



Mayo 2019 - ISSN: 1696-8352

TÍTULO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DE MUEBLES DEL HOGAR EN EL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Autores: Guamán Mendoza Katheryn Johana y Malavé Guzmán Hamilton Wladimir

Correo electrónico: kathy_95@hotmail.com
Wlad_mg83@hotmail.com

Co-autor: MSc Pedro Gustavo Correa Mendoza¹

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Guamán Mendoza Katheryn Johana, Malavé Guzmán Hamilton Wladimir y Pedro Gustavo Correa Mendoza (2019): "Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de limpieza de muebles del hogar en el sector norte de la ciudad de Guayaquil", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (mayo 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/05/creacion-empresa-limpieza.html>

1. Resumen

El presente artículo tiene como propósito dar a conocer las herramientas utilizadas y resultados del planteamiento de un plan de negocio de la creación de una empresa de servicios de limpieza de muebles del hogar en el sector norte de Guayaquil, este emprendimiento tiene lugar comprendiendo la importancia y necesidad de las personas de neutralizar elementos perjudiciales para la salud que se acumulan en diferentes objetos dentro del hogar, los altos costos de los equipos para su eficaz limpieza es uno de los factores que conllevan también a requerir este tipo de servicios muchas veces a empresas informales. La metodología de investigación utilizada fue a través de tipo descriptiva y enfoque mixto el cual se tomó de muestra 384 hogares del sector Norte de Guayaquil, arrojando resultados positivos de la aceptación de brindar el servicio, ante este escenario se planteó dicha propuesta estableciendo para su desarrollo, estrategias y recursos necesarios para el correcto funcionamiento, concluyendo con el análisis financiero necesario para determinar su viabilidad.

Palabras clave: Plan de negocio, limpieza, Muebles del hogar, servicio, Organización

¹ Docente de Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

2. Abstract

The purpose of this article is to make known the tools used and the results of the planning of a business plan for the creation of a household furniture cleaning service in the northern sector of Guayaquil. This undertaking takes place with an understanding of the importance and need of people to neutralize elements harmful to health that accumulate in different objects within the home, the high costs of equipment for effective cleaning is one of the factors that also entail to require this type of services many times to companies informal. The research methodology used was through a descriptive type and a mixed approach, which was taken from sample 384 households in the North sector of Guayaquil, showing positive results of the acceptance of providing the service, before this scenario the proposal was established establishing for its development, strategies and resources necessary for the correct operation, concluding with the necessary financial analysis to determine its viability.

Key words: Business plan, cleaning, home furniture, service, Organization

1. Introducción

1.1 El problema

Mantener los muebles del hogar limpios y desinfectados en la actualidad se vuelve cada vez más complejo, por lo cual podría estar sujeto a un sin número de variantes como la falta de tiempo por las ocupaciones diarias como el trabajo, las frecuentes manchas que resulta al tener niños, mascotas, la humedad o simplemente por el paso del tiempo y que por el cual se acumulan el polvo y la suciedad que son los causantes de muchas enfermedades que afectan al ser humano.

Los elementos “polvo y suciedad” se acumulan con facilidad, donde predominan los textiles y suelen ser los causantes de alergias y otras enfermedades como congestión, bronquitis, asma e infecciones respiratorias; con frecuencia las alergias en los adultos son provocada por los pólenes (53%), el polvo (23%), y los ácaros (20%), según el informe alergológico del SEAIC (Vivienda saludable, 2017).

La alta tasa de reproducción de los ácaros es de hasta 2500 por cada gramo de polvo, se da debido a la acumulación del polvo atmosférico, ocasionando el desprendimiento de las células de la piel tanto del hombre como de las mascotas que caen al suelo y que se acumula en los textiles (Limpiezas Express, 2018).

También se evidencia que las empresas que se publicitan por redes sociales como “clean King”, “Limpieza de muebles Guayaquil”, “magic clean” etc., que brindan el servicio de limpieza de muebles no figuran registradas en el portal web de la superintendencia de compañías, además ofrecen estos servicios mediante una web que no es propia de ellos, quienes necesiten y soliciten este servicio podrían encontrarse en una situación difícil al no saber si se trata de un servicio fraudulento debido a que no es una empresa constituida formalmente.

Por otra parte, tener en casa un equipo neutralizador de elementos perjudiciales para la salud y a su vez darle un mantenimiento de cuidado y limpieza a los muebles son difíciles de obtener por su alto costo de 2000 dólares.

Sin embargo, mantener limpios los muebles del hogar se convierte en una necesidad latente, a tal medida que los Especialistas de hospitales y centros de salud de la ciudad de Guayaquil ponen especial énfasis en el tratamiento alergológico (El Universo, 2018).

De persistir la situación ya explicada por la falta de limpieza de los muebles del hogar y de los efectos negativos que ocasiona en la salud, los autores consideran necesario la propuesta de crear una empresa dedicada a brindar este tipo de servicios para superar las dificultades y carencias antes mencionada.

1.2 Objetivos

El objetivo general es la elaboración de un plan de negocio para la creación de una empresa de servicios de limpieza de muebles del hogar en el sector norte de la ciudad de Guayaquil. Para el cumplimiento de este propósito se planteó objetivos específicos como **i)** Realizar un estudio situacional del mercado de servicio de limpieza de muebles del hogar en el norte de la ciudad de Guayaquil; **ii)** Identificar las estrategias de marketing necesarias para posicionar la empresa en el norte de la ciudad de Guayaquil; **iii)** Definir el diseño estructural organizativo de la empresa, **iv)** Elaborar un plan financiero para establecer los recursos necesarios y evaluar su viabilidad.

1.3 Justificación de la investigación

El servicio de limpieza de muebles en la actualidad es indispensable en los hogares para neutralizar elementos perjudiciales para la salud, debido a ello se propone crear una empresa que proporcione la limpieza y desinfección a los muebles del hogar en el norte de la ciudad de Guayaquil que brinde un servicio que satisfaga los requerimientos y necesidades de las personas.

De esta manera se facilitará a muchos hogares la limpieza de dichos artículos que se les dificulta al no poseer los equipos necesarios para su eficaz limpieza, desde luego podrán mantener limpios sus muebles sin estropear su acabado, sumado a ello se prevendrá que muchos hogares sufran de diferentes alergias causada por el polvo o bacterias que proliferan en sillas, muebles, colchones u alfombras y sobre todo se brindará seguridad y confiabilidad al cliente ya que se evidencia la informalidad de este tipo de negocios.

Por lo antes mencionado a través de este estudio se contribuye a la prevención de la insalubridad en los hogares para mejorar la calidad de vida de las personas.

1.4 Delimitación u alcance de la investigación

Área: Administración

Aspecto: Plan de negocio

Tema: Propuesta para la creación de una empresa de servicios de limpieza del hogar en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

Delimitación geográfica: Provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil

Delimitación Espacial: "sector norte", las Parroquias Tarqui, Pedro Carbo y Roca.

Delimitación Temporal: 2018 – 2019

1.5 Idea a defender

La creación de una empresa de limpieza de muebles del hogar en el sector norte de Guayaquil que logré un desarrollo sostenible en el tiempo contribuirá al bienestar de las familias debido a que reducirá peligro de enfermedades derivadas del polvo y ácaros en los hogares y a su vez generará oportunidades de trabajo incorporando mano de obra que puedan atender las necesidades de la población.

2. Fundamentación teórica

Para la construcción del marco teórico se ha tomado fundamentos teóricos necesarios para la sustentación del proyecto cuya actividad es el desarrollo de una compañía el cual se enmarca en el plano del emprendimiento.

(Sarría, 2016) Define el emprendimiento como la capacidad de actuar, pensar, sentir, buscar, crear o formar un proyecto por medio de la identificación de oportunidades de negocio que sean viables y tengan potencial en el mercado, teniendo en cuenta los factores políticos, sociales y ambientales.

Para Ballesteros (Citado en Arias, 2014) el emprendimiento es “una habilidad o atributo personal de la conducta de un sujeto que puede definirse como característica de su comportamiento y, bajo la cual, el comportamiento orientado a la tarea puede clasificarse de forma lógica y viable”.

En base a las definiciones de los autores citados se puede considerar que el emprendimiento está ligado al conjunto de actitudes y habilidades que un individuo posea, el cual le permita la identificación de oportunidades de negocios y de esta manera lograr un determinado fin económico, social entre otros.

Para todo emprendedor el plan de negocio es una herramienta fundamental ya que permite describir paso a paso las acciones a seguir para poder iniciar un negocio de manera exitosa.

De acuerdo a (Zorita, 2015) el plan de negocios o de empresa es "trazar el camino a seguir para definir con rigor un proyecto, detectar aspectos en los que inicialmente se podría no haber pensado, y comprobar su viabilidad" (pág. 19). Se describe como la planificación total del proyecto para tener una visión clara, cuyo objetivo es minimizar los riesgos y examinar su factibilidad.

(Naveros & Cabrerizo, 2017) define el plan de negocio como “el documento en el que se va a reflejar el contenido del proyecto empresarial que se pretende poner en marcha y que abarcará desde la definición de la idea a desarrollar hasta la forma concreta de llevarla a la práctica” (pág. 6). Los autores indican que la realización del plan negocio describe todo el proceso de la creación de una empresa de una manera específica y de forma ordenada, el cual se plasma en un escrito que sirve de referencia en su ejecución.

A continuación se detalla la estructura general del plan de negocio según los autores (Naveros & Cabrerizo, 2017): Presentación general del proyecto; Estudio de mercado o investigación - estudio externo e interno; Plan comercial o marketing; Plan de producción, Organización y recursos humanos; Plan económico o financiero y Valoración final

3. Metodología

Se aplicó una investigación de nivel descriptiva la cual “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.” (Hernández & Baptista, 2014, pág. 80).

Consistió en indagar comportamientos y características de todos sujetos intervinientes en el mercado, por ejemplo, de empresas competidoras que brinden servicios de limpieza de muebles y hogares del norte de Guayaquil que requieran de estos servicios, de esta manera se obtuvo mayor conocimiento de dicho mercado, lo cual contribuyó para la toma de decisiones en el plan de negocios. El enfoque de investigación utilizado es mixto, debido a que enmarcó una investigación sobre la aceptación del mercado y la oferta de servicios de limpieza de muebles del hogar, Adicionalmente se buscó obtener información necesaria que conllevó un análisis estadístico.

Las técnicas empleadas en esta investigación para la recopilación de información fue el análisis documental y la encuesta.

El análisis documental permitió el acopio de información mediante diferentes recursos documentales como libros, artículos e informes de instituciones oficiales, para la realización de la encuesta se utilizará el instrumento del cuestionario que nos brindará la información necesaria, características, gustos y preferencias sobre la población objetiva es decir sobre los posibles clientes, de esta manera será una guía para el desarrollo del plan de negocio de tal manera, que esté acorde a lo que requiere el mercado.

La población para el cálculo de la muestra está situada en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, enfocada en los hogares de las parroquias Tarqui, Pedro Carbo y Roca, de Acuerdo al último censo (INEC, 2018), tiene una población de 1'060406 habitantes al 2010, Conociendo que la tasa de crecimiento anual de la población de Guayaquil es de 1,58%, se lo multiplicó por el número de habitantes del año 2010 que fue el incremento total para el año 2011 de la misma manera el cálculo procede hasta el año 2017, como lo muestra en la siguiente tabla.

Tabla 1. Proyección de crecimiento de la población

Tasa de crecimiento poblacional anual		1,58%	
Población del	Sector Norte de Guayaquil	Incremento de habitantes	Habitantes
2010			1060406
2011		16754	1077160
2012		17019	1094180
2013		17288	1111468
2014		17561	1129029
2015		17839	1146867
2016		18121	1164988
2017		18407	1183395

Elaborado por: Los Autores

En base al total de habitantes del año 2017 se procedió a dividir con el número de personas por hogar de 3.8, para obtener el número de viviendas del norte de Guayaquil, arrojando un resultado de 311420 de viviendas.

Para determinar la muestra se utilizó la fórmula de población finita en el cual los siguientes datos para su realización fueron:

Z: Nivel de confianza 95% que equivale a 1,96

N: Población de estudio es de 311420 hogares

p: Probabilidad de éxito, estableciéndose 50%

q: Probabilidad de fracaso, estableciéndose 50%

e: Margen de error permitido 5%.

Su resultado fue de 384 encuestas a realizar.

3.1 Análisis de resultados de la Encuesta

¿Le gustaría a usted recibir un servicio a domicilio de limpieza para los muebles del hogar?

Los datos demuestran que el 89 % de las personas encuestadas le gustaría recibir el servicio a domicilio de limpieza de muebles para su hogar y el 11% el cual señalando que no le gustaría, motivos mencionados porque prefieren limpiarlos ellos, por seguridad que cualquier persona entre a sus hogares y porque el valor cobrado por este servicio es alto, estos datos son de gran importancia puesto que nos indica sobre el nivel de aceptación que tendría este tipo de servicio de limpieza en el sector norte de Guayaquil.

Le interesaría que le ofrezcan otro servicio adicional

Refleja que el 31,2 % de los encuestados le gustaría recibir como servicios adicionales de limpieza el de alfombras, colchones, sillas de comedor y vehículo; el 14,3% limpieza de silla de comedor y vehículo, el 21,3% limpieza de Colchones, silla de comedor y vehículo; el 7,9 % limpieza de colchones y vehículos de igual manera con el mismo porcentaje la limpieza de alfombras, silla de comedor y vehículo; el 5,8% limpieza de alfombras, colchones y silla de comedor; el 5,5% limpieza de alfombra y vehículos; el 3,8% limpieza de alfombras, colchones y vehículo; con el 1,5 % la limpieza del hogar y con el 0,3% la limpieza de alfombras, colchones, silla de comedor y del hogar también la opción de limpieza de Colchones, silla de comedor, vehículo y cristales como la limpieza de vehículo y cortinas. En base a los datos nos permite considerar los servicios adicionales que las personas más soliciten y de esta manera poder satisfacer todas las necesidades del cliente.

¿Con qué frecuencia usted realiza la limpieza a los siguientes elementos mencionados?

Presenta que el 56,3 % de los encuestados, realizan la limpieza de los muebles de sala cada semestre, el 31,8 % anualmente, el 11,7% trimestral y por último el 0,3 % cada mes.

Muestra que el 53,4 % de los encuestados, realizan la limpieza de las sillas de comedor cada semestre, el 25,4 % anualmente, el 17,2 % trimestral y por último el 4,1 % cada mes.

El 30,9 % de los encuestados, realizan la limpieza de alfombra trimestralmente, el 27,4 % mensual, el 18,4 % no tienen alfombra, 17,2 % limpian semestralmente y por último el 6,1 % cada 15 días.

El 60,9% de los encuestados, realizan la limpieza de los colchones anualmente, el 18,1% no realizan la limpieza indicando que reponen con uno nuevo, por lo consiguiente el 11,4 % aseca cada semestre y 9,6% tienen forros lo cual tampoco realizan la limpieza.

El 43,4% de los encuestados, realizan la limpieza de los vehículos semanalmente, el 29,7% cada 15 días, el 16,0 % cada mes y 10,8% no tienen vehículo.

Al momento de contratar el servicio ¿Qué factor es más importante para usted?

Muestra que el 39,01 % de los encuestados, le es importante que al momento de contratar dicho servicio brinde un servicio garantizado, 22,74 % el precio, el 24,78 % la seguridad, el 13,41 % la rapidez del servicio de limpieza.

Por medio de la información recolectada se podrá tomar en cuenta y aplicar los factores más predominantes para los clientes y de esta manera llegar a fidelizarlos.

¿Cuál sería su medio de pago de preferencia?

Los encuestados indican que su medio preferido de pago es efectivo, el 34,69% con tarjeta de débito, el 21,57 % con tarjeta de crédito.

¿A qué medios recurre para solicitar información sobre el servicio?

Demuestra que el 34,99% recurre al internet y redes sociales 34,99% para solicitar información sobre el servicio, el 35,5 % redes sociales, el 30,90% solo redes sociales, el 19,83% internet, el 1,46% anuncios en periódicos o revistas e Internet, el 7 % anuncios en periódicos o revistas, internet y redes sociales, el 0,87% anuncios en periódicos o revistas y redes sociales, el 0,29 % por televisión, el 0,58% por televisión e internet y 4,08% otros indicando que solicitan información mediante amistades o conocidos. Los datos reflejados orientan que medios publicitarios utilizar para poder captar la atención de los clientes

De las diferentes alternativas de promoción presentadas ¿Cuál considera más atractivas?

Los encuestados prefieren descuentos por combos de servicios como alternativa de promoción de la empresa, el 37 % descuento de frecuencia de contratación del servicio y el 17% descuento por recomendación.

De las siguientes opciones. ¿Qué otro servicio de limpieza solicitaría usted en combo para obtener descuento?

Muestra que el 42 % de los encuestados prefieren el servicio de limpieza de muebles de sala y sillas de comedor en combo para obtener descuentos, el 34,1 % la limpieza de muebles de sala y de vehículo y el 34,1% la limpieza de muebles de sala y colchones.

¿Usted ha solicitado alguna empresa que brinde este servicio?

El 68,2 % de los encuestados han solicitado el servicio de limpieza de los muebles del hogar y el 31% indica que no han solicitado este servicio.

Los encuestados mencionan 22 empresas de las cuales solicitaron este servicio en sus hogares, quienes se convierten en nuestros competidores, también podemos connotar que el 35% de las personas no recuerdan el nombre de la empresa lo que refleja que no hay una fidelización del cliente y por parte de la empresa tampoco emplean estrategias para mantener el contacto con estos.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio a domicilio de limpieza de muebles de sala del hogar, de acuerdo al tamaño de preferencia?

Presenta que el 43,7 % de los encuestados prefieren el tamaño de muebles medianos, el 37,3% grandes y el 19 % pequeños.

Dentro de los precios que estarían dispuesto a pagar por los muebles pequeños manifiesta que 20 personas pagarían \$ 20, 34 personas \$ 25 y 11 personas \$ 30.

Por los muebles de tamaño mediano 79 personas pagarían \$30, 51 personas \$35 y 20 personas \$40 y, por último 81 personas pagarían por los muebles de tamaño grande \$40, 37 personas \$45 y 10 personas \$50.

Esta información ayuda como referencia para la fijación de precios y de esta manera sea más atractivo para el cliente.

Se Pudo concluir mediante las encuestas que se evidencia la aceptación de la creación de una empresa que ofrezca este tipo de servicio con un 89%, a su vez se percibe el interés de que se pueda ofrecer servicios adicionales que complementen la limpieza para el hogar.

Un servicio garantizado y seguridad son factores predominantes para las personas encuestadas por lo cual es importante que la empresa cuente con personal calificado para que de esta manera pueda cumplir todas expectativas y exigencias del cliente.

También cabe mencionar que la frecuencia del uso del servicio de limpieza de muebles en los hogares según las encuestas con su mayor porcentaje es cada 6 meses a 1 año, lo que es evidente que es una opción favorable ofrecer servicios complementarios de limpieza del cual permita mantener el flujo de efectivo.

Como resultado también es imprescindible que la empresa cree una página web y se haga presente en las redes sociales, utilizando los medios de preferencia para solicitar información del servicio lo que permite tener más contacto con el cliente potencial.

En definitivo la información planteada orienta a la empresa a tomar decisiones y ejecutar planes de acción para satisfacer y atender todos los requerimientos y necesidades del mercado objetivo.

4. La propuesta

4.1 Descripción de la empresa

La empresa se denominará limp_halk, se dedicará a brindar servicios de limpieza de los muebles del hogar a domicilio dentro de ello se encuentra muebles de sala, sillas de comedor, alfombras y colchones, además se complementará brindando la limpieza de autos, teniendo como principal objetivo cuidar la textura y color de los elementos que nos confíen nuestros clientes para su óptima limpieza, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad, la empresa además utilizará las herramientas e instrumentos tecnológicos necesarios para dar un mayor beneficio al usuario.

Misión: Somos una empresa que pretende facilitar a nuestros clientes un ambiente limpio y saludable en sus viviendas, ofreciendo el servicio de limpieza de muebles del hogar a domicilio, utilizando equipos modernos y personal capacitado con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad

Visión: Ser una de las principales empresas proveedoras de servicio de limpieza a domicilio en la ciudad de Guayaquil, siendo la empresa preferida de nuestros clientes para el cuidado y limpieza de los muebles del hogar.

Valores: **i)** Calidad; **ii)** Orientación al cliente; **iii)** Trabajo en equipo; **iv)** Respeto; **v)** Compromiso; **vi)** Transparencia. Esto permitirá mantener un ambiente laboral grato.

Mediante el análisis de Pestel y las 5 fuerzas de Porter se estableció la matriz FODA y en base a ello se estableció las decisiones estratégicas.

Tabla 2. Análisis FODA

	Fortalezas	Debilidad
ANÁLISIS FO, FA, DO, DA.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Excelente atención al cliente 2. Personal con experiencia en la limpieza de artículos del hogar. 3. Precios asequibles 4. Flexibilidad de servicios a ofrecer. 5. Contar con oficinas, lo cual brinda más confianza al cliente. 6. Existencia de equipos con tecnología moderna para la limpieza. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca experiencia 2. Poco posicionamiento en el mercado. 3. Recursos económicos limitados.
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausencia de equipos de limpieza en los hogares. 2. Poca fidelización por parte del cliente 3. Variedad de Proveedores que ofrecen productos de limpieza ya sea en calidad y precio. 4. Tendencia actual de publicidades digitales 	<ol style="list-style-type: none"> 2..2 Brindar una excelente atención al cliente, dándole seguimiento para fortalecer relaciones sólidas. 3.3 Mantener precios asequibles, con la elección correcta de proveedores que ofrezcan productos de limpieza de calidad y a buen precio. 	<ol style="list-style-type: none"> 3.4 Realizar publicidades digitales, debido al alto consumo de internet de los individuos, como ventaja se incurrirá en gastos bajos y principalmente se captará la atención del cliente. 2.2. Mediante un estudio de mercado, identificar las causas de la poca fidelización del parte cliente y establecer acciones en base a ello y de esta manera ganar más posicionamiento en el mercado.
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA

1. Inestabilidad económica del país. 2. Exigencias altas de los consumidores por precios bajos y servicio de calidad. 3. Existencias de empresas informales.	5.3 Difundir la ubicación de la oficina a los clientes potenciales con el fin de brindar confianza y seguridad al cliente. 6.2 Selección de proveedores de productos y equipos de limpieza con el objetivo de cumplir las exigencias de los consumidores	2.3 Dar a conocer los clientes potenciales los beneficios y ventajas de la empresa frente a las empresas informales.
--	---	--

Elaborado por: Los Autores

4.2 Plan de Marketing

Producto: La presente propuesta busca atender las necesidades de mantener limpios los muebles y otros artículos del hogar, ofreciendo un servicio de calidad que brinde seguridad y confianza al cliente.

Dentro de los servicios a ofertar de acuerdo a las necesidades evidenciadas en las encuestas realizadas tenemos: Limpieza de muebles de sala, limpieza de silla de comedor, limpieza de colchones, limpieza de vehículo Express y profunda.

Precio: La fijación de precio se realizó en base a la información recolectada en la pregunta 11 de la encuesta realizada y los precios de la competencia.

Cabe mencionar que los precios aumentaran el 4% anualmente, debido a que cubre la inflación promedio anual, además de otros gastos como el aumento del sueldo expedidos por el gobierno o por parte de la empresa.

Tabla 3. Precios de los servicios ofertantes

Servicios de limpieza	Precio
Limpieza de muebles de sala	\$6.00 por asiento
Limpieza de silla de comedor	\$4.00 por asiento
Limpieza de colchones	2 plazas \$ 25.00 PLAZA ½ \$ 20.00
Limpieza de vehículo profunda	Pequeño \$45.00 Grande \$50.00

Elaborado por: Los Autores

Plaza: El procedimiento a utilizar es de distribución directa debido a que se ofrecerá el servicio de la compañía al consumidor final, es decir, a las viviendas del sector norte de Guayaquil comprendiendo las parroquias Tarqui, Pedro Carbo y Roca, en el cual se enfocará el mayor esfuerzo publicitario en los sectores de clase medio a alto.

Promoción: Entre las acciones que se llevarán a cabo para captar la atención del cliente y estimular la contratación del servicio, se considerarán las siguientes: i) Publicidad en internet, de acuerdo al informe de formación gerencial, la cantidad de los usuarios ecuatorianos en el internet es de un promedio de 13,5 millones, encabezando como plataforma social de preferencia el Facebook, esto evidencia que las redes sociales tienen una fuerte presencia en la vida de los

ecuatorianos. (Ekos-negocios, 2018), debido a ello se propone la creación de una página web, y su propia red social donde se brinde información necesaria de la empresa y de los servicios que se ofrece, y de las diferentes actividades de promoción realizadas para captar al cliente; ii) Volantes, Se creará volantes para dar a conocer la existencia y servicios que ofrece la compañía; iii) Descuentos, para la obtención de los descuentos por parte del cliente se ofrecerán combos promocionales, en el cual se tomarán en cuenta los servicios con mayor demanda.

4.3 Talento Humano

Para llevar a cabo el proyecto es necesario establecer la estructura organizacional, La cual está conformada por el administrador, asistente comercial y auxiliar de limpieza, a quienes se le establecerá tareas específicas de modo que permita el desarrollo adecuado de las actividades concerniente al giro del negocio.

- Administrador: Supervisar las actividades desarrolladas por el personal, plantear estrategia para la captación de nuevos clientes, realizar funciones contables y mantener relaciones comerciales con los proveedores.
- Asistente comercial: Atención al cliente, manejar las redes sociales, realizar el informe de las ventas, contestación del teléfono, coordinación operativa y realizar el servicio de posventa
- Auxiliar de limpieza: Realizar todas las tareas encomendadas de limpieza, cobro del servicio realizado y entrega de factura correspondiente.

4.4 Evaluación financiera

Tabla 4. Detalle de inversión inicial

Inversión inicial	Valor total
Total inversión fija	\$ 7945.00
Total gastos pagados por anticipado	\$ 1500.00
Capital de trabajo	\$ 3611.57
Total inversión inicial	\$13056.57

Elaborado por: Los Autores

Como inversión inicial es un total de \$13056.57 comprendiendo los gastos pagados por anticipados es decir todos los gastos de constitución de la compañía y permisos para su correcto funcionamiento, más la inversión en activos no corrientes y por último el capital de trabajo, para cubrir el monto de inversión inicial se lo realizará mediante la aportación de fondos propios de dos accionistas por partes iguales por el valor de \$ 6528.28

Tabla 5. Detalle de inversión inicial

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		\$ 46320,0	\$ 52026,6	\$ 58436,3	\$ 65635,7	\$ 73722,0
(-) Costo de Venta		\$ (16993,9)	\$ (17806,5)	\$ (18631,6)	\$ (19496,9)	\$ (20404,2)
(=) Utilidad Bruta		\$ 29326,1	\$ 34220,1	\$ 39804,7	\$ 46138,8	\$ 53317,8
(-) Gastos Administrativos		\$ (23345)	\$ (24457,2)	\$ (25625,0)	\$ (26484,5)	\$ (27772,0)
(-) Gastos de Ventas		\$ (3000,0)	\$ (3150,0)	\$ (3288,6)	\$ (3433,4)	\$ (3584,6)
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		\$ 2981,2	\$ 6.612,9	\$ 10891,1	\$ 16220,9	\$ 21961,2
(=) UAIT		\$ 2981,2	\$ 6612,9	\$ 10891,1	\$ 16220,9	\$ 2.961,2
(-) Part. Trabajadores	15%	\$ (447,2)	\$ (991,9)	\$ (1633,7)	\$ (2.433,1)	\$ (3294,2)
(=) UAIR		\$ 2534,0	\$ 5621,0	\$ 9257,4	\$ 13787,8	\$ 18667,0
(-) Impuesto a la Renta	22%	\$ (557,5)	\$ (1236,6)	\$ (2036,6)	\$ (3033,3)	\$ (4106,7)
UTILIDAD NETA		\$ 1976,5	\$ 4.384,4	\$ 7.220,8	\$ 10754,5	\$ 14.560,3

Elaborado por: Los Autores

En el estado de resultados de pérdidas y ganancia se detalla las ventas proyectadas de la empresa de la misma manera los costos y gastos que se incurre al impartir el servicio.

Como podemos apreciar desde el primer año se obtendrá utilidades de \$ 1976.5 alcanzando al quinto año de proyección a \$14560,3.

Tabla 6. Flujo de efectivo y viabilidad financiera

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Operativo						
<u>Ingresos Operacionales</u>						
Ingresos por ventas		\$ 46320,0	\$ 52026,6	\$ 58436,3	\$ 65635,7	\$ 73722,0
<u>Egresos operacionales</u>						
Costos Operativos		\$ 16493,9	\$ 17306,5	\$ 18131,6	\$ 18996,9	\$ 19904,2
Gastos administrativos		\$ 22493,8	\$ 23606,0	\$ 24773,8	\$ 26000,0	\$ 27287,5
Gastos de venta		\$ 3000,0	\$ 3150,0	\$ 3288,6	\$ 3433,4	\$ 3584,6
Participación de trabajadores			\$ 447,2	\$ 991,9	\$ 1633,7	\$ 2433,1
Impuesto a la Renta			\$ 557,5	\$ 1236,6	\$ 2036,6	\$ 3033,3

Subtotal		\$ 41987,7	\$ 45067,2	\$ 48422,6	\$52100,5	\$56242,7
FLUJO OPERATIVO		\$ 4332,3	\$ 6959,4	\$ 10013,7	\$13535,1	\$17479,3
Inversión No operativos						
Inversión fija	\$	(7945,0)				
Inversión diferida	\$	(1500,0)				
Inversión Accionistas	\$	13056,6				
FLUJO NETO DEL PERIODO	\$	3611,6	\$ 4332,3	\$ 6959,4	\$ 10013,7	\$13535,1
(+) Saldo Inicial	\$	-	\$ 3611,6	\$ 7943,9	\$ 14903,3	\$24917,1
(=) FLUJO ACUMULADO	\$	3611,6	\$ 7943,9	\$ 14903,3	\$ 24917,1	\$38452,2
Costo de oportunidad						12 %
TIR						53.41%
VAN						\$21937.47

Elaborado por: Los Autores

Realizando el cálculo del TIR y el VAN se observa la rentabilidad positiva de la compañía debido al que el VAN arroja un valor de \$ 21937.47; es decir que al ser positivo producirá ganancias encima de la rentabilidad esperada, en cuanto a la TIR es de 53,41% lo que es mayor al coste de capital, de acuerdo a estos resultados manifiesta que el proyecto es factible.

5. Conclusiones

El desarrollo de todos los estudios y análisis que comprenden la elaboración del plan de negocio para la creación de una empresa de servicio de limpieza en el Norte de Guayaquil permitió conocer los siguientes aspectos:

De acuerdo al estudio de campo se pudo conocer el nivel de aceptación de ofrecer este servicio y a su vez proporcionó información sobre las exigencias del cliente el cuál manifestó servicios de limpieza complementario que quisiera que se ofrezcan para satisfacer todas las necesidades, buscando como prioridad un servicio garantizado y que le brinde seguridad.

Se presencia que existen muchas empresas dedicadas a la misma actividad de limpieza, muchas de estas informales y con precios más bajos, es por ello es imprescindible tomar acciones estratégicas dando a conocer la ventaja competitiva de la empresa.

Estableciendo la estructura organizacional se pudo definir que es necesario para llevar a cabo las actividades de la empresa, la contratación de 4 personas divididas de la siguiente manera; 2 al área administrativa y 2 al área operativa.

La inversión necesaria para poner en marcha el proyecto es de \$13056.57 para cubrir la inversión fija, capital de trabajo y gastos pre operativos, los cuales serán financiado en su totalidad por fondos propios. Según el análisis respectivo el negocio tendrá un VAN de \$21937.47 y un TIR DE 53.41% lo que refleja que el proyecto tendrá resultados muy favorables.

6. Recomendaciones

Se recomienda desde el inicio de las operaciones manejar un estándar de calidad en todos los servicios prestados, de la misma manera la buena atención del cliente, las cuales sean las bases fundamentales de la empresa.

Es necesario ofrecer un excelente servicio posventa, dando importancia a sus opiniones y sugerencias y de esta manera lograr relaciones sólidas con el cliente.

Es importante utilizar los métodos publicitarios de preferencia por parte del cliente como redes sociales, portal web reflejados en el estudio de mercado, para captar la atención de una manera acertada.

Realizar una elección cuidadosa del personal puesto que estas personas ingresaran en los hogares con el objetivo de cumplir todos los requerimientos del cliente.

Se sugiere la expansión del negocio abarcando toda la ciudad de Guayaquil, además direccionar estrategias comerciales para captar la atención de clientes potenciales como hoteles, hostales, que requieran estos servicios de limpieza en grandes cantidades.

7. Bibliografía

- Citado en Arias, M. (28 de Noviembre de 2014). *Emprendimiento: cómo comenzar un empresa con éxito*. Obtenido de Revistas científicas de la Universidad Pamplona:
http://revistas.unipamplona.edu.co/ojs_viceinves/index.php/FACE/article/viewFile/1672/706
- Ekos-negocios. (18 de agosto de 2018). *¿Cómo están las redes sociales en Ecuador?* Obtenido de Eko negocios:
<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10877>
- El Universo. (24 de abril de 2018). *Especialistas llaman a cuidarse de alergias en semana dedicada a esa patología*. Obtenido de El universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/24/nota/6729819/especialistas-llaman-cuidarse-alergias-semana-dedicada-esa>
- Hernández, R., & Baptista, C. F. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.
- INEC. (2018). *Censo de población y vivienda*. Obtenido de INEC:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Limpiezas Express. (20 de mayo de 2018). *¿Por qué es importante mantener limpios los textiles?* Obtenido de Limpiezas Express.com: <https://www.limpiezasexpress.com/por-que-es-importante-mantener-limpios-los-textiles.html>
- Naveros, J., & Cabrerizo, M. (2017). *Plan de negocio*. Málaga: Elearning.
- Sarria, A. (28 de Noviembre de 2016). *¿En qué consiste el emprendimiento?* Obtenido de ABCFINANZAS: <https://www.abcfianzas.com/emprendimiento/en-que-consiste-el-emprendimiento>
- Vivienda saludable. (Enero de 2017). *El polvo y las alergias*. Obtenido de Vivienda saludable:
<https://www.viviendasaludable.es/salud-hogar/alergias-problemas-respiratorios/el-polvo-y-sus-efectos-en-la-salud>
- Zorita, E. (2015). *Plan de negocio*. Madrid: ESIC.