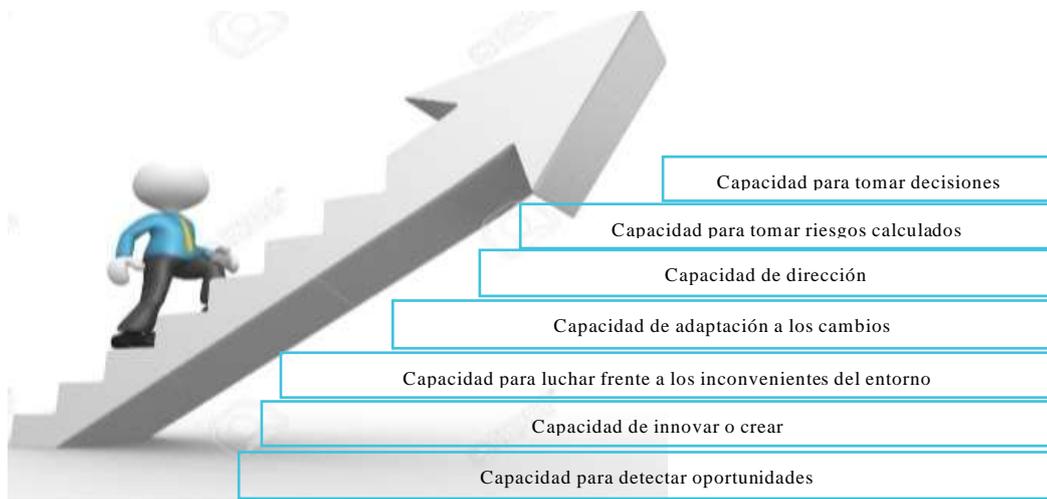


Figura 1: Representación de las características para ser un empresario exitoso.  
Recuperado de: (González R. , 2014)

Según Kuratko&Hodgetts (2004), la definición es la persona que lidera el proceso dinámico de visión, cambio y creación. Para ello requiere la aplicación de toda su energía y su pasión hacia la creación e implementación de nuevas ideas y de soluciones creativas. Sus ingredientes especiales son: deseo de asumir riesgos calculados en tiempo, capital y carrera; la habilidad de conformar un equipo empresaria, las capacidades creativas para conseguir los recursos necesarios, la capacidad de desarrollar un plan de empresa integral finalmente, la visión para reconocer la oportunidad donde otros ven caos, contradicción y confusión.

En resumen, un empresario exitoso debe tener:

- La visión, para reconocer una oportunidad donde otros solo ven problemas
- La perseverancia necesaria, para lograr los objetivos planteados y alcanzar la visión
- La pasión por cumplir con sus sueños a pesar de los inconvenientes del entorno o de las dificultades internas en la organización
- El entusiasmo por adecuarse permanentemente a los cambios del entorno y disfrutarlos
- La habilidad, para conformar un equipo empresarial con capacidades creativas e innovadoras, que permitan conseguir los recursos necesarios para realizar las actividades con altos estándares de calidad y excelencia
- El deseo de asumir riesgos calculados en función a su experiencia y conocimientos
- La capacidad para tomar decisiones a pesar de la incertidumbre.

Además, el empresario debe contar con cuatro “capitales” según Venkataraman (2003), que son:

- El capital humano: compuesto por talento, entusiasmo, optimismo y espíritu empresarial
- El capital intelectual: compuesto por creatividad, educación, conocimientos y tecnología
- El capital social: compuesto por su red de contactos
- El capital físico: compuesto por dinero, infraestructura, equipos, instalaciones, bienes muebles, tierra, recursos naturales, programas, etc.

### **2.2.2. El Plan de Negocios**

Por lo general, para la creación de nuevas empresas o la creación de nuevas unidades de negocios para empresas en marcha, es necesario y útil desarrollar un plan de negocios que permita evaluar la probabilidad de éxito de una nueva aventura empresarial, reducir la incertidumbre y el riesgo de cualquier actividad no planificada.

Además, al analizar el entorno en el que se desarrollará la empresa, precisar la idea y el modelo de negocio elegido, establecer los objetivos que se quieren actualizar, definir las estrategias que llevarán a la empresa al éxito y detallar como se organizará los procesos de producción, ventas, logística, personal y finanzas, para que se logre satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. Todo este análisis permitirá reducir el riesgo de fracaso, cuidar la imagen del empresario, conocer cuál es el rendimiento económico y financiero que se espera del negocio y contar con una herramienta que permita controlar el crecimiento y desarrollo de un nuevo negocio.

#### ***2.2.2.1. Definición.***

Según Fleitman, J. (2000) un plan de negocio “es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los empresarios, es una serie de actividades relacionadas entre sí, para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas”, es decir el plan define las etapas de desarrollo de un proyecto empresarial y es una guía que facilita la creación o crecimiento de la misma.

Entonces, es una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Por lo tanto, reduce la curva de aprendizaje, minimiza la incertidumbre y el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, transmitiendo a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros los factores que harán de la empresa un éxito y la forma en la que recuperaran su inversión y en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para determinar la sociedad. (Fleitman, 2000)

#### ***2.2.2.2. Importancia de un plan de negocio.***

El plan de negocio ayuda a evaluar el funcionamiento de la empresa, así como los distintos caminos que este tome sobre el escenario previsto y brinda información a usuarios de la empresa, bancos, inversionistas e instituciones financieras que pudiesen ofrecer en algún momento apoyo financiero a la empresa (Kotler, 2011)

Desde el punto de vista interno, el plan de negocios sirve para:

- Conocer en detalle el entorno en el cual se desarrollarán las actividades de la empresa

- Precisar las oportunidades y amenazas del entorno, así como las fortalezas y debilidades de la empresa
- Estar atentos a los cambios que pudieran representar una amenaza para la empresa y así anticiparse a cualquier contingencia que disminuiría la probabilidad de éxito de la empresa
- Dar a conocer cómo se organizarán los recursos de la empresa en función a los objetivos y la visión del empresario
- Atraer a las personas que se requieran para el equipo empresarial y el equipo ejecutivo
- Evaluar el potencial real de la demanda y las características del mercado objetivo
- Determinar las variables críticas de la empresa y aquellas que exigen un control permanente, como los puntos críticos en los procesos
- Evaluar varios escenarios y hacer un análisis de sensibilidad en función a los factores de mayor variación, como podrían ser la demanda, el tipo de cambio, el precio de los insumos de mayor valor, entre otros
- Establecer un plan estratégico para la empresa y planes de acción de corto y mediano plazo para cada una de sus áreas funcionales. En este sentido, busca asignar responsabilidades y coordinar soluciones ante posibles problemas
- Tomar decisiones con información oportuna, confiable y veraz, y no sólo sobre la base de la intuición, lo que reduce el riesgo del negocio
- Tener un presupuesto maestro y presupuesto por áreas funcionales, que permitan evaluar el desarrollo de la empresa en términos económicos y prever los requerimientos de capital
- Mostrar la capacidad empresarial del empresario
- Mostrar los posibles resultados de la empresa, en función a simulaciones hechas para probar distintos escenarios y estrategias.

### ***2.2.2.3. Estructura del Plan de Negocios.***

Es considerable el número de libros y documentos online que muestran la estructura de un plan de negocios, pero no existe una única estructura que pueda servir a los distintos empresarios. Cada emprendedor e inversionista requiere un plan de

negocios particular y por ello, el empresario debe ser capaz de definir cuál es la mejor estructura, en función a la solicitud de cada destinatario, audiencia o publico demandante. (Kotler, 2011)

A continuación, se presenta la estructura que se empleara para la elaboración del plan de negocios para la empresa PÚLIZIA.

La Hoja Explicatoria del plan de negocio es como la cubierta de un libro, es decir la portada central, por ello debe ser atractiva y contener alguna información importante. Esta portada es la primera página del plan de negocios y deben contener la siguiente información:

- Nombre de la compañía, dirección, número telefónico, número de fax y dirección electrónica
- Logotipo de la compañía, si lo hay
- Nombres, puestos, direcciones y números de teléfono de los propietarios y o de los funcionarios de la compañía
- Mes y año en que se presenta el plan
- Nombre de quien prepara el plan.

La Tabla de Contenido es una parte importante del plan terminado del negocio, necesita ser bien organizado, facilitando al lector encontrar información en cualquier aspecto de su negocio. El contenido ofrece un listado de las secciones del plan, con números de página, es decir no es más que un índice de las partes que contiene todo el documento del plan de negocios (Pinson, 2003)

La longitud de la tabla del contenido varía en función de la complejidad del plan, como en esta ocasión se hace referencia a un negocio que se pondrá en marcha y solo necesitará de una página.

El Resumen ejecutivo, esta sección está dirigida a los inversionistas y bancos, redactado en forma atractiva y despertar interés en lector, brindando el conocimiento de la singularidad del negocio contenida de 1 a 2 páginas como máximo, destacando las informaciones claves y los resultados estimados del plan como la descripción de la empresa o proyecto, la oferta de productos y servicios, estructura organizativa, principales iniciativas y objetivos, oportunidades de mercado, ventajas competitivas,

componentes de las estrategias de comercialización, inversiones, resultados e indicadores económicos y financieros. (Pinson, 2003)

### **2.2.3. Plan de Organización.**

En esta sección debe manifestar la información sobre la organización, en general y de forma particular.

#### **2.2.3.1. Definición de un negocio.**

Definir la empresa o un negocio, parte de la declarando su misión, visión y valores es la manera de dar rumbo al nuevo emprendimiento, todo esto, representa los elementos estratégicos que guiaran la empresa y ayudaran a tomar decisiones a los propietarios y empleados.

El objetivo esencial de una nueva empresa es solucionar un problema existente en el mercado, es decir, satisfacer la necesidad de sus clientes potenciales. Por ello, el plan debe comenzar con la identificación de esta necesidad y con la propuesta de una solución. El paso de una idea básica a una oportunidad de negocios requiere la aplicación de una perspectiva más práctica, que implica un proceso transformativo, en el que nuevas percepciones sobre un elemento pueden afectar a otras. Las ideas de negocios constan de dos dimensiones. La primera es la del producto o servicio que plantea, mientras que la segunda se refiere a la manera como el producto o servicio se desarrolla y comercializa, es decir, su “sistema de negocio”.

Criterios que deben cumplir una oportunidad de negocio, una oportunidad de emprendimiento debe cumplir cuatro criterios clave para ser considerada como tal y para que sirva de punto de partida para un plan de negocios:

- Debe ofrecer un beneficio para el cliente
- Debe tener un mercado
- Debe ganar dinero
- Debe estar en capacidad de ser protegida

### **2.2.4. Administración y personal.**

La puesta en marcha de una empresa requiere de la conformación de un buen equipo de trabajo que permita enfrentar las insospechadas tareas del día a día de una

empresa, mantener un funcionamiento ininterrumpido de las operaciones, solucionar los problemas de manera creativa, tomar decisiones basándose en puntos de vista novedosos, implementar puntos de control internos antes de enfrentar en mundo externo, hacer una evaluación completa, contar con una mayor capacidad de asimilar información, accederá las redes de contactos, promover sentimientos de solidaridad y de apoyo al empresario. (Pinson, 2003)

En la conformación de un equipo se debe identificar claramente el aporte de cada miembro, lo cual facilitará la manera de trabajar conjuntamente y aumentar las posibilidades de éxito al poner en marcha la compañía.

Para entender cuáles son las aptitudes y características de un equipo idóneo se debe estudiar el sistema de negocio y la organización. Este análisis permitirá identificar cuáles competencias son necesarias y cuáles no, pero además llamará la atención sobre otros puntos importantes. Por ejemplo, no todas las competencias son profesionales.

Existen, asimismo, competencias personales, como la capacidad de comunicación, la inteligencia emocional y la capacidad de relacionarse, con los demás miembros del equipo y con terceros. Un equipo ideal debe combinar atributos y competencias tanto positivas como diferentes, para garantizar el éxito.

**Tabla 1**

*Modelo de matriz para la evaluación de desempeño según cargos para una empresa de servicios*

<b>MATRIZ DE COMPETENCIAS GENERALES POR CARGOS</b>				
<b>CARGOS</b>	<b>Técnico</b>	<b>Operadores de</b>	<b>Director</b>	
<b>TEMAS</b>	<b>Técnico</b>	<b>Administrativo</b>	<b>Sistemas</b>	<b>Administrativo</b>
<b>COMPETENCIAS REQUERIDAS</b>				
Seguridad y Salud Ocupacional				
Técnicas de Archivo				
Técnicas de Oficina Redacción y Ortografía				
Trabajo en equipo				
<b>OTRAS COMPETENCIAS REQUERIDAS (FUNCIONALES)</b>				
Acción de Tutela				
Toma de Decisiones				
Gestión de Seguridad y Salud Ocupacional				

*Nota:* Tomada de García (2011).

### **2.2.5. Plan de Marketing o análisis del mercado.**

La segunda sección principal del plan de negocio cubre los detalles del plan de mercadeo, es decir en esta se incluirá información acerca de toda la población interesada en un determinado servicio que ofrece una organización.

En toda evaluación de un proyecto, sea antes o después de la inversión, el aspecto del marketing es clave para el éxito del proyecto. Hay una tendencia a creer que los aspectos de este parámetro en un proyecto se refieren al estimado de la demanda en la etapa del proyecto, solamente con técnicas estadísticas que permitan calcular con un buen nivel de precisión del mismo, por los productos que la empresa venderá en el mercado. Sin embargo, este análisis es dinámico y permanente en la empresa debido al monitoreo de los cambios en la sociedad, las tendencias en el consumo, los cambios en los medios de pago, el tamaño de las familias, los gustos y American Marketing Association, (1985) propuso la siguiente definición para el término marketing; “proceso de planificar y ejecutar la concepción del producto, precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan tanto objetivos individuales como de las organizaciones”.

Para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos, deberá orientar todos sus esfuerzos hacia la satisfacción de las necesidades de los consumidores, ellos son los que deciden qué, cómo se produce y como se distribuye, está determinado por las preferencias de los consumidores, expresadas en sus decisiones individuales.

Esta gestión deberá focalizarse en dos tareas fundamentales: el estudio de mercado y el diseño de estrategias del mismo, que permitan alcanzar los objetivos de la empresa. Y como el origen de la empresa es de ofrecer servicio y la definición según (Kotler, 2011) define de la siguiente manera: "un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico". Complementando ésta definición, cabe señalar que según el autor, los servicios abarcan una amplia gama, que va desde el alquiler de una habitación de hotel, el depósito de dinero en un banco, el viaje en avión a la visita a un cardiólogo, hasta comprar en línea, ver una película. Muchos servicios son intangibles, en el

sentido de que no incluyen casi ningún elemento físico, como la tarea del consultor de gestión, pero otros pueden tener un componente físico, como las comidas rápidas.

#### **2.2.5.1. Estudio de mercado.**

El mercado, puede direccionarse a niños, jóvenes, adultos, padres, ancianos o empresas con determinadas características, es decir consiste en un grupo de consumidores que quieren comprar productos o servicios para suplir una necesidad, según el lugar donde habiten u operen puede definirse geográficamente. El estudio de mercado tiene como propósito demostrar la posibilidad de participación de un producto o servicio en el mercado actual, y busca:

- Definir el tamaño total del mercado.
- Estimar el volumen o cantidad del bien o servicio que se comercializará.
- Definir el segmento de mercado al cual se enfocará la empresa.
- Identificar la competencia tanto directa como indirecta.
- Identificar a los principales proveedores.

Según el objetivo del estudio de mercado se deberá establecer las diferentes opciones para la obtención de información. Es importante cubrir primero las informaciones existentes antes de recurrir a la búsqueda de informaciones primarias y algunas de las herramientas más utilizadas son las siguientes: observaciones, encuestas, focus groups, entrevistas, comprador misterioso y otros. (Pinson, 2003)

#### **2.2.5.2. Mercado Consumidor.**

Investiga el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias, etc.), el objetivo es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

Segmento de Mercado, esto implica encontrar un criterio para clasificar a los diferentes tipos de clientes en el mercado, identificando así grupos suficientemente grandes y homogéneos que tengan las mismas necesidades y reaccionen de la misma manera a la hora de aplicar estrategias de marketing.

Para definir el perfil de un segmento se deberá identificar algunos datos, tales como:

- Individual (consumidor final): género, estado civil, nivel de ingreso, tamaño de la familia, ocupación, rango de edad, grado de instrucción académica, otros.
- Empresarial: volumen de venta mensual, precio de compra, mínima cantidad de compras, número de empleados, antigüedad del negocio, actuales proveedores, otros.

#### ***2.2.5.3. Mercado Competidor.***

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado, ofreciendo el mismo producto o servicio y para realizar un estudio de la competencia es necesario identificar quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas.

La técnica de investigación del cliente misterioso o el benchmarking permite establecer los estándares del sector, así como las ventajas competitivas de cada empresa. A partir de esta evaluación, se determinará la estrategia que se tomará para contrarrestar su influencia si es necesario.

Análisis Competitivo, es necesario identificar qué tipo de competencia tiene en el mercado y realizar una evaluación incluyendo a la nueva empresa, con una escala que va del 1 al 5, siendo el, 1 la calificación más baja y 5 la más alta. Posterior se debe sumar los puntajes obtenidos por cada competidor y estudiar al más competitivo del mercado, como sus puntos débiles para implementar estrategias que ataque dichas debilidades.

Ventaja Competitiva, son los atributos que vuelven al negocio único y superior a sus principales competidores. Se trata de las ventajas o beneficios exclusivos que se ofrece a sus clientes y que su competencia no está ofreciendo. Representa una ventaja competitiva cuando el cliente lo percibe y lo valora.

#### ***2.2.5.4. Mercado Proveedor.***

La relación con los proveedores se debe establecer en función a algunos criterios ya que se va a negociar y compartir en todo momento; desarrollar una cadena de proveedores que aseguren materias primas o mercaderías, de manera segura,

constante, manteniendo el estándar de calidad y una integridad en sus precios, esto fortalecerá la gestión de compra.

Estrategia del Marketing, se determinan cuatro de ellas para trabajar y ganar preferencia del cliente alcanzando los objetivos comerciales.

Estrategia de Producto, se clasifican según el objetivo en términos de ingresos, las mismas que responderán; obtener un incremento inmediato de ingresos, conseguir unos ingresos estables, alcanzar en un futuro un crecimiento de los ingresos. (González R. , 2014)

Estrategia de Precios, se refieren a métodos que las empresas usan para asignar precios a sus productos y servicios, siendo una de ellas el precio de penetración, los precios de recuperación, de descuentos, el ciclo de vida del precio del producto y el precio competitivo. (Pinson, 2003)

Casi todas las empresas, grandes o pequeñas, basan el precio de sus productos y/o servicios en los costos de producción, luego agregan las variables comerciales y el margen deseado. (Pinson, 2003)

- Tipos de precios: precio de lista, precio mayorista, precio minorista, precio contado, precio financiado, precio de temporada, precio de liquidación, precio de lanzamiento, etc.
- Variables utilizadas para fijar precios: descuentos, comisión, impuestos y margen deseado.

Estrategia de Distribución, incluye un conjunto de habilidades, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo, en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan.

Según el tipo de negocio se determinará si es aplicable analizar criterios sobre una ubicación comercial o un canal de distribución (directo o indirecto) para diferentes tipos de clientes mayorista, minorista o cliente final.

Los canales aplicables pueden ser: distribuidores, agentes externos o comisionistas, franquicia, vendedores al por mayor, puntos de venta propios, agentes de venta

propios, correo directo, centro de llamadas o internet y según las características del producto o servicio, se pueden dar variables como las condiciones óptimas de transporte, tiempos, envases, etc. (Pinson, 2003)

Estrategia de Comunicación, es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en las herramientas de comunicación disponibles, además este factor establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o elementos de contacto con los clientes para realizar su seguimiento y cerrar las ventas para definir cuál será, la imagen y el mensaje que proyectará con esta estrategia. (Pinson, 2003)

#### **2.2.6. Plan Operativo.**

La gestión operativa podría tomar varios rumbos, según el tipo de negocio, el esquema utilizado considerará una empresa industrial, por ser la más compleja, pudiendo contener ítems no aplicables para empresas de servicios o comerciales.

En esta sección se proponen detallar cómo se gestionarán los recursos involucrados en la generación del producto o la prestación del servicio que se ha previsto ofrecer, analizar y decidir sobre diferentes alternativas técnicas u operativas para producir mejor, vender más o prestar con eficiencia un servicio, verificando la viabilidad técnica u operativa para cada caso, de acuerdo con las restricciones existentes de recursos, ubicación, logística y/o tecnología, de forma que se puedan alcanzar fuertes ventajas sostenibles frente a la competencia. (Fleitman, 2000)

Recursos Materiales Necesarios, es necesario identificarlos para producir, utilizar o vender en el proceso de intercambio comercial con el cliente. Registrar las características relevantes, cantidades a utilizar para cada producto o mercadería según las metas comerciales del mes. Denotar las restricciones en la logística, almacenamiento, conservación, transporte u otros aspectos relevantes.

Capacidad de producción o servicio, según los objetivos empresariales de crecimiento mensual y/o anual de los primeros tres años, establezca el requerimiento de producción y los criterios que se aplican para determinar tamaño de la producción u operación del negocio.

- Proceso de Producción o ciclo del servicio, identificar los procesos operacionales más importantes del negocio e incluir en un flujo grama de procesos, indicando los internos y los que serán subcontratados.
- Distribución de la planta, el objetivo de diseñar la organización física es determinar la ubicación de todos los elementos que hacen parte del negocio a efectos de optimizar el espacio físico. Así también, atender la seguridad de los mismos (salidas de emergencia, ubicación de extintores) y el movimiento del personal dentro de la infraestructura.

#### ***2.2.6.1. Gestión de Personas.***

Formar un equipo de trabajo competitivo, será el objetivo principal de esta gestión, toda empresa debe ser diseñada como para ofrecer oportunidades de trabajo donde desarrolle todo su talento, sea productivo y genere un ingreso en forma digna.

Estructura Organizativa, para organizar la empresa será fundamental dividir las funciones en cada cargo y definir con claridad las responsabilidades de cada colaborador, así como definir los niveles jerárquicos de la empresa, para cada área de gestión e identificar los cargos.

Reclutamiento y selección de personal, es el conjunto de técnicas y procedimientos que están orientadas a atraer y seleccionar candidatos que estén potencialmente calificados y sean capaces de ocupar cargos dentro de la organización.

- Evaluación de desempeño, es recomendable aplicar una evaluación de desempeño antes de los 60 días de la contratación para verificar si la decisión de la contratación del personal fue acertada y puede ser aplicable en cualquier momento, con el objetivo de realizar promociones internas del personal. Como mínimo una vez al año se debe realizar esta evaluación a todo el equipo.

#### ***2.2.6.2. Gestión Legal.***

##### ***2.2.6.2.1. Tipos de Empresas.***

El tejido empresarial que mueve la economía está formado por multitud de empresas, compañías y organizaciones de diferentes características cada una de las empresas realiza una actividad diferente, poseen planillas totalmente distintas y se estructuran

según sus necesidades. Sin embargo, es necesario conocer cuáles son los diferentes tipos de empresas y sociedades que existe según la Ley de Compañías del Ecuador.

- La compañía en nombre colectivo
- La compañía en comandita y divida por acciones
- La compañía de responsabilidad limitada
- La compañía anónima
- La compañía de economía mixta.

A continuación, se presenta un cuadro de resumen de estas cinco especies de compañías que constituyen las personas jurídicas.

Características principales	
Compañía en nombre colectivo	Rige el principio de conocimiento y confianza entre los socios
	No admite suscripción de capital
	El contrato de la compañía en nombre colectivo se celebra por escritura pública
	La compañía se forma entre dos o más personas
	La Ley no señala para esta compañía un mínimo de capital funcional
	Los aportes de capital no están representados por títulos negociables
	Para la constitución de la compañía se pagará no menos de cincuenta por ciento del capital suscrito.
Compañía en comandita simple	La compañía tiene dos socios y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables llamados socios comanditados y uno o más socios suministradores de fondos, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.
	La compañía existe bajo una razón social que consiste en el nombre de uno o varios de los socios comanditas, al que agregará las palabras "Compañía en comandita"
	Para esta compañía no existe un mínimo de capital fundacional
	La administración está a cargo de los socios comanditas
Compañía en Comandita por acciones	No está sujeta a la superintendencia de compañías
	Se constituye entre dos clases de socios: comanditados y comanditarios
	La compañía existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables llamados socios comanditados, seguidos de las palabras "compañía en comandita"
	El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual.
	La décima parte del capital social, por lo menos deberá ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados).
Compañía de responsabilidad limitada	La administración de la compañía corresponde a los socios comanditados.
	Respecto a lo no contemplado en las anteriores características, esta compañía se rige por las reglas de la compañía anónima.
	Se contrae con un mínimo de dos personas y como máximo de quince personas
Compañías Anónimas	El capital mínimo con que se va a constituir la compañía de Responsabilidad Limitada es de cuatrocientos dólares.
	El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el cincuenta por ciento del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a dos meses
	Es una sociedad cuyo capital, está dividido en acciones negociables y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones
	Esta especie de compañías se administra por mandatorios amovibles socios o no.
	Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo

Figura 2: Representación de las características de las compañías según la SUPERCIAS del Ecuador.

Nota: Tomado de Supercias (2014).

## Requisitos para formar una empresa en el Ecuador.

- Reservar un nombre, este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías. Ahí debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre.
- Elaborar los estatutos, es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.
- Abrir una “cuenta de integración de capital”, esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son: capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima (valores referenciales), carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno, copias de cédula y papeleta de votación de cada socio, luego debe pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.
- Elevar a escritura pública, acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
- Aprobación del estatuto, llevar consigo la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
- Publica en un diario, la Superintendencia de Compañías le entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- Obtén los permisos municipales, en el municipio de la ciudad donde se crea la empresa, deberá: pagar la patente municipal, pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.
- Inscripción de la compañía, con todos los documentos antes descritos, dirigirse al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.
- Realizar la Junta General de Accionistas, esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

- Obtención de los documentos habilitantes, con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías le entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
- Inscripción del nombramiento del representante, nuevamente en el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación
- Obtención del RUC, el Registro Único de Contribuyentes se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con: el formulario correspondiente debidamente lleno, original y copia de la escritura de constitución, original y copia de los nombramientos, copias de cédula y papeleta de votación de los socios, de ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.
- Obtén la carta para el banco, con el RUC en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

### ***2.2.6.3. Aspectos Tributarios.***

Los impuestos principales en Ecuador son los siguientes:

Impuesto a la Renta, la Tarifa Corporativa de este impuesto en el Ecuador es del 25% sobre la totalidad de los ingresos gravables. No obstante, las empresas que reinvierten sus utilidades tienen derecho a una reducción del 10% en la tarifa general, es decir que tributan sólo el 15% sobre la porción de utilidades reinvertidas. Para tal efecto deberán realizar un aumento de capital hasta el 31 de diciembre del año siguiente a aquel en el cual se produjeron las utilidades. Ecuador, además, contempla en su legislación laboral una participación del 15% de las utilidades de la empresa, en beneficio de sus trabajadores y empleados, este porcentaje es calculado sobre la base imponible, antes del impuesto a la renta. Las compañías actúan como agentes de retención del impuesto a la renta en los pagos o créditos en cuenta que hacen a individuos u organizaciones que proveen bienes y/o servicios. El impuesto retenido debe ser declarado y entregado al Servicio de Rentas Internas, a través de las instituciones financieras autorizadas que actúan como agentes recaudadores (tales

como la mayoría de los bancos privados nacionales) en el mes siguiente a los pagos realizados, además los impuestos retenidos por el Agente de Retención constituyen crédito tributario para la persona o contribuyente a quien se le realiza la retención, quien podrá utilizarlo en su declaración anual del impuesto a la renta.

En lo que se refiere a los pagos o créditos en cuenta realizados al exterior, la retención es del 25% sobre el monto total del pago remitido o crédito en cuenta. El reembolso de los gastos incurridos en el exterior, relacionados con la actividad desarrollada en el Ecuador, no está sujeto a impuesto o retención alguna, siempre y cuando se obtenga un certificado que legitime la veracidad de dichos gastos, el mismo que deberá ser emitido por una firma de Auditores independientes que tenga representación en el Ecuador.

Para propósitos de tributación, la ley ecuatoriana trata por igual a las sucursales de compañías extranjeras y a las compañías domésticas. Las compañías de transporte internacional de carga y de personas, tienen un tratamiento especial de tributación, pues la base imponible es calculada sobre el 2% del total de ingresos. En el caso de compañías que proveen servicios de exploración y explotación de hidrocarburos, existe un tratamiento especial, pues la tarifa general del impuesto a la renta es del 44%. Sin embargo, las otras modalidades de contratación petrolera que no sean de servicios de exploración y explotación están sujetas a la tarifa normal del 25%.

Impuesto al Valor Agregado, el (IVA) se calcula sobre el total de los bienes transferidos, importaciones y servicios prestados que debe ser cobrado en todos los puntos de intercambio (distribución, venta al por mayor y menor). El tipo impositivo es actualmente del 12%, aunque para la importación y transacciones de algunos bienes (como productos agrícolas, alimentos de primera necesidad y medicinas) y para algunos servicios (salud, educación, transporte fluvial, terrestre y marítimo, entre otros) la tarifa es del 0%.

Están sujetas al pago del IVA, todas las transacciones que involucran la transferencia del título de bienes materiales entre individuos o compañías (incluso cuando tal transferencia no incluya transacciones monetarias); las ventas de bienes materiales recibidos en consignación, bienes arrendados con opción a compra, bienes intercambiados, bienes presentados como pago en especie, préstamos o servicios,

venta de mercancía comercial y arrendamientos mercantiles; así como el consumo personal de los bienes o mercancías que constituyen la fuente de ingreso usual del comerciante. El IVA es calculado sobre el valor total de bienes transferidos o servicios prestados, incluyendo otros impuestos, cargos por servicios y otros costos que pueden legalmente ser agregados al precio base. La base imponible de bienes importados comprende el valor CIF, aranceles, impuestos de aduana y otros aumentos al precio base que estén documentados.

Impuesto Municipal sobre Activos Totales, los municipios ecuatorianos fijan una tarifa de: 0.15% de los activos totales de una compañía, refiriéndose a los estados financieros del año anterior, para determinar la base tributable. Las obligaciones financieras y contingentes pendientes más de un año son deducibles, para el cálculo del Impuesto a los Activos Totales.

Impuestos Prediales, la Ley de Régimen Municipal del Ecuador establece una tarifa sobre todos los edificios y propiedades localizados dentro de sus límites, sobre la base del valor comercial de la tierra determinado por cada municipio. Se otorga un descuento a los impuestos prediales pagados durante los seis primeros meses del año fiscal. Los impuestos pagados después están sujetos a multas e intereses por mora.

#### **2.2.7. Plan o gestión financiera.**

El objetivo de esta gestión es determinar la viabilidad económica del emprendimiento, Para ello, se determinará la inversión inicial necesaria, el financiamiento, los costos y los ingresos. A través de los indicadores económicos financieros ayudarán a tomar la decisión de iniciar el emprendimiento o replantear las estrategias establecidas originalmente.

Inversión Total, para determinar el total de recursos a ser invertidos para que el negocio comience a funcionar, se debe sumar los activos fijos, la inversión pre operativa y el capital de trabajo.

### **2.2.8. Complemento SOLVER.**

Es una herramienta incluida en el programa de Microsoft Excel, permite la optimización en la asignación de recursos empleando programación lineal y no lineal, es decir problemas más complejos (más variables) y puede ayudar a encontrar las combinaciones de variables que maximice o minimice una celda objetivo y lo último y no menos importante son las restricciones que permite especificar uno o más restricciones que deben cumplirse para que la solución sea ver válida.

La principal aplicación en la optimización de es en la parte de la programación lineal, no lineal y en la programación binaria, es decir el usuario puede condicionar el modelo para que cumpla las exigencias de este, de una forma más eficiente.

#### ***2.2.8.1. Algoritmos y métodos utilizados por Solver.***

La herramienta Microsoft Excel Solver utiliza el código de optimización no lineal (GRG2) desarrollado por la Universidad León Lasdon de Austin (Texas) y la Universidad Allan Waren (Cleveland).

Los problemas lineales utilizan el Método Simplex con límites en las variables y los métodos de ramificación y limite (método de branch and bound), implantado por John Watson y Dan Fylstra de Frontline Systems, Inc. El método de branch and bound corresponde al mismo método utilizado por WinQSB para la solución de problemas de programación lineal entera y/o que utilicen variables binarias.

#### ***2.2.8.2. Solución de un Problema de programación lineal con Solver.***

Al igual que para cualquier otro método de resolución, el primer paso para resolver un problema de programación lineal (PL) consiste en el modelamiento matemático, y es en esta fase en la que el profesional de Ingeniería Industrial debe desarrollar su mayor habilidad y destreza. Los pasos para resolver un problema de PL se encuentran en el módulo de programación lineal. Sin embargo, dada la interfaz de Excel, el modelamiento se hace más simple, siempre y cuando nos caractericemos por organizar muy bien la información.

Un modelo de optimización consta de tres partes; celdas objetivo, las celdas cambiantes y las restricciones.

- La celda objetivo representa el objetivo para modelos financieros que requieren aumentar las ganancias mensuales, disminuir costos con proveedores.
- Las celdas cambiantes son las celdas de la hoja de cálculo que podemos cambiar o ajustar para optimizar la celda objetivo como por ejemplo, la cantidad de cada producto fabricada durante un mes.
- Las restricciones son delimitaciones que se aplican a las celdas cambiantes como, por ejemplo, no usar más recursos que los disponibles y no producir más cantidad de un producto que la pueda venderse.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA APLICADA

#### 3.1. Plan estratégico

##### 3.1.1. Identificación de la empresa.



*Figura 3: Imagen Corporativa de la empresa PÚLIZIA*  
*Nota: Elaboración propia (2018).*

##### 3.1.2. Tipo de empresa.

PÚLIZIA es una empresa de servicios que pertenece al sector de aseo y limpieza, que busca brindar servicios personalizados e integrales al hogar, industria y empresas dedicadas al comercio.

Además, ofrece un servicio que cumplirá con los requisitos de seguridad que evite las probabilidades de robos y daños en los hogares de nuestros clientes, además se interesa por el cuidado del medio ambiente, así como la utilización de equipos e insumos biodegradables de bajo impacto ambiental; para esto cuenta con personal capacitado en actividades de manipulación de residuos y reciclaje.

Finalmente, se promoverá en la búsqueda de una adecuada organización administrativa que permita llevar la gerencia de la compañía y de su recurso humano de forma segura y orientar hacia el éxito de los servicios ofertados.

##### 3.1.3. Tamaño y ubicación de la empresa.

PÚLIZIA iniciará como una pequeña empresa que contará en su inicio, con 15 colaboradores. La empresa se ubicará en la ciudad de Latacunga sector Betlemitas

por su estratégica ubicación en la ciudad, este será el principal punto de atención al cliente; PÚLIZIA cuenta con un equipo humano, de origen familiar ofreciendo al cliente un servicio de máxima calidad y rapidez, con garantía hacia el cliente.

#### **3.1.4. Misión.**

Ofrecer a nuestros clientes servicio integral de limpieza de forma ágil, flexible, confiables, a precios justos mediante un talento humano amable ofreciendo soluciones personalizadas de limpieza para cada cliente, convirtiéndonos en un aliado estratégico donde nuestros usuarios pueden confiar.

#### **3.1.5. Visión.**

Consolidarnos en el año 2022 como la primera empresa de limpieza de todo tipo de inmuebles a nivel nacional, ser reconocidos por tener un sentido de responsabilidad social, afianzando un grupo humano calificado, vital, transparente y comprometidos con la organización.

#### **3.1.6. Valores.**

- **Orientación al Cliente:** escuchamos y estamos atentos para cubrir y anticipar las necesidades de nuestros clientes.
- **Superación de expectativas:** nos esforzamos para mantener el grado de satisfacción de nuestros clientes lo más elevado posible.
- **Conducta ética:** aceptamos y valoramos la opinión de todos y actuamos respetuosamente a lo largo de toda nuestra cadena de valor.
- **Desarrollo de personas:** proporcionamos formación continua a todos nuestros empleados
- **Sostenibilidad e integridad:** asumimos todas nuestras acciones, con honestidad y gran compromiso social, económico y medioambiental.
- **Progreso continuo:** nuestro objetivo principal es la mejora continua de todo aquello que hacemos.
- **Trabajo en equipo:** personal capacitado para lograr un fin común de la organización.

### **3.2. Objetivos estratégicos.**

#### **3.2.1. A corto plazo (1 año).**

- Constituir una empresa que ejecute actividades de limpieza
- Tener una participación en el mercado de Latacunga, siendo reconocidos por calidad de servicio y oportuna respuesta a las necesidades del cliente.
- Lograr la participación en el mercado empresarial en Latacunga caracterizándonos por promover el crecimiento de nuestro cliente mediante la flexibilidad en la prestación de nuestros servicios.
- Proporcionar la imagen de PÚLIZIA dentro de los principios de oportunidad, calidad confianza, seguridad y puntualidad fidelizando clientes.
- Desarrollar estrategias de mejora continua que permitan introducir fuerte y constantemente en el mercado.

#### **3.2.2. A mediano plazo (2 años).**

- Expandir nuestros servicios a los cantones de la provincia de Cotopaxi.
- Mantener nuestra participación en el mercado, mediante estrategias innovadoras.
- Consolidar la imagen de PÚLIZIA como la empresa que brinda servicios integrales y oportunos de limpieza para el hogar, la industria y el comercio.

#### **3.2.3. A largo plazo (3 años).**

- Ser reconocidos por las pequeñas empresas en Cotopaxi como la mejor compañía de servicios integrales de limpieza.
- Expandir el margen de rentabilidad de la compañía al introducir productos de limpieza eco – amigables que complementen los servicios suministrados.
- Aumentar y mantener nuestra participación en el mercado empresarial.
- Lograr alianzas estratégicas con compañías que proporcionen insumos a bajos costos y de calidad.

### **3.3. Ventajas competitivas.**

La ciudad de Latacunga se caracteriza hasta la actualidad, por su crecimiento empresarial cuyas actividades van desde agricultura, servicios bancarios, servicios públicos, de cobranzas, educación, salud, diversión, entre otros.

PÚLIZIA, es una empresa que brindará servicios integrales a dos segmentos específicos: domésticos y empresariales. En el primer aspecto, se parte de cambiar el paradigma respecto a contratar empleadas independientes, pero brindaremos paquetes personalizados que se acomoden a las necesidades de los usuarios.

El servicio doméstico será diseñado para que la limpieza pueda ser realizada de acuerdo al tipo (acabados) y tamaño del hogar de manera eficiente, se contará con manuales de estandarización para ciertos oficios en el hogar de modo que siempre buscaremos optimizar el servicio

Además, la limpieza y organización será basada en los principios de limpieza de los hoteles, detalles en la limpieza, organización y un parámetro importante la honestidad marcarán la diferencia.

Ahora, en el sector empresarial, ingresará en el mercado mediante los pequeños y grandes empresarios, promoviendo la participación de la nueva organización como socio estratégico y ayudar a disminuir los costos operativos de los clientes finales. Esto significa ofrecer paquetes flexibles y personalizables similares a los ofrecidos en el segmento doméstico, una pequeña empresa puede que no requiera servicios de limpieza diarios o en jornada completa, por lo que se acordará con el cliente, cuál sistema se acomoda mejor a sus necesidades.

Para los dos segmentos inicialmente contaremos con personal flotante que estará dispuesto, sea un caso que algún colaborador no pueda asistir a un cliente. Nuestro día a día se centrará en buscar la economía y mejorar la calidad de vida del cliente, esto indica ofrecer productos de limpieza más económicos, amigables con el medio ambiente y eficientes.

Por consiguiente, nuestros colaboradores estarán en constante capacitación enfocada en generar ahorro al interesado, de esta forma nuestros empleados son conscientes

del impacto generado por los humanos en la naturaleza y de esta forma su trabajo consistirá en ahorrar agua y energía de los empleadores y así, de manera indirecta contribuir a la disminución de contaminación de fuentes hídricas y el aumento del consumo de combustible fósil, esto será conjugado con el uso de detergentes eco-amigables que minimicen el impacto de estos productos en el ambiente.

En base a lo antes mencionado, nuestra ventaja competitiva consistirá en ofrecer paquetes de servicios personalizables, integrales, ecológicos y de calidad para cumplir, con todas las expectativas del cliente laticungueño.

### 3.4. Perfil de Emprendedores.

**Tabla 2**

*Datos Informativos de los socios de la empresa PÚLIZIA*

<b>Nombre:</b>	Pamela Yugsi
<b>Profesión:</b>	Ingeniera de Petróleos
	Especialista en servicios al cliente y seguridad industrial.
	El mercado ecuatoriano es amplio para las personas que tienen mucho ingenio y constancia, en conjunto con el talento humano.
<b>Nombre:</b>	Patricia Jaime
<b>Profesión:</b>	Sistemas
	Amplio Conocimiento en sistemas e insumos de limpieza empresarial.
	La mujer es ese poder incesante que deslumbra en este mundo competitivo, es decir es notable la participación de este ser humano y porque no seguir trascendiendo.
	Fuente: Elaboración propia (2018).

### 3.5. Plan de Marketing.

#### 3.5.1. Investigación de mercados.

##### 3.5.1.1. Análisis del sector - Entorno económico.

En el Ecuador se constatan seis ciclos de crecimiento completos, con una duración promedio de 73 meses. Cada ciclo consta de cuatro fases: la desaceleración sobre la tendencia, recuperación y expansión.

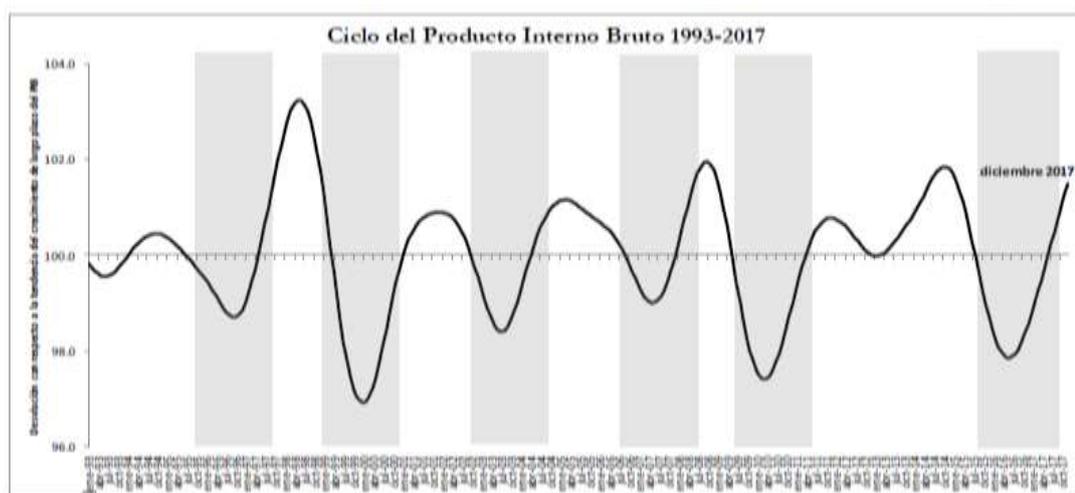


Figura 4: Crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador hasta el año 2017.  
Fuente: Tomado de INEC (2018)

En la figura número cuatro, muestra que el ciclo empezó en julio 2016, de manera expansiva a partir del tercer trimestre de 2017, siendo el crecimiento promedio de largo plazo normalizado en el eje de las abscisas y la desviación con respecto a la tendencia de crecimiento de largo plazo del PIB.

**Tabla 3**

*Demstración porcentual de las empresas según su tamaño en la ciudad de Latacunga*

Número de Empresas por Tamaño de Empresa					
Tamaño de Empresa	2012	2013	2014	2015	2016
Microempresa	1135	1277	1187	819	1016
Pequeña empresa	26	27	29	22	20
Grande empresa	1	0	0	0	0
Mediana empresa A	0	1	0	1	1
Mediana Empresa B	0	0	0	1	1
<b>TOTAL</b>	1162	1305	1216	843	1038

Fuente: INEC (2018).

El desarrollo y crecimiento de empresas según el tamaño ha sido notable en la ciudad de Latacunga, con mayor participación de microempresas entre prestadoras de servicio y de producción.

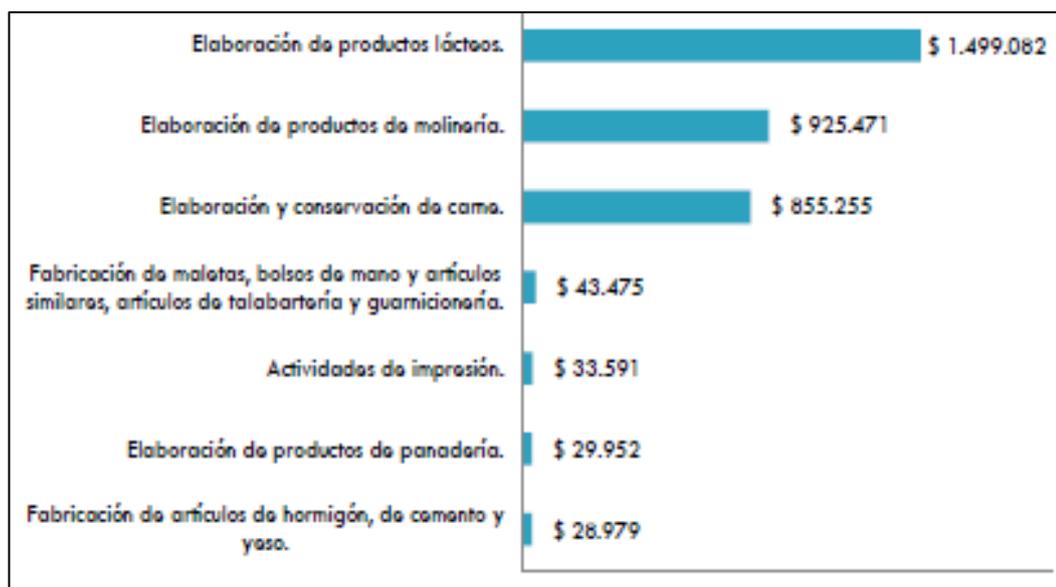


Figura 5: Actividades empresariales en la ciudad de Latacunga  
 Nota: Tomado de INEC (2018).

La figura número cinco, representa los ingresos por ventas por establecimiento económico de las principales industrias de manufactura en Latacunga. El sector productivo empresarial de Latacunga contribuye con un 1.7% al PIB nacional y alberga más de 26 200 empresas que representa más de 3% del total nacional y las definieron perspectivas reales de innovación e incorporación del valor agregado a la vocación productiva de Latacunga, un lugar descartable ocupa la producción entre manufactura de acero, madera, productos lácteos que lidera en la actualidad y el privado demostrando innovación e incorporación de valor agregado a la vocación productiva de la provincia.

### 3.5.2. Entorno Socio – Cultural.

El trabajo doméstico es una de las ocupaciones con más altos índices de crecimiento debido a la falta de oportunidades laborales y a la calidad de educación que se requiere para desarrollar estas actividades.

Las mujeres dedican en promedio 31 horas con 29 minutos semanales al trabajo no remunerado (actividades domésticas y cuidado de personas), frente a las nueve horas con cinco minutos que utilizan los hombres, es decir, 22 horas con 24 minutos semanales más, según la encuesta específica de uso del tiempo (EUT) realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) con el acompañamiento de la

Comisión de Transición para la definición de la Institucionalidad Pública que garantice la igualdad entre hombres y mujeres.

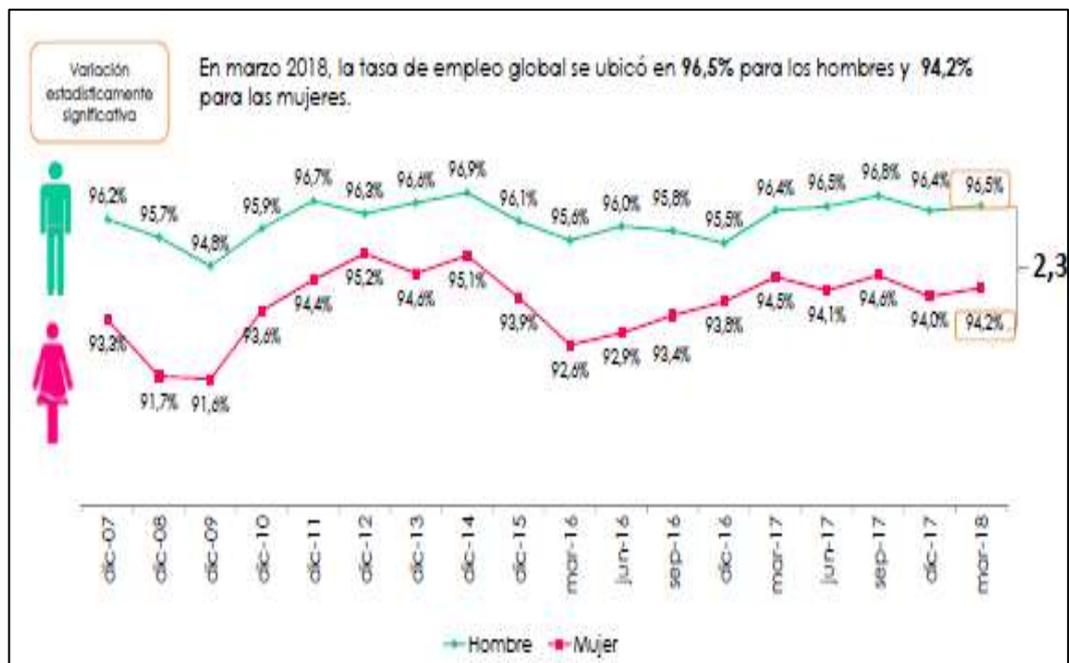


Figura 6: Población con empleo por sexo: total nacional  
Nota: Tomado de INEC (2018).

La tasa de empleo global para las mujeres es de 2.3 puntos porcentuales, menor que la de los hombres, a nivel nacional, el tiempo total de trabajo utilizado por ellas es en promedio de 77 horas con 23 minutos a la semana, mientras que ellos destinan en promedio 59 horas con 34 minutos a la semana. La mayor diferencia se observa en el área rural, donde las mujeres trabajan en promedio 23 horas con ocho minutos más que los hombres. De acuerdo a la auto-identificación, las mujeres indígenas dedican al trabajo 86 horas con 27 minutos semanales en promedio, 24 horas con 26 minutos más que los hombres.

### 3.5.3. Análisis del mercado.

#### 3.5.3.1. Segmentación del mercado.

La ciudad de Latacunga, se encuentra en el centro de la zona andina del Ecuador y tiene un nivel importante de desarrollo poblacional, según estadísticas realizadas para el año 2014, cuenta con 183 446 habitantes entre los sectores urbanos y rurales, las mismas que se dedican a actividades como agricultura, transporte, servicios

financieros, entre otros. En cuanto a la estratificación del nivel socioeconómico, por los porcentajes en ocupación son de nivel C+, C- y D.

Composición de ocupados por rama de actividad y por género						
Latacunga						
Ocupación	Hombre	%	Mujer	%	Total	%
Empleados y Obrero/a del Estado, Gobierno, Municipio, Consejo Provincial, Junta	5965	8,33%	3559	4,97%	9524	13,30%
Empleado/a u Obrero/a Privado	13320	18,60%	7637	10,66%	20957	29,26%
Jornalero/a o peón	5770	8,06%	2317	3,23%	8087	11,29%
Patrono/a	1249	1,74%	926	1,29%	2175	3,04%
Socio/a	435	6,10%	234	0,33%	669	0,93%
Cuenta propia	12958	18,09%	11894	16,61%	24852	34,70%
Trabajador/a no remunerado	499	0,70%	561	0,79%	1060	1,48%
Empleado/a Doméstico/a	115	0,16%	1964	2,74%	2079	2,90%
No declarado	947	1,32%	1276	1,78%	2223	3,10%
<b>Total</b>	<b>41258</b>	<b>63,10%</b>	<b>30368</b>	<b>42,40%</b>	<b>71626</b>	<b>100%</b>

Figura 7: Composición de ocupados por rama de actividad y género  
Nota: Tomado de GAD LATACUNGA (2016).

Nuestro mercado se va a enfatizar en el sector de Betlemitas, que es donde se ubicará la oficina central – administrativa de la empresa, debido a la conexión con empresas públicas como el Registro Civil, Colegios públicos, centros de acopios de Coca Cola, condominios del Magisterio de Educación y universidades a más de tener mayor accesibilidad a locaciones como el cantón Salcedo y Pujilí.

**Tabla 4**

*Promedio de viviendas con ocupantes y densidad poblacional*

CANTÓN LATACUNGA						
TOTAL DE VIVIENDAS OCUPADAS CON PERSONAS PRESENTES, PROMEDIO DE OCUPANTES Y DENSIDAD POBLACIONAL						
Censo 2001						
ÁREAS	TOTAL VIVIENDAS	Viviendas particulares ocupadas con personas presentes			Población Total	Extensión total km <sup>2</sup>
		Número	Ocupantes	Promedio		
Total Cantón	44041	33555	142854	4,3	143979	1377,2
Área Urbana	15527	12943	50796	3,9	51689	
Área Rural	28514	20612	92056	4,5	92290	

Nota: Tomado de GAD LATACUNGA (2016).

PÚLIZIA está enfocada a dos líneas de productos: servicios para el hogar y servicios para la industria, comercio (específicamente oficinas), por ello se deben considerar dos segmentos del mercado. Por ello, Betlemitas es considerado un lugar tranquilo y declarado por la Defensa Civil como una zona de seguridad en caso de una posible erupción del Cotopaxi o cualquier otro desastre natural, en el que habitan más de 150 familias, está ubicado al noroccidente de la ciudad de Latacunga, limita con los barrios Reina del Cisne, San Francisco, Nintinacazo y El Niagara.

### 3.5.3.2. Descripción de los consumidores.

Conjuntos residenciales, en el cantón Latacunga debido al crecimiento empresarial se crea una oportunidad para la creación de la empresa PÚLIZIA, en una segmentación de mercado donde existe condominios como los del Magisterio de Educación, Conjunto Vista Hermosa, Fuentes del Niágara, entre otros.

### 3.5.2.3. Tasa de crecimiento y población inter censal.

Desde el año 1 990 al año 2 010 se dio un crecimiento de 1.88 por ciento y para el año 2 014 se tiene una tasa de 1.9 por ciento es decir, 18 446 habitantes de la población total del cantón, este valor permitirá segmentar de mejor manera el mercado objetivo para la creación de la empresa que busca brindar servicios de limpieza integral tanto para hogares como para empresas latacungueñas.

**Tabla 5**

*Crecimiento poblacional de grupos etários y género*

<b>Crecimiento poblacional de grupos etários y género</b>				
<b>Grupos de edad</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>
	<b>2001</b>	<b>2001</b>	<b>2010</b>	<b>2010</b>
0 – 4	7709	7581	8456	8117
5 – 9	8216	8136	9252	9021
10 – 14	8246	7956	8977	8819
15 – 19	7520	7666	8876	8578
20 – 24	6642	7170	7697	7974
25 – 29	5104	5891	6750	7540
30 – 34	4508	5159	5762	6596
35 – 39	3959	4557	5074	5866
40 – 44	3457	3938	4276	4883
45 – 49	2700	3201	3716	4216
50 – 54	2558	2940	2946	3613
55 – 59	2003	2332	2592	3034
60 – 64	1781	2020	2086	2514
65 – 69	1507	1853	1953	2399
70 – 74	1240	1386	1464	1754
75 – 79	1003	1100	1083	1404
80 – 84	651	670	770	990
85 y más	794	825	581	770
<b>Comprobación</b>	<b>69598</b>	<b>74381</b>	<b>82311</b>	<b>88088</b>

*Nota:* Tomado de GAD Latacunga (2016).

**Tabla 6**

*Tasa de crecimiento poblacional para el año 2014*

CRECIMIENTO POBLACIONAL INTER - CENSAL		
Año	Población	Tasa de crecimiento
1990	129076	
2001	143979	0,99%
2010	170489	1,88%
2014	183446	1,99%

*Nota:* Tomado de GAD Latacunga (2016).

En base a los datos anteriores, se podrá estimar lo siguiente:

- La mayor cantidad de población adulta entre el año 2 001 y 2 010 es del sexo femenino.
- El crecimiento poblacional adulto joven es relevante lo que hace favorable para las plazas laborales que esta organización pretende ofrecer.
- La actividad macro del cantón ha sido la agricultura, ganadería, silvicultura, lo que hace más factible ingresar al mercado, actividades nuevas de servicio y complementarias como el de la limpieza empresarial.

### **3.5.3.3. Población objetivo del servicio.**

La propuesta del servicio que pretende brindar PÚLIZIA, esta direccionada a todo el sector latacungueño, ya que el crecimiento empresarial tanto público como privado es relevante, y sin excluir los hogares cuyos jefes de hogares tienen trabajos relacionados a la educación, microempresarios, y trabajadores del estado.

Los grupos familiares están conformados en un promedio de 4 personas, tomando como base los datos de crecimiento poblacional de grupos etáricos y género se corrobora que existe un mayor índice de personas entre infantil y joven, lo cual indica la posible gran demanda para el servicio, así como la cultura de la necesidad por la organización y la limpieza del hogar, en cuanto a una empresa es su carta de presentación en conjunto con sus colaboradores.

Al consumidor que se está pretendiendo dirigir tiende a proteger el medio ambiente y no disminuir esa tranquilidad propia del sector, las organizaciones dentro de su estructura funcional, tienen las prácticas ecológicas y han venido creando conciencia para entregar a futuras generaciones un mejor planeta, en base a ello las marcas que tomen este principio llevan ventaja.

Por ello, PÚLIZIA es una organización que integra no solo personal capacitado y con gran sentido de responsabilidad si no, sus complementos, sus herramientas de trabajo con productos amigables con el planeta y también la maquinaria, siendo adaptables a los requerimientos del consumidor actual.

PÚLIZIA en sus inicios prestará servicios a la ciudad de Latacunga y sus alrededores, porque se calculará el número probable de hogares que utilizarán el servicio y además se estimará una futura demanda. El número de hogares para este servicio es en base a la tabla donde el total de viviendas es 44 041 y a las grandes empresas que existen en la ciudad de Latacunga con un total de 1 216, tomando como un aproximado de 453 viviendas con el uno por ciento tanto de los hogares como de las empresas. Sin embargo estas cantidades podrían ser más exactas si se ejecuta fórmulas del tamaño de la muestra, para estudiar a la población certera de interés.

**Tabla 7**

*Mercado potencial de la ciudad de Latacunga*

<b>MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO DEL SEGMENTO DOMÉSTICO Y EMPRESARIAL</b>		
<b>Parámetros</b>	<b>Valor</b>	<b>1 % estimado</b>
Total de Viviendas	33555	335,55
Total de empresas que ofrecen servicios en general (Agricultura, Educación, Salud, Ganadería, Servicios ciudadanos)	1038	10,38
Tasa anual de crecimiento poblacional	0.019	
Tasa anual de crecimiento empresarial	0.057	
Tiempo de demanda a proyectar	4 años	
<b>TOTAL</b>		<b>346</b>

*Nota:* Tomado de GAD Latacunga (2016).

#### **3.5.3.4. Demanda potencial.**

En base a los datos antes mencionados, se procederá a realizar los cálculos correspondientes de la demanda para cuatro años de servicio integral de limpieza, para ambos segmentos que PÚLIZIA pretende abarcar.

El análisis se da con la ejecución de la siguiente formula:

$$C_n = C_o(1 + i)^n$$

Donde;

→ n = año proyectado en un determinado mercado

→ Cn = consumo futuro de un servicio

→ Co = consumo histórico en el mercado

→ i = tasa de crecimiento

Datos;

n = 1; 2; 3; 4 años

$$i_{Hogares} = 0.019$$

$$i_{Empresas} = 0.057$$

$$Co_{Hogares} = 33555$$

$$Co_{Empresas} = 1038$$

Desarrollo;

**Tabla 8**

*Demanda proyectada para los segmentos hogares y empresas del cantón Latacunga*

DEMANDA					
Año	2019	2020	2021	2022	TOTAL
Cn Hogares	34193	34842	35504	36179	140718
Cn Empresas	1097	1160	1226	1296	4778

Fuente: Elaboración propia (2018).

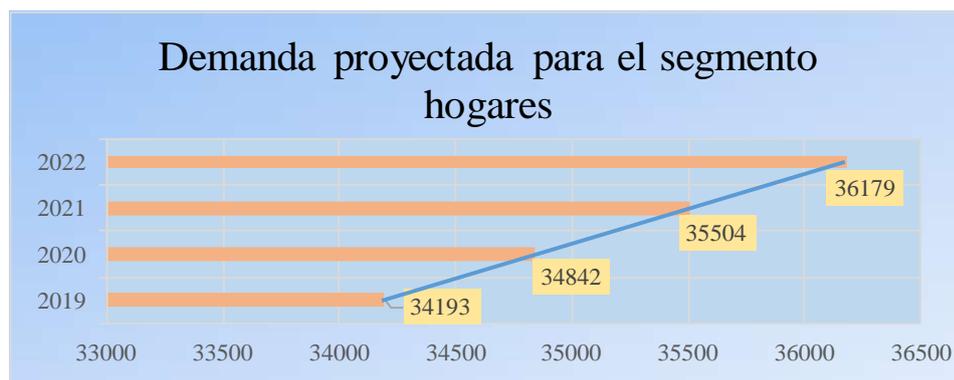


Figura 8: Demanda del segmento hogares, proyectada para la empresa PÚLIZIA

Nota: Elaboración propia (2018).

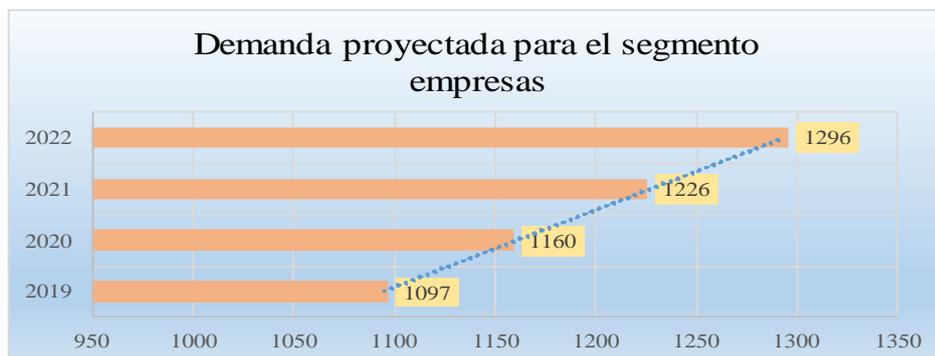


Figura 9: Demanda del segmento empresas, proyectada para la empresa PÚLIZIA.  
Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.5.3.5. Oferta potencial.

En el análisis de la oferta permite determinar la cantidad de servicios de limpieza existentes en el mercado, las actividades dedicadas al servicio de limpieza en la provincia es escasa en comparación con la demanda a satisfacer constituyéndose en un mercado nuevo y en crecimiento para las empresas existentes permitiendo el ingreso a nuevas empresas.

Oferta actual, mediante una investigación realizada en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en la sección de directorio empresarial, se obtuvo como resultado que existen cuatro organizaciones que tiene como actividad principal la comercialización de productos para la limpieza al por mayor, otros servicios de alojamientos por corto tiempo como: casas de huéspedes, chalets, cabañas con servicio de limpieza, hostales juveniles y refugios de montaña, a más de dos empresas dedicadas a las actividades de limpieza, mantenimiento de casas y edificios. Una empresa cuya actividad son los sistemas de limpieza por aspiración en inmuebles u otros proyectos de construcción, dando un total de siete empresas constituidas legalmente en la ciudad de Latacunga, provincia de Cotopaxi.

Ahora, las empresas a las que se enfocará son: Reyclean y Quimasel, cuyo posicionamiento en el mercado ha hecho que la demanda por el servicio de limpieza incremente, siendo una de las falencias observadas como la falta de implementos necesarios para brindar un servicio de calidad ya sea, por costos o diferentes factores que influyen en el mercado.

En la proyección de la Oferta, se tomará como dato de estudio los 33 555 hogares como una brecha de oportunidad para brindar el servicio de limpieza integral para la ciudad de Latacunga, con un valor estimado del 55% abarcado por la competencia, es

decir 18 455 hogares laticungueños que requieren u han contratado los servicios de las dos empresas que lideran hasta la actualidad en cuanto a limpieza se refiere.

Además, las 1 038 empresas existentes en la ciudad, el 65 por ciento de la población empresarial es abarcada por la competencia, es decir, 675 empresas que utilizan el servicio relacionadas al mantenimiento y limpieza.

**Tabla 9**

*Cuadro comparativo de PÚLIZIA y empresas que lideran el mercado integral de limpieza en Latacunga.*

EMPRESAS	PÚLIZIA	REYCLEAN	QUIMASEL
<b>Nombre del servicio principal</b>	Servicios integrales de Limpieza	Servicios de Limpieza, mantenimiento y jardinería	Servicios de limpieza
Localización	Latacunga	Latacunga	Latacunga
Grado de utilización de la capacidad instalada	65	95	95
Precio promedio del servicio elemental para el consumidor	\$ 12,00	\$ 18,00	\$ 15,00
Señales planes de expansión	Media	Alta	Alta
Inversión inicial fija estimada	\$ 55.000,00	\$ 65.000,00	\$ 45.000,00
Número de trabajadores ocupados	15	30	45
Volumen promedio de Servicios trimestrales	500	13900	4555
Calificación promedio de atención al cliente	-	Buena	Buena

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 10**

*Oferta proyectada para los segmentos hogares y empresas del cantón Latacunga*

**MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO DEL SEGMENTO DOMÉSTICO Y EMPRESARIAL**

Parámetros	Valor
Total de Viviendas	18455
Total de empresas que ofrecen servicios en general	675
Tasa anual de crecimiento empresarial	0,057
Tiempo de demanda a proyectar	4 años

Fuente: Elaboración propia (2018).

Aplicando la misma ecuación que se utilizó para la demanda se obtuvo los siguientes resultados:

**Tabla 11**

*Cuadro de la oferta proyectada para los hogares laticungueños*

OFERTA					
Año	2019	2020	2021	2022	TOTAL
<b>Cn Hogares</b>	18584	18714	18845	18977	75121
<b>Cn Empresas</b>	713	754	797	843	3107

Fuente: Elaboración propia (2018).

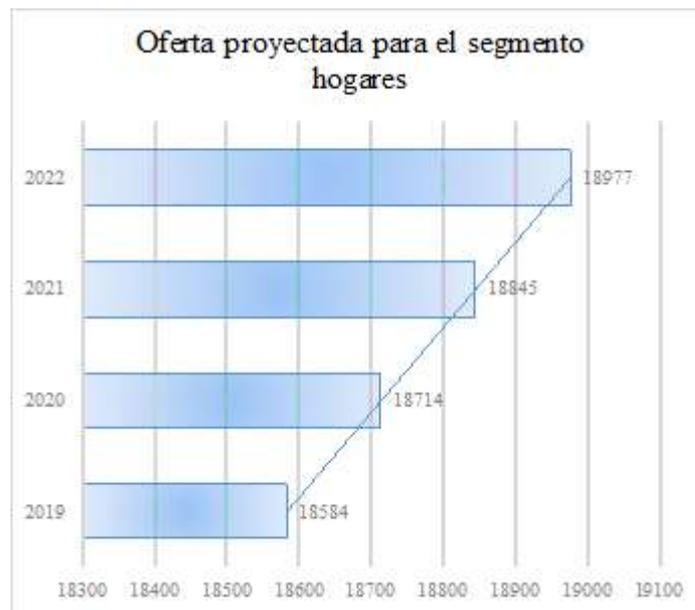


Figura 10: Oferta del segmento hogares, proyectada para la empresa PÚLIZIA.  
Nota: Elaboración propia (2018).

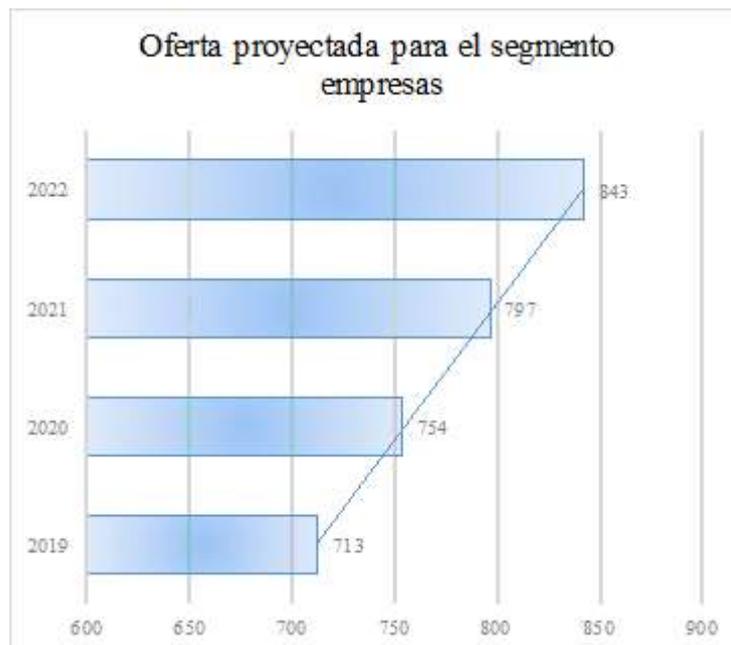


Figura 11: Oferta del segmento empresas, proyectada para la empresa PÚLIZIA.  
Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.5.3.6. Balance oferta - demanda

Una vez que establece la oferta y la demanda proyectada se identificó las brechas del servicio a través de la demanda potencial a satisfacer (Balance entre ambos factores).

Demanda potencial a satisfacer, para determinarla se tomó en cuenta los datos proyectados tanto la demanda como la oferta para los dos segmentos, que se obtuvieron anteriormente y esta será la primera condición para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva y se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 12**

*Demanda potencial a satisfacer del segmento de hogares*

Año	Demanda	Oferta	Demanda a Satisfacer	Porcentaje que absorbe el servicio	Mercado a abarcar
2019	34193	18584	15608	15,5%	2419
2020	34842	18714	16128		2500
2021	35504	18845	16659		2582
2022	36179	18977	17202		2666

Fuente: Elaboración propia (2018).

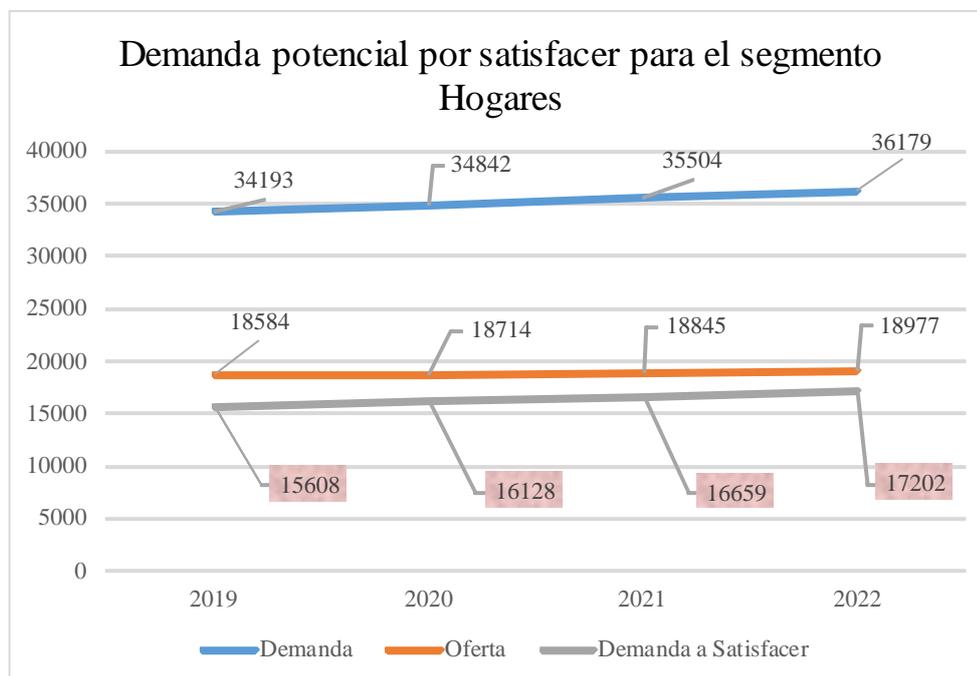


Figura 12: Proyecciones de la demanda - oferta a satisfacer para los hogares laticungueños  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Tabla 13**

*Demanda potencial a satisfacer del segmento de empresas*

Año	Demanda	Oferta	Demanda a Satisfacer	Porcentaje que absorbe el servicio	Mercado a abarcar
2019	1097	713	384	94,0%	361
2020	1160	754	406		381
2021	1226	797	429		403
2022	1296	843	453		426

Fuente: Elaboración propia (2018).

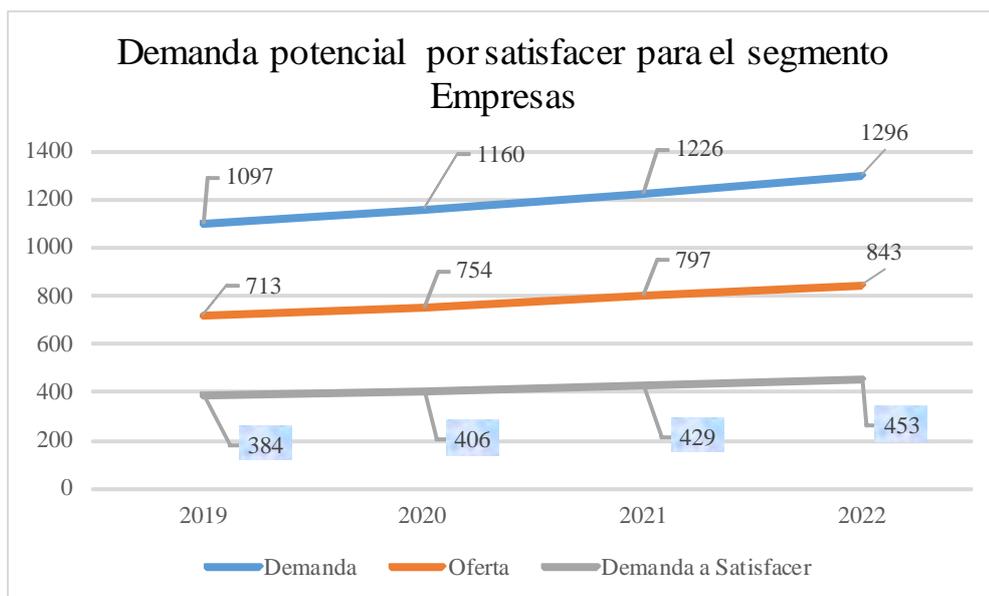


Figura 13: Balance oferta – demanda proyectada para la empresa PÚLIZIA  
Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.6. Estudio de Mercado.

#### 3.6.1. Objetivo del estudio.

Establecer las necesidades e interés del sector doméstico y empresarial para definir un portafolio de servicios que se ajuste a las necesidades específicas del consumidor actual.

#### 3.6.2. Objetivos específicos.

- Identificar las necesidades de los consumidores del segmento doméstico y empresarial, en base a los servicios de limpieza para el desarrollo de estrategias basadas en características como calidad eficacia y responsabilidad.
- Investigar el precio estándar y la frecuencia de los servicios de limpieza tanto empresarial como de hogares usados actualmente en la ciudad.

- Analizar los problemas e inconvenientes que conlleva la actividad de servicio doméstico con la finalidad de tomar como base de nuestra organización en innovación y mejoramiento en los sistemas de limpieza.

### **3.6.3. Tipo de Investigación.**

El estudio se llevará a cabo en la ciudad de Latacunga.

#### **3.6.3.1. Selección de la muestra.**

La investigación se realizará a las secciones de los hogares y las empresas, es decir tanto a los amos de casa como a los encargados del ornato organizacional. Esto con el propósito de recolectar la información necesaria. El tipo de muestra será no probabilística debido a que la elección no es al azar sino más bien, por las características de la investigación, como es el de limpieza Integral, aludiendo como una investigación de tipo experimental y de campo, es decir investigación directa en el lugar y tiempo que ocurren los fenómenos, objeto de estudio.

Recolección de datos, el enfoque para esta investigación es cualitativo; medición de variables, y el enfoque cuantitativo; busca describir eventos, situaciones, percepciones, actitudes, creencias y pensamientos.

Ahora bien, en referencia a la tabla número siete, donde se tiene valores sustentables, para lo cual se ejecutará la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra conociendo el tamaño de la muestra poblacional, que se describe a continuación:

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

Donde,

$N$  = tamaño de la población

$Z$  = nivel de confianza

$p$  = probabilidad de éxito

$q$  = probabilidad de fracaso

$d$  = precisión , error máximo admisible en términos de proporción

**Tabla 14***Valores del factor de confianza, para diferentes porcentajes.*

Porcentaje de Confianza	Valores de Z
90%	1,645
91%	1,663
92%	1,681
93%	1,699
94%	1,71
95%	1,96
96%	2,06
97%	2,08
98%	2,101
99%	2,575

Fuente: Elaboración propia (2018).

Resolución,

**Tabla 15***Valores estimados del segmento hogares que se implementará en la encuesta*

Datos		
<b>N</b>	33555	
<b>Z</b>	91%	1,663
<b>p</b>	0,09	
<b>q</b>	0,91	
<b>d</b>	3%	
<b>n</b>	<b>250</b>	<b>Hogares laticungueños a encuestar</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 16***Valores estimados del segmento empresas que se implementará en la encuesta*

Datos		
<b>N</b>	1038	
<b>Z</b>	97%	2,080
<b>p</b>	0,03	
<b>q</b>	0,97	
<b>d</b>	5%	
<b>n</b>	<b>48</b>	<b>Empresas laticungueños a encuestar</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

**3.6.3.2. Tipo de encuesta.**

El tipo de encuesta que se va a implementar es exploratorio y cuantitativo, para determinar características de nuestros futuros clientes tanto para empresas (ver anexo F) y hogares (ver anexo E).

- Calidad del servicio suministrado
- Servicio que requiere

- Propuesta de valor
- Costo estimado por el servicio
- Necesidades insatisfechas
- Opinión respecto al servicio actual.

### 3.6.3.3. Aplicación y análisis de la encuesta.

En esta sección de mercadeo se diseñó y aplicó una encuesta, con el propósito de identificar la realidad y las preferencias de los hogares en primero orden y la acogida en las empresas del sector de Latacunga sobre el servicio de limpieza en segundo orden.

Análisis de las preguntas, orientadas para el segmento hogares latacungueños.

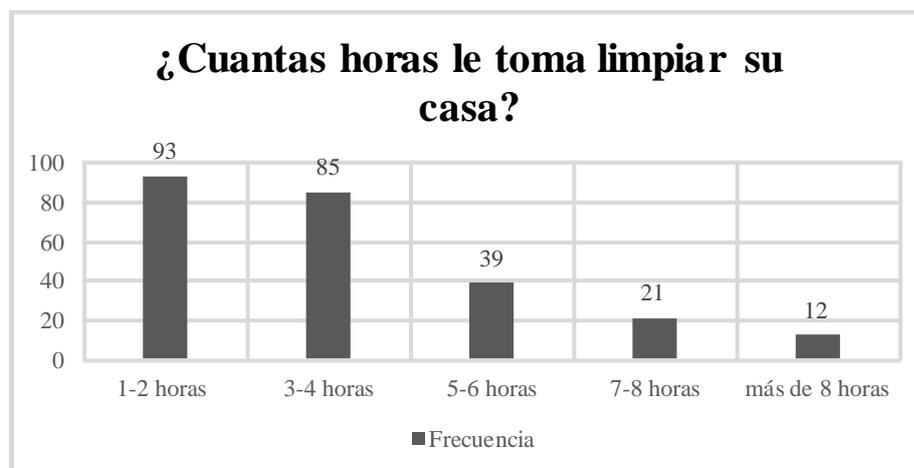
#### 1. ¿Cuántas horas le toma limpiar su casa?

**Tabla 17**

*Resultados del estudio de mercado – tiempo para limpiar el hogar*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1-2 horas	93	37%
3-4 horas	85	34%
5-6 horas	39	16%
7-8 horas	21	8%
más de 8 horas	12	5%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 14: Representación gráfica del tiempo para limpiar el hogar.*

*Nota: Elaboración propia (2018).*

**Análisis:** en la primera pregunta de la encuesta de campo, se determina que a las personas les toma en un promedio de entre una a tres horas en limpiar su casa, es decir 178 personas del total de la población, seguidas por 39 personas que les toma de tres a cuatro horas y finalmente con un margen mínimo de personas que les toma más de cuatro horas en limpiar su casa, cabe recalcar que las personas encuestadas son amas de casa o viven solas. Entonces, el servicio de limpieza en introducción será dirigido a ellos.

## 2. ¿Mejoraría la estética de su casa, si una empresa se ocupara de la limpieza del mismo?

**Tabla 18**

*Resultados de la encuesta – estética de la casa*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Completamente	65	26%
Medianamente	115	46%
Ni mejoraría /Ni empeoraría	21	8%
No mejoraría	49	20%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 15: Representación gráfica de la estética de la casa.*

*Nota: Elaboración propia (2018).*

**Análisis:** esta pregunta se planteó con el fin de conocer el grado de incidencia de aspectos como el ornato y asepsia que un hogar puede tener según la opinión de los jefes de hogar, teniendo como resultados lo siguiente; si el total de personas encuestadas fueron 250, la gran mayoría considera que el ornato y la asepsia del

hogar influyen mucho en la estética del mismo, seguido por personas que consideran plenamente en que la limpieza está relacionado directamente con la estética del hogar.

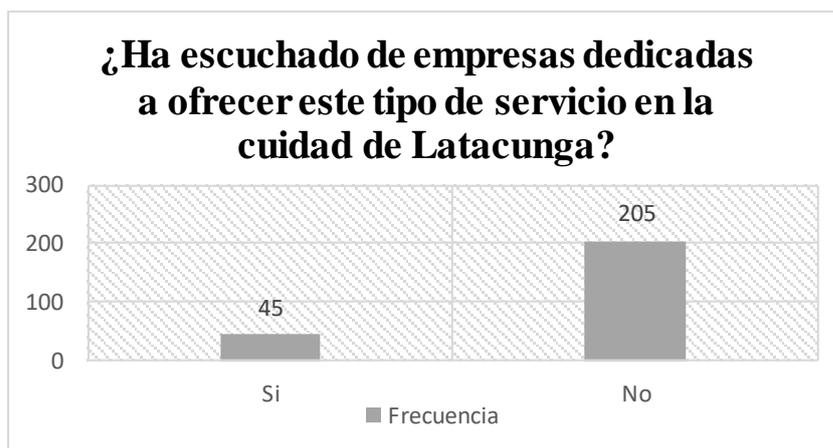
### 3. ¿Ha escuchado de empresas dedicadas a ofrecer este tipo de servicio en la ciudad de Latacunga?

**Tabla 19**

*Resultados del estudio de mercado – empresas dedicadas al servicio de limpieza*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	45	18%
No	205	82%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 16: Representación gráfica de las empresas dedicadas al servicio de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).*

**Análisis:** se dedujo que el total de la población no conoce mucho de empresas que brinden el servicio de limpieza integral para hogares, y con una acotación, el valor de 205 personas de un total de 250, siendo una falencia de la competencia y una oportunidad para la empresa en introducción.

#### 4. ¿Le interesaría contratar los servicios de limpieza para su hogar?

**Tabla 20**

Resultados del estudio de mercado – interés de las personas en contratar el servicio de limpieza

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Muy interesado	89	36%
Medianamente interesado	97	39%
Poco interes	19	8%
No le interesa	45	18%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



Figura 17: Representación gráfica del interés de las personas en contratar el servicio de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** al no ser muy conocidas las empresas de limpieza existentes en la ciudad de Latacunga, genera un poco de inseguridad, la idea de permitir el acceso a personas desconocidas, sin embargo, la necesidad de tener una casa limpia y ordenada es alta, y reflejo de ello es el resultado de 97 a 89 personas que están realmente interesadas en contratar el servicio a ofertar.

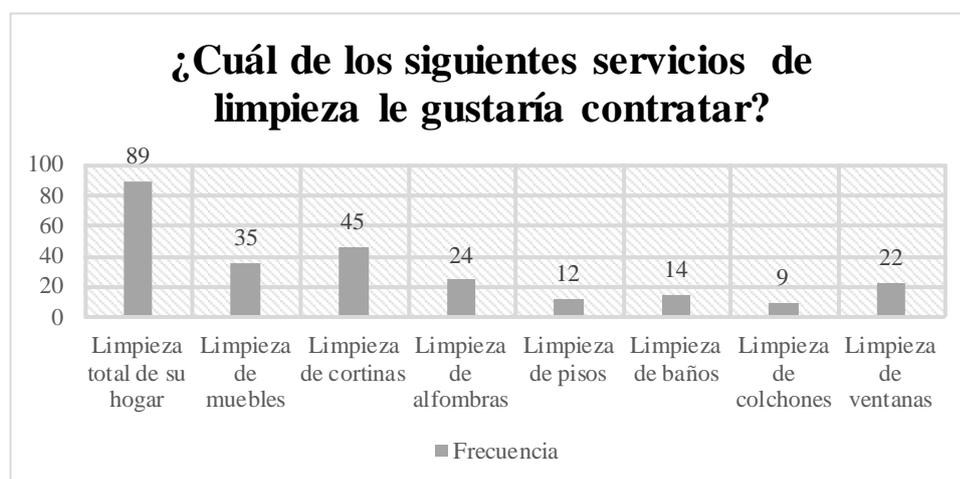
## 5. ¿Cuál de los siguientes servicios de limpieza le gustaría contratar?

**Tabla 21**

*Resultados del estudio de mercado – tipos de servicios de limpieza*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Limpieza total de su hogar	89	36%
Limpieza de muebles	35	14%
Limpieza de cortinas	45	18%
Limpieza de alfombras	24	10%
Limpieza de pisos	12	5%
Limpieza de baños	14	6%
Limpieza de colchones	9	4%
Limpieza de ventanas	22	9%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 18: Representación gráfica sobre los tipos de servicio de limpieza.*

*Nota: Elaboración propia (2018).*

**Análisis:** es importante mencionar que las características de las personas encuestadas son servidores públicos o laboran en empresas privadas, es decir su jornada laboral de ocho horas diarias, padres de familia, que por sus responsabilidades externas e internas al hogar, dejan en segundo plano, la limpieza y lo hacen de manera básica, es por ello que con un 36 por ciento eligió la limpieza total de su hogar, seguido por

los tipos de limpieza extraordinarios, lo que favorece a la empresa PÚLIZIA direccionaren cuanto a actividades elementales en su catálogo de servicios.

**6. ¿Cada que tiempo le interesaría que esta empresa realice el servicio que seleccionó anteriormente?**

**Tabla 22**

*Resultados del estudio de mercado – frecuencia para el servicio de limpieza*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Diariamente	45	18%
Pasando un día	36	14%
Dos veces a la semana	89	36%
Una vez a la semana	80	32%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 19: Representación gráfica sobre la frecuencia para el servicio de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).*

**Análisis:** la probabilidad de que el servicio se dé con más frecuencia, es del 36 por ciento seguido de un 32 por ciento, es decir 89 y 80 personas respectivamente que prefieren que sea de dos a una vez por semana la limpieza del hogar.

**7. En que horario requeriría la limpieza de su hogar**

**Tabla 23**

*Resultados del estudio de mercado – horario de preferencia para el servicio de limpieza*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mañana	146	58%
Tarde	79	32%
Noche	25	10%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

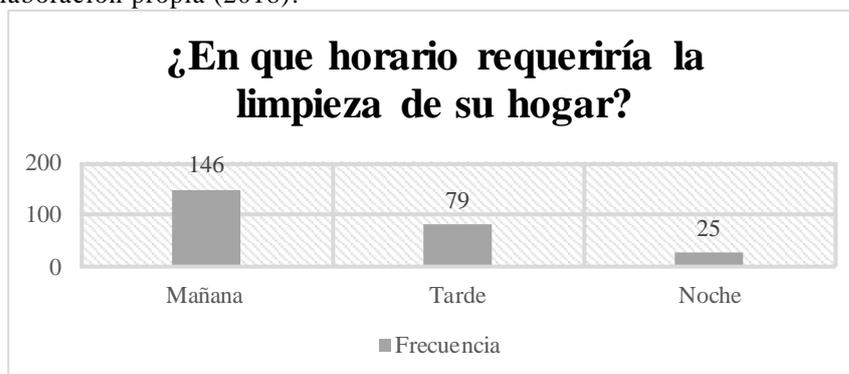


Figura 20: Representación gráfica de los horarios de preferencia para el servicio de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** los jefes de hogar, si contratan servicios de limpieza, desearían en su gran mayoría que fuese en la mañana con un 58 por ciento, es decir 146 de un total de 250 personas encuestadas.

## 8. Al contratar un servicio de limpieza, que aspectos toma en cuenta

**Tabla 24**

*Resultados del estudio de mercado – aspectos para considerar un buen servicio de limpieza*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Precios accesibles	45	18%
Calidad	53	21%
Honestidad al realizar el servicio	91	36%
Variedad de servicios	24	10%
Rapidez	11	4%
Puntualidad	12	5%
Atencion personalizada	14	6%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

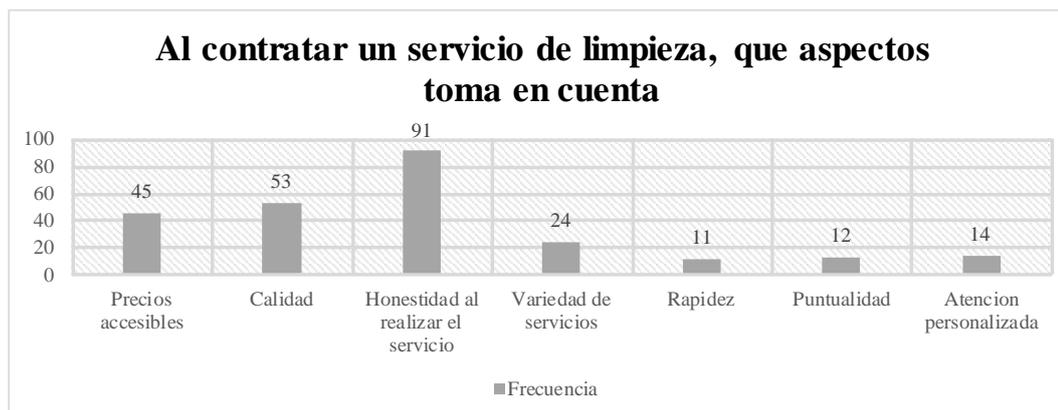


Figura 21: Representación gráfica de los aspectos para considerar un buen servicio de limpieza.

Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** esta pregunta esta enlazado con la pregunta número cuatro, debido a la desconfianza que existe, el permitir ingresar a personas desconocidas a su hogar, por ello el factor relevante es la honestidad al realizar el servicio, con un 36 por ciento, es decir 91 de un total de 250 personas, seguido del 21 por ciento que enfatiza la calidad, con un 18 por ciento que debe tener precios accesibles y aspectos no menos importantes a considerar como variedad en servicios atención personalizada, rapidez, y puntualidad.

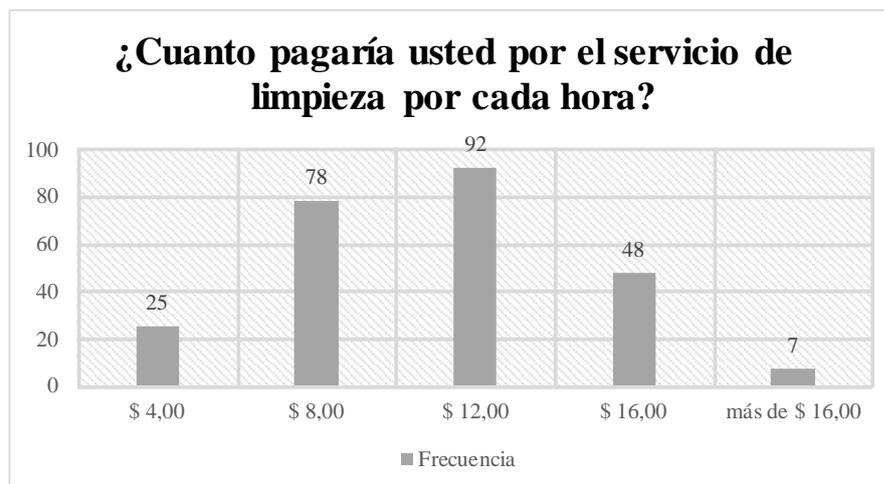
### 9. ¿Cuánto pagaría usted por el servicio de limpieza por cada hora?

**Tabla 25**

Resultados del estudio de mercado – precio del servicio de limpieza

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
\$ 4,00	25	10%
\$ 8,00	78	31%
\$ 12,00	92	37%
\$ 16,00	48	19%
más de \$ 16,00	7	3%
<b>TOTAL</b>	<b>250</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 22: Representación gráfica sobre el precio del servicio de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).*

**Análisis:** los parámetros que se dio a conocer al encuestado fueron; el tamaño de la infraestructura, el tipo de servicio que podría elegir el cliente, entonces eligieron en un intervalo de ocho dólares hasta 16 dólares, que estarían dispuesto pagar por el servicio de limpieza.

### **Análisis General**

En el caso de los hogares se deduce que en la gran mayoría de hogares cuenta con el servicio de una empleada doméstica, quien desempeña varias labores como es de la cocina y aseo en general, muchas de las veces no se abastece con las actividades debido a varios factores como el tamaño de la infraestructura, tipos de limpieza, horarios para ejecutar dichas acciones.

Análisis de las preguntas realizadas al segmento Empresas de Latacunga.

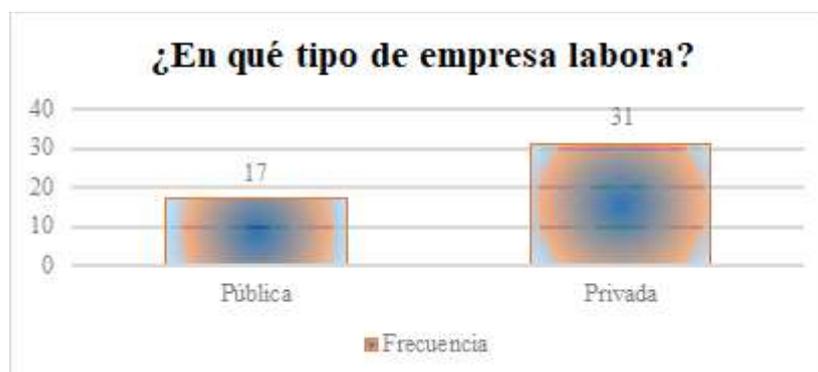
### 1. ¿En qué tipo de empresa labora?

**Tabla 26**

*Resultados del estudio de mercado – tipo de empresa en que labora*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Pública	17	35%
Privada	31	65%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 23: Representación gráfica del tipo de empresa en que labora.  
Nota: Elaboración propia (2018).*

**Análisis:** con un total de 48 empresas entre grandes, medianas, micro empresas, se dedujo que 31 y 17 personas laboran en empresas privadas y públicas respectivamente, en resumen la ciudad de Latacunga se conforma en el aspecto empresarial de más privadas que públicas.

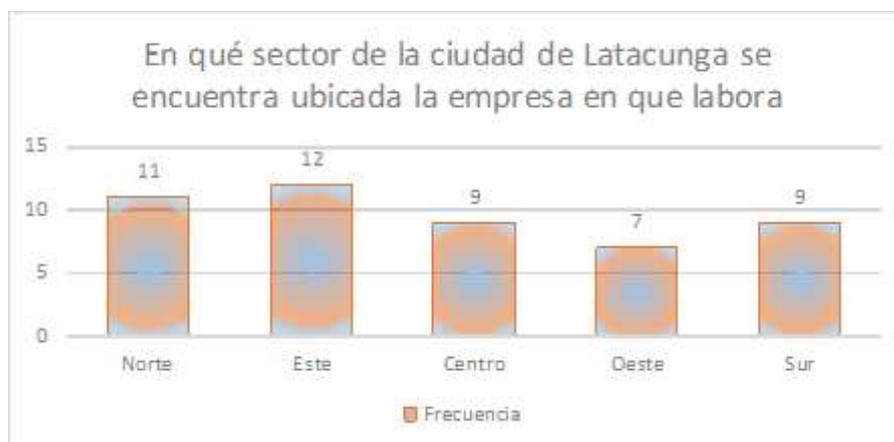
## 2. En qué sector de la ciudad de Latacunga, se encuentra ubicada la empresa en que labora

**Tabla 27**

*Resultados del estudio de mercado – ubicación de la empresa en Latacunga*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Norte	11	23%
Este	12	25%
Centro	9	19%
Oeste	7	15%
Sur	9	19%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



*Figura 24:* Representación gráfica de la ubicación de la empresa en Latacunga.  
*Nota:* Elaboración propia (2018).

**Análisis:** la mayor ubicación de las empresas es en el sentido este con un 25 por ciento, seguido de 23 por ciento que están al norte, con un mismo porcentaje al centro y sur de la ciudad, y finalmente con un 15 por ciento que se encuentran al oeste del mismo.

## 3. ¿A qué se dedica la empresa en la que labora?

**Tabla 28**

*Resultados del estudio de mercado – actividad principal de la empresa*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Manufacturera	4	8%
Servicio	12	25%
Industria	7	15%
Comercializadora	5	10%
Educación	8	17%
Otros	12	25%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

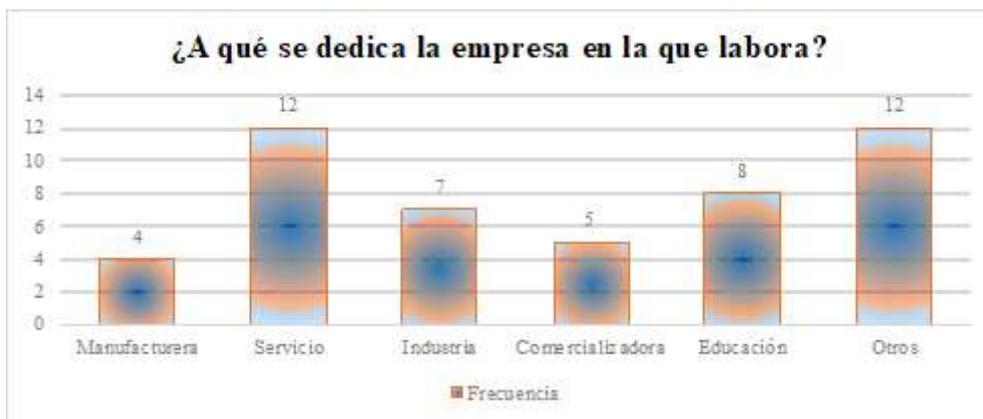


Figura 25: Representación gráfica de la actividad principal de la empresa.

Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** esta pregunta contiene las actividades a las que se dedican en su mayoría las personas encuestadas, teniendo como resultado; el 25 por ciento para servicio y otras como por ejemplo artesanías, seguidas con un 17 por ciento en educación e industria con un 15 por ciento, y datos no menos relevantes de comercio y manufactura.

#### 4. ¿Cuántos departamentos existe en su empresa?

**Tabla 29**

Resultados del estudio de mercado – número de departamentos en la empresa

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 a 3	17	35%
4 a 6	15	31%
7 a 9	9	19%
más de 10	7	15%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

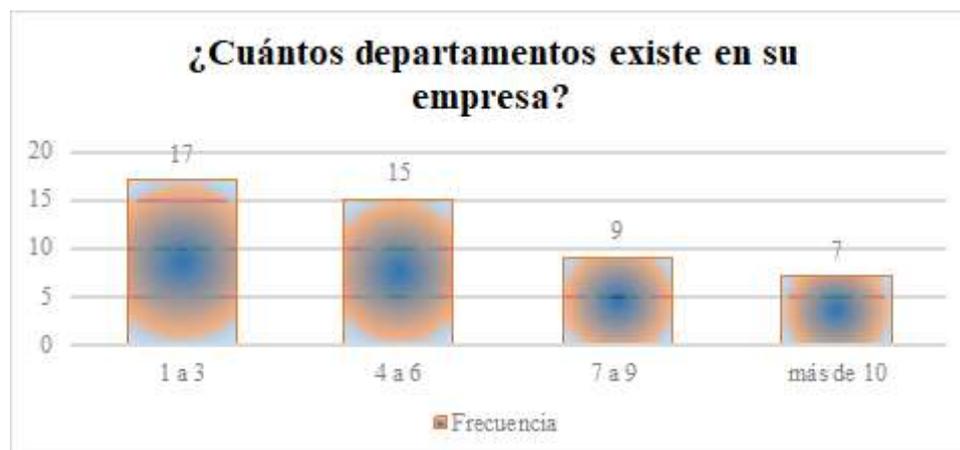


Figura 26: Representación gráfica del número de departamentos en la empresa.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** el número de departamentos existentes en las empresas, dimensiona el espacio físico existente posible para realizar el servicio de limpieza, mismo resultó que 17 de un total de 48 empresas tiene entre 1 a 3 departamentos, seguido de 4 a 6 con un total de 15 empresas y de 7 a 8 con 9 empresas y finalmente de más de 10 departamentos que posee 7 empresas.

##### 5. ¿Mejoraría el ambiente de trabajo e imagen de su organización, si una empresa se ocupara de la limpieza del mismo?

**Tabla 30**

Resultados del estudio de mercado – imagen empresarial óptima

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Mejoraría completamente	21	44%
Mejoraría medianamente	11	23%
No influye	7	15%
No mejoraría	9	19%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

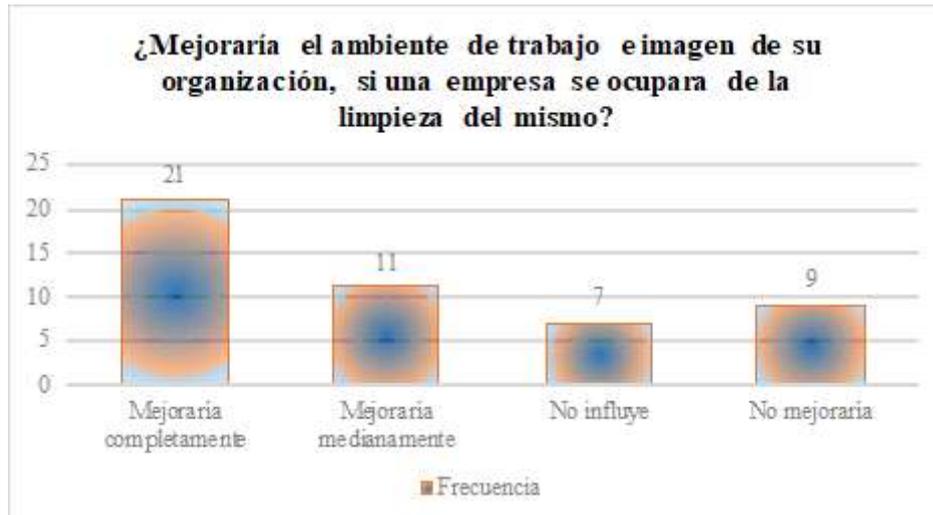


Figura 27: Representación gráfica de la imagen empresarial con respecto a la limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** muchos de los empresarios coinciden que la imagen física de la empresa es muy primordial, prueba de ello son los resultados obtenidos en esta pregunta encuestada, con 21 empresas que está a favor de mejoramiento continuo seguido por 11 de ellas está acorde a la imagen corporativa va de la mano con el ornato de la organización.

## 6. ¿Por qué medio usted buscaría, cuando necesita servicios de limpieza?

**Tabla 31**

Resultados del estudio de mercado – medio de información para un servicio de limpieza

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Internet	22	46%
Prensa	11	23%
Referencias	15	31%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

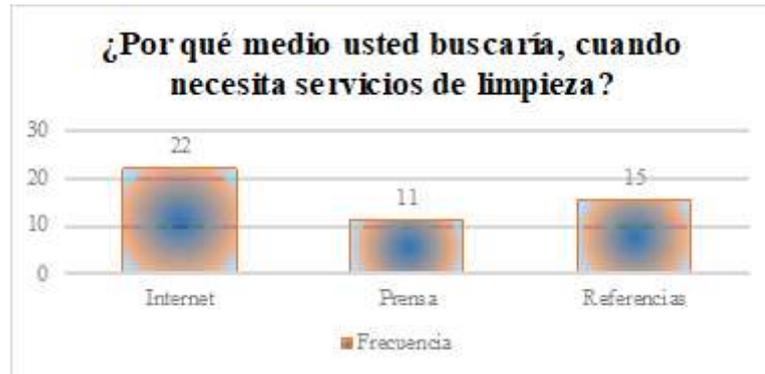


Figura 28: Representación gráfica sobre el medio de información para un servicio de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** la probabilidad de llegar al consumidor final óptimo es por sitio web, con 22 y seguido con 11 empresas que eligen esta vía de comunicación e información para nuevos e innovadores servicios empresariales.

### 7. Ha trabajado con personal de limpieza de otras compañías

**Tabla 32**

Resultados del estudio de mercado – contratos anteriores con empresas de limpieza

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	42%
No	28	58%
<b>TOTAL</b>	48	100%

Fuente: Elaboración propia (2018).

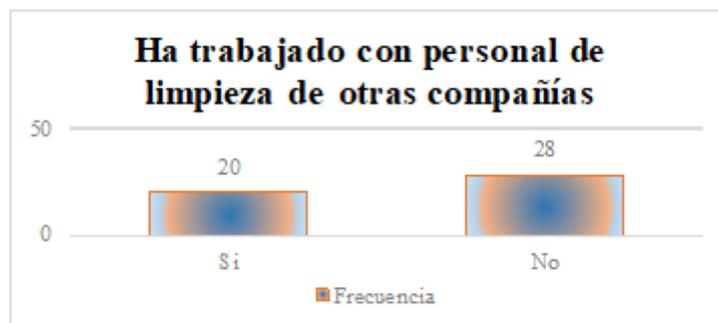


Figura 29: Representación gráfica sobre contratos anteriores con empresas de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** se dedujo que 20 de 48 empresas si han contratado servicios de limpieza existentes en Latacunga, pero el 58 por ciento de la población menciona que no ha hecho uso de este servicio hasta la presente fecha.

### 8. ¿Cuál ha sido su experiencia con otras compañías de limpieza?

**Tabla 33**

Resultados del resultado de mercado – la calidad sobre el servicio de limpieza con otras empresas

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	13	27%
Regular	11	23%
Malo	2	4%
No responde	22	
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>54%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



Figura 30: Representación gráfica de la calidad sobre el servicio de limpieza con otras empresas.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** cabe recalcar que las 8 empresas que no respondieron son debido a que en la anterior pregunta mencionaron que no han contratado ningún tipo de servicio de limpieza a compañías, entonces del total de la población, calificaron como bueno el servicio, las 13 empresas, seguido de 11 empresas que dijeron que el servicio contratado esa regular y finalmente 2 empresas no estaban de acuerdo con el mismo.

### 9. ¿Le gustaría que una empresa le ofrezca los servicios de limpieza integral y con valor agregado?

**Tabla 34**

Resultados del estudio de mercado – oportunidad para nuevas empresas de limpieza

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Si	39	81%
No	9	19%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

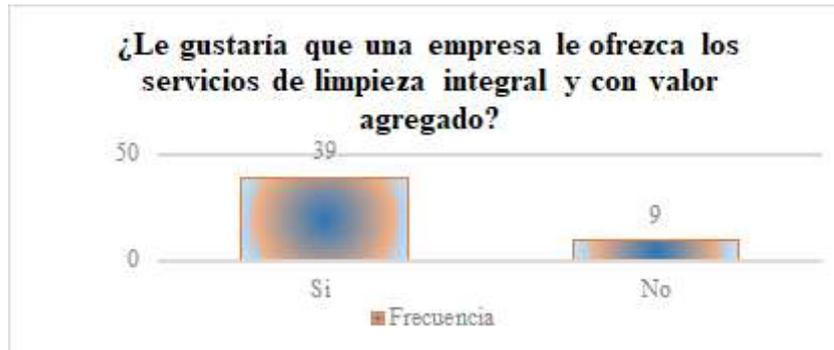


Figura 31: Representación gráfica sobre la oportunidad para nuevas empresas de limpieza.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** las empresas laticungueñas que muestran interés en que exista una empresa de limpieza integral son, 39 empresas a favor y 9 empresas en contra de la creación de una organización.

#### 10. ¿En qué horario le gustaría que se ejecute el servicio de limpieza?

**Tabla 35**

Resultados del estudio de mercado – horarios de preferencia del cliente para el servicio

Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Antes del ingreso del personal	22	46%
Horario de almuerzo	17	35%
A la salida del personal	9	19%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).



Figura 32: Representación gráfica sobre los horarios de preferencia del cliente para el servicio.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** la probabilidad de que el servicio de limpieza se dé, antes del ingreso del personal es de 46 por ciento seguido de que prefieren que realice, en horario del

almuerzo es el 35 por ciento y finalmente eligen 19 por ciento que sea, a la salida del personal.

### 11. ¿Cuántas veces por semana le interesaría que esta empresa realice la limpieza del servicio?

**Tabla 36**

*Resultados del estudio de mercado – frecuencia para el servicio de interés para el cliente*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Diariamente	12	25%
Pasando un día	22	46%
Dos veces a la semana	9	
Una vez a la semana	5	10%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>81%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

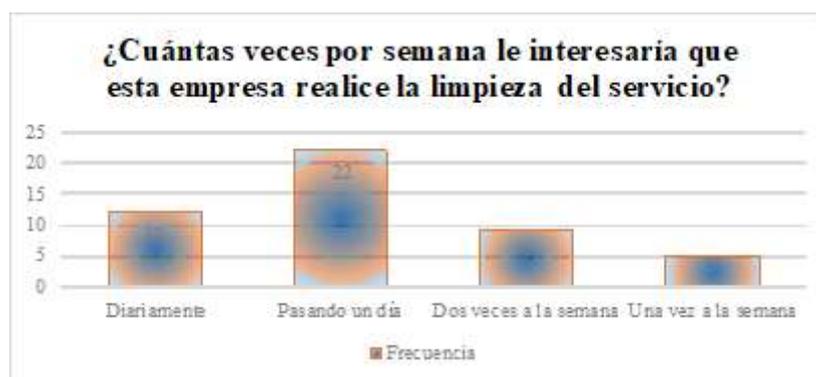


Figura 33: Representación gráfica sobre la frecuencia para el servicio de interés para el cliente.

Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** la probabilidad de que el servicio de limpieza se dé, diariamente es de 12 empresas seguido de que prefieren que realice, pasando un día es 22 empresas y finalmente eligen 9 y 5 empresas que sean dos veces a una vez a la semana respectivamente.

### 12. ¿Qué fragancia le gustaría que utilice el personal de limpieza?

**Tabla 37**

*Resultados del estudio de mercado – tipo de fragancia que ofrece PÚLIZIA*

<b>Categorías</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Floral	18	38%
Cítrica	21	44%
Otro	9	19%
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

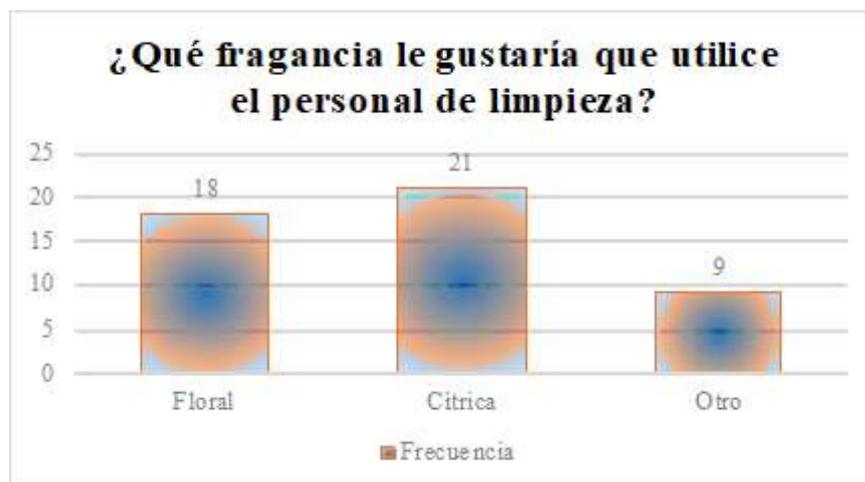


Figura 34: Representación gráfica sobre el tipo de fragancia que ofrece PÚLIZIA.  
 Nota: Elaboración propia (2018).

**Análisis:** la elección de fragancias que eligieron para el ambiente de las empresas es el siguiente: floral con 38 por ciento, el 44 por ciento eligió cítrica, finalmente el 19 por ciento elige cualquier otra fragancia.

**Análisis General:**

Sintetizando, el segmento empresarial latacungueño está dispuesto a contratar un servicio poco usual en la ciudad, una de las características es que las organizaciones desean a un aliado estratégico con responsabilidad ambiental y se acople a la actividad principal de las mismas, marcando una diferencia como empresa en introducción dando mayor valor a los clientes aumentando su fidelidad.

**3.6.4. Riesgos y oportunidades de mercado.**

Los factores de los posibles riesgos de mercadeo en este plan de negocios son la falta de experiencia en el mercado, reducido capital inicial de inversión y en la siguiente tabla se detalla los riesgos y oportunidades de mercado.

**Tabla 38**  
*Riesgos y oportunidades de Mercado*

Riesgos	Acciones
Gestión del talento Humano	Factor esencial de la organización, que será administrado a través de planes de evaluación y merecimiento para el bienestar común.
Acceso a créditos bancarios	Iniciar una buena referencia crediticia en una entidad financiera que, a largo plazo, tener la opción de crédito al momento requerido.

El control de gastos	A través de herramientas y complementos de Excel que permitan evaluar la situación financiera como el punto de equilibrio.
Regulación y cumplimiento de normativas ciudadanas	Cumplir con los deberes legales y tributarios que por ley de compañías corresponde frente al Estado y la Sociedad.
Cumplimiento de responsabilidad social	Cumplir con los derechos laborales y personales de los empleados, así como la responsabilidad del medio ambiente, así como apertura la creación de proyectos medio ambientales en la organización.
Oportunidades	Acciones
Mejorar la ejecución de la estrategia en todas las áreas del negocio	Se realizarán actividades de integración que permitan el empoderamiento y el conocimiento de las estrategias del negocio. Se harán como mínimo 3 en el año.

Fuente: Elaboración propia (2018).

### 3.6.5. Estrategias de Marketing.

Estrategia de promoción, en esta sección se tomará principios como el de entregar descuentos especiales a los clientes por fidelización que adquieran el servicio por más de 2 meses seguidos. Además, por cada cliente referido se otorgará un descuento al nuevo cliente, así como a quien lo ha referido.

El medio de comunicación va ser las redes sociales, una página web y un blog el que se detallará tips de cuidado para muebles, detergentes con elementos básicos del hogar, decoración con materiales reciclados, entre otros. Mensualmente se actualizarán las tarifas de descuentos y se publicarán, con el fin de darlas a conocer a nuestros posibles nuevos clientes.

Así como, se promocionarán las actividades adicionales que estarán incluidas en el servicio de aseo para el hogar como las propuestas de decoración de interiores.

Estrategias de servicios, varias nociones que se tomará, para encaminar a la empresa como:

- Nuestra empresa tendrá esa prioridad, servicio al cliente garantizando la accesibilidad y oportunidad a nuestros servicios en las diferentes etapas de la relación comercial (preventa, venta y postventa).
- Se brindará acompañamiento constante por parte del área comercial, con un enfoque de asesoramiento, servicio y calidad.
- Se monitoreará a nivel de proceso y satisfacción del cliente/usuario el desempeño obtenido y se mantendrán activos procesos de gestión calidad que

garanticen la identificación de oportunidades de mejora y la respectiva gestión que garantice altos niveles de satisfacción en los clientes.

Las estrategias de comunicación, marketing y mercadeo a implementar son:

- Imagen corporativa, lograr posicionamiento comercial tanto con la marca como con el servicio, hacer un lema publicitario de fácil captación y los colaboradores sean vía de comunicación y publicidad de nuestra imagen mediante el uniforme, facturas y tarjetas de presentación.
- Se diseñará y ejecutará un plan de medios diferenciado por segmentos con el fin de lograr el mejor impacto en las diferentes audiencias de nuestra empresa. Se utilizarán los medios de comunicación página web, prensa, mailing, y participación en ferias empresariales.
- Toda comunicación con los clientes y las piezas que aparezcan en los medios referentes a nuestra empresa, deberán ejecutarse acorde con políticas y un manual de comunicaciones que garantice el adecuado manejo de la imagen, uniformidad, y claridad para el cliente.
- Monitorear efectivamente a través de indicadores de proceso y de satisfacción del cliente que los usuarios estén accediendo al servicio de una manera adecuada (fácil identificación de nuestra empresa, accesibilidad a nuestros medios de contacto, claridad de la información de nuestro portafolio) en las diferentes etapas del proceso de venta y postventa.

Tendencias del Marketing digital

- Videos de corta duración, siendo la clave principal: debido a que en la actualidad las personas son fieles a las redes sociales, se logrará la captación de los mismos al emitir un clip corto y con ese grado de creatividad en Instagram y Facebook.
- Adaptar las estrategias a cada tipo de cliente, tendrá una relación directa con la estrategia de servicio antes mencionado debido a que cada cliente es importante para la empresa PÚLIZIA.
- Videos en directo (transmisión en directo), creando un vínculo estrecho entre la empresa y el cliente, siendo así una organización con servicios

acorde a las necesidades y requerimientos de cada posible usuario, ayudando a encontrar una solución óptima.



Figura 35: Video clip ofertando el servicio de limpieza integral, cubriendo todo el mercado.  
Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.7. Plan operativo

#### 3.7.1. Producto o servicio.

PÚLIZIA ofrece soluciones para la limpieza y el mantenimiento integral de su hogar y las empresas, además cuenta con colaboradores que tienen como misión específica supervisar la calidad del trabajo con la finalidad de corregir oportunamente cualquier desviación que puede repercutir en la calidad del servicio.

- Limpieza general del hogar
- Servicio de planchado
- Limpieza de cocina, sanitarios, cristales

- Mantenimiento de oficinas
- Mantenimiento de edificios
- Pisos y alfombras.

Como actividad extra que se ofrece a los clientes de PÚLIZIA es la decoración de espacios del hogar como los ingresos principales, salas, cuartos de estudio, etc. La empresa por medio de concurso de méritos, capacita al personal para realizar este tipo de actividades en conjunto con programas online que le permitirá ver el cambio posible con el amo de casa.

Estrategias de distribución, la planificación del servicio se enfocará en cuatro estrategias:

- La ubicación de las oficinas es estratégica, teniendo en cuenta que se encuentra a seis minutos del centro de la ciudad y de fácil desplazamiento en vehículo al lugar donde se pretende presta los servicios (mercado objetivo)
- Prestar servicios en la ciudad de Latacunga, en el momento que sea requerida por el cliente, abarcando las diferentes localidades y diferentes estratos, basados en técnicas de tiempos del personal garantizando la satisfacción del cliente
- Asegurar a través de monitoreo que los usuarios estén accediendo con facilidad y oportunidad a la información de nuestro portafolio de productos
- Garantizar que en el momento de la compra o contratación con nuestra empresa el cliente/usuario obtenga la atención adecuada por personal idóneo aprovechando los medios tecnológicos actuales (atención al cliente).

Estrategias de precio, el coste se establecerán conforme a un previo análisis del costo de los insumos, mano de obra y demás costos directos e indirectos asociados al servicio, así como los precios actuales en el mercado que nos indica; el precio actual, características, limitaciones emitidas por el cliente.

**Tabla 39**

*Precios para hogares con infraestructura pequeña*

Servicios	Precios del mercado	Precios PULIZIA	Descripción de la infraestructura pequeña
<b>Servicios Principales</b>			
Limpieza de dormitorios	\$ 25,50	\$ 20,00	Dos dormitorios
Lavado y aspirado de alfombras	\$ 35,00	\$ 30,00	Una sala pequeña
Limpieza y desinfección de baños	\$ 25,00	\$ 22,00	Uno o dos baños
Limpieza total de cocinas	\$ 27,00	\$ 25,00	Una cocina y comedor pequeña
Abrillantamiento de pisos	\$ 26,00	\$ 29,00	Departamento o casa de un solo piso
Lavado de ventanas	\$ 18,00	\$ 15,00	
Lavado de cortinas	\$ 25,00	\$ 20,00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 181,50</b>	<b>\$ 161,00</b>	
<b>Servicios Adicionales</b>			
Lavado de Autos	\$ 23,00	\$ 17,00	
Mantenimiento de jardinería	\$ 32,00	\$ 28,00	
Limpieza y mantenimiento profundo de muebles y enseres	\$ 30,00	\$ 29,00	
Diseño de interiores.			

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 40**  
*Precios para hogares con infraestructura mediana*

Servicios	Precios del mercado	Precios PULIZIA	Descripción de la infraestructura mediana
<b>Servicios Principales</b>			
Limpieza de dormitorios	\$ 28,00	\$ 25,00	Tres dormitorios
Lavado y aspirado de alfombras	\$ 37,00	\$ 35,00	Una sala grande
Limpieza y desinfección de baños	\$ 25,00	\$ 25,00	Dos o tres baños
Limpieza total de cocinas	\$ 34,00	\$ 30,00	Una cocina y comedor grande
Abrillantamiento de pisos	\$ 35,00	\$ 34,00	Casa de dos pisos
Lavado de ventanas	\$ 23,00	\$ 25,00	
Lavado de cortinas	\$ 30,00	\$ 30,00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 212,00</b>	<b>\$ 204,00</b>	
<b>Servicios Adicionales</b>			
Lavado de Autos	\$ 25,00	\$ 25,00	
Mantenimiento de jardinería	\$ 40,00	\$ 40,00	
Limpieza y mantenimiento profundo de muebles y enseres	\$ 30,00	\$ 30,00	
Diseño de interiores.			

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 41**  
*Precios para hogares con infraestructura grande*

Servicios	Precios del mercado	Precios PULIZIA	Descripción de la infraestructura grande
<b>Servicios Principales</b>			
Limpieza de dormitorios	\$ 30,00	\$ 30,00	Cuatro o cinco dormitorios
Lavado y aspirado de alfombras	\$ 40,00	\$ 35,00	Una o dos salas
Limpieza y desinfección de baños	\$ 30,00	\$ 28,00	Cuatro o más baños
Limpieza total de cocinas	\$ 38,00	\$ 38,00	Una cocina y comedor grande
Abrillantamiento de pisos	\$ 45,00	\$ 45,00	Casa de dos, tres pisos
Lavado de ventanas	\$ 30,00	\$ 31,00	Tres cuartos adicionales
Lavado de cortinas	\$ 35,00	\$ 34,00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 248,00</b>	<b>\$ 241,00</b>	
<b>Servicios Adicionales</b>			
Lavado de Autos	\$ 45,00	\$ 40,00	
Mantenimiento de jardinería	\$ 35,00	\$ 33,00	
Limpieza y mantenimiento profundo de muebles y enseres	\$ 60,00	\$ 58,00	
Diseño de interiores.			

Fuente: Elaboración propia (2018).

El personal, es muy importante en todas las organizaciones, y más aún en una que presta servicios, ya que este talento representa de manera directa a la empresa y

dando al cliente una impresión en base al comportamiento y actitudes del personal, siendo así ese elemento de diferenciación en la cual las compañías de servicio crean un valor agregado y agana ventaja competitiva. El personal que integrara la empresa, deberá tener las siguientes características que garanticen su alto rendimiento:

- Agilidad para realizar las tareas que se le asignen
- Honestidad
- Puntualidad
- Responsabilidad.

Apariencia Personal, el personal de la empresa debe mantener un buen aspecto, por el cual deben seguir las siguientes normas:

- Uso correcto del uniforme
- Pulcritud al vestir

Presentación física, cada uno de nuestros colaboradores representa el ente de comunicación entre nuestro servicio y los futuros posibles clientes. Cada uno de los empleados poseerá una escarapela, carnet con su apellido y la imagen corporativa de PÚLIZIA. A continuación se detalla los uniformes según el departamento:

Vestido Formal



Calzado (altura no más de 5cm)



*Figura 36: Uniformes para el personal administrativo y gerencial - femenino.  
Nota: Elaboración propia (2018).*

Camisa

Pantalón

Calzado



Figura 37: Uniformes para el personal encargado de supervisión masculino - femenino.

Nota: Elaboración propia (2018).

Overol 1



Overol 2



Zapatos de seguridad



Figura 38: Uniformes para el personal operativo unisex.

Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.8. Aspectos técnicos

#### 3.8.1. Denominación técnica del servicio.

En el mercado se identifica varios tipos de servicio de aseo: como el industrial, institucional, comercial y el de hogares.

##### 3.8.1.1. Materiales y Suministros.

Una vez detallado los materiales de trabajo integrar de limpieza para oficina y hogar, se enumera las labores de mayor importancia a realizar en la presentación de un servicio de aseo para hogares y empresa respectivamente, incluyendo los equipos e insumos, herramientas indispensables en la prestación del servicio básico como el servicio adicional (Diseño de interiores).

A continuación, se detallará los principales elementos e insumos requeridos en la presentación de un servicio de aseo para hogares.

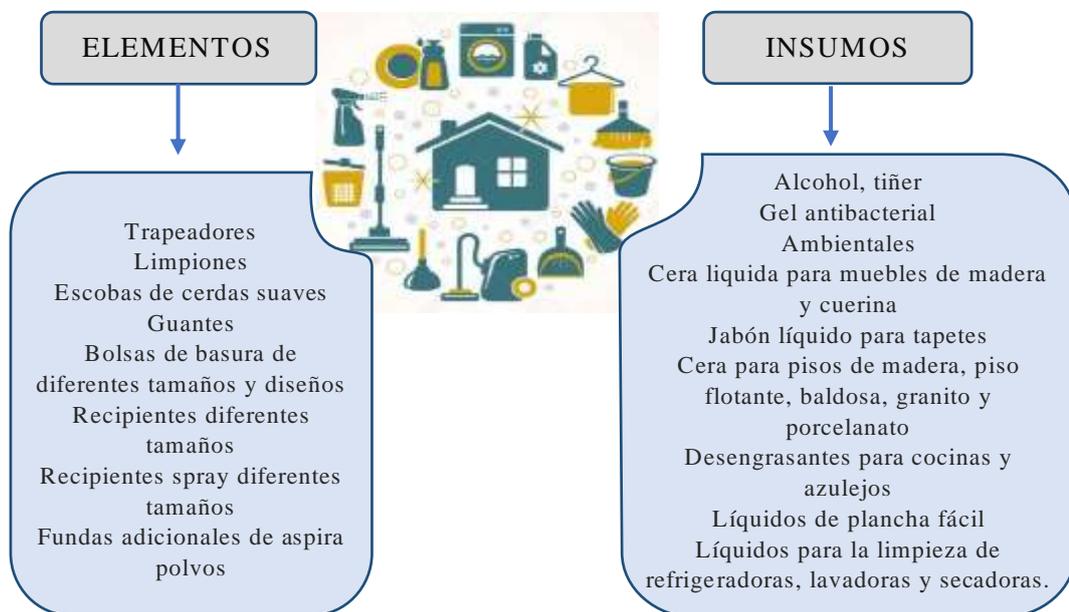


Figura 39: Elementos básicos e insumos requeridos para la limpieza integral de PÚLIZIA.  
Nota: Elaboración propia (2018).

Desempolvar toda el área de trabajo (debajo de los escritorios, sillas y rincones), para secciones altas utilizar aspiradoras industriales y evitar más propagación del polvo (para la conexión de nuestros equipos poner mucha atención de los interruptores de corriente y protectores de controles de aires acondicionados)

## PÚLIZIA



Limpieza del mobiliario en general, mesas, gabinetes, archivos (con previa aprobación y restricciones por seguridad tanto de la empresa como de PÚLIZIA).

Limpieza externa de los equipos de computación, cajas registradoras.

Limpiar los pasamanos (los productos de limpieza varían de acuerdo al material del mismo)

Vaciar el contenido de los recipientes de basura de toda el área de trabajo.

Barrer, aspirar, trapear, abrillantar según lo requiere el tipo de piso y finalmente aromatizar el ambiente y limpiar los baños privados, según sea el caso.

Figura 40: Detalle de las actividades macro que realiza PÚLIZIA para su empresa.

Nota: Elaboración propia (2018).

Las actividades de limpieza integral para los hogares latacungueños, donde prevalece el personal capacitado periódicamente, supervisores tanto de medio tiempo y de jornada completa, que estarán a cargo de cada trabajo realizado, y para ello se implementa la ficha de supervisión (ver anexo G).

## PÚLIZIA



### Limpieza en habitaciones

- Se coloca las señalizaciones de aviso al ingreso (como preferencia y comodidad que sea en horarios de trabajo del usuario).
- Aspirar paredes, ventanas, columnas, marcos y puertas para quitar las impurezas mayores.
- Se retira los artículos que están sobre los armarios, cómodas, mesas y demás muebles que se encuentren dentro de las habitaciones.
- Tendido de camas
- Se desempolva los adornos.
- Encerar y abrillantar dependiendo de los pisos y el material de los muebles: pisos flotantes (limpieza con trapeador de fibras de algodón para evitar rayones), porcelanato y baldosa, cemento alisado (si existe en las uniones manchones colocar disolución limpiador y dejarlo actuar, posterior trapear y secar con desinfectante y un limpión húmedo)
- Aromatizar el ambiente cerrado para que exista una mayor concentración del ambiental (aromas naturales versión aceites.)

### Limpieza en servicios

- ⊗ Se coloca las señalizaciones de aviso al ingreso
- ⊗ Retirar los productos de uso habitual que se encuentra sobre el mesón, la bañera, entre otros, creando un espacio amplio de limpieza
- ⊗ Limpiar la grifería, azulejos, espejos y ventanas con los productos adecuados.

### Limpieza de la cocina

- ⊗ Se coloca las señalizaciones de aviso correspondiente.
- ⊗ Poner los desengrasantes en las áreas requeridas (paredes de baldosa, electrodomésticos), mientras aspirar, techos, paredes, ventanas columnas, puertas para quitar las impurezas mayores.
- ⊗ Limpiar la grifería, azulejos, mesones y ventanas con los productos adecuados y trapear pisos.
- ⊗ Aromatizar el ambiente (aceites)

Figura 41: Detalle de las actividades macro que realiza PÚLIZIA para su hogar.  
Nota: Elaboración propia (2018).

## PÚLIZIA



### Limpieza de Muebles

∅ Según el tipo de material del que este compuesto varia los productos de limpieza, pero en todas requiere que se les retire el polvo; madera (untar liquido de muebles con un paño de microfibra y dejarlo actuar por 10 min.), cuero (si es cuerina utilizar productos a base de 65% aceite para conservar el material), tapizados (utilizar aspiradores a vapor para no dañar el material y quitar manchas profundas).

### Limpieza de cortinas

∅ Dependiendo del estado de suciedad de la cortina, utilizar aspiradora a vapor para la eliminación de manchas y polvo.

### Limpieza de alfombras

∅ Dependiendo del estado de suciedad de la alfombra; se empleara detergente para las manchas, caso contrario una limpieza a vapor.

Figura 42: Detalle de las actividades que realiza PÚLIZIA para su hogar.  
Nota: Elaboración propia (2018).

## SERVICIOS ADICIONALES

### Mantenimiento de jardinería

Arreglo de jardines  
Cortar césped  
Podar árboles (estado de la planta  
Limpieza en jardinería.

### Lavado de autos exprés

Lavado parte externa del auto  
Aspirado de tapizado  
Encerado  
Abrillantamiento interno.

### Limpieza y mantenimiento profundo de muebles y enseres

Aspirado de muebles  
Lavado de muebles  
Eliminaciones de polvos de los muebles y enseres  
Abrillantamiento de cómodas, closet, mesas, etc.

### Diseño de interiores

Análisis de espacios  
Estilos de decoración: Luz, comodidad y color, lujo y elegancia en espacios integrados, habitaciones confortables con mobiliario adaptado, decorar espacios no convencionales, combinaciones de color y toques de textura.

Figura 43: Detalle de los servicios adicionales que PÚLIZIA ofrece a sus clientes.  
Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.8.2. Descripción del proceso.

La empresa PÚLIZIA cuenta con dos maneras de ofrecer soluciones para la limpieza integral, el mantenimiento de su hogar y empresa, a manera de resumen el área comercial busca las oportunidades de ventas o los posibles clientes nos contacta directamente en base a ello, el servicio es confirmado con el asesor y el cliente sobre las horas del servicio integral, con insumos o sin ellos para que el personal se traslade a la empresa u hogar y realice las actividades, con especificaciones y limitaciones adicionales mencionadas por el usuario.

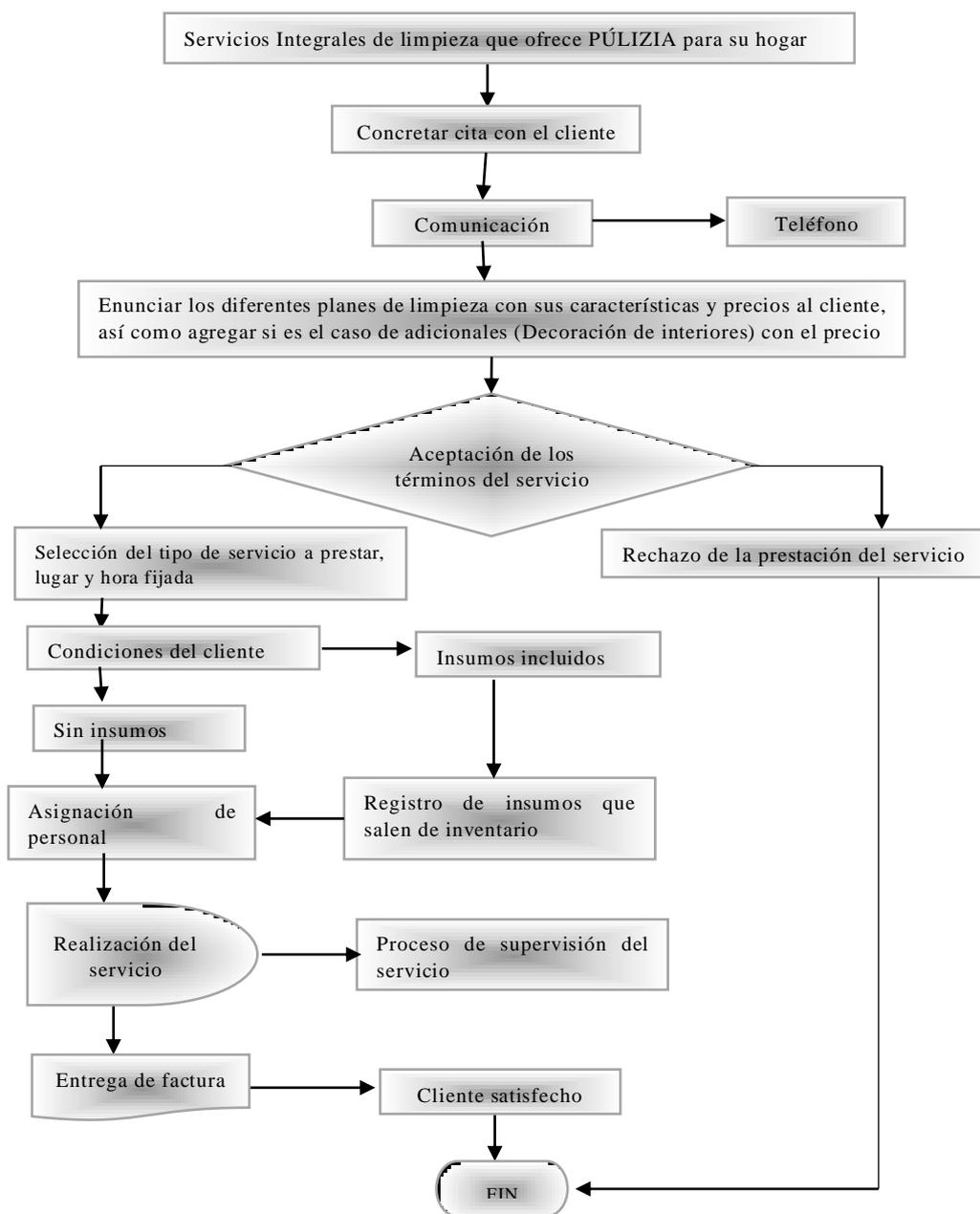


Figura 44: Descripción de los procesos de la empresa PÚLIZIA para los hogares.  
Nota: Elaboración propia (2018).

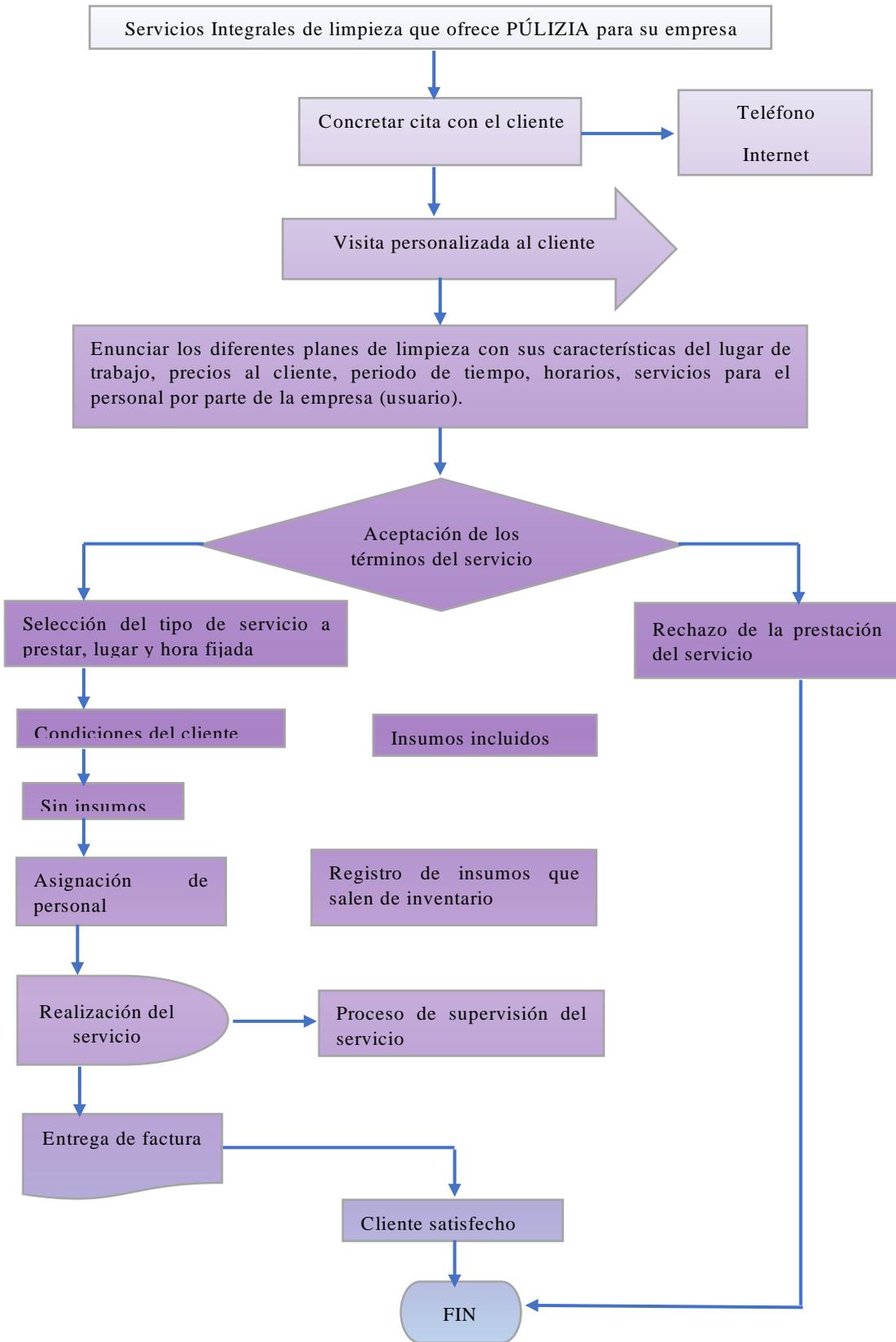


Figura 45: Descripción de los procesos de la empresa PÚLIZIA para las empresas.  
 Nota: Elaboración propia (2018).

Se ofrecerá el servicio de manera inmediata y personalizada, ajustándose a las necesidades de limpieza y mantenimiento de sus instalaciones, se cuenta con el personal experimentado, con capacitaciones periódicas y el equipamiento apropiado para cada tipo de trabajo.

**Tabla 42**

*Descripción de las actividades y el personal responsable para generar un servicio de limpieza*

<b>Descripción del Proceso</b>		
<b>Proceso</b>	<b>Descripción de la Actividad</b>	<b>Responsable</b>
Negociación del tipo de servicio a prestar al igual que el lugar, día y la hora.	Definir o acordar el servicio a prestar, teniendo en cuenta las tarifas, el tiempo a emplear, la cantidad de personas que se requiera y las actividades adicionales que se requiera como el diseño e interiores.	Departamentos de Operación y Comercial Recursos Humanos
Con insumos	En el caso de que el cliente requiera y no pose o implementos, y sea incluido en el servicio el material de limpieza con un cargo extra	Dirección de Operaciones y Comercial
Registro de salida de Inventario de los insumos (Kardex)	La finalidad es el de poder realizar el servicio de aseo integral, PÚLIZIA provee los insumos necesarios, acordando un cargo extra, cuando el cliente no posee los implementos necesarios.	Departamentos de Operaciones y Comercial Recursos Humanos
Salida de inventario de los insumos	Registrar la salida de los insumos que se encuentran almacenados en bodega, para controlar la existencia de los mismos y determinar los productos asignados al cliente	Dirección operativa y Comercial
Selección y reclutamiento de personal. (Obligaciones por parte del empleador).	Facturar a las empleadas, según la cantidad de tiempo requerido y la distancia entre la dirección de los clientes, para ser asignadas a los clientes.	Departamentos de Operaciones y Recursos Humanos Recursos Humanos
Sin insumos	La mayoría de hogares cuenta con los implementos básicos de limpieza, al igual que las empresas pero PÚLIZIA ofrece productos para áreas específicas de aseo, que se le ofrece al cliente.	Departamento de operaciones y Comercial
Asignación de personal	Facturar a la empleada, según la cantidad de tiempo requerido y la distancia entre la residencia de los clientes, para ser asignada a los clientes.	Dirección Operativa y Comercial Recursos Humanos

Fuente: Elaboración propia (2018).

Dotación, el personal asignado al servicio cuenta como mínimo con dotación compuesta por dos overoles, mascarillas cofia, guantes zapatos de seguridad por la empresa PÚLIZIA, así como carnet de identificación y la totalidad de los elementos requeridos para desempeñar adecuadamente las funciones (con o sin insumos incluidos).

Necesidades y requerimientos, se usará equipos ahorradores de energía y amigables con el medio ambiente, que no atenten contra la salud de nuestros empleados o nuestros clientes y de fácil manipulación. Se han buscado proveedores que ofertan la última tecnología en limpieza, esta se pretende utilizar como factor diferenciado, siendo un objetivo de la empresa hacerse conocer con este tipo de tecnología. El responsable de administración contará con un equipo informático y un software de gestión que le permita llevar el control sobre todas las áreas de las empresas.

### **3.8.3. Concepto del servicio y proceso productivo.**

Personal operario, el personal seleccionado deberá ser idóneo y calificado, reuniendo las óptimas y características humanas sobresalientes, en cuanto a responsabilidad, seriedad excelente presentación personal, capacidad de manejo, de los elementos puestos a su servicio para la ejecución de su labor.

Se seleccionará personal que preferiblemente demuestre experiencia en el sector, que sean mujeres, hombres, cabezas de familia. Se realizará pruebas rutinarias de ingreso (psicológicas y entrevistas), visita domiciliaria y si estas resultan favorables se realizará un contrato por duración de la obra. Posteriormente se llevará a cabo a un proceso de inducción que tendrá como duración máxima de dos días, donde se tratará los siguientes temas:

- Misión y Visión de la compañía
- Valores de la empresa
- Procesos de limpieza, ecológicos y ahorradores
- Seguridad profesional
- Servicio al cliente.

Estas capacitaciones serán actualizadas periódicamente (no mayor a un año) y el personal será capacitado nuevamente de esta forma se podrá garantizar la mejora continua en la empresa.

### 3.9. Plan de Producción

#### 3.9.1. Procesamiento de órdenes y control de inventarios.

Se creará una orden de servicio global por mes que incluirá la totalidad de los servicios del mes por cada cliente y se asignarán los insumos requeridos, estos serán controlados a través de un sistema de inventarios con el propósito de garantizar la prestación de los servicios en forma oportuna y completa, se estima la duración de los elementos e insumos en términos de servicios, (Ver anexo G).

**Tabla 43**

*Duración de los elementos por servicio*

Elementos de limpieza	Medida	# de Servicios promedios
Cera para madera	Galón	70
Cera para cerámica	Galón	70
Cera para porcelanato y Granito	Galón	70
Jabón en polvo para cocina	Caja de 24 unid	250
Alcohol	Galón	15
Desengrasantes	Galón	400
Gel antibacterial para manos	Galón	100

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 44**

*Duración de insumos por servicio*

Insumos	Medida	Servicios
Trapeadores	Unidad	1000
Escoba sueva y dura en nylon	Unidad	1000
Limpiavidrios	Unidad	50
Paños	unidad	15
Guantes	Par	15
Bolsas de basura industrial	Paquete	1
Bolsas de basura pequeñas y para baños	Paquete	1
Baldes	Paquete	3000
Recogedor	Unidad	3000
Cepillos para baño	Unidad	100
Esponjillas	Unidad	75
Escobillas de Plumón	Dos unidades	10

Fuente: Elaboración propia (2018).

#### 3.9.2. Capacidad de producción.

Nuestra empresa PÚLIZIA dedicada a limpieza integral de su hogar y empresa estará en la capacidad de prestar aproximadamente 420 servicios durante el primer año. A continuación, se muestra la proyección de producción.

**Tabla 45**

*Proyección de producción para los cuatro primeros años de servicio*

Tipo de servicio			2019	2020	2021	2022
Servicios PÚLIZIA	incluidos	insumos	<b>290</b>	<b>300</b>	<b>500</b>	<b>550</b>
Servicios PÚLIZIA	sin insumos		<b>130</b>	<b>150</b>	<b>200</b>	<b>300</b>
<b>TOTAL servicios por año</b>			<b>420</b>	<b>450</b>	<b>700</b>	<b>850</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

### **3.9.3. Planes de control de calidad.**

Todos los servicios que PÚLIZIA ofrecerá serán con seguimiento y control con el fin de obtener altos estándares de calidad que el mercado exige, para mantenernos competitivos, mediante el siguiente esquema de evaluación:

- Se asignará un supervisor que revisará la calidad del servicio
- Se realizará encuestas online y personales de manera periódica que permita conocer la satisfacción del cliente
- Capacitación periódica en temas referentes al servicio al cliente, manejo óptimo de insumos y elementos de limpieza
- Capacitación formal a los colaboradores según méritos en:
  - Los servicios adicionales de la organización
  - Ahorro y uso eficiente de los recursos
  - Manejo y disposición de sustancias químicas para evitar intoxicación y afectaciones en la salud de los trabajadores y del medio ambiente.

### **3.9.4. Plan de compras.**

Cada uno de nuestros servicios prestados consta de elementos e insumos que serán comprados al por mayor cuyo orden se servicio se ajustara a la compra mensual de

insumos y elementos según la necesidad, ya que estos productos no son susceptibles a su rápida caducidad, esto es beneficioso para nuestra organización.

En el proceso de compra y adquisición de productos se considerará aspectos como:

- Marca de producto
- Precio
- Responsabilidad ecológica
- Rendimiento

### 3.10. Costos de producción

**Tabla 46**

*Proyección de costos de producción para los cuatro primeros años de servicio*

Tipo de servicio			2019	2020	2021	2022
Servicios PÚLIZIA incluidos insumos			235	201	189	309
Servicios PÚLIZIA sin insumos			150	145	162	178
<b>TOTAL SERVICIOS POR AÑO</b>			205	246	278	204

Fuente: Elaboración propia (2018).

#### 3.10.1. Infraestructura

Las oficinas estarán ubicadas en el sector de Betlemitas cubriendo un área de construcción aproximada de 200 metros cuadrados contenida entre áreas administrativas, de operación, zona de estacionamiento y adicional, 43 metros cuadrados para el almacenaje de los insumos y desembarque de productos.

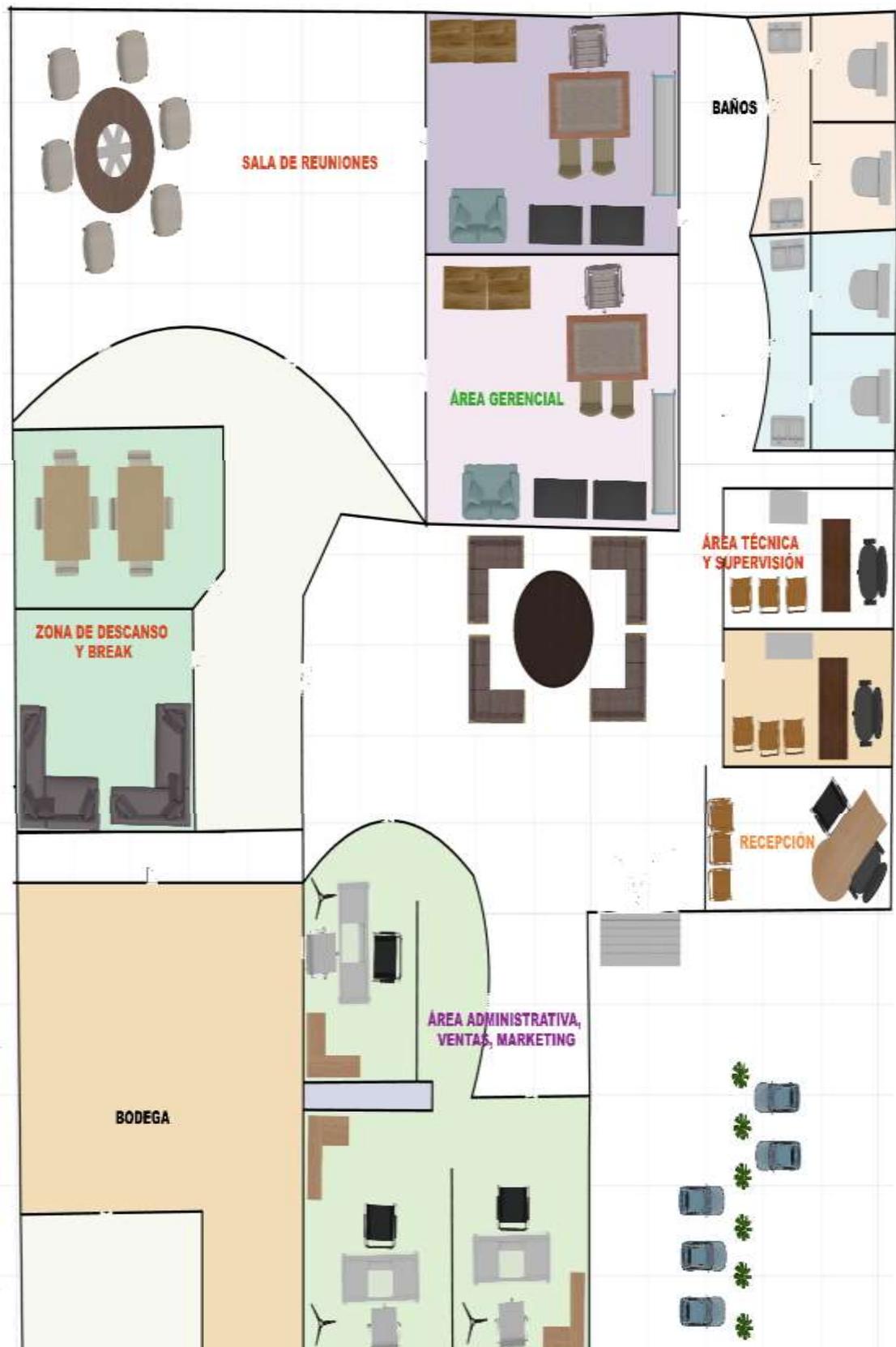


Figura 46: Plano de la infraestructura de la empresa PÚLIZIA.  
 Nota: Elaboración propia (2018).

A continuación, se detalla los muebles y elementos de oficinas para conocer, el presupuesto inicial requerido para el mismo.

**Tabla 47**

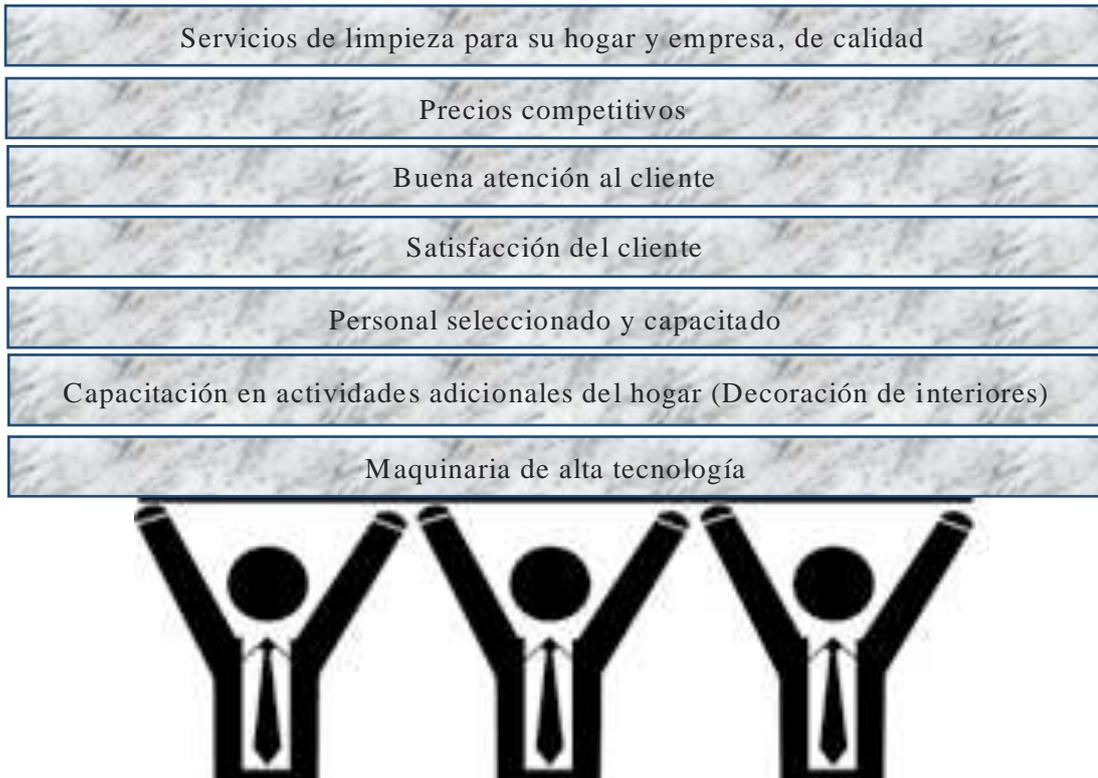
*Muebles, enseres por áreas*

<b>Muebles y Enseres</b>	
<b>Zona de alimentación- Break</b>	
	<b>Cantidad</b>
Mini bar	1
Microondas 20 lts	1
<b>Zona Administrativa</b>	
	<b>Cantidad</b>
Mesa de reuniones (120x240 cm) cristal	1
Sillas	12
Sillas de espera lineal tri personal	2
Estación de trabajo tipo L	2
Sillas oficina ejecutiva ergonómica apoyo lumbar	2
Escritorio de oficina	3
Sillas giratorias con apoya brazos	3
Archivadores de metal	2
Archivadores aéreos metálicos (80x40x40)	3
Librero de madera (1.80x1.20x0.30)	3
<b>Zona de Recepción</b>	
Counter de frente metálico	1
<b>Zona de Bodega</b>	
Estanterías regulables 5 bandejas de metal (200x102x40 cm) color blanco	5

Fuente: Elaboración propia (2018).

### 3.10.2. Mano de obra requerida

El personal operativo promedio al mes para prestar servicios integrales de limpieza es de 10 colaboradores con dos supervisores que serán distribuidos tanto para la empresa como para los servicios del hogar. La contratación de la mano de obra se dará considerando los siguientes aspectos que orientan la empresa al éxito corporativo.



*Figura 47:* Características esenciales que los colaboradores de PÚLIZIA brindará a sus usuarios.  
*Nota:* Elaboración propia (2018).

### **3.11. Organización**

#### **3.11.1. Análisis estratégico.**

##### **3.11.1.1. Análisis interno.**

###### Fortalezas

- Espacio físico propio
- Inversionistas (Socios estratégicos)
- Asistencia (Académico empresarial)
- Capital Intelectual
- Variedad de servicios a ofrecer
- Servicio poco común en la localidad
- Diversidad de productos, maquinaria de limpieza
- Servicios de limpieza con precios accesibles
- Cobertura geográfica amplia del servicio a entregar.

###### Debilidades

- Poco acceso a créditos bancarios
- Poca experiencia en iniciación de empresa
- Presupuesto limitado
- Poca experiencia en publicidad y marketing
- Maquinaria para la limpieza al alcance
- Encontrar de recurso humano capacitado y especializado

##### **3.11.1.2. Análisis externo.**

###### Oportunidades

- El estado apoya a proyectos que ayuden al cambio de la matriz productiva y de servicios
- Crecimiento empresarial en la provincia
- Incremento de profesionales con trabajos estables, jefes de hogar
- Aumento de personas jóvenes que viven solos
- Pocas empresas dedicadas a este tipo de servicios.

## Amenazas

- Aparición de nuevas tecnologías en el campo de la limpieza que solo tienen acceso a empresas desarrolladas
- Posible guerra de precios
- Estrategias de la competencia
- Nuevas normativas legales
- Mercado imprevisible en constante cambio
- Políticas laborales muy rígidas

### 3.11.2. Matriz F.O.D.A.

Empresa:	PÚLIZIA		ANÁLISIS F.O.D.A.	
<b>Internas</b>	Puede generar <b>PROBLEMAS</b>		Puede generar <b>VENTAJAS COMPETITIVAS</b>	
	<b>D</b>	Debilidades	<b>F</b>	Fortalezas
	1	Poco acceso a créditos bancarios	1	Espacio físico propio
	2	Poca experiencia en iniciación de empresa	2	Inversionistas (Socios estratégicos)
	3	Presupuesto limitado	3	Asistencia (Académico empresarial)
	4	Poca experiencia en publicidad y marketing	4	Capital Intelectual
5	Poca facilidad de adquisición de Maquinaria con calidad, para la limpieza al alcance	5	Variedad de servicios a ofrecer	
6	Encontrar de recurso humano capacitado y especializado	6	Servicio poco común en la localidad	
<b>Entorno</b>	<b>A</b>	Amenazas	<b>O</b>	Oportunidades
	1	Aparición de nuevas tecnologías en el campo de la limpieza que solo tienen acceso a empresas desarrolladas	1	El estado apoya a proyectos que ayuden al cambio de la matriz productiva y de servicios
	2	Posible guerra de precios	2	Crecimiento empresarial en la provincia
	3	Estrategias de la competencia	3	Incremento de profesionales con trabajos estables, jefes de hogar
	4	Nuevas normativas legales	4	Aumento de personas jóvenes que viven solos
	5	Mercado imprevisible en constante cambio	5	Pocas empresas dedicadas a este tipo de servicios.
6	Políticas laborales muy rígidas			

Figura 48: Matriz FODA de la empresa PÚLIZIA

Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.11.3. Matriz de evaluación de factores externos (EFE).

**Tabla 48**

*Matriz de evaluación de factores externos para la empresa PÚLIZIA*

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)			
	PESO	CALIFICACIÓN	PUNTUACIÓN
<b>OPORTUNIDADES</b>			
1 El estado apoya a proyectos que ayuden al cambio de la matriz productiva y de servicios	0,14	4	0,56
2 Crecimiento empresarial en la provincia	0,09	4	0,36
3 Incremento de profesionales con trabajos estables, jefes de hogar	0,08	3	0,24
4 Aumento de personas jóvenes que viven solos	0,07	3	0,21
5 Pocas empresas dedicadas a este tipo de servicios.	0,1	3	0,3
6			
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,48</b>		<b>1,67</b>
<b>AMENAZAS</b>			
1 Aparición de nuevas tecnologías en el campo de la limpieza que solo tienen acceso a empresas desarrolladas	0,17	4	0,68
2 Posible guerra de precios	0,06	2	0,12
3 Estrategias de la competencia	0,06	2	0,12
4 Nuevas normativas legales	0,09	3	0,27
5 Mercado imprevisible en constante cambio	0,07	2	0,14
6 Políticas laborales muy rígidas	0,07	3	0,21
7			
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,52</b>		<b>1,54</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>3,21</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 49**

*Leyenda empleada para la matriz EFE*

Calificación	Valoración
Respuesta Superior	4
Respuesta está por encima del promedio	3
La respuesta es promedio	2
La respuesta es pobre	1

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 50***Valoración empleada para la matriz EFE*

Peso	Valoración
Muy Importante	1,0
No importante	0,0

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 51***Criterios empleados para la matriz EFE*

Peso Ponderado Total	Valoración	Criterio
Máximo	4	La organización está respondiendo excelentemente a las oportunidades y amenazas del entorno, existentes en esta industria, es decir las estrategias permiten aprovechar con eficacia las oportunidades existentes y minimizan el efecto potencial adverso de las amenazas externas.
Promedio	2,5	
Más bajo posible	1	Las estrategias de la organización no están capitalizando, para nada y las oportunidades no evita las amenazas externas

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Análisis**

Una vez implementado la matriz se obtuvo como resultado de 3.21 del análisis entre amenazas y oportunidades, que esta sobre el valor promedio, deduciendo según la tabla de peso ponderado total que: las amenazas son menos recurrentes en relación a nuestras oportunidades lo que implica, que nuestras oportunidades pueden contrarrestar las amenazas. Lo que quiere decir, que la empresa está en sus inicios en buenas condiciones y con pasos firmes.

**Tabla 52***Matriz de evaluación de factores internos para la empresa PÚLIZIA*

<b>Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)</b>			
	<b>PESO</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>PUNTUACIÓN</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
1 Espacio físico propio	0,1	4	0,4
2 Inversionistas (Socios estratégicos)	0,09	3	0,27
3 Asistencia (Académico empresarial)	0,08	4	0,32
4 Capital Intelectual	0,07	3	0,21
5 Variedad de servicios a ofrecer	0,05	2	0,1
6 Servicio poco común en la localidad	0,06	3	0,18
7 Diversidad de productos, maquinaria de limpieza	0,06	3	0,18
8 Servicios de limpieza con precios accesibles	0,04	2	0,08
9 Cobertura geográfica amplia del servicio a brindar	0,08	3	0,24
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,63</b>		<b>1,98</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
1 Poco acceso a créditos bancarios	0,11	2	0,22
2 Poca experiencia en iniciación de empresa	0,07	1	0,07
3 Presupuesto limitado	0,09	1	0,09
4 Poca experiencia en publicidad y marketing	0,06	1	0,06
5 Poca facilidad de adquisición de Maquinaria con calidad, para la limpieza	0,07	1	0,07
6 Encontrar de recurso humano capacitado y especializado	0,09	2	0,18
<b>SUBTOTAL</b>	<b>0,49</b>		<b>0,69</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,12</b>		<b>2,67</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 53***Valoración empleada para la matriz EFI*

<b>Calificación</b>	<b>Valoración</b>
Fortaleza mayor	4
Fortaleza menor	3
Debilidad menor	2
Debilidad mayor	1
<b>Peso</b>	<b>Valoración</b>
Muy Importante	1,0
No importante	0,0

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 54***Criteria empleados para la empresa PÚLIZIA*

Peso Ponderado		Valoración	Criterio
Total			
Promedio	2,5	Si el valor es menor al promedio, la organización está en un escenario de solo debilidades	

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Análisis**

El valor obtenido es de 2,67 por encima del valor promedio según la tabla de peso ponderado total, lo que significa que: las debilidades no superan nuestras fortalezas, pero no es un valor que permita asegurar que las fortalezas pueden contrarrestar nuestras debilidades y que necesitamos estrategias para superar a estas falencias.

**3.11.4. Matriz de Impactos Cruzados (FODA cruzado).****Descripción**

- Estrategia FO: trazamos estrategias donde usamos nuestras fortalezas para aprovechar las oportunidades que se nos presentan.
- Estrategia FA: para obtener los criterios posibles se aprovechó nuestras fortalezas para evitar o afrontar las amenazas de entorno externo.
- Estrategias DO: superamos y transformamos nuestras debilidades a través de las oportunidades que se nos presentan.
- Estrategias DA: reforzamos y transformamos nuestras debilidades para evitar las amenazas latentes en el entorno

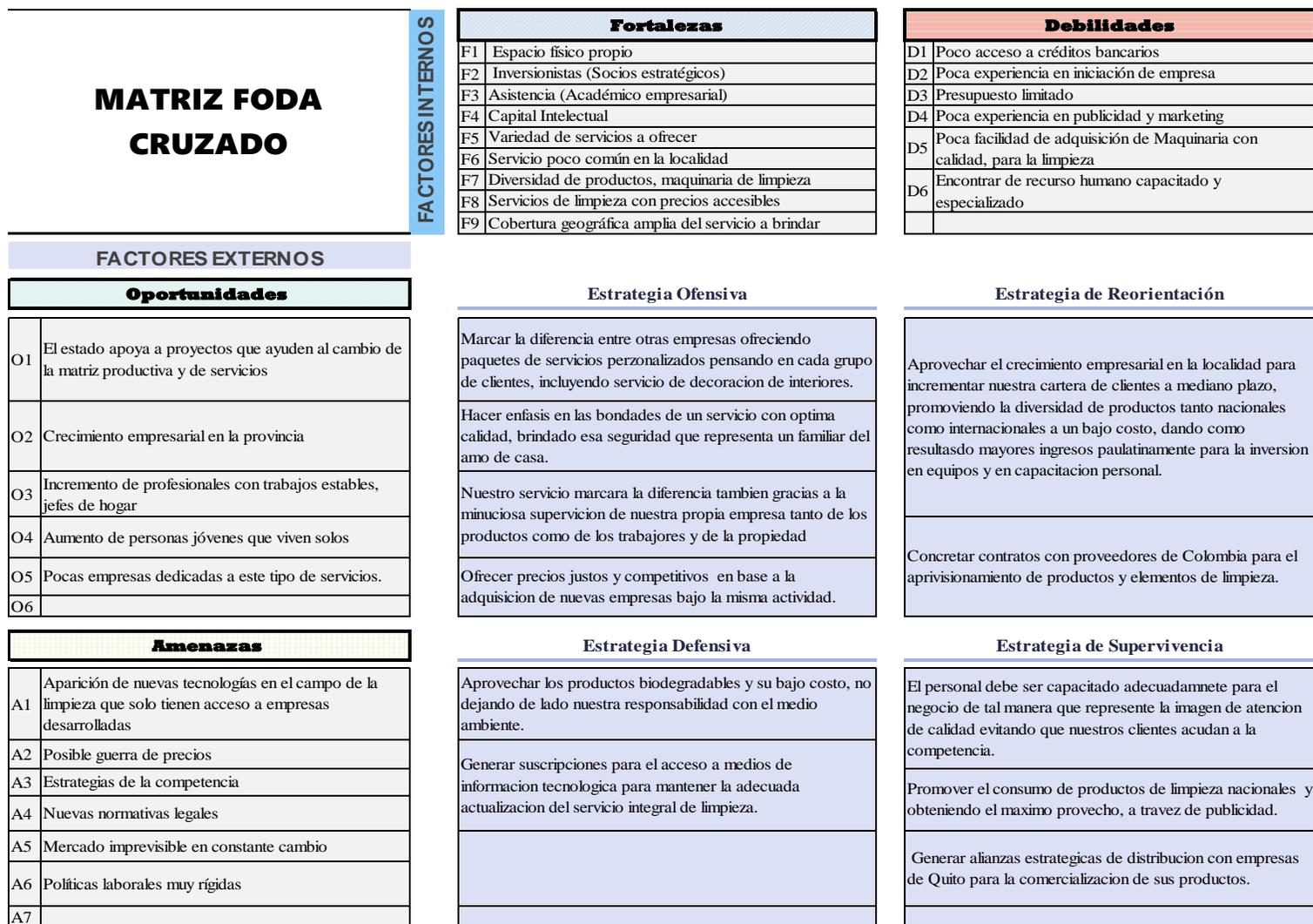


Figura 49: Matriz de impactos cruzados (FODA cruzado), para la empresa PÚLIZIA.  
Nota: Elaboración propia (2018).

### 3.12. Estructura Organizacional

#### 3.12.1. Organigrama.

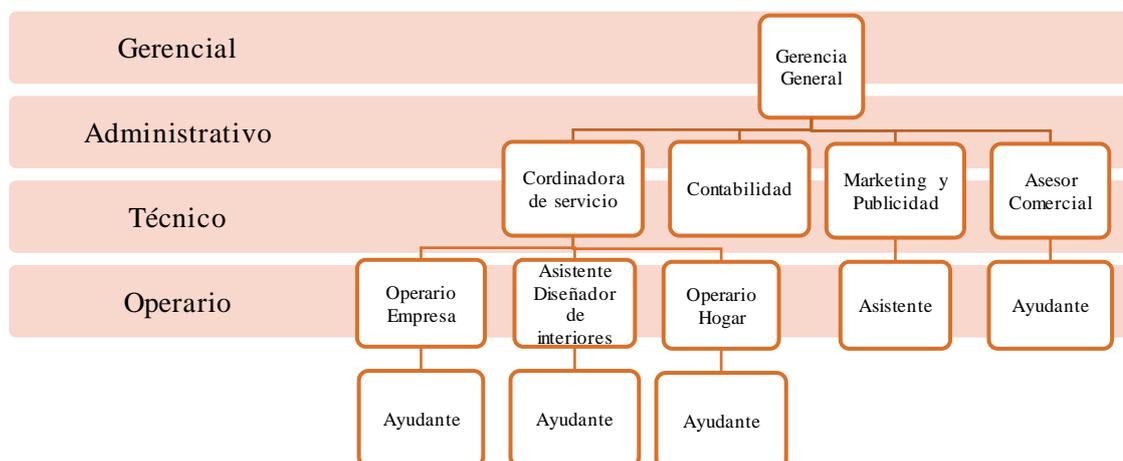


Figura 50: Organigrama estructural de la empresa PÚLIZIA en sus inicios.  
Nota: Elaboración propia (2018).

#### 3.12.2. Perfiles y funciones.

**Tabla 55**

*Descripción de requerimientos para los colaboradores de la empresa PÚLIZIA*

Denominación	Auxiliar Contable
Área o dependencia	Administrativa
Jornada	Completa
Edad	De 24 a 40 años
Experiencia	Manejo de empresas de servicios

Denominación	Asesores, Colaboradores
Área o dependencia	Operativa y comercial
Jornada	Completa, por turnos dentro de la jornada laboral
Edad	De 18 a 45 años
Síntesis del cargo	Coordinación y control de las actividades a desarrollar por el personal a su cargo en el cumplimiento de sus labores; ofrecer nuestros servicios y propender por captar más clientes.
Funciones:	<p>Programar con los clientes el personal y horario asignado; así como la logística necesaria para el desempeño de sus funciones.</p> <p>Promocionar y asistir a eventos que promuevan una mayor participación de la compañía en el mercado.</p> <p>Establecer y mantener óptimas relaciones con proveedores de insumos para los equipos de aseo y mantenimiento.</p> <p>Velar por el correcto, oportuno y óptimo desempeño de los empleados que están en misión en los clientes.</p>

<b>Requisitos Del Cargo:</b>	Formación: Profesional en Administración de Empresas, Ingeniería Industrial Estudios superiores: preferiblemente especialización. Inglés como segunda lengua, (no es un requisito esencial) Mínimo 3 años en cargos similares ejercidos en empresas de aseo y mantenimiento
------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 56**

*Descripción de requerimientos para los colaboradores del departamento administrativo y financiero de la empresa PÚLIZIA*

<b>Denominación</b>	<b>Asistentes Financieros y Administrativos</b>
<b>Área o dependencia</b>	Administrativo - Gerencial
<b>Jornada</b>	Completa
<b>Edad</b>	De 21 a 35 años
<b>Síntesis del cargo</b>	Gerencia y control de las actividades administrativas y financieras a desarrollar por el personal a su cargo en el cumplimiento de sus labores; coordinación del recurso humano de la organización.
<b>Funciones:</b>	Controlar la oportuna emisión de facturación y recaudo de pago de clientes. Asegurar el pago oportuno a proveedores, y más a quienes provean descuentos por pronto pago. Mantener la información financiera/contable al día, utilizando para ello las herramientas tecnológicas de la Compañía para la facturación y contabilidad; para el pago de nómina. Cumplir las obligaciones legales, laborales y tributarias dentro de los plazos exigidos por la ley y las entidades reguladoras. Velar por la oportuna afiliación al Sistema General de Seguridad Social de los empleados; así como el oportuno pago de las planillas de seguridad social y aportes parafiscales. Conciliación y estado de cuentas depurados con clientes y proveedores. Proponer alternativas de inversión aprovechando los posibles excedentes de caja. Conocimientos de operaciones financieras y procesos bancarios.
<b>Requisitos del cargo</b>	Formación: Profesional en Administración de Empresas, profesional en finanzas o relaciones internacionales. Estudios superiores: Especialización, Maestría Otros estudios: Operaciones financieras e impuestos
<b>Experiencia</b>	Experiencia mínima de 2 años en Gerencia de los recursos humanos y financieros de la Compañía, preferiblemente en empresas del sector de servicios.

Fuente: Elaboración propia (2018).

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. ANÁLISIS FINANCIERO

##### 4.1.1. Inversión inicial.

**Tabla 57**

*Inversión inicial requerida por áreas de la empresa PÚLIZIA*

<b>Muebles y Enseres</b>				
<b>Zona de alimentación- Break</b>				
	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio Total</b>	
Mini bar	1	\$ 158,00	\$	158,00
Microondas 20 lts	1	\$ 78,00	\$	78,00
<b><i>SUBTOTAL</i></b>			<b>\$</b>	<b>236,00</b>
<b>Zona Administrativa</b>				
	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio total</b>	
Mesa de reuniones (120x240 cm) cristal	1	\$ 250,00	\$	250,00
Sillas	12	\$ 50,00	\$	600,00
Sillas de espera lineal tri personal	2	\$ 110,00	\$	220,00
Estación de trabajo tipo L	2	\$ 200,00	\$	400,00
Sillas oficina ejecutiva ergonómica apoyo lumbar	2	\$ 109,00	\$	218,00
Escritorio de oficina	3	\$ 145,00	\$	435,00
Sillas giratorias con apoya brazos	3	\$ 60,00	\$	180,00
Archivadores de metal	2	\$ 115,00	\$	230,00
Archivadores aéreos metálicos (80x40x40)	3	\$ 80,00	\$	240,00
Librero de madera (1.80x1.20x0.30)	3	\$ 80,00	\$	240,00
<b><i>SUBTOTAL</i></b>			<b>\$</b>	<b>3.013,00</b>
<b>Zona de Recepción</b>				
Counter de frente metálico	1	\$ 150,00	\$	150,00
<b>Zona de Bodega</b>				
Estanterías regulables 5 bandejas de metal (200x102x40 cm) color blanco	5	\$ 70,00	\$	350,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$</b>	<b>3.249,00</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 58**

*Inversión inicial de maquinaria y sus complementos para el desarrollo de las actividades de limpieza*

<b>Maquinaria</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio Total</b>
Abrillantadoras Industriales de 13, 17 y 20 pulgadas	1	\$ 999,00	\$ 999,00
Sopladores	3	\$ 22,00	\$ 66,00
Limpiador a vapor Polti Vaporetto Handy Portable	2	\$ 175,00	\$ 350,00
Limpiador de Tapiceria a Vapor Etna 4000	1	\$ 4.982,00	\$ 4.982,00
Aspiradora Karcher Nt Clasic 38 L / 1600 W	1	\$ 530,00	\$ 530,00
Cepillo Limpiador Multiuso Huracan Recargable Spin Scruber	4	\$ 25,00	\$ 100,00
Barredora Mod:52 Eh Dulevo: 700910052	1	\$ 3.450,00	\$ 3.450,00
<b><i>SUBTOTAL</i></b>			<b><i>\$ 10.477,00</i></b>
<b>Complementos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unit.</b>	<b>Precio Total</b>
Escalera Pequeña 3, escalones Multiuso Aluminio	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Manguera 100 metros industrial (0,50 centavos/metro)	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Manguera Magic Hose de 22.5 Metros expandible 3x2 con pistola	3	\$ 9,00	\$ 27,00
Escalera Multifunción Aluminio 3.5 M	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Señalética de avisos	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Cepillo para abricantadora	4	\$ 45,00	\$ 180,00
Base de Velcro y felpa	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Abrillantadora Electrolux Piel Felpa o Pad piel de Oveja	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Abrillantadora Pisos 13,17,20	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Set Mopa de Microfibras, Abrillantadoras, Ultramop	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Bolsas de papel para aspiradora	10	\$ 4,00	\$ 40,00
<b><i>SUBTOTAL</i></b>			<b><i>\$ 350,00</i></b>
<b><i>TOTAL</i></b>			<b><i>\$ 10.827,00</i></b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

De manera resumida la inversión inicial es:

**Tabla 59**

*Inversión inicial de maquinaria y sus complementos para el desarrollo de las actividades de limpieza*

<b>Inversion Inicial</b>	<b>Precio</b>
<b>Maquinas</b>	\$ 10.827,00
<b>Muebles</b>	\$ 3.249,00
<b>Adecuaciones, Instalaciones de equipos</b>	\$ 3.500,00
<b>Constitución</b>	\$ 257,65
<b>Costo de inventarios (8 primeros meses)</b>	\$ 500,00
<b>Pagos de servicios Basicos (8 primeros meses)</b>	\$ 320,00
<b>Otros consumos de servicio (4 primeros meses)</b>	\$ 400,00
<b>Otros gastos de administracion y mercadeo (4 primeros meses)</b>	\$ 350,00
<b>Capital de Inversion Requerido</b>	<b>\$ 19.403,65</b>
<b>Sueldos Empleados (4 primeros meses)</b>	\$ 23.392,00
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>\$ 23.392,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 42.795,65</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

Estimaciones de estados financieros: los estados financieros que se van a proyectar son:

- Balance general: comprende las cuentas de activo, pasivo y patrimonio en el periodo y no trascienden de un período a otro.
- Estado de resultados: son las cuentas que determinan la utilidad en el periodo y no trascienden de un período a otro
- Flujo de caja: prevé el movimiento de caja, tanto sus fuentes como su uso en forma operacional y no operacional.

**Tabla 60***Porcentaje de depreciación según el bien que se empleara en la empresa PÚLIZIA*

<b>Grupo de Activo Fijo</b>	<b>(%) Depreciación anual</b>	<b>Vida Útil</b>
Contrucciones y edificaciones	5%	20
Maquinaria y equipo	10%	10
Vehículos	20%	5
Instalaciones	10%	10
Muebles y maquinas de oficina	10%	10
Otros Equipos	10%	10
Equipos de computo y software	33%	3

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 61***Proyección de la inversión monetaria al personal en la empresa PÚLIZIA.*

<b>Años</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
Sueldos y salarios	\$ 25.560,00	\$ 26.531,28	\$ 27.539,47	\$ 28.585,97
Aporte Personal	\$ 5.265,36	\$ 5.370,67	\$ 5.478,08	\$ 5.587,64
Fondos de Reserva	\$ 2.129,15	\$ 2.171,73	\$ 2.215,17	\$ 2.259,47
13° Remuneración	\$ 2.130,00	\$ 2.172,60	\$ 2.216,05	\$ 2.260,37
14° Remuneración	\$ 1.158,00	\$ 1.181,16	\$ 1.204,78	\$ 1.228,88
<b>TOTAL SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO</b>	<b>\$ 36.242,51</b>	<b>\$ 37.427,44</b>	<b>\$ 38.653,55</b>	<b>\$ 39.922,33</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 62***Depreciación de los Activos en la empresa PÚLIZIA.*

<b>Activo</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor residual</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Muebles de Oficina	\$ 3.249,00	\$ 324,90	10	\$ 292,41
Equipo de Computación	\$ 2.450,00	\$ 245,00	3	\$ 735,00
Equipo de Oficina	\$ 1.109,00	\$ 110,90	10	\$ 99,81
Vehiculo	\$ 12.000,00	\$ 1.200,00	5	\$ 2.160,00
Maquinaria	\$ 10.477,00	\$ 1.047,70	5	\$ 1.885,86
Terreno	\$ 23.000,00	\$ 2.300,00	20	\$ 1.035,00

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 63**

Monto total de las aportaciones por cada uno de los socios fundadores de la empresa PÚLIZIA

<b>Año 2018</b>			
<b>Datos generales: Identificación de la Empresa</b>			
Razón Denominación		RUC	
		1 7 8 4 5 7 9 3 4 7 0 0 1	
Empresa de servicios integral de limpieza "PULIZIA"			
Capital Suscrito		Capital Autorizado	
\$ 5.500,00		\$ 5.500,00	
Nómina de Socios Accionistas			
Cédula/Ruc/ Pasaporte	Nombres y Apellidos completos	Nacionalidad	Acciones o Aportaciones VALOR TOTAL
503065088	Pamela Elizabeth Yugsi Pastuña	Ecuatoriana	\$ 2.500,00
503079857	Sonia Patricia Jaime Pastuña	Ecuatoriana	\$ 1.800,00
503068857	Nancy Gloria Jaime Pastuña	Ecuatoriana	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>			\$ 5.500,00

Fuente: Elaboración propia (2018).

#### 4.1.2. Estado de situación inicial

**ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL**  
**PÚLIZIA**  
*Al 31 de diciembre del 2019*

<b>Activos</b>		<b>Pasivos</b>	
Activos Corrientes		Pasivos a Largo Plazo	
Bancos	\$ 25.774,00	Créditos Bancarios	\$ 35.000,00
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 25.774,00</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>\$ 35.000,00</b>
 <b>Activos Fijos</b>		 <b>Patrimonio</b>	
Maquinaria y equipo	\$ 10.827,00	Capital Propio	\$ 45.387,65
Equipos de oficina	\$ 150,00		
Muebles y enseres	\$ 3.249,00		
Equipo de computación	\$ 2.450,00		
Herramientas (Carritos de limpieza)	\$ 180,00		
Terreno	\$ 23.000,00		
Vehículo	\$ 12.000,00		
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>\$ 51.856,00</b>		
 <b>Activos Diferidos</b>			
Gasto de Constitución	\$ 257,65		
Estudios Pre Operativos	\$ 2.500,00		
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 2.757,65</b>		
		<b>TOTAL PASIVO*PATRIMONIO</b>	<b>\$ 80.387,65</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$ 80.387,65</b>		

*Figura 51: Estado de situación inicial de la empresa PÚLIZIA.  
Nota: Elaboración propia (2018).*

### 4.1.3. Resumen egresos

**Tabla 64**

Resumen de egresos de la empresa PÚLIZIA

	Año			
	2019	2020	2021	2022
<b>Gastos Administrativos</b>				
Sueldos Personal Administrativo	\$ 36.242,51	\$ 37.427,44	\$ 38.653,55	\$ 39.922,33
Servicios Básicos	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00
Depreciación	\$ 1.127,22	\$ 1.127,22	\$ 1.177,94	\$ 1.230,95
Útiles de Oficina	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
Amortización de Diferidos	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 650,00
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 38.789,73</b>	<b>\$ 39.974,66</b>	<b>\$ 41.251,49</b>	<b>\$ 42.573,28</b>
<b>Gastos de Ventas</b>				
Salarios Operarios de Limpieza	\$ 56.650,37	\$ 58.586,47	\$ 60.591,80	\$ 62.668,92
Reposición Indumentaria	\$ 3.176,00	\$ 3.207,76	\$ 3.239,84	\$ 3.272,24
Insumos de Limpieza	\$ 1.118,57	\$ 1.222,32	\$ 1.308,57	\$ 1.397,32
Combustible	\$ 2.011,32	\$ 2.087,75	\$ 2.167,08	\$ 2.249,43
Mantenimiento del Vehículo	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00	\$ 950,00
Seguro de Vehículo	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00	\$ 1.220,00
Depreciación	\$ 4.045,86	\$ 4.248,15	\$ 4.460,56	\$ 4.683,59
Publicidad	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00
<b>Subtotal Gastos de Ventas</b>	<b>\$ 71.972,13</b>	<b>\$ 74.322,45</b>	<b>\$ 76.737,86</b>	<b>\$ 79.241,50</b>
<b>Imprevistos</b>	<b>\$ 115,00</b>	<b>\$ 120,00</b>	<b>\$ 130,00</b>	<b>\$ 134,00</b>
<b>Total Gastos de ventas</b>	<b>\$ 72.087,13</b>	<b>\$ 74.442,45</b>	<b>\$ 76.867,86</b>	<b>\$ 79.375,50</b>
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$ 4.661,09</b>	<b>\$ 3.055,71</b>	<b>\$ 1.143,82</b>	

Fuente: Elaboración propia (2018).

#### 4.1.4. Estado de resultados proyectados

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS**  
**EMPRESA “PÚLIZIA”**  
*Del año 2019 al 2022*

	Año			
	2019	2020	2021	2022
<b>Ingresos Operacionales</b>				
Ingresos Servicios Limpieza (Hogares)	\$ 129.032,00	\$ 127.500,00	\$ 129.400,00	\$ 135.740,00
Ingresos Servicios Limpieza (Empresarial)	\$ 15.456,00	\$ 17.452,00	\$ 20.458,00	\$ 18.540,00
<b>Total Ingresos Operacionales</b>	<b>\$ 144.488,00</b>	<b>\$ 144.952,00</b>	<b>\$ 149.858,00</b>	<b>\$ 154.280,00</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>				
Gastos Administrativos	\$ 38.789,73	\$ 39.974,66	\$ 41.251,49	\$ 42.573,28
Gastos de Ventas	\$ 72.087,13	\$ 74.442,45	\$ 76.867,86	\$ 79.375,50
Gastos Financieros	\$ 4.661,09	\$ 3.055,71	\$ 1.143,82	\$ -
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 115.537,94</b>	<b>\$ 117.472,82</b>	<b>\$ 119.263,17</b>	<b>\$ 121.948,79</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 28.950,06</b>	<b>\$ 27.479,18</b>	<b>\$ 30.594,83</b>	<b>\$ 32.331,21</b>
(-)15% Participación Trabajadores	\$ 4.342,51	\$ 4.121,88	\$ 4.589,22	\$ 4.849,68
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 24.607,55</b>	<b>\$ 23.357,30</b>	<b>\$ 26.005,60</b>	<b>\$ 27.481,53</b>
(25%) Impuesto a la Renta	\$ 6.151,89	\$ 5.839,33	\$ 6.501,40	\$ 6.870,38
<b>UTILIDAD O PÉRDIDA NETA</b>	<b>\$ 18.455,66</b>	<b>\$ 17.517,98</b>	<b>\$ 19.504,20</b>	<b>\$ 20.611,15</b>

*Figura 52:* Estado de resultados de las proyecciones para cuatro años PÚLIZIA en sus inicios.  
*Nota:* Elaboración propia (2018).

#### 4.1.5. Flujos efectivos

**Tabla 65**

Resultados de los flujos efectivos del 2018 al 2022, de la empresa PÚLIZIA

	Año									
	2018	2019	2020	2021	2022					
Utilidad Neta	\$	18.455,66	\$	17.517,98	\$	19.504,20	\$	20.611,15		
Depreciación	\$	5.173,08	\$	5.375,37	\$	5.638,51	\$	5.914,54		
Amortización de Diferidos	\$	650,00	\$	650,00	\$	650,00	\$	650,00		
Inversiones	\$	80.387,65	\$	-	\$	1.100,00	\$	250,00	\$	550,00
<b>Flujo de Caja neta</b>	<b>\$</b>	<b>80.387,65</b>	<b>\$</b>	<b>24.278,74</b>	<b>\$</b>	<b>24.643,35</b>	<b>\$</b>	<b>26.042,71</b>	<b>\$</b>	<b>27.725,69</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 66**

Indicadores financieros básicos en estudio para la empresa PÚLIZIA

		Factor de Descuento	Valor Presente		
		9%			
0	\$	-80.387,65	\$	-80.387,65	
1	\$	24.278,74	92%	\$	22.274,07
2	\$	24.643,35	84%	\$	20.741,81
3	\$	26.042,71	77%	\$	20.109,75
4	\$	27.725,69	71%	\$	19.641,58
VNA	\$	2.183,09			
Valor Presente Neto	VPN			\$	82.767,21
Tasa Interna de Retorno	TIR	10%			

Fuente: Elaboración propia (2018).

#### 4.1.6. Análisis práctico

Una vez que obtenido los flujos de cajas y el margen de utilidad, se procede a realizar estimaciones de la empresa PÚLIZIA tanto de los factores internos (Presupuesto designado para insumos de limpieza y maquinaria), como del externo (Proveedores).

**Tabla 67**

*Primer caso práctico de optimización de recursos para la empresa PÚLIZIA, mediante el complemento SOLVER*

	Costo Unitario						Minima
	Desinfectantes	Ceras	Papel Higiénico 4 rollos de 200m	Limpiones Lavables	Detergentes	Capacidad de Compra bajo crédito	
Industrias Ozz	\$ 2,85	\$ 1,54	\$ 10,00	\$ 3,25	\$ 1,00	95	
Dimabru	\$ 2,78	\$ 1,57	\$ 9,00	\$ 3,22	\$ 1,05	97	
Hilcanexo	\$ 2,67	\$ 1,65	\$ 10,20	\$ 3,18	\$ 1,11	50	
Jabonería Wilson	\$ 2,98	\$ 1,45	\$ 10,00	\$ 3,25	\$ 1,08	45	

Cantidades Requerida por PULIZIA						
	\$ 150,00	\$ 79,00	\$ 4,00	\$ 45,00	\$ 20,00	
Estimacion de Cantidades de los productos						
	Desinfectantes	Ceras	Papel Higiénico 4 rollos de 200m	Limpiones Lavables	Detergentes	TOTAL
Industrias Ozz	\$ 3,00	\$ 79,00	\$ 4,00	\$ 9,00	\$ -	\$ 95,00
Dimabru	\$ 97,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 97,00
Hilcanexo	\$ 50,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 50,00
Jabonería Wilson	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25,00	\$ 20,00	\$ 45,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 150,00</b>	<b>\$ 79,00</b>	<b>\$ 4,00</b>	<b>\$ 34,00</b>	<b>\$ 20,00</b>	

<b>Costo total</b>	<b>\$ 705,47</b>
--------------------	------------------

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Tabla 68**

Segundo caso práctico de optimización de recursos internos, para la empresa PÚLIZIA mediante el complemento SOLVER.

Monto Disponible		\$ 2.500,00	
Maquinaria y Complementos	Precio	Mínimas Cantidad a comprar	Total
Pulidora	\$ 999,00	1	\$ 999,00
Aspiradora	\$ 530,00	2	\$ 1.060,00
Discos de Felpa	\$ 10,00	5	\$ 50,00
Escalera	\$ 30,00	1	\$ 30,00
Manguera	\$ 9,00	2	\$ 18,00
Señalética de avisos	\$ 15,00	8	\$ 120,00
Bolsas de papel para aspiradora	\$ 4,00	9	\$ 36,00
Cepillo Limpiador Multiuso	\$ 25,00	5	\$ 125,00
		<b>Costo a Pagar</b>	<b>\$ 2.438,00</b>
		<b>Ahorro</b>	<b>\$ 62,00</b>

Fuente: Elaboración propia (2018).

Al poner en marcha una empresa, el objetivo será de minimizar costos, sin dejar de lado la calidad, es por ello que se aplicó el complemento del programa Microsoft Excel, SOLVER para la toma de decisiones, mediante la identificación de que se presentan en PÚLIZIA, para el primer caso se tiene limitaciones en cuanto a insumos de limpieza necesarios y varios proveedores que ofrece una tasa de descuento por compra al mayoreo, con ello no es necesario hacer cálculos individuales, todo lo contrario, se debe ingresar datos lógicos puesto que este complemento lo resolverá, siempre en beneficio del empresario.

En el segundo caso, la limitación es el monto disponible para invertir en maquinaria de limpieza, sin embargo todos estos productos son necesarios, SOLVER encontrará mediante cálculos matemáticos cual, es la cantidad necesaria de cada uno de ellos para comprar y genere un ahorro.

En Resumen, de manera práctica se logró optimizar los recursos máquinas y equipos, generado ahorro considerable para la empresa PÚLIZIA, en etapa de ingreso al mercado.

## CONCLUSIONES

Los diferentes análisis realizados permitieron deducir que la creación de la empresa PÚLIZIA, es factible tanto comercial como financiera, sin dejar de mencionar el proceso jurídico del Ecuador, que radica en legalizar a esta nueva organización (sociedad anónima), para patentar la idea del servicio a ofertar.

Se pudo estimar el mercado meta mediante la evaluación de estratos socioeconómicos (A, B, C+ y C-), a los que va dirigido el servicio de limpieza integral para hogares ubicados en Latacunga, así como el tipo de investigación idóneo para este estudio mediante el cálculo del tamaño muestra: 250 jefes de hogar y en cuanto a empresas (48 entre grandes, medianas y pequeñas empresas), ser el aliado estratégico que complementa el planning del día laborar.

Mediante el estudio económico – financiero se pudo definir la oferta a presentar en el mercado objetivo, identificar la demanda potencial por satisfacer, la competencia, así como la manera en que esta ópera en un mercado en crecimiento, para de este modo centrarse en las necesidades y requerimientos de este mercado, yendo más allá de lo esperado, en base a ello se desarrolló estrategias claves para introducir el servicio al mercado y poder mantenerlo.

Los impactos generados por la empresa en el entorno son positivos ya que se actuará indirectamente a favor del ambiente, impulsando la producción nacional de insumos de limpieza sin contaminantes, ni exceso de químicos con la utilización de maquinarias limpias, para brindar un servicio eficiente que satisfaga los requerimientos y necesidades de la población a la que esta direccionada.

Se desarrolló la estructura del Plan de Negocios para la creación de la empresa partiendo desde un resumen ejecutivo, definición del servicio a ofertar, equipo de trabajo (en sus inicios con 10 colaboradores tanto administrativos como operarios), plan de mercado (estrategias de mercadeo), sistema de negocio, análisis de riesgos, un plan de implementación, plan financiero (proyecciones de utilidades para cuatro años consecutivos), y finalmente la implementación del complemento SOLVER como herramienta de optimización para diferentes casos prácticos.

## **RECOMENDACIONES**

Al estimar los estratos socioeconómicos, según sea el objeto de estudio, se debe tomar muy en cuenta las características de los cinco tipos que se maneja en el Ecuador, puesto que la estratificación no tiene relación con indicadores de pobreza o desigualdad, son dos mecanismos y metodologías distintas para clasificar a los hogares.

El tipo de investigación a emplear debe conllevar la sistematización de información netamente necesaria que aporte al estudio, para la formulación del mismo de manera sistemática y clara, como por ejemplo en un estudio de mercado meta (Segmentación), porque reconoce las necesidades, los requerimientos de futuros consumidores, con datos reales, asegurando la fiabilidad del estudio.

Evaluar el proyecto de manera que permita, visualizar las diferentes alternativas y escenarios que se pueden presentar a lo largo del desarrollo de este estudio y poder implementar las correctivas necesarias con el fin de no pausar el progreso del mismo.

Una investigación debe tener como objeto mantener el nivel de impacto positivo, que contribuya a dos aspectos; promover al crecimiento económico, social de los latacungueños, y minimizar el fracaso empresarial, detectando falencias oportunamente con la ayuda de indicadores financieros para la toma de decisiones y acciones correctivas para mantener ese equilibrio deseado.

## REFERENCIAS

- Fleitman, J. (2000). *Negocios Exitosos como empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. Bogota: Mc Graw Hill.
- GAD LATACUNGA, L. (2016). Diagnóstico del plan de desarrollo del caton Latacunga 2016 - 2019. *Diagnóstico PD y OT Latacunga 2016*, 412.
- García, E. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. México.
- General, A. (10 de Junio de 2012). *Administración General - Domina tu negocio ya*. Obtenido de <https://administraciongeneral7.wordpress.com/2011/07/14/10-pasos-para-abrir-un-negocio-de-servicios-de-limpieza/>
- González, R. (2014). *Marketing en el siglo XXI*. España: CEF Ediciones.
- INEC. (2018). Boletín Técnico IPC. *Resultados N° 3 - 2018*, 16.
- Inglesias, J. (9 de Enero de 2018). *ULAB*. Obtenido de <https://ulab.es/balance-general/>
- Kareh, A. (3 de Enero de 2018). *Forbes*. Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/01/03/evolution-of-the-four-ps-revisiting-the-marketing-mix/#644a3d211120>
- Kotler, P. (2011). *El Mareting segun Kotler*. España: PAIDOS IBERICA.
- LATACUNGA, G. (2016). Diagnóstico del plan de desarrollo del cantón Latacunga 2016 - 2019. *Diagnóstico PD y OT Latacunga 2016*, 412.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México: Pearson.
- Mejía, G. (15 de Septiembre de 2016). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/269219>
- Merodio, J. (12 de Diciembre de 2017). *Disrupt or be disrupted*. Obtenido de <https://www.juanmerodio.com/estrategias-marketing-de-contenidos-2018/>
- Pinson, L. (2003). *Anatomia de un Plan de Negocio*. Los Angeles: eBook.
- Polo, D. (14 de Junio de 2011). Obtenido de <https://www.emprender-facil.com/es/empresas-de-limpieza-como-crearlas/>

SL, A. (2 de Agosto de 2015). *La Aurora Limpiezas*. Obtenido de <http://www.limpiezaslaaurora.es/como-funcionan-las-empresas-de-limpieza-y-mantenimiento-de-comunidades/>

SUPERCIAS. (2014). *LEY DE COMPAÑÍAS*. ECUADOR: LEXIS.

## ANEXOS

### Anexo A. Accionistas y fundadores de la empresa PÚLIZIA – 2018.

**Tabla 69**

*Aportes individuales de los accionistas para la creación de la empresa PÚLIZIA.*

Libros de Acciones y Accionistas  
Empresa de Limpieza Integral para hogares y empresas."PULIZIA"

Nombre del Accionista	Pamela Elizabeth Yugsi Pastuña
Nacionalidad	Ecuatoriana
Cédula	503065088

Fecha	Suscripción			Acciones Pagadas			Transferencias			Valores Totales	
	Capital	Nº de acciones	Pagos parciales valor	Nº	Valor Unitario	Valor Total	Cedente	Nº	Valor Total	Cesionario	Debe
15/03/2017	\$ 2.500,00	\$ 250,00	\$ 2.500,00	\$ 250,00	\$ 10,00	\$ 2.500,00					
25/08/2017										Nancy Jaime	

Nombre del Accionista	Sonia Patricia Jaime Pastuña
Nacionalidad	Ecuatoriana
Cédula	503079857

Fecha	Suscripción			Acciones Pagadas			Transferencias			Valores Totales	
	Capital	Nº de acciones	Pagos parciales valor	Nº	Valor Unitario	Valor Total	Cedente	Nº	Valor Total	Cesionario	Debe
15/03/2017	\$ 1.800,00	\$ 180,00	\$ 1.800,00	\$ 180,00	\$ 10,00	\$ 1.800,00					
28/03/2017							Roberto Tapia	10	\$ 100,00	Sonia Jaime	

Nombre del Accionista	Nancy Gloria Jaime Pastuña
Nacionalidad	Ecuatoriana
Cedula	503068857

Fecha	Suscripción			Acciones Pagadas			Transferencias			Valores Totales	
	Capital	Nº de acciones	Pagos parciales valor	Nº	Valor Unitario	Valor Total	Cedente	Nº	Valor Total	Cesionario	Debe
15/03/2017	\$ 1.200,00	\$ 120,00	\$ 1.200,00	\$ 120,00	\$ 10,00	\$ 1.200,00					
18/04/2017							Ariel Santos	15	150	Nancy Jaime	
25/08/2017							Nancy Jaime	10	100	Pamela Yugsi	\$ 100,00

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Anexo B.** Insumos y elementos necesarios para dar paso, a los servicios de Limpieza integral para hogares y empresas.

<b>Insumos</b>						
<b>Elementos de limpieza</b>	<b>Medida</b>	<b># de Servicios promedios</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Valor Total</b>	
Cera para madera	Galón	70	10	\$ 6,50	\$ 65,00	
Cera para cerámica	Galón	70	12	\$ 6,00	\$ 72,00	
Cera para porcelanato y Granito	Galón	70	15	\$ 6,50	\$ 97,50	
Jabón en polvo para Caja de 24 unid cocina		250	8	\$ 3,50	\$ 28,00	
Alcohol	Galón	15	10	\$ 5,50	\$ 55,00	
Desinfectante	Galón	400	15	\$ 7,00	\$ 105,00	
Papel Higiénico Jumbo	4 rollos de 200 m		7	\$ 10,00	\$ 70,00	
Biosolutions Detergente líquido enzimático	Galón	100	8	\$ 9,00	\$ 72,00	
Arrasagrasa Biosolutions	Galón	250	9	\$ 5,75	\$ 51,75	
Suavizante de Ropa Limpión	Galón	150	7	\$ 7,00	\$ 49,00	
Reutilizable Biosolutions Rollo X 160hojas 19cmx25cm	4 rollos diferentes colores	400	15	\$ 22,00	\$ 330,00	
Gel antibacterial para manos	Galón	100	17	\$ 4,00	\$ 68,00	
<b>SUB TOTAL</b>					<b>\$ 1.063,25</b>	
<b>Elementos</b>						
<b>Insumos</b>	<b>Medida</b>	<b>Servicios</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Valor Total</b>	
Trapeadores	Unidad	1000	4	\$ 0,85	\$ 0,72	
Escoba sueva y dura en nylon	Unidad	1000	4	\$ 0,90	\$ 0,81	
Limpiavidrios	Unidad	50	9	\$ 0,85	\$ 0,72	
Destapa inodoros	unidad	15	12	\$ 0,95	\$ 0,90	
Guantes	Par	15	15	\$ 0,75	\$ 0,56	
Bolsas de basura industrial	Paquete	1	25	\$ 0,65	\$ 0,42	
Bolsas de basura pequeñas y para baños	Paquete	1	30	\$ 0,50	\$ 0,25	
Baldes	Paquete	3000	4	\$ 1,25	\$ 1,56	
Recogedor	Unidad	3000	3	\$ 6,80	\$ 46,24	
Cepillos para baño	Unidad	100	8	\$ 0,55	\$ 0,30	
Esponjillas	Unidad	75	14	\$ 0,65	\$ 0,42	
Escobillas de Plumón	Dos unidades	10	18	\$ 1,55	\$ 2,40	
<b>SUB TOTAL</b>					<b>\$ 55,32</b>	
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 1.118,57</b>	

Figura 53: Insumos y elementos para la ejecución de los trabajos para la limpieza de hogares y empresas laticungueñas.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Anexo C.** Tabla de amortización para el crédito realizado en sus inicios por la empresa PÚLIZIA.

**Tabla 70**

*Crédito financiero de la Cooperativa Chibuleo*

Beneficiario	Pamela Yugsi		
Institucion Financiera	Cooperativa Chibuleo		
Monto	\$	35.000,00	
Tasa de interes	17,86%	Tasa Efectiva	12,49%
Plazo (meses)	36		

Tabla de amortización							
N°. Cuota	Fecha de Pago	Capital	Interés	Seg. Desg.	Total a Pagar	Saldo Capital	
1	\$ 43.291,00	\$ 763,14	\$ 437,50	\$ 45,85	\$ 1.246,49	\$ 34.236,86	
2	\$ 43.322,00	\$ 759,41	\$ 442,23	\$ 44,85	\$ 1.246,49	\$ 33.477,45	
3	\$ 43.353,00	\$ 770,21	\$ 432,42	\$ 43,86	\$ 1.246,49	\$ 32.707,24	
4	\$ 43.383,00	\$ 794,80	\$ 408,84	\$ 42,85	\$ 1.246,49	\$ 31.912,44	
5	\$ 43.414,00	\$ 792,48	\$ 412,20	\$ 41,81	\$ 1.246,49	\$ 31.119,96	
6	\$ 43.444,00	\$ 816,72	\$ 389,00	\$ 40,77	\$ 1.246,49	\$ 30.303,24	
7	\$ 43.475,00	\$ 815,37	\$ 391,42	\$ 39,70	\$ 1.246,49	\$ 29.487,87	
8	\$ 43.506,00	\$ 826,98	\$ 380,88	\$ 38,63	\$ 1.246,49	\$ 28.660,89	
9	\$ 43.534,00	\$ 874,56	\$ 334,38	\$ 37,55	\$ 1.246,49	\$ 27.786,33	
10	\$ 43.565,00	\$ 851,18	\$ 358,91	\$ 36,40	\$ 1.246,49	\$ 26.935,15	
11	\$ 43.595,00	\$ 874,51	\$ 336,69	\$ 35,29	\$ 1.246,49	\$ 26.060,64	
12	\$ 43.626,00	\$ 875,73	\$ 336,62	\$ 34,14	\$ 1.246,49	\$ 25.184,91	\$ 4.661,09
13	\$ 43.656,00	\$ 898,69	\$ 314,81	\$ 32,99	\$ 1.246,49	\$ 24.286,22	
14	\$ 43.687,00	\$ 900,98	\$ 313,70	\$ 31,81	\$ 1.246,49	\$ 23.385,24	
15	\$ 43.718,00	\$ 913,80	\$ 302,06	\$ 30,63	\$ 1.246,49	\$ 22.471,44	
16	\$ 43.748,00	\$ 936,16	\$ 280,89	\$ 29,44	\$ 1.246,49	\$ 21.535,28	
17	\$ 43.779,00	\$ 940,12	\$ 278,16	\$ 28,21	\$ 1.246,49	\$ 20.595,16	
18	\$ 43.809,00	\$ 962,07	\$ 257,44	\$ 26,98	\$ 1.246,49	\$ 19.633,09	
19	\$ 43.840,00	\$ 967,18	\$ 253,59	\$ 25,72	\$ 1.246,49	\$ 18.665,91	
20	\$ 43.871,00	\$ 980,94	\$ 241,10	\$ 24,45	\$ 1.246,49	\$ 17.684,97	
21	\$ 43.900,00	\$ 1.009,63	\$ 213,69	\$ 23,17	\$ 1.246,49	\$ 16.675,34	
22	\$ 43.931,00	\$ 1.009,26	\$ 215,39	\$ 21,84	\$ 1.246,49	\$ 15.666,08	
23	\$ 43.961,00	\$ 1.030,14	\$ 195,83	\$ 20,52	\$ 1.246,49	\$ 14.635,94	
24	\$ 43.992,00	\$ 1.038,27	\$ 189,05	\$ 19,17	\$ 1.246,49	\$ 13.597,67	\$ 3.055,71
25	\$ 44.022,00	\$ 1.058,71	\$ 169,97	\$ 17,81	\$ 1.246,49	\$ 12.538,96	
26	\$ 44.053,00	\$ 1.068,10	\$ 161,96	\$ 16,43	\$ 1.246,49	\$ 11.470,86	
27	\$ 44.084,00	\$ 1.083,29	\$ 148,17	\$ 15,03	\$ 1.246,49	\$ 10.387,57	
28	\$ 44.114,00	\$ 1.103,04	\$ 129,84	\$ 13,61	\$ 1.246,49	\$ 9.284,53	
29	\$ 44.145,00	\$ 1.114,40	\$ 119,93	\$ 12,16	\$ 1.246,49	\$ 8.170,13	
30	\$ 44.175,00	\$ 1.133,66	\$ 102,13	\$ 10,70	\$ 1.246,49	\$ 7.036,47	
31	\$ 44.206,00	\$ 1.146,38	\$ 90,89	\$ 9,22	\$ 1.246,49	\$ 5.890,09	
32	\$ 44.237,00	\$ 1.162,69	\$ 76,08	\$ 7,72	\$ 1.246,49	\$ 4.727,40	
33	\$ 44.265,00	\$ 1.185,15	\$ 55,15	\$ 6,19	\$ 1.246,49	\$ 3.542,25	
34	\$ 44.296,00	\$ 1.196,10	\$ 45,75	\$ 4,64	\$ 1.246,49	\$ 2.346,15	
35	\$ 44.326,00	\$ 1.214,09	\$ 29,33	\$ 3,07	\$ 1.246,49	\$ 1.132,06	
36	\$ 44.357,00	\$ 1.132,06	\$ 14,62	\$ 1,48	\$ 1.148,16	\$ 0,00	\$ 1.143,82

Fuente: Elaboración propia (2018).

**Anexo D.** Tabla del número total en kilometraje según el posible destinado dentro de Cotopaxi.

**Tabla 71**

*Proyección del valor de combustible para las diferentes rutas, dentro de Cotopaxi*

<b>Destino - Ciudad</b>	<b>Kilometraje</b>			
Latacunga - Salcedo	88			
Latacunga - Pujilí	13			
Latacunga - Saquisilí	15			
<b>Sector Urbano</b>				
Betlemitas - Centro	5,8			
Betlemitas - noreste	7,5			
Betlemitas - suroeste	6,6			
<b>TOTAL</b>	<b>135,9</b>			

<b>Proyección del Valor de combustible</b>				
<b>Año</b>	<b>Visitas mensuales de hogares y empresas</b>	<b>Redimiento (km por galón)</b>	<b>Valor de Combustible</b>	<b>Valor Anual</b>
2018	12658			\$ 2.011,32
2019	12894	36	\$ 1,48	\$ 2.087,75
2020	13213			\$ 2.167,08
2021	13465			\$ 2.249,43

Fuente: Elaboración propia (2018).

## Anexo E. Diseño de encuesta implementada para las empresas.

### **EMPRESA DE LIMPIEZA INTEGRAL PARA HOGARES Y EMPRESAS**



### **ENCUESTA**

Para las actividades propuestas en su Empresa

Nº - \_\_\_\_\_

Buenos días /tardes,

Estamos interesados en conocer su opinión acerca del factor La Limpieza en el Hogar. La información que nos proporcione será utilizada para conocer la valoración del servicio en el mercado. Gracias por su colaboración.

**Instrucciones;** Marque con una "x" la respuesta.

#### **Perfil del Encuestado**

Empresa \_\_\_\_\_

Sexo:

Mujer

Hombre

Área que labora \_\_\_\_\_

1 ¿En qué tipo de empresa labora?

Pública

Privada

2 En qué sector de la ciudad de Latacunga se encuentra ubicada la empresa en que labora

Norte

Centro

Sur

Este

Oeste

3 ¿A qué se dedica la empresa en la que labora?

Manufacturera  
Servicio

Industria  
Comercializadora

Educación  
Otros

4 ¿Cuántos departamentos existe en su empresa?

1 a 3

7 a 9

4 a 6

más de 10

5 ¿Mejoraría el ambiente de trabajo e imagen de su organización, si una empresa se ocupara de la limpieza del mismo?

Mejoraría completamente

No influye

Mejoraría medianamente

No mejoraría

6 ¿Por qué medio usted buscaría, cuando necesita servicios de limpieza?

Internet

Prensa

Referencias

7 Ha trabajado con personal de limpieza de otras compañías

Si

No

Si la respuesta es "No", continúe a la pregunta número 9

8 ¿Cuál ha sido su experiencia con otras compañías de limpieza?

Bueno

Regular

Malo

9 ¿Le gustaría que una empresa le ofrezca los servicios de limpieza integral y con valor agregado?

Si

No

10 ¿En qué horario le gustaría que se ejecute el servicio de limpieza?

Antes del  
ingreso del  
personal

Horario de  
almuerzo

A la salida del personal

11 ¿Cuántas veces por semana le interesaría que esta empresa realice la limpieza del servicio?

Diariamente  
Pasando un día

Dos veces a la semana  
Una vez a la semana

12 ¿Qué fragancia le gustaría que utilice el personal de limpieza?

Floral

Cítrica

Otro \_\_\_\_\_

Figura 54: Encuesta aplicada para el estudio de mercado – segmento empresas.

Nota: Elaboración propia (2018).

Anexo F. Diseño de encuesta implementada, para el segmento hogares.

**EMPRESA DE LIMPIEZA INTEGRAL PARA HOGARES Y EMPRESAS**



**ENCUESTA**

Para las actividades propuestas en su Hogar

Nº - \_\_\_\_\_

Buenos días /tardes,  
Estamos interesados en conocer su opinión acerca del factor La Limpieza en el Hogar. La

**Instrucciones;** Marque con una "x" la respuesta.

**Perfil del Encuestado**

Edad: \_\_\_\_\_

Sexo: Mujer   
Hombre

1 ¿Cuántas horas le toma limpiar su casa?

1-2 horas       5-6 horas       más de 8 horas  
 3-4 horas       7-8 horas

2 ¿Mejoraría la estética de su casa, si una empresa se ocupará de la limpieza del mismo?

Completamente       Ni mejoraría /Ni empeoraría  
 Medianamente       No mejoraría

3 ¿Ha escuchado de empresas dedicadas a ofrecer este tipo de servicio en la ciudad de Latacunga?

Si       No  
El nombre: \_\_\_\_\_

4 ¿Le interesaría contratar los servicios de limpieza para su hogar?

Muy interesado       Poco interes  
 Medianamente interesado       No le interesa

Si la respuesta es "No le Interesa" se finaliza la encuesta

5 ¿Cuál de los siguientes servicios le gustaría contratar?

Limpieza total de su hogar       Limpieza de alfombras       Limpieza de colchones  
 Limpieza de muebles       Limpieza de pisos       Limpieza de ventanas  
 Limpieza de cortinas       Limpieza de baños

6 ¿Cada que tiempo le interesaría que esta empresa realice el servicio que escogió anteriormente?

Diariamente       Dos veces a la semana  
 Pasando un día       Una vez a la semana

7 ¿En que horario requeriría la limpieza de su hogar?

Mañana       Tarde       Noche

8 Al contratar un servicio de limpieza, que aspectos toma en cuenta

Precios accesibles       Variedad de servicios       Puntualidad  
 Calidad       Rapidez       Atencion personalizada  
 Honestidad al realizar el servicio

9 ¿Cuánto pagaría usted por el servicio de limpieza por cada hora?

\$ 4,00       \$ 12,00       más de \$ 16,00  
 \$ 8,00       \$ 16,00

Figura 55: Encuesta aplicada para el estudio de mercado – segmento hogares.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Anexo G. Modelo de supervisión segmento hogares y empresas, empleadas por la empresa PÚLIZIA.**



**Plan de Supervisión para las actividades propuestas en el Hogar**

**SH - 001**

Fecha \_\_\_\_\_

Supervisor \_\_\_\_\_ Cliente \_\_\_\_\_

Dirección \_\_\_\_\_ Sector \_\_\_\_\_

**Frecuencia del servicio**

Diario  Dos veces a la semana  Semanal  Dos veces cada dos semanas  Quincenal  Mensual

**Revisión de Uniformes**

Overol  Zapatos  Cofia  Mascarilla  Guantes  Cinturon antilumbago

**Características del Domicilio**

Casa Pequeña o Departamento  Casa mediana  Casa Grande

Tareas a supervisar	Se cumple sin errores	Se cumple a tiempo	Observaciones
Retirar basura de tachos			
Reposición de fundas de basura			
Barrido y trapeado de pisos (cerámica, baldosas, porcelanato, etc)			
Aspirado de alfombras (en caso de existir)			
Limpieza de polvos de mobiliario			
Limpieza de vidrios interiores y exteriores			
Lavado de ventanas			
Limpieza de mesones de cocina y baños			
Lavado de cortinas y persianas			
Limpieza de paredes			
Limpieza de Puertas			
Limpieza de equipos de cocina			

**Hora de Inicio** \_\_\_\_\_

**Hora de Finalización** \_\_\_\_\_

Personal que interviene en la actividad		Producto que se debe entregar a cada trabajador	
Nombres y Apellidos	Celular		Unidades
		Abrillandadora industrial	
		Aspirador Industrial	
		Soplador	
		Hidrolavadora de 4 Hp	
		Cepillos	
		Escalera	
		Escoba	
		Escurreidor de vidrios	
		Baldes	
		Atomizadores	
		Palas	
		Trapeador	
		Señalizadores de seguridad	
		Gel antiséptico para manos	
		Cera líquida	
		Cloro	
		Detergente en polvo	
		Estropajos	
		Funda de basura pequeña e industrial	
		Líquido ambientador	
		Líquido desengrasante (de acuerdo a la superficie)	
		Líquido desinfectante	
		Líquido limpiavidrios	
		Paño de microfibras	
		Shampoo para alfombras y muebles	
		Pastillas aromatizantes para baño	
		Papel Higiénico jumbo	
		Papel Toalla para mano	

Marcar con una "x" las herramientas y los equipos que se han proporcionado al personal

Firma \_\_\_\_\_

Responsable \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Supervisor \_\_\_\_\_

Figura 56: Documento modelo de supervisión de servicios brindados por la empresa PÚLIZIA.  
Nota: Elaboración propia (2018).

**Anexo H.** Empresas legalmente constituidas, que se dedican a la limpieza (venta de insumos y ofrecer el servicio).

N°	Razón Social	Nombre Comercial
10	JACOME JACOME MIGUEL ANGEL	PROELEC
21	CASTELLANO VILLARROEL MARIA ELSA	
146	TOAPANTA CATOTA SILVIA ROCIO	
595	HERRERA MARIA ELENA	
729	CHACON GUZMAN CARMEN ISABEL	RESIDENCIAL LAS RIELES
853	YANEZ GUTIERREZ SUSANA ADELA	
951	CONDOR MASAPANTA IVAN MARCELO	FERRE ACERO & SMIEM

Actividad Económica
F432903 - SISTEMAS DE LIMPIEZA POR ASPIRACIÓN EN EDIFICIOS U OTROS PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN.
G464996 - VENTA AL POR MAYOR DE ARTÍCULOS DE LIMPIEZA.
F439092 - LIMPIEZA DE EXTERIORES DE EDIFICIOS CON VAPOR, CON CHORRO DE ARENA Y CON OTROS MEDIOS.
N812100 - LIMPIEZA GENERAL (NO ESPECIALIZADA) DE TODO TIPO DE EDIFICIOS, ESTUDIOS PROFESIONALES, LOCALES COMERCIALES, PROFESIONALES Y EDIFICIOS CON MÚLTIPLES UNIDADES RESIDENCIALES COMO: OFICINAS, CASAS Y DEPARTAMENTOS.
I551009 - OTROS SERVICIOS DE ALOJAMIENTOS POR CORTO TIEMPO: CASAS DE HUÉSPEDES; CABAÑAS, CHALETS, CABAÑAS CON SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA, HOSTALES JUVENILES Y REFUGIOS DE MONTAÑA.
N812911 - ACTIVIDADES DE LIMPIEZA EXTERIOR DE EDIFICIOS DE TODO TIPO, COMO OFICINAS, FÁBRICAS, ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES, INSTITUCIONES Y OTROS LOCALES COMERCIALES, PROFESIONALES Y EDIFICIOS CON MÚLTIPLES UNIDADES.
F432903 - SISTEMAS DE LIMPIEZA POR ASPIRACIÓN EN EDIFICIOS U OTROS PROYECTOS DE CONSTRUCCIÓN.

Provincia	Cantón	Dirección
COTOPAXI	LATACUNGA	CALLE_PRINCIPAL: QUIJANO ORDOÑES, NUMERO: 979, INTERSECCION: CALIXTO PINTO, REFERENCIA UBICACION: DIAGONALAL HOTEL LA MERCED
COTOPAXI	LATACUNGA	CALLE_PRINCIPAL: AV. SIMON RODRIGUEZ, NUMERO: S/N, REFERENCIA UBICACION: A DOS CUADRAS AL NORTE DE LA PLAZA CANADA
COTOPAXI	LATACUNGA	CALLE_PRINCIPAL: GENERAL PROAÑO, NUMERO: S/N, REFERENCIA UBICACION: BARRIO LA COCHA
COTOPAXI	LATACUNGA	CALLE_PRINCIPAL: ISLA ISABELA, NUMERO: S/N, REFERENCIA UBICACION: BARRIO GUALUNDUN
COTOPAXI	LATACUNGA	CALLE_PRINCIPAL: AV. MARCO AURELIO SUBIA, NUMERO: S/N, INTERSECCION: AV. 5 DE JUNIO, REFERENCIA UBICACION: A CIEN METROS AL SUR DE LA ESTACION DEL FERROCARRIL
COTOPAXI	LATACUNGA	CALLE_PRINCIPAL: AV. AMAZONAS, NUMERO: S/N, REFERENCIA UBICACION: A DOS CUADRAS DE LA OFICINAS CENTRALES DE CACPECO
COTOPAXI	LATACUNGA	CALLE_PRINCIPAL: AV. ATAHUALPA, NUMERO: S/N, INTERSECCION: SANTIAGO ZAMORA, REFERENCIA UBICACION: BARRIO LA LAGUNA, JUNTO A AGROCALIDAD

Figura 57: Directorio de empresas dedicadas a la limpieza en la ciudad de Latacunga  
 Nota: Elaboración propia (2018).