

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA INGENIERÍA EN MARKETING

**PROYECTO PARA OPTAR POR EL TITULO DE INGENIERA EN
MARKETING**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DIRIGIDO A
COMPAÑÍAS DE LA CIUDAD DE MANTA”**

AUTORA:

BOSADA MACÍAS AMELIA LISETH

- 2015-

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Ingeniero.

Marcelo Vásquez

Director de la Escuela de Ingeniería en Marketing

CERTIFICO:

Que el presente trabajo de tesis, denominado: **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DIRIGIDO A COMPAÑÍAS DE LA CIUDAD DE MANTA”**, de la egresada Bosada Macías Amelia Liseth; cumple con los requisitos establecidos por las Normas Académicas y Reglamento de Graduación, por el cual me permito autorizar su presentación para que sea sometido por el Tribunal que el Consejo de Facultad designe.

Manta, 18 de febrero 2015

ING. AARON BADUY

DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Declaro bajo juramento, que las ideas, análisis, encuestas, y conclusiones realizadas en este proyecto de tesis, son de mi autoría; y, el patrimonio intelectual de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

BOSADA MACÍAS AMELIA LISETH

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico principalmente a Dios quien ha sido mi guía y mi fortaleza para seguir adelante enfrentando los problemas, y por la maravillosa bendición de tener a mi lado a mi amado hijo Mateito mi pequeño que me regala tantas alegrías y es el pilar e inspiración de mi vida, el principal motivo de superación y lucha, a quien también dedico esta tesis.

A mi familia, mis padres Felipe y Rosa, quienes me han dado todo lo que soy en la vida y el coraje para alcanzar cada uno de mis objetivos, mis hermanas Ana Belén, Mafer y Juan Carlos mi hermano de corazón, por su incondicional cariño y apoyo.

A mis pequeñas sobrinas Anya e Isabelita, a quienes amo como si fueran mis hijas.

A Mauricio Montesdeoca, mi querido novio, por apoyarme, ayudarme y acompañar cada día en la obtención de este objetivo.

Amelia Liseth Bosada Macías.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por habernos dado la vida e inteligencia; a mi familia por todo lo que me han dado para poder cumplir mis metas y objetivos.

Agradecemos de todo corazón a mi director de tesis Ing. Aaron Baduy docente de la Escuela de Ingeniería en Marketing por su esfuerzo, dedicación y motivación brindada.

A Mauricio Montesdeoca, por su aporte brindado a través de las largas horas de tutoría y correcciones.

A los Señores Profesores de la Escuela de Ingeniería en Marketing, a quienes tengo presente por los conocimientos que me brindaron.

Para ellos,

Muchas gracias por todo.

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA.....	1
1.1. Tema	1
1.2. Planteamiento del Problema.....	1
1.2.1. Contextualización del Problema	3
1.2.2. Análisis Crítico.....	5
1.2.3. Prognosis	6
1.2.4. Formulación del Problema.....	6
1.3.1. Delimitación del Problema	7
1.3. Objetivos.....	8
1.3.1. Objetivo General.....	8
1.3.2. Objetivos Específicos	8
1.4. Justificación	9
CAPITULO II.....	10
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes Investigativos	10
2.1.1. Antecedentes Referenciales	11
2.2. Fundamentación Filosófica.	11
2.3. Categorías Fundamentales.....	12
2.4. Hipótesis de Trabajo.....	17
2.5. Señalamiento de las Variables.....	17
2.5.1. Variable Independiente.....	18
Elaborado por: Amelia Bosada.....	18
2.6.2. Variable Dependiente	19
CAPITULO III.....	20
3. METODOLOGÍA.....	20
3.1. Modalidad Básica de la Investigación	20

3.2. Nivel o Tipo de Investigación	20
3.3. Población y Muestra	21
3.4. Procesamiento y Análisis.....	24
3.5. Recursos Administrativos	24
3.6. Cronograma.....	25
CAPÍTULO IV	26
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	26
4.1. ANÁLISIS DE LA ENCUESTAS.....	37
CAPÍTULO V	38
Conclusiones	38
Recomendaciones	39
CAPÍTULO VI	40
5. PROPUESTA	40
6.1. Datos Informativos de la Propuesta.....	40
6.1.1. Título de la Propuesta	40
6.1.2. Trabajo que Corresponde.....	41
6.1.3. Área de Desarrollo de la Propuesta.....	41
6.1.4. Involucrados	41
6.1.5. Director De Tesis.....	41
6.1.6. Tipo de Propuesta.....	41
6.1.7. Fecha de Inicio.....	41
6.2. Antecedentes de la Propuesta	41
6.3. Objetivos de la Propuesta.....	43
6.3.1. Objetivo General.....	43
6.3.2. Objetivos Específicos	43
6.3.3. Objetivos Estratégicos	44
6.4. Justificación	45
6.4.1. Problema a Resolver	46
6.4.2. Beneficiarios.....	46
6.4.3. Impacto	46
6.5. Fundamentación	48

6.5.1. Matriz del Marco Lógico de la Propuesta	49
6.6. Metodología: Plan De Marketing	51
PARTE I: MÁRKETING ESTRATÉGICO	54
1. Consumidor	54
2. Mercado.....	56
4. ASPECTO POLÍTICOS Y LEGALES	65
PARTE II: MARKETING TÁCTICO	70
TIPO DE EMPRESA	70
1. Servicio.....	74
2. Punto de Venta.....	74
3. Promoción	76
4. Precio	80
PARTE III: RESULTADOS FINANCIEROS	84
PARTE IV	98
Conclusiones	98
Recomendaciones	99
BIBLIOGRAFIA.....	100
ANEXOS	101

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Creación de una empresa de servicios de limpieza para el mercado local.	18
Tabla 2. Obtención de Beneficio socio-Económicos y rentabilidad	19
Tabla 3. Población Económicamente Activa de Manta	21
Tabla 4. Recursos.....	24
Tabla 5. Cronograma	25
Tabla 6. Creación de Microempresa	26
Tabla 7. Servicio de Limpieza	27
Tabla 8. Nuevo Servicio de Limpieza.....	28
Tabla 9. Nuevo Servicio de Limpieza.....	29
Tabla 10. Frecuencia de Limpieza	30
Tabla 11. Tipos de Desinfectante	31
Tabla 12. Servicio de Limpieza a gusto	32
Tabla 13. Atención Especializada	33
Tabla 14. Lugares Frecuentes de Adquisición	34
Tabla 15. Infiere la Marca en la Adquisición de Servicios	35
Tabla 16. Sugerencias Para el desarrollo de la Microempresa	36
Tabla 17. Matriz del Marco Lógico	49
Tabla 18. Equipos de Limpieza.....	52
Tabla 19. Materiales de Limpieza	52
Tabla 20. Insumos de limpieza	53
Tabla 21. Análisis del Servicio	58
Tabla 22. Segmentación de Mercado	62
Tabla 23. FODA.....	63
Tabla 24. Punto de Venta	74
Tabla 25. Promoción y Publicidad.....	77
Tabla 26. Detalle de los ingresos proyectados.....	80
Tabla 27. Proveedores	81
Tabla 28. La disponibilidad de los recursos:	82
Tabla 29. 60% Aporte Inversionistas	82

Tabla 30. 40% con financiamiento de la CFN (Corporación Financiera Nacional)	82
Tabla 31. Equipos de Computación	84
Tabla 32. Muebles de Oficina	84
Tabla 33. Maquinaria y Equipos.....	84
Tabla 34. Estimación de los costos de Vehículo	85
Tabla 35. Suministros de Oficina	85
Tabla 36. Gastos de Operaciones	86
Tabla 37. Gastos Administrativos	86
Tabla 38. Gastos de Ventas	87
Tabla 39. Sueldos y Salarios	87
Tabla 40. Aportación al IESS.....	87
Tabla 41. Fondos de Reserva.....	87
Tabla 42. Beneficio Social	88
Tabla 43. Gastos de Constitución	88
Tabla 44. Consolidación de Gastos	88
Tabla 45. Préstamo Bancario	89
Tabla 46. Balance General	91
Tabla 47. Balance Proyectado.....	92
Tabla 48. Estado De Resultado	93
Tabla 49. Flujo Neto	94
Tabla 50. Tasa Interna De Retorno.....	95
Tabla 51. Valor Actual Neto	95
Tabla 52. Punto De Equilibrio	96

INDICE GRÁFICO

Gráfico 1. Árbol del Problema	5
Gráfico 2. Creación de Microempresa.....	26
Gráfico 3. Servicio de Limpieza	27
Gráfico 4. Nuevo Servicio de Limpieza	28
Gráfico 5. Catalogo sobre Servicio de Limpieza	29
Gráfico 6. Frecuencia de Limpieza	30
Gráfico 7. Tipos de Desinfectante.....	31
Gráfico 8. Servicio de Limpieza a gusto.....	32
Gráfico 9. Atención Especializada	33
Gráfico 10. Lugares Frecuentes de Adquisición.....	34
Gráfico 11. Infiere la Marca en la Adquisición de Servicios.....	35
Gráfico 12. Sugerencias Para el desarrollo de la Microempresa.....	36
Gráfico 13. Proceso De Aseo Y Limpieza:	51
Gráfico 14. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter	54
Gráfico 15. Esquema Productivo de la Cadena	64
Gráfico 16. Tipo de Empresa	70
Gráfico 17. Organigrama de la Empresa Xpert Clean de Manta.	71
Gráfico 18. Punto de Equilibrio	97

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Logotipo.....	40
Ilustración 2. Logotipo.....	70
Ilustración 3. Trípticos.....	78
Ilustración 4. Diseño Pagina Web.....	79
Ilustración 5. Diseño Pagina Web.....	79

RESUMEN

En la actualidad Manta posee una demanda de servicio de limpieza y mantenimiento insatisfechos, debido a que son muy pocas las empresas que ofrecen este servicios y los posibles clientes desconocen de su existencia. El Objetivo de este plan de negocios es demostrar la viabilidad económica para implementar una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento para las compañías en la ciudad de Manta. El nombre de la empresa será XPERT CLEAN S.A.

El presente tema de tesis tiene como objetivo investigar en el mercado la necesidad de implementar un plan de negocio para brindar un servicio de limpieza de calidad para satisfacer las necesidades de las compañías del mercado de Manta.

La preparación del plan de negocios asumió como campo específico la recopilación y sistematización de la información de los diferentes estudios que la componen; por lo que resulta cada vez más imprescindible para la toma de decisiones; teniendo como problema la insatisfacción de las compañías de la ciudad de Manta, debido a que el personal fijo que realiza la limpieza no cumple con sus expectativas, por lo tanto el plan de negocios sobre la creación de una empresa de servicio de limpieza para las compañías de la ciudad de Manta, es atender una de las necesidades que los clientes requieren, con la finalidad de mantener limpio y ordenado el ambiente de trabajo, pero sobre todo llegar a satisfacer la demanda insatisfecha existente actualmente mediante insumos de calidad y sobre todo con un personal capacitado para la limpieza. Para dicha investigación se aplicó una encuesta la misma que ayudo a recopilar información veraz y oportuna que a la vez fue analizada. Dentro de este trabajo se presentan temas importantes como son: el estudio de mercado, propuesta, aspectos políticos – legales, promoción y resultados financieros, en el que se presentaron conclusiones y recomendaciones que ayudando a conocer la viabilidad del negocio para la ejecución.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la imagen que proyectan las empresas ha tenido un gran giro, puesto a que sus dueños se preocupan cada día más por mantener sus instalaciones limpias y brindar bienestar a sus empleados, con el fin de lograr atraer a clientes potenciales y mejorar su imagen ante la competencia, por tal motivo las empresas dedicadas a brindar servicios de limpieza están ganando fuerza dentro del mercado local y nacional, y a su vez generan fuentes de trabajo y desarrollo.

En este proyecto se busca crear un plan de negocio que permita crear una empresa de limpieza que ofrezca un servicio garantizado, que cuente con profesionales capacitados y con maquinarias modernas, trabajando organizadamente y creando planes de trabajo según los requerimientos de cada compañía, cumpliendo así con las necesidades de los clientes y satisfaciendo la demanda de limpieza de exteriores e interiores que las empresas del mercado actual y moderno necesita.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DIRIGIDO A COMPAÑÍAS DE LA CIUDAD DE MANTA”, donde se efectúa un planteamiento del problema a través de los antecedentes y análisis de la empresa que ofertará este tipo de servicio (limpieza); sustentada en un plan de negocios, que responda a las exigencias del mercado.

A continuación, partiendo de los antecedentes de la problemática investigada; y analizando varias teorías relacionadas a los temas (servicio y limpieza) y subtemas que constan en el presente contenido. Aquí se incluyen muchas definiciones que sirvieron para el entendimiento de todos los aspectos referidos a la presente investigación, es decir, que se apoya en una fundamentación científica relacionada al plan negocio y su

importancia en el mejoramiento de este tipo de servicios que la empresa mencionada va a proponer. Además de su fundamentación filosófica.

Luego se da a conocer la metodología y la fase de análisis, porque ésta firma, se preocupará por suministrar este servicio como una alternativa oportuna de apoyo, para lo cual se requiere difundir y brindar su calidad intangible. Por eso este es uno de los puntos centrales de la investigación.

Por otro lado, se presenta los gráficos con sus respectivos análisis, fruto de los resultados de las encuestas aplicadas a los socios, empleados, trabajadores y clientes, objeto de esta investigación.

Seguidamente, se presentan las conclusiones de este trabajo investigativo con sus respectivas recomendaciones. Y por último se presenta la respectiva propuesta, enmarcada en brindar a los futuros clientes, el mejor bienestar y satisfacción de necesidades, mediante la generación de trabajo de servicio de calidad.

En las páginas finales, consta la bibliografía y los anexos, que contienen los modelos de las encuestas aplicadas y gráficos de las categorías conceptuales y fotografías.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Tema

“Plan de Negocio para la Creación de una Empresa de Servicios de Limpieza Dirigido a Compañías de la Ciudad de Manta”.

1.2. Planteamiento del Problema

Los servicios de limpieza se han convertido en una necesidad básica, para las compañías de la Ciudad de Manta, las mismas que requieren de estos servicios porque les es muy costoso contratar personal fijo, sobre todo con las nuevas reglamentaciones y leyes de contratación.

Esto ha ocasionado que las empresas, viviendas y otras edificaciones del sector puerto, desmejoren la presentación y su imagen exterior, exponiéndose a su deterioro y desaseo; por cuanto existen lugares (ventanales de vidrio, terrazas, mezanine, etc.) donde los que efectúan la limpieza no lo pueden hacer debido a que no cuentan con las herramientas e implementación adecuada para efectuar dicho cometido.

La demanda de servicios de higienización, es un mercado que crece constantemente. La limpieza es un elemento esencial para cualquier marca. Por falta de locales especializados quienes no aportan al sector de limpieza, nos ayuda a un constante crecimiento.

En la ciudad de Manta hay pocas empresas que ofrecen los servicios de mantenimiento de limpieza integral para las compañías.

Las empresas hoy en día luchan con las soluciones de limpieza y mantenimiento, lo que significa que puede ser muy difícil encontrar una buena empresa que se encargue del mantenimiento integral, por esta razón aún confían a sus amistades la labor y responsabilidad que este trabajo acarrea.

Se ha planteado realizar un plan de negocio para crear una empresa independiente y especializada que satisfaga las necesidades de las empresas de esta ciudad, cuyo concepto plantea la prestación de servicios de calidad más allá de un simple limpieza, sino, que incluirá un trato cordial, buena presencia y calidad humana de sus colaboradores, siendo esta la solución que les permita ahorrar dinero y realizar el proceso de limpieza de una manera adecuada y correcta.

Los buenos niveles de aseo e higiene constante del mobiliario, útiles, enseres, aires acondicionadores, sanitarios, etc., contribuye a mejorar la calidad y presencia de las compañías de la ciudad.

La insatisfacción de la comunidad por la falta de aseo y control sanitario generará desconfianza en el cliente.

1.2.1. Contextualización del Problema

Nivel Macro

En la última década, Ecuador, se ha establecido como un país turístico, que atrae a miles de personas que se interesan en visitar cada vez más nuestro país, motivo por el cual se ha hecho necesario mantener la imagen de nuestro país siempre limpia.

Las certificaciones de calidad y ambiente que se exigen en el Ecuador, obligan a las compañías a cuidar sus aspectos y mejorar sus infraestructuras.

A medida que nuestro país crece económicamente, aumenta la creación de nuevas compañías e incrementa la demanda de empresas de limpieza que cubran esta necesidad de mantenimiento y no existe suficiente capacidad para cubrir las exigencias de este mercado en crecimiento.

Las compañías, en muchas ocasiones, deciden contratar su propio personal que se encargue del mantenimiento, pero esta solución no cubre sus necesidades debido a que el personal no se abastece para realizar el aseo en lugares difíciles de acceder y no cuentan con la maquinaria necesaria. De tal manera que esto genera costos muy elevados para las empresas.

Un lugar de trabajo que no se encuentra debidamente limpio, amplía el riesgo de accidentes laborales y hace menos productivo a su equipo de trabajo y menos agradable estéticamente para sus clientes.

Nivel Meso

Los servicios de limpieza empresarial, se ha vuelto una necesidad básica para nuestra Provincia Manabí, y la demanda de empresas que se dediquen a ofrecer este servicio es cada vez mayor, por el nivel de

crecimiento de la ciudad y el incremento de competidores en el mercado lo que hace que las compañías que quieran mejorar el nivel de presentación tanto interno como externo de sus edificaciones.

La falta de empresas que se dediquen a la limpieza no solo afecta a los usuarios quienes requieren mejores resultados, sino que también afecta a la posibilidad de crear nuevas fuentes de trabajo que ayuden a mejorar la economía de nuestra provincia.

Nivel Micro

Manta, es una ciudad que se encuentra en pleno crecimiento, cada día son más las empresas que abren sucursales en la ciudad y la limpieza e imagen que proyectan son una de las necesidades que cada día tienen más importancia.

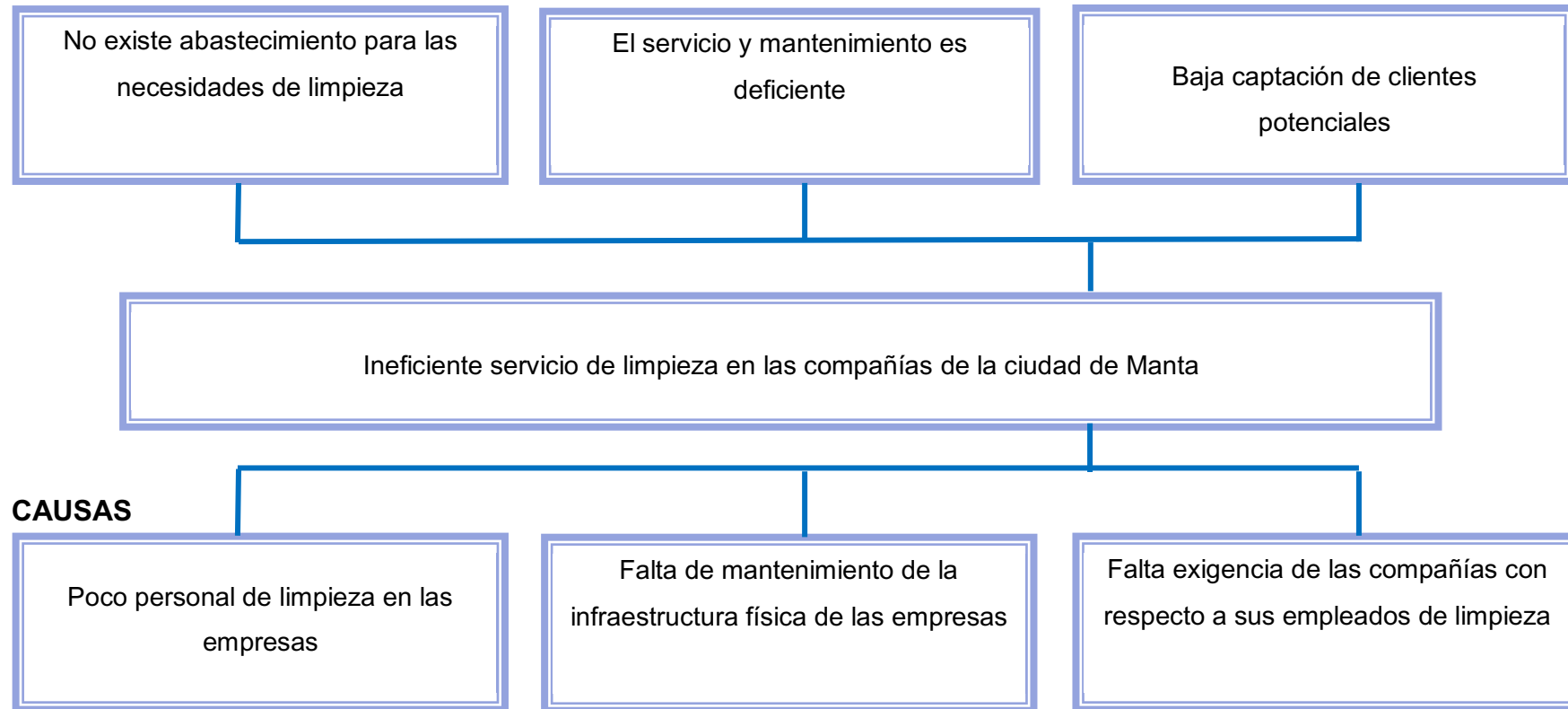
Existen pocas empresas que cubran esta necesidad y la búsqueda de mejores servicios y resultados de limpieza abren un mercado muy competitivo para las compañías dedicadas al servicio de limpieza empresarial.

Existen edificaciones que debido a la falta de limpieza exterior se han deteriorado con el pasar del tiempo, lo que ha hecho que tengan un aspecto poco agradable y esto disminuye la posibilidad de crecer como empresas, su imagen de desaseo hace que los clientes se sientan menos atraídos a invertir o cerrar negocios con estas compañías porque se crea un ambiente de desconfianza.

1.2.2. Análisis Crítico

Gráfico 1. Árbol del Problema

EFFECTOS



CAUSAS

Elaborado por: Amelia Bosada

1.2.3.Prognosis

De no crearse esta empresa se perdería la oportunidad de brindar un servicio de limpieza para el mejoramiento de la infraestructura física de las compañías, referente a su imagen; y su presentación seguirá en deterioro con el paso del tiempo.

1.2.4.Formulación del Problema

¿Es factible crear una empresa de limpieza y mantenimiento que genere fuentes de empleo, brinde seguridad a los clientes y sea económicamente rentable en la ciudad Manta?

Cuestionamiento

1. ¿Cuáles son los planes estratégicos que ha realizado la empresa de limpieza para la comercialización el servicio que oferta?
2. ¿De qué manera esta empresa de limpieza impulsaría el servicio que oferta en el mercado?
3. ¿Cuáles serían los resultados si se aplica un plan de marketing que esté orientado a la comercialización del servicio de limpieza en esta ciudad?
4. ¿Qué estrategias de comercialización se aplicaría para atraer clientes que requieran el servicio en Manta?
5. ¿Qué rol cumplirían en este plan de servicio, los empleados y trabajadores de la Empresa de servicio que realizarían?

6. ¿Cuáles serían las actividades que realizarían los directivos de esta empresa para promover un mejoramiento en la comercialización y la calidad del servicio de limpieza que se ofertarían en el mercado de Manta?

7. ¿Qué entidades se pueden considerar como socios importantes en este proceso de comercialización del servicio de limpieza?

1.3.1. Delimitación del Problema

CAMPO.- Plan de negocios

ÁREA.- Comercialización

ASPECTO.- Servicio de limpieza

TEMA.- “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DIRIGIDO A COMPAÑÍAS DE LA CIUDAD DE MANTA”.

PROBLEMA.- Ineficiente servicio de limpieza en las compañías de la ciudad de Manta.

DELIMITACIÓN ESPACIAL.- La Investigación se realizará en ciudad de Manta.

DELIMITACIÓN TEMPORAL.- Desde el mes de octubre de 2014 hasta diciembre de 2014.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio para brindar un servicio de limpieza de calidad para satisfacer las necesidades de las compañías del mercado de Manta.

1.3.2. Objetivos Específicos

-Identificar la necesidad existente en las empresas de la ciudad de Manta en adquirir un servicio de limpieza personalizada.

-Promover un plan de comercialización para llegar a las empresas que requieren mayor demanda del servicio de limpieza.

-Contribuir al fortalecimiento de las estrategias de marketing para brindar un mejor servicio de limpieza en el mercado de esta ciudad.

1.4. Justificación

En el presente trabajo se justifica la creación de esta empresa de servicio de limpieza, ubicada en un lugar estratégico para su operatividad. Además existe un mercado atractivo y potencial, lo cual permite implantar un nuevo proyecto que cubra con calidad esta necesidad y a su vez puedan competir en este mercado de servicio de limpieza.

Dentro de este puerto, existen pocos negocios de esta línea de limpieza, lo que permite tener la posibilidad de abarcar este sector; pero de una manera organizada y planificada. Esto permitirá mejorar la economía de la Organización.

En la ciudad de Manta existen aproximadamente 800 empresas registradas, de las cuales el 40% son empresas de pesca, el 10.30% empresas de servicios, el 6.8% empresas de Transporte, el 7.44% empresas Inmobiliaria, el 20% empresas de turismo, el 7.12% se dedica a actividades profesionales, y el 8.34% otros servicio, lo que nos indica que existe un mercado potencial al cual dirigirse.

De esta manera se logrará convertir la compañía en una de las principales en lo que respecta a la línea de servicio de limpieza del cantón, de la provincia y porque no del país.

Todos los antecedentes mencionados hacen propicia la creación de esta compañía con nuevas y desarrolladas formas de brindar un servicio. Por lo tanto, esta empresa lograría un beneficio mutuo, tanto para ella como para los clientes. Además se cuenta con los suficientes recursos de orden económico, talento humano y la disponibilidad de tiempo para realizar el trabajo de campo.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Referirse a la limpieza a través del tiempo, implica tratar una serie de variables como: enfermedad, moral, peste, costumbre, estamento, clase social, medio ambiente, salubridad, servicios básicos, entre otros.

El historiador Philippe Ariés, decía que: *“una civilización que elimina las diferencias, la Historia tiene que devolverle el sentido perdido de las peculiaridades”*. (Philippe, 1988)

Es decir, que es importante la prevención de enfermedades, para evitar exponernos al contagio de virus y bacterias que afectan el organismo humano, es por esta razón que las empresas de limpieza ofrecen a las compañías una manera de prevención de posibles enfermedades que pueden contraer sus colaboradores, que pueden perjudicar al buen funcionamiento y desempeño de sus labores.

La higiene personal es fundamental para ofrecer un aspecto de aseo y limpieza que brindará a toda empresa una buena apariencia frente a los clientes.

Se entiende como higiene a la limpieza y hábitos que conserven la salud, previniendo de enfermedades, controlando aquellos factores que afectan el bienestar de los ciudadanos y trabajadores provocando ineficiencia en las tareas encomendadas. (Delgado, 2013)

2.1.1. Antecedentes Referenciales

En Manta no existen muchas empresas que presten servicio de limpieza a las instituciones públicas y privadas. Por lo tanto la empresa que se creará para suplir esta carencia, previo a la elaboración de un FODA que permita una adecuada orientación en la toma de decisiones administrativas y financieras.

Para esta actividad principal, se tendrá especial interés en la utilización de los recursos: humanos, materiales y tecnológicos; para la optimización de los mismos.

2.2. Fundamentación Filosófica.

“Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión valiente” (Drucker, 1954)

Una empresa está formada con un capital social, que mediante la organización del talento humano, elementos técnicos, materiales brinda un servicio o bien a cambio de un costo que le permita mantenerse activo en el mercado, a través del trabajo propio del promotor y de un cierto número de colaboradores, que permitirá a la empresa cumplir sus objetivos brindando un servicio de calidad que les permitirá mantenerse posicionados en el mercado.

2.3. Categorías Fundamentales

El Servicio

Al servicio se lo puede definir como las actividades intangibles cuyo objetivo es brindar a los clientes satisfacción de las necesidades.

Es difícil reconocer los productos de servicio, porque abarcan elementos intangibles que se pueden vender con el fin de servir y cubrir una necesidad, son acciones que implican participación por parte de una persona que ofrece para otra que compra o adquiere un servicio.

El servicio es el esfuerzo humano o mecánico que se refieren a un hecho o desempeño de una acción que no es tangible físicamente y que es de mucha importancia para la orientación de inversiones.

Las empresas que ofrecen servicios son de gran importancia para el crecimiento económico de un país y genera oportunidades de trabajo a los sectores más vulnerables. (Philip Kotler, 2004)

Ventajas

-Procurar el desarrollo de ideas innovadora según las exigencias de consumidor, que son siempre cambiantes y exigentes. Dispuesta a emprender actividades en los sectores de pocos recursos económicos.

-Tiene la capacidad de realizar asociaciones y colectividades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos muy marcados.

-Le da cabida a la economía de trabajadores nuevos.

Desventajas

-Una desventaja que enfrentan los emprendedores de pequeñas empresas, es arriesgarse a un nuevo reto que implica muchas veces dejar sus antiguos empleos, afectando su economía y la forma en que están acostumbrados a vivir.

-Los emprendedores saben que para iniciar una pequeña empresa deben asumir que tendrán que suprimir diversos gustos en general, más aun si están pendientes con pagos de algún crédito u obligaciones económicas de distinta índole.

-Las pequeñas empresas dejan de producir con más frecuencia que las grandes empresas, por la carencia de recursos económicos, capacidad técnica e insuficiencia de clientela.

-Tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes empresas, debido a sus compras bajas.

-Poseen posibilidades menores de adquirir financiamientos. (Bruce, 2004)

Naturaleza y Características de una Empresa de Servicios.

Un servicio es la actividad que una parte ofrece a otra, siendo ésta intangible sustancialmente.

Para la creación de los programas de mercadotecnia la empresa debe examinar cuatro variables importantes del servicio: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y naturaleza perecedera.

La intangibilidad del servicio, significa que los servicios no se pueden palpar físicamente, ni probar, sentir, oír ni oler antes de obtenerlos. Por ejemplo, las personas que contratan el servicio de un agente inmobiliario para vender una propiedad, no pueden saber qué resultado de venta tendrá antes de contratar el servicio, solo la confianza de las habilidades de venta de la inmobiliaria.

La inseparabilidad del servicio, significa que los servicios y los proveedores participan conjuntamente para obtener un resultado, no puede ofrecerse un servicio sin un cliente para adquirirlo.

La variabilidad del servicio, Quiere decir que la calidad de los servicios es variable dependiendo de la persona que lo ofrece y el nivel de capacitación que posea y la actitud de los proveedores.

La naturaleza perecedera del servicio, significa que los servicios no son como los productos que se pueden guardar para la venta, el servicio se genera a partir de una necesidad que necesita ser cubierta en el momento.

Si la demanda es constante la empresa de servicio se mantendrá, si la demanda decae la empresa se enfrentara a situaciones complejas.
(Abadi, 2004)

Productos que la empresa utilizará en el servicio de limpieza.

-Sus interacciones y descripción del servicio de limpieza.

-Abrillantado de Pisos: Si el piso ha perdido el brillo y su capa protectora con el paso del tiempo, se procede al decapado de la superficie.

Este proceso consiste en la aplicación de líquidos especializados, que mediante acción de maquinaria se consigue que la superficie tratada quede nítida, nueva, cristalizada y perfecta. Mediante estas técnicas y maquinarias obtenemos un acabado satisfactorio.

-Cristalización de Pisos: Es un tratamiento específico que se utiliza exclusivamente en pavimentos calcáreos, en superficies que contiene Carbonato Cálcico como el mármol, piedras calizas duras, baldosas, pisos fríos, otros. La cristalización conlleva dos acciones:

Primero la acción mecánica para preparar las superficies a tratar y para lijar o eliminar suciedades, rayados, manchas de oxidación.

Segundo consiste en la acción química, donde los cristalizadores cierran la porosidad de las superficies y las capas de Film superpuestas forman una película auto brillante cristalizada con el fin de renovar el pavimento.

-Limpieza Profesional: Especializada en eliminar la suciedad adherida a las superficies, sin alterar éstas. Esto consiste en la eliminación de la suciedad mediante procesos técnicos y productos específicos.

Eliminando en mayor medida la población microbiana y manteniendo relucientes y nítidas las áreas trabajadas.

Existen diferencias en las necesidades de limpieza y grados de desinfección de los distintos locales o útiles de trabajo, por tanto los

requerimientos de este plan son diferentes. Desglosando en las zonas concretas a limpiar y desinfectar.

-Limpieza de vidrios exteriores en altura: Rociar el vidrio con solución especializada, que desengrasa y desprende con facilidad elementos resultantes de adhesivos e incrustaciones calcáreas de polución, con tecnología de última generación optimizando tiempo, resultados, protegiendo el medio ambiente y la seguridad del personal en trabajos de altura.

-Pulido de Pisos: Como consecuencia del continuo desgaste de la superficie de los pisos al que son sometidos y a la acumulación de suciedad, estos necesitan de un cuidado y atención especial a través de tratamientos profesionales específicos de decapado, encerado y abrillantado, para conservarse siempre en óptimas condiciones y con un aspecto atractivo. Para obtener un gran brillo sobre superficies de vinilo, mármol o terrazo, las máquinas rotativas son la opción ideal.

-Servicios Complementarios:

-Mensajería, Plomería, Albañilería, Electricidad básica, Pintura, Carpintería. Nuestro servicio es altamente profesional y de calidad, adaptándonos a sus necesidades.

-Desinfección a Vapor: Técnica moderna que utiliza el vapor para la eliminación de bacterias de las superficies a base de la presión y la alta temperatura, se aplica directamente sobre la superficie de difícil acceso, logrando una limpieza rápida y mayor grado de desinfección.

2.4. Hipótesis de Trabajo

Con la creación de una empresa de servicio de limpieza se lograría obtener beneficios socio-económicos para el mercado local.

2.5. Señalamiento de las Variables

Categorización:

Variable Independiente: Creación de una empresa de servicio de limpieza para el mercado local.

Variable Dependiente: Obtención de beneficios socio-económicos para el mercado local.

2.5.1. Variable Independiente

Tabla 1. Creación de una empresa de servicios de limpieza para el mercado local.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICA
<p>Una empresa es una unidad económico-social, que tiene como objetivo generar utilidades a través de su participación en el mercado de bienes o servicios, haciendo uso del talento humano, elementos materiales y técnicos,</p> <p>Al servicio se lo puede definir como actividades identificables e intangibles con el objeto principal de brindar a los clientes satisfacción de deseos</p>	<p>TIPOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> -pequeñas. -Grandes. -Según su actividad. -Sector primario. 	<ul style="list-style-type: none"> -Descripción del servicio. -Calidad del servicio. -Ciclo de vida del servicio. -Materia prima: -desinfectantes. 	<p>¿En Manta existe una empresa de servicio de limpieza que satisfaga este mercado?</p> <p>¿Qué tipos de servicio de aseo se oferta en la ciudad de Manta?</p> <p>-¿Qué estrategias de marketing se aplicaría para acaparar un segmento del mercado local en cuanto al servicio de limpieza?</p>	<p>.Revisión</p> <ul style="list-style-type: none"> -bibliográfica. -Encuestas. -Observaciones.

Elaborado por: Amelia Bosada

2.6.2. Variable Dependiente

Tabla 2. Obtención de Beneficio socio-Económicos y rentabilidad

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICA
Obtención de beneficios socio-económicos y rentabilidad.	Es la relación entre la utilidad y la inversión necesaria, para lograrla y mide la efectividad de la gerencia de una empresa	<ul style="list-style-type: none"> -Rentabilidad -Crecimiento de mercado -Cambio social -Satisfacción al cliente -Crecimiento de mercado. -insatisfacción al cliente -Eficacia -Ocupación de los servicio de limpieza -Clientes Satisfechos -Calidad de servicios 	¿Por medio de la oferta del servicio de limpieza; se logrará satisfacer las necesidades de las empresas de Manta?	<ul style="list-style-type: none"> -Revisión -Bibliografía -Encuestas. -Observaciones.

Elaborado por: Amelia Bosada

CAPITULO III

3. METODOLOGÍA

Está basada en la investigación de mercado donde se obtendrán los elementos para el análisis y determinación de estrategias y políticas; escogiendo los métodos más adecuados para obtener éxito con este proyecto.

3.1. Modalidad Básica de la Investigación

Investigación de Campo

Permite realizar un análisis real sobre la comercialización del servicio de aseo y limpieza. Bajo el apoyo de información proveniente de datos, valores, cuestionarios y encuestas. La investigación de campo se aplicará a nivel exploratorio, lo que permitirá indagar la propuesta en el área de mercado, respecto a las dificultades y los beneficios que obtendrá para la ciudad puerto.

Investigación Bibliográfica-Documental

Permitirá ampliar y profundizar los conocimientos en base a las fuentes documentales, como: textos, internet, monografías, tesis, entre otros.

3.2. Nivel o Tipo de Investigación

Para la comprobación de la hipótesis se empleará el nivel exploratorio con el afán de resaltar los aspectos fundamentales sobre el problema planteado y que coadyuven a proceder adecuadamente en la elaboración del plan.

El nivel descriptivo se utilizará el método de análisis para describir y concretar las características de la investigación realizada, lo cual permita ordenar, agrupar y sistematizar los elementos o datos relativos a la investigación. El nivel correlacionar permitirá visualizar las diversas variables y las causas entre sí. Y el nivel explicativo permitirá sintetizar las razones por las que se escogió este propósito.

3.3. Población y Muestra

De acuerdo con el último censo realizado en el 2010 el incremento de la ciudad de Manta ha sido la siguiente:

Tabla 3. Población Económicamente Activa de Manta

(PEA)	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
MANTA	61.139	29.044	90.183

Fuente: INEC –Censo 2010

Elaborado por: Amelia Bosada

Este servicio va a estar dirigido a la población urbana conformada por 90.183 personas, perteneciente a La Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad puerto de Manta.

Muestra

Después de definir la población, se procedió a determinar el tamaño de la muestra de los clientes potenciales para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N= Población. (90.627)

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza (1.96)

P= Probabilidad de éxito (0.08)

Q= Probabilidad de fracaso (0.92)

D= Precisión (error máximo admisible en términos de proporción (0.03).

Aplicando el Cálculo de la Fórmula se Obtiene:

$$n = \frac{90.627 (1.96)^2 \times 0.08 \times 0.92}{(0.03)^2 \times (90.627-1) + (1.96)^2 \times 0.8 \times 0.92}$$

$$n = \frac{90.627 (3.8416) \times 0.0736}{(0.0009) \times (90.626) + (3.8416) \times 0.0736}$$

$$n = \frac{348.152,68 \times 0.0736}{81,5634 + 0.2827417}$$

$$n = \frac{25.624,037}{81,846141}$$

n= 313,07

Las encuestas se aplicaron en:

-PARROQUIA MANTA: Centro de Manta, Avenida Malecón, Avenida Flavio Reyes.

-PARROQUIA TARQUI: Centro Tarqui, Jocay, Miraflores, Urbirríos.

-PARROQUIA LOS ESTEROS: Centro de los Esteros, El Palmar, Divino Niño y la Pradera

-PARROQUIA ELOY ALFARO: Centro: San Patricio, Santa Clara, Santana y Nueva Esperanza.

Recolección de la Información

Para obtener la información se lo efectuó a través de apoyo bibliográfico revistas, folletos libros e internet.

Aplicación de encuestas, mediante los instrumentos respectivos.

3.4. Procesamiento y Análisis.

Revisión y elaboración de cuadros con datos significativos, análisis e interpretación de resultados para el informe final.

Para su operatividad, se aplicó el paquete informático OFFICE

- Información teórica: WORD

- Información Estadística: EXCEL, para Tabulación Estadístico a través del Software correspondiente.

--Sistematización de los datos.

--Elaboración de cuadros y gráficos estadísticos, utilizando también tablas Excel.

--Finalmente Análisis de los resultados y obtención de conclusiones y recomendaciones.

3.5. Recursos Administrativos

Tabla 4. Recursos

<p>INSTITUCIONALES:</p> <ul style="list-style-type: none">- Cámara de Comercio- Empresarios de Manta- Clientes y ciudadanos- <p>HUMANOS:</p> <ul style="list-style-type: none">- Investigador de la Tesis- Director de tesis de grado

Elaborado por: Amelia Bosada

3.6. Cronograma

Tabla 5. Cronograma

Facultad de Ciencias Administrativas		
Escuela de Ingeniería en Marketing		
Cronograma de trabajo en Tutoría de Tesis		
TEMA: "PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DIRIGIDO A COMPAÑIAS DE LA CIUDAD DE MANTA"		
FECHA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
19/08/2013	ASIGNACIÓN DE DIRECTOR DE TESIS	1 Hora
10/09/2013	ANÁLISIS DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DEL PROYECTO.	3 Horas
07/10/2013	REALIZACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO.	3 Horas
20/10/2013	ANÁLISIS DEL MARCO TEÓRICO.	3 Horas
25/10/2013	ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA PARA LAS ENCUESTAS.	3 Horas
15/01/2014	REALIZACIÓN DE LAS PREGUNTAS PARA LA ENCUESTA	2 Horas
15/01/2014	REVISIÓN Y APROBACIÓN DE LAS PREGUNTAS	2 horas
05/02/2014	REVISIÓN TABULACIÓN, CALIFICACIÓN DE RIESGO DE LA ENCUESTA.	3 Horas
12/03/2014	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	3 Horas
26/03/2014	REALIZACIÓN DE LAS PROPUESTA, OBJETIVO Y JUSTIFICACIÓN	3 Horas
09/04/2014	ORGANIZACIÓN DEL MARCO LOGICO DE LA PROPUESTA.	2 Horas
18/04/2014	ANÁLISIS DE LOS FACTORES EXTERNOS E INTERNOS.	2 Horas
23/04/2014	EXPLICACIÓN DE ANÁLISIS DE LA OFERTA, ANÁLISIS DE LA DEMANDA	2 Horas
30/04/2014	EXPLICACIÓN DE ANÁLISIS D.O.F.A.	2 Horas
16/05/2014	INVESTIGACIÓN DE LOS REQUERIMIENTOS LEGALES Y FISCALES.	2 Horas
28/05/2014	PEQUEÑAS CORRECCIONES GENERALES DEL ESTUDIO DEL MERCADO	2 Horas
06/06/2014	ESTUDIO TÉCNICO: TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	3 Horas
18/06/2014	ANÁLISIS DEL TIPO DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN A REALIZAR.	2 Horas
25/07/2014	REALIZACIÓN Y ANÁLISIS DE PRECIOS.	2 Horas
02/09/2014	REALIZACIÓN DE LOS RESULTADOS FINANCIEROS.	3 Horas
18/12/2014	ANÁLISIS DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS, SOCIAL Y AMBIENTAL.	3 Horas
23/01/2015	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	1 Hora
01/04/2015	REALIZACIÓN DEL ÍNDICE AUTOMÁTICO, RESUMEN EJECUTIVO, INTRODUCCIÓN	3 Horas
06/05/2015	REVISIÓN DE LA TESIS GENERAL	3 Horas
	SOLICITUD DE JURADO EN SECRETARIA	1 Hora
	ENTREGA DE LAS CORRECCIONES POR PARTE DEL JURADO	1 Hora
	APROBACIÓN DE LAS CORRECCIONES	
	APROBACIÓN DE LAS CORRECCIONES	
	APROBACIÓN DE LAS CORRECCIONES	
		60 HORAS
TUTORADO:	AMELIA LISETH BOSADA MACIAS	f.
TUTOR:	ING. AARÓN BADUY MOLINA	f.

Elaborado por: Amelia Bosada

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Las encuestas presentadas a continuación fueron aplicadas a 313 según la muestra que se obtuvo de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Manta.

1.- En la ciudad de Manta se creará una microempresa dedicada al servicio de limpieza para el sector empresarial, diferente a las del entorno, ¿está de acuerdo con este proyecto?

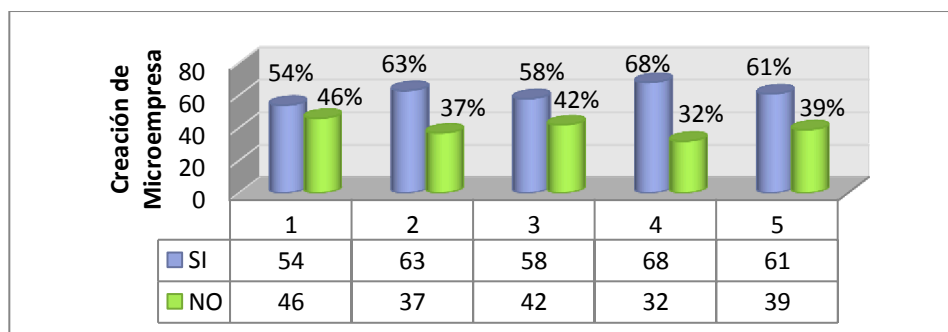
Tabla 6. Creación de Microempresa

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS DEL PUERTO DE MANTA								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	SI	42	54	49	63	45	58	54	68	190	61
2	NO	36	46	29	37	33	42	25	32	123	39
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 2. Creación de Microempresa



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, el 61% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo con la factibilidad de este proyecto porque representa una solución a un problema que existe en las diversas empresas de la ciudad puerto. Además el 39% estima su desacuerdo. Se deduce que existe un sector que requiere del servicio de limpieza.

2.- ¿Cuál es el tipo o atributos que busca en el servicio de limpieza?

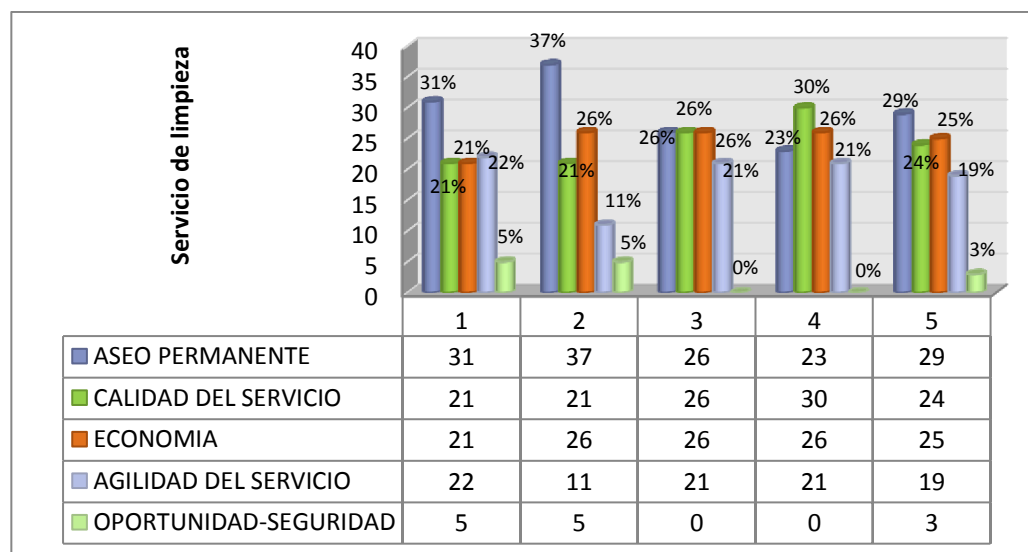
Tabla 7. Servicio de Limpieza

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS DEL PUERTO DE MANTA								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	ASEO PERMANENTE	24	31	29	37	21	26	18	23	92	29
2	CALIDAD DEL SERVICIO	16	21	16	21	20	26	24	30	76	24
3	ECONOMIA	16	21	20	26	20	26	21	26	77	25
4	AGILIDAD DEL SERVICIO	18	22	9	11	17	21	16	21	60	19
5	OPORTUNIDAD-SEGURIDAD	4	5	4	5	0	0	0	0	8	3
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 3. Servicio de Limpieza



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón de Manta, el 29% de los encuestados manifiesta que este servicio debe ser permanente, el 24% le atribuye a la existencia de un servicio de calidad, el 25% prefiere la economía, el 19% requiere que el servicio sea ágil, el 3% demanda que el servicio de limpieza goce de seguridad y confianza.

3.- ¿Le gustaría encontrar en la ciudad de Manta, esta alternativa de servicio de limpieza?

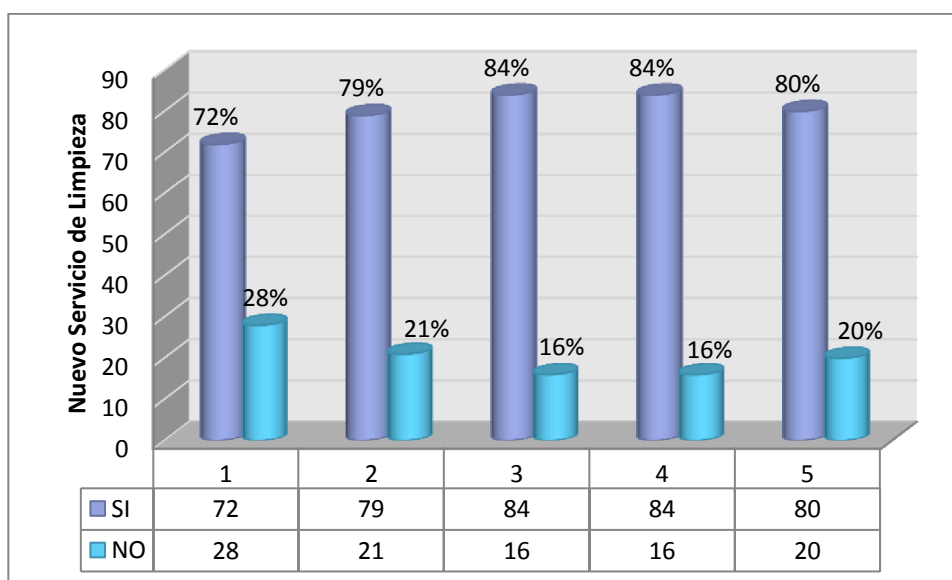
Tabla 8. Nuevo Servicio de Limpieza

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	SI	56	72	62	79	66	84	66	84	250	80
2	NO	22	28	16	21	12	16	12	16	63	20
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	78	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 4. Nuevo Servicio de Limpieza



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, el 80% de los encuestados indican que Sí es necesario tener en el colectivo este servicio; y, el 20% expresan que no.

4.- ¿Le entusiasma encontrar catálogos que contenga la información adecuada sobre el servicio de limpieza que se oferta?

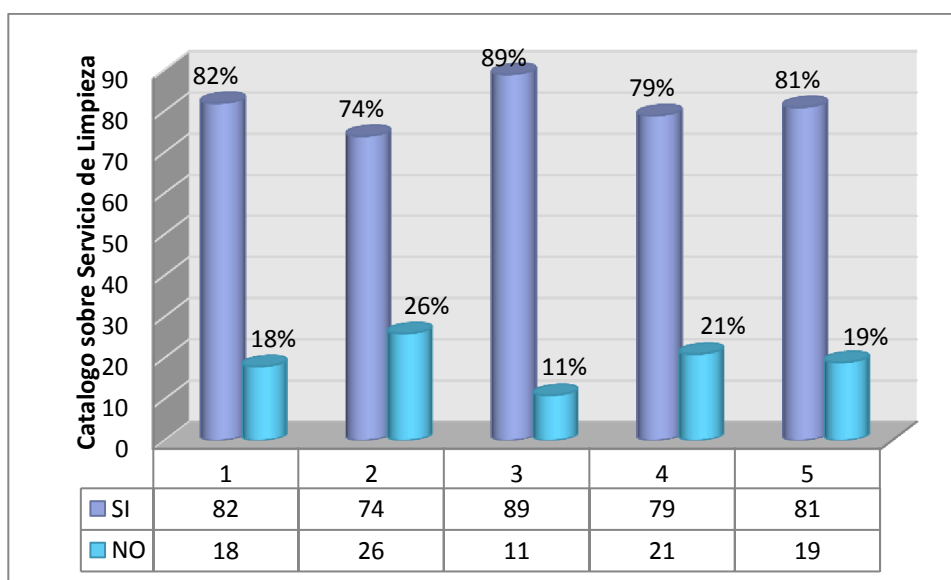
Tabla 9. Catalogo sobre Servicio de Limpieza

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	SI	64	82	58	74	69	89	62	79	253	81
2	NO	14	18	20	26	9	11	17	21	60	19
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 5. Catalogo sobre Servicio de Limpieza



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, el 81% de los encuestados expresan que si es pertinente encontrar información y asesoramiento del servicio de limpieza ofertado, y el 19% cree que no. Los catálogos vierten en su contenido mucha información y diversas características del servicio.

5.- ¿Con que frecuencia efectúa limpieza en su empresa?

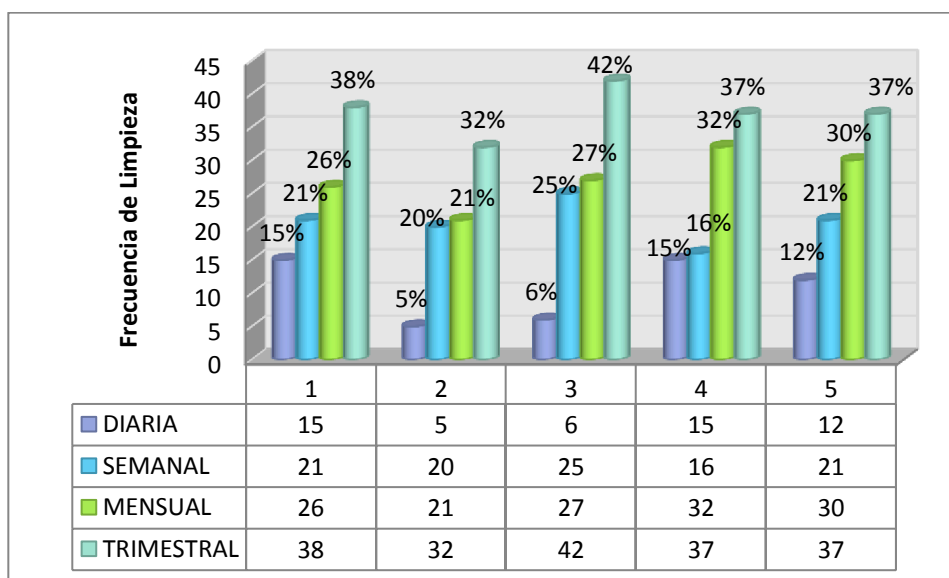
Tabla 10. Frecuencia de Limpieza

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	DIARIA	12	15	8	5	4	6	12	15	37	12
2	SEMANTAL	16	21	16	20	20	25	13	16	65	21
3	MENSUAL	20	26	29	21	21	27	25	32	94	30
4	TRIMESTRAL	30	38	25	32	33	42	29	37	117	37
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 6. Frecuencia de Limpieza



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, los encuestados manifiestan en un 12% que la limpieza de su empresa se realiza a diario, el 21% indica que se la ejecuta semanalmente, el 30% mensual; y, el 37% trimestral.

6.- ¿Qué tipo de desinfectantes desearía que sean utilizados en la limpieza de sus instalaciones?

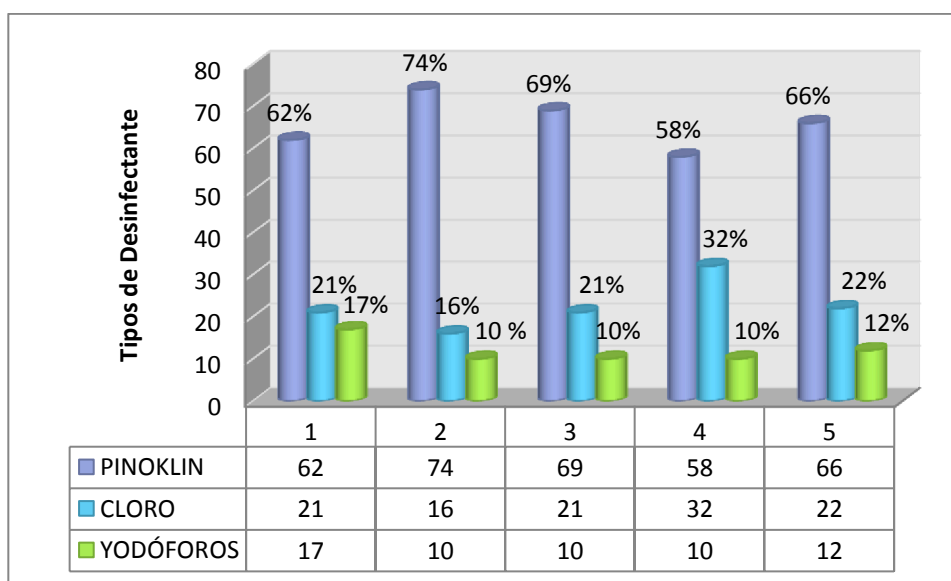
Tabla 11. Tipos de Desinfectante

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	PINOKLIN	49	62	58	74	54	69	46	58	206	66
2	CLORO	16	21	12	16	16	21	25	32	69	22
3	YODÓFOROS	13	17	8	10	8	10	8	10	38	12
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 7. Tipos de Desinfectante



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación.

En el cantón Manta, los encuestados manifiestan en un 66% que prefieren PINOKLIN para la desinfección, el 22% cloro; y, el 12% expresa que puede ser de otro elemento químico desinfectante como el YODÓFORO.

7.- ¿Por qué le gustaría utilizar los servicios de limpieza o aseo?

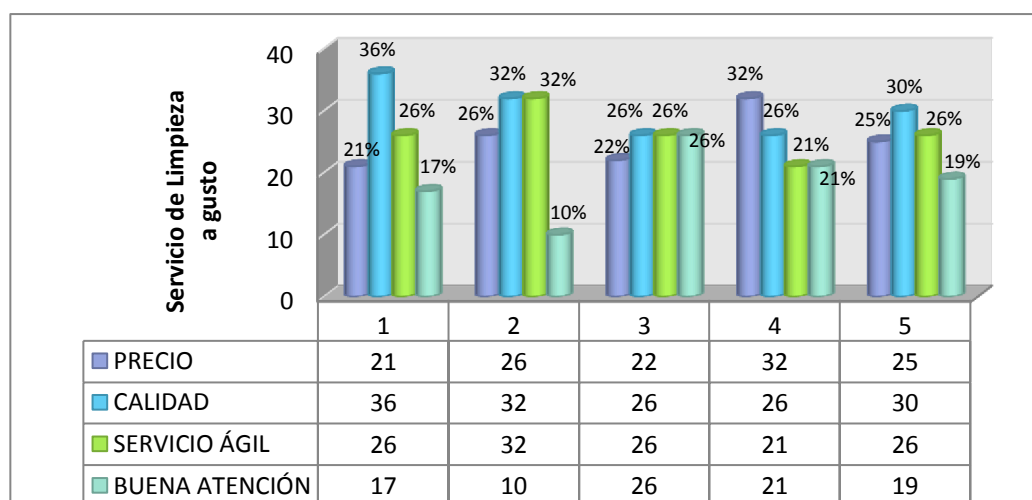
Tabla 12. Servicio de Limpieza a gusto

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	PRECIO	17	21	20	26	18	22	25	32	78	25
2	CALIDAD	28	36	25	32	20	26	20	26	94	30
3	SERVICIO ÁGIL	20	26	25	32	20	26	17	21	81	26
4	BUENA ATENCIÓN	13	17	8	10	20	26	17	21	60	19
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 8. Servicio de Limpieza a gusto



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, los encuestados manifiestan en un 25% que les gustaría utilizar el servicio por el precio, otro 30% indica que será por su calidad, el 26% por la agilidad; y, el 19% manifiestan que influirá la buena atención. Por lo tanto es pertinente que se tomen en cuenta todas estas características o bondades que debe complementar un buen servicio.

8.- ¿Les gustaría encontrar atención especializada sobre el servicio de limpieza que se oferta?

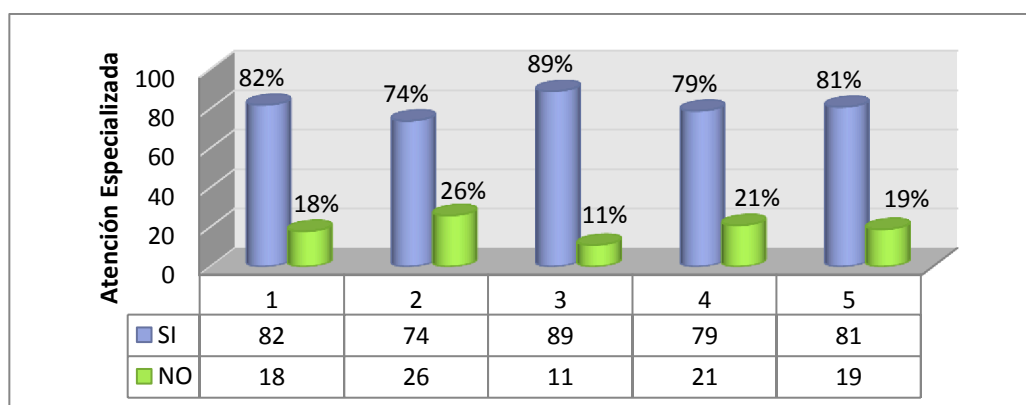
Tabla 13. Atención Especializada

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	SI	64	82	58	74	69	89	62	79	254	81
2	NO	14	18	20	26	9	11	17	21	59	19
SUB-TOTAL		78	25	78	25	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 9. Atención Especializada



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, los encuestados manifiestan en un 81% que les gustaría una atención con personal especializado en procesos de limpieza; y, el 19% manifiestan que no es necesario. Si la compañía ofrece y cuenta con personal que asesore adecuadamente a quienes requieren este servicio, visualizando u orientando sobre las características técnicas, funciones, ventajas, etc, se obtendrán mayores clientes.

9.- ¿Cuáles son los lugares más frecuentes de adquisición de productos de limpieza?

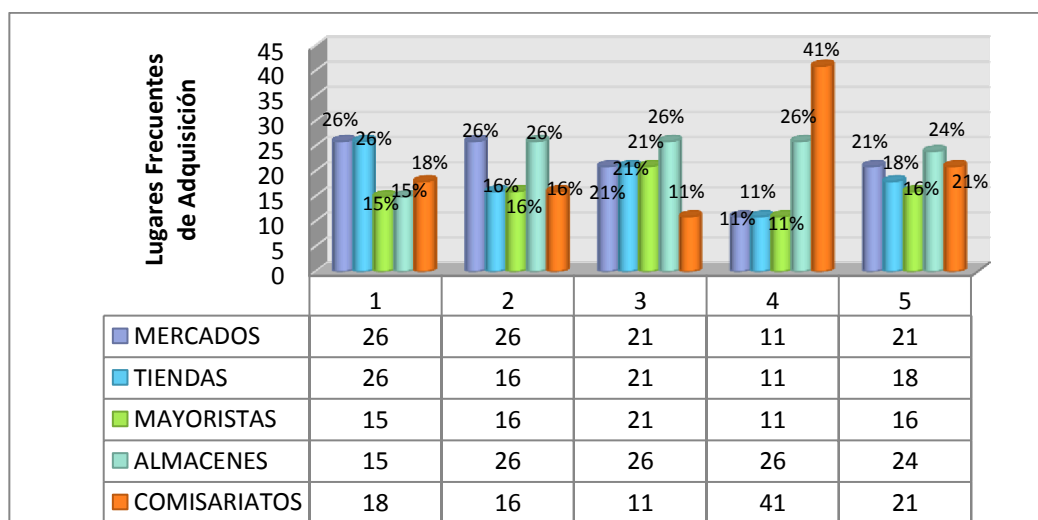
Tabla 14. Lugares Frecuentes de Adquisición

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS DEL PUERTO DE MANTA								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	MERCADOS	20	26	20	26	16	21	9	11	66	21
2	TIENDAS	20	26	12	16	16	21	9	11	56	18
3	MAYORISTAS	12	15	13	16	16	21	9	11	50	16
4	ALMACENES	12	15	20	26	20	26	20	26	75	24
5	COMISARIATOS	14	18	13	16	10	11	32	41	66	21
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 10. Lugares Frecuentes de Adquisición



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, los encuestados manifiestan en un 21% que ellos compran en los mercados, el 18% en las tiendas, el 16% con los mayoristas, el 24% en los almacenes; y, el 21% en los comisariatos. Entonces se deduce que el mercado está segmentado y que la adquisición de la información y la oferta del servicio, debería ser efectuado en dichos lugares.

10.- ¿Cree usted que la marca influye mucho en la adquisición del servicio de limpieza?

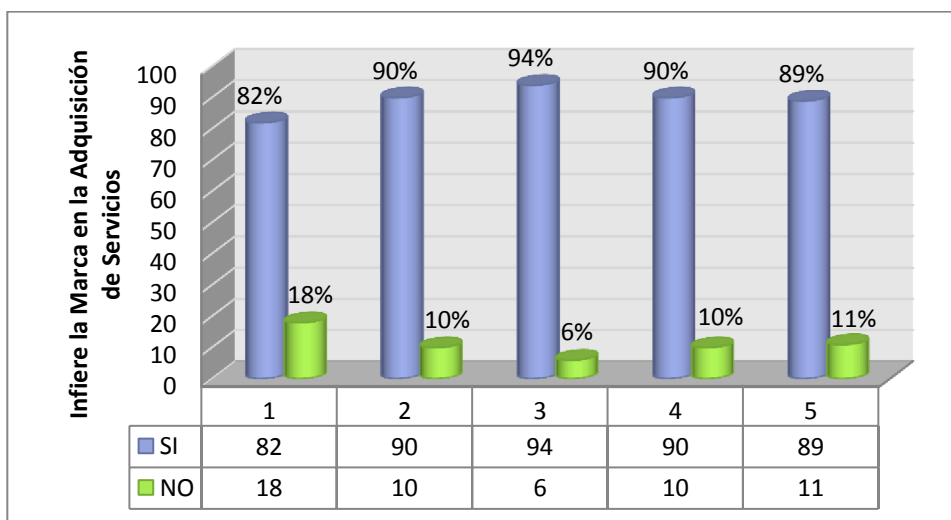
Tabla 15. Infiere la Marca en la Adquisición de Servicios

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
2	SI	64	82	70	90	73	94	71	90	279	89
3	NO	14	18	8	10	5	6	8	10	34	11
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 11. Infiere la Marca en la Adquisición de Servicios



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, los encuestados manifiestan en un 89% que la marca es un elemento influyente para la comercialización de un servicio; y, el 11% manifiestan que no es necesario. La marca es un nombre que se utiliza para distinguir un servicio Tienen como fin social facilitar a las personas el acceso a los bienes y servicios de su preferencia, debiéndose evitar toda práctica que provoque confusión.

11.-¿Cuál de estas sugerencias serían indispensables para el desarrollo de esta microempresa?

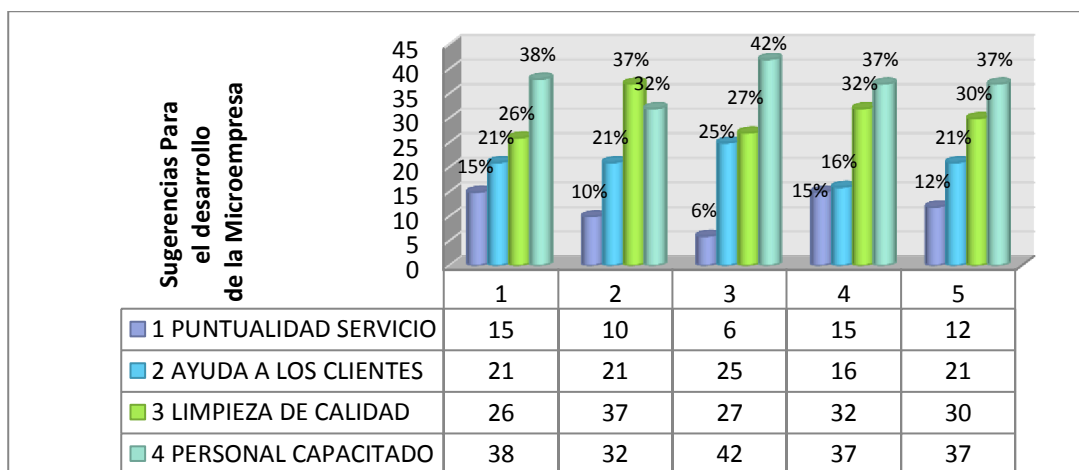
Tabla 16. Sugerencias Para el desarrollo de la Microempresa

#	ALTERNATIVAS	PARROQUIAS URBANAS								TOTAL	
		MANTA		TARQUI		LOS ESTEROS		ELOY ALFARO			
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	PUNTUALIDAD SERVICIO	12	15	8	10	5	6	12	15	37	12
2	AYUDA A LOS CLIENTES	16	21	16	21	19	25	13	16	66	21
3	LIMPIEZA DE CALIDAD	20	26	29	37	21	27	25	32	94	30
4	PERSONAL CAPACITADO	30	38	25	32	33	42	29	37	116	37
SUB-TOTAL		78	100	78	100	78	100	79	100	313	100

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Amelia Bosada

Gráfico 12. Sugerencias Para el desarrollo de la Microempresa



Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis e Interpretación

En el cantón Manta, los encuestados manifiestan en un 12% que para el desarrollo de la empresa se requiere brindar un servicio con puntualidad, el 21% que influye la ayuda o el asesoramiento adecuado a los clientes, el 30% que la limpieza se efectúe con la máxima calidad; y, el 37% manifiestan que la empresa debería contar con personal capacitado. Estos epígrafes se deberían tomar en cuenta por cuanto son los clientes los que las sugieren y el servicio es para ellos.

4.1. ANÁLISIS DE LA ENCUESTAS

En la ciudad de Manta es factible la implementación de una empresa que brinde servicio de limpieza, como lo demuestran las encuestas realizadas, en donde podemos notar el interés de contar con un servicio de aseo que sea puntual, oportuno, responsable con el medio ambiente, teniendo productos de primera calidad y personal altamente capacitado para cumplir con cada requerimiento de los clientes.

Al implementar una nueva empresa que ofrezca el servicio de limpieza, se cuenta con una gran ventaja en el mercado que se debe potenciar y aprovechar, es el desconocimiento de la existencia de empresas que ofrecen este servicio, creando una oportunidad de generar una empresa que sea reconocida por la calidad de servicio que ofrece.

Según las encuesta el 80% de los encuestas les gustaría encontrar en la ciudad de Manta la alternativa de contar con una empresa de limpieza que ofrezca un servicio personalizado y reduzca costos de su presupuesto.

CAPÍTULO V

Conclusiones

- En la ciudad puerto internacional de Manta es muy factible la implantación de una empresa dedicada al servicio de aseo y limpieza de empresas y hogares con valor agregado, apoyado con el implemento de: estrategias de promoción, de servicio-oferta y de comercialización.
- El lugar más factible para la ubicación de una empresa de limpieza es en el Centro de la Ciudad, porque es donde existe más afluencia de gente y se puede dar a conocer la empresa.
- Este tipo de empresas de servicios no generan un alto volumen de contaminación, porque la materia prima (desinfectantes, detergentes) será adquirida en Guayaquil, en un estado que no requiere proceso de fabricación.

Recomendaciones

- Implementar y perfeccionar un plan de negocio que logre que Xpert Clean tenga la aceptación y posicionamiento en el mercado con el fin de obtener el liderazgo en el servicio de limpieza destinado a las compañías.
- Capacitar constantemente al personal de Xpert Clean para brindar un servicio mejorado que permita a los clientes confiar en la eficiencia y seguridad del servicio que se ofrece.
- Obtener el posicionamiento del mercado mediante la implementación del servicio de limpieza que brindará Xpert Clean, aportando en forma positiva a la economía de la ciudad de Manta, generando también fuentes de trabajo y beneficios para la colectividad.

CAPÍTULO VI

5. PROPUESTA

6.1. Datos Informativos de la Propuesta.

6.1.1. Título de la Propuesta

“PLAN DE NEGOCIO PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA XPERT CLEAN CON LA FINALIDAD DEL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO DE LIMPIEZA EN LAS COMPAÑÍAS DE LA CIUDAD DE MANTA”

Ilustración 1. Logotipo



Elaborado por: Amelia Bosada

6.1.2. Trabajo que Corresponde

Tesis de Grado para optar por el Título de Ingeniera en Marketing.

6.1.3. Área de Desarrollo de la Propuesta

Cantón Manta de la Provincia de Manabí

6.1.4. Involucrados

Amelia Liseth Bosada Macías

6.1.5. Director De Tesis

Ing. Aarón Baduy M.

6.1.6. Tipo de Propuesta.

Propuesta de Negocio en el campo de la gestión empresarial, para la implantación y posicionamiento de la empresa de servicio de limpieza.

6.1.7. Fecha de Inicio.

Octubre de 2014.

6.2. Antecedentes de la Propuesta

En la ciudad de Manta la limpieza y desinfección del área de trabajo se encuentra regulada por el Ministerio de Salud Pública del Ecuador, quienes se encargan de que las empresas ofrezcan a sus trabajadores un

óptimo lugar de trabajo bajo condiciones sanitarias estandarizadas para proteger la integridad de sus trabajadores y a la vez ofrecer a sus clientes un buen servicio y un lugar impecable.

Las primeras empresas de limpieza que abrieron sus puertas para ofrecer este servicio en la ciudad de Manta no tuvieron el éxito esperado debido a que las compañías se aferraban a los métodos convencionales y se resistían al cambio

En los últimos 3 años se ha desarrollado un crecimiento en el mercado de las empresas que ofrecen el servicio de limpieza y cada vez son más las compañías que prefieren contratar este servicio a través de empresas especializadas y capacitadas en este campo.

Es así que ésta actividad posee en la actualidad una gran apertura en el mercado actual conjuntamente con un crecimiento y evolución constante.

MISIÓN DE LA PROPUESTA.

Ser una empresa dedicada a brindar un servicio de limpieza personalizado, eficiente y responsable, mediante un personal altamente calificado para satisfacer las necesidades de los clientes, brindando una atención oportuna y eficaz a los requerimientos exigidos.

VISIÓN

Ser una empresa líder en el mercado de servicios de limpieza proporcionando a sus clientes un servicio seguro y confiable con altos estándares de calidad.

6.3. Objetivos de la Propuesta

6.3.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocio que permita alcanzar el posicionamiento de la empresa de servicios de limpieza Xpert Clean mejorando de esta manera la calidad de servicio de limpieza que ofrece la competencia.

6.3.2. Objetivos Específicos

-Estructurar plan comunicacional en medios para promocionar la empresa.

-Posicionar la empresa en la ciudad de Manta.

-Ofertar a las empresas un servicio de limpieza para mejorar las demandas insatisfechas existentes.

6.3.3. Objetivos Estratégicos

-Lograr el crecimiento de la empresa servicio Xpert Clean a través de la satisfacción de los clientes de Manta.

-Apoyar a las/los empresas y hogares en su deseo de verse cada día en un ambiente saludable, cómodo y agradable, al mismo tiempo cooperando con el medio ambiente.

-Destacar el valor estratégico y la oportunidad de negocio en la oferta del servicio que ofrece Xpert Clean con la finalidad de atraer clientes potenciales que en el futuro sean frecuentes.

-Marcar la diferencia con la competencia demostrando calidad y eficiencia en el servicio de limpieza con las mejores marcas de desinfectantes que existen en el mercado.

6.4. Justificación

La creación de una empresa de limpieza contribuye con la economía de la ciudad de Manta generando plazas de trabajo. Por ello es importante que nuevos profesionales aporten al crecimiento empresarial siendo emprendedores, ofreciendo a su vez un servicio de calidad y un desarrollo social sostenible.

En la actualidad existe una gran necesidad en las compañías por la razón de que no cuentan con un servicio de limpieza de calidad debido a la escasez de empresas que ofrecen este servicio, es por este motivo que suelen contratar un personal de limpieza permanente, lo cual representa una oportunidad de factibilidad para la implementación de la empresa Xpert Clean, teniendo como objetivo cumplir con la satisfacción de los clientes a través de un servicio de calidad.

El estudio realizado demuestra la viabilidad para la creación de la misma, es por esto que existen altas posibilidades de ingresar al mercado contando con un personal capacitado, especializado; con el fin de conseguir el posicionamiento en la mente de los clientes y fidelización de los mismos.

6.4.1. Problema a Resolver

El ineficiente y escaso servicio de limpieza que ofrecen las compañías de la localidad, ha ocasionado que las mismas y otras edificaciones del sector del Puerto, desmejoren su aspecto de salubridad, presentación y su imagen exterior, exponiéndose a su deterioro y desaseo; por cuanto existen lugares (ventanales de vidrio, terraza, mezanine). Donde los que efectúan la limpieza no lo pueden hacer debido a que no cuentan con las herramientas e implementación pertinente para efectuar dicho cometido.

6.4.2. Beneficiarios

Los posibles clientes para “Xpert Clean”, son empresas que se dedican a diversas actividades económicas, entre ellas: pesca, gastronomía, comercio y servicios.

Son empresas que no desean incorporar personal permanente de limpieza debido a situaciones laborales.

6.4.3. Impacto

- Impacto Social

A partir de la creación de una nueva empresa que ofrece servicios de limpieza genera en nuestro medio un impacto socio – económico, que influye positivamente en el crecimiento de la sociedad, genera plazas de trabajo para la ciudad y contribuyendo en el aseo y limpieza de las plazas de trabajo creando para el personal que labora en las empresa un medio acto y en condiciones saludables para desarrollar el trabajo encomendado y generando para los propietarios de las empresas mejores resultados.

-Impacto Ambiental

La relación entre el medio ambiente y las empresas es muy estrecha debido a estos componentes que son parte de esta actividad.

El impacto sobre el medio ambiente tiene un suceso proporcional a la cantidad de detergentes, ceras y otros insumos.

Por eso es importante conocer el tipo de insumos y accesorios que se usan para el servicio aseo y limpieza.

Por lo señalado, es muy relevante y pertinente que en Manta donde existen industrias y empresas comerciales que aún presentan serios trastornos ecológicos debido al fruto de su actividad, ocasiona daños ambientales con severas consecuencias en dicha zona, porque ninguna ciudad puede soportar tanta carga contaminante como por ejemplo químicos, insumos de aseo y limpieza, entre otros.

Lo positivo es que actualmente se cuenta con un mayor control de instituciones especializadas como el Ministerio del Medio Ambiente, Salud, Sanidad; los cuales asesorarán y capacitarán debidamente a Xpert Clean, con la finalidad de proporcionar instrucciones para un adecuado cuidado y conservación del medio ambiente y el lugar donde va a operar la empresa. (Lamb Charles, 2002)

6.5. Fundamentación

Las empresas son entidades rentables que han sido creadas por emprendedores que al verse sin una plaza de trabajo estable contribuyen al crecimiento de la ciudad, creando una empresa independiente con aspiraciones que cumpla con los requerimientos de la sociedad dando a su vez la satisfacción de las necesidades que se encontraban rezagadas en el medio.

La creación de un proyecto es el primer paso para llevar a cabo la implementación de una nueva empresa y sacarlo adelante, creando una alternativa productiva para enfrentar al sector más vulnerable, ofreciendo empleos y luchando contra la pobreza.

Hoy en día existen poderosas herramientas que persuaden a los clientes, de modo que se los pueda fidelizar.

En lo que respecta al servicio de limpieza que oferta “XPERT CLEAN”, se buscará eliminar la insalubridad que poseen las empresas y que requieren de este servicio, teniendo como beneficio un lugar más limpio y agradable tanto para los empleados como los clientes.

Otro aspecto importante es el bienestar común sumado a una mejor predisposición al trabajo, dando así una contribución objetiva al cumplimiento de lo que se han propuesto los empresarios en sus compañías.

6.5.1. Matriz del Marco Lógico de la Propuesta

Tabla 17. Matriz del Marco Lógico

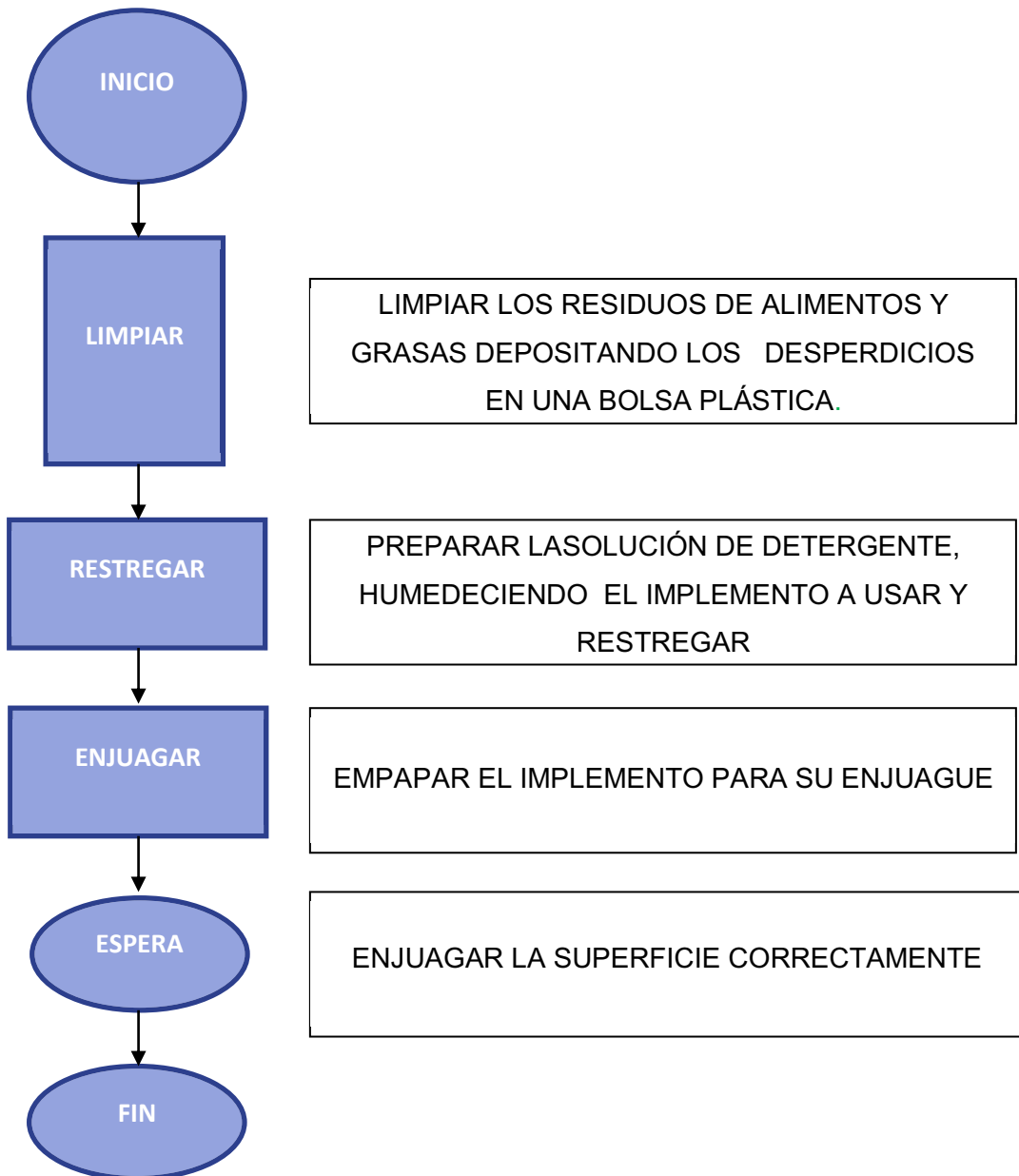
RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<p>FIN: Abrir en Manta oportunidades de empleo y desarrollo económico y social para Xpert Clean y sus integrantes.</p> <p>PROPÓSITOS: -Lograr el crecimiento de la empresa servicio Xpert Clean a través de la satisfacción de los clientes de Manta.</p>	<p>A finales del año 2015 brindar el 50% de este servicio a las empresas de esta localidad</p> <p>En el año 2015 habrá un mejor servicio de aseo y limpieza y una excelente imagen de las empresas de Manta.</p>	<p>Como medios de verificación tenemos;</p> <p>-Base de Datos</p> <p>-Estadísticas de Pagina Web.</p> <p>-Referencias</p> <p>-Incremento de clientes</p>	<p>- Mejorar la apariencia de las empresas de Manta.</p> <p>-Restaurar la infraestructura e imagen interna y externa de las empresas.</p>
<p>Implementar un plan de negocio para brindar un servicio de limpieza de calidad para satisfacer las necesidades de las compañías del mercado de</p>	<p>ACTIVIDADES:</p> <p>- Correo masivo</p> <p>-Vallas publicitarias</p> <p>- Contactos telefónicos</p>	<p>-Estabilidad y rentabilidad de la compañía.</p> <p>-Clientes fieles a este servicio, que crean en la empresa</p>	<p>-Fomentar la cultura de limpieza en la población de la ciudad y en el cuidado de su carta de presentación.</p>

Manta.			
<p>COMPONENTES: Para la implementación exitosa de esta propuesta se requiere cumplir con la socialización de los accionistas.</p>	<p>PLAN DE MÁRKETING.</p> <p>- PERSONAL REQUERIDO</p> <p>Personal idóneo y altamente capacitado para desempeñar las labores correspondientes a cada necesidad. Reclutamiento, selección y contratación.</p>	<p>-PUBLICIDAD</p> <p>-PROMOCIÓN</p> <p>-PLAZA</p> <p>- PRECIO</p> <p>-POSICIONAMIENTO</p> <p>La empresa Xpert Clean estará en el centro de la ciudad de Manta.</p>	<p>-Trípticos -Folletos -Hojas volantes -Espacios comerciales -Ferias y exposiciones. - Mercado de Manta -Ajustable al mercado con diferencia del 5% en relación a la competencia</p>

Elaborado por: Amelia Bosada

6.6. Metodología: Plan De Marketing

Gráfico 13. Proceso De Aseo Y Limpieza:



Elaborado por: Amelia Bosada

Accesorios e Insumos que Xpert Clean requiere para brindar un Servicio de Aseo Y Limpieza de Calidad

Tabla 18. Equipos de Limpieza

CANTIDAD	DETALLE
4	CARRITOS DE LIMPIEZA
3	ENCERADORA
3	ASPIRADORAS
3	PULIDORAS

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 19. Materiales de Limpieza

CANTIDAD	DETALLE
3	ESCALERAS
3	ANDAMIOS
6	UNIFORMES
10	ESCOBAS
10	RECOGEDORES
10	ESCURRIDORES
10	TRAPEADORES
2	LIMPIA VIDRIOS
4	ZAPATOS SEGURIDAD CON PUNTA DE ACERO
4	CASCO PROTECTOR PARA SEGURIDAD
100	MASCARILLAS PARA USO INDIVIDUAL
4	GUANTES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL
2	ARNES DE SEGURIDAD DE 4 PUNTOS

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 20. Insumos de limpieza

CANTIDAD	INSUMOS
240	KILOS DE DETERGENTE
24	CANECAS DE CLORO
24	CANECAS DE DESINFECTANTE
60	GALONES DE AMBIENTAL
36	CANECA DE ACIDO
36	CANECAS DE CERA PARA PISOS
24	CANECAS DESENGRASANTES
30	LITROS DE LIMPIA VIDRIOS LIQUIDOS
10	CANECAS DE JABÓN LIQUIDO
24	CANECAS DE ALCOHOL
72	GUANTES DE NITRILO LATEX
120	ESPONJA MULTIUSO
1200	FUNDAS PLÁSTICAS
3 LITROS	JABONES LIQUIDOS
2 CANECAS	ALCOHOL
10 UNIDADES	ESPONJAS MULTIUSO
100 UNIDADES	FUNDAS PLASTICAS

Elaborado por: Amelia Bosada

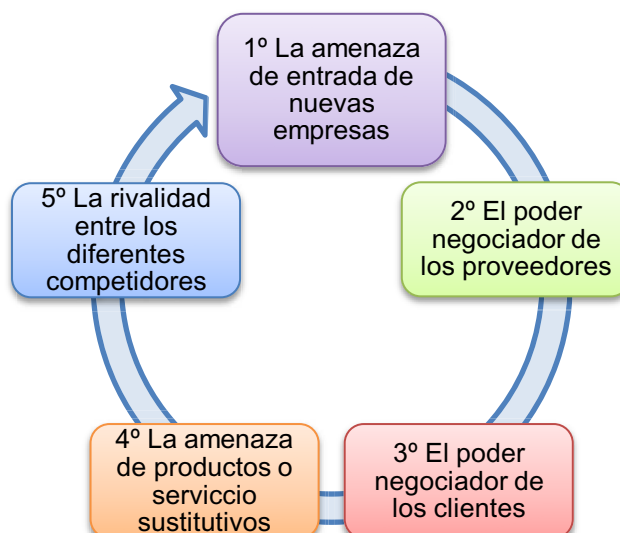
PARTE I: MÁRKETING ESTRATÉGICO

1. Consumidor

Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter

El Análisis de Porter de las cinco fuerzas es un modelo estratégico elaborado por el economista y profesor Michael Porter de la Harvard BusinessSchool Michael Porter en 1979.

Gráfico 14. Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter



Elaborado por: Amelia Bosada

La acción conjunta de estas cinco fuerzas competitivas es la que va a determinar la rivalidad existente en el sector. Los beneficios obtenidos por las distintas empresas van a depender directamente de la intensidad de la rivalidad entre las empresas, a mayor rivalidad, menor beneficio

1.- Amenaza de Entrada de Nuevas Empresas

Es un aspecto importante saber que cuando una empresa nueva quiere posicionarse hay que tomar en consideración a las compañías que ya están establecidas en muchos ámbitos.

Sin embargo XPERTCLEAN será una empresa que luchará ardua e incansablemente aplicando técnicas y estrategias eficientes que serán claves para llegar al cumplimiento de todo lo que se haya planteado.

2.- El Poder Negociador de los Proveedores

Es trascendental tener el proveedor indicado. Para esto la empresa Xpert Clean será flexible en sus condiciones tanto en costos como en calidad de lo que se le provee, sin perjudicar al cliente ni a la empresa; contribuyendo así con el fin de la misma brindando un servicio oportuno.

3.- El Poder Negociador de los Clientes

Para llegar a una óptima relación con los clientes la empresa será condescendiente y justa al mismo tiempo. Dando precios cómodos sin bajar la calidad del servicio.

4.- La Amenaza de Productos o Servicios Sustitutos

Esta amenaza es inminente, por lo cual la empresa Xpert Clean siempre se mantendrá actualizada y a la vanguardia de todo lo que encierra los servicios renovados y los cambios para el mejoramiento y progreso continuo de los mismos.

5.- La Rivalidad entre los Diferentes Competidores

Una competencia entre las empresas que ofrecen el mismo servicio va en beneficio de los clientes porque todos tratan de dar las mejores ofertas. Sin embargo no todos lo hacen de manera real y eficiente. A partir de ese punto Xpert Clean no descuidará su finalidad más importante que es la satisfacción completa del cliente en todos los sentidos.

2. Mercado

Mercado Objetivo

El mercado objetivo estará dirigido a las empresas públicas y privadas de Manta.

Se ofrecerá servicio de limpieza de guarderías y todo tipo de centros de enseñanza como: escuelas, colegios, institutos, universidades, etc.

También abarca la limpieza de hospitales, clínicas, centros asistenciales, y oficinas.

Acciones

Las principales acciones que realizará Xpert Clean son:

- Concurrir a los importantes eventos donde se pueda dar a conocer el servicio de limpieza para mejorar el perfil del negocio.

- Difundir una campaña de publicidad en TV y periódicos para promocionar el nuevo servicio de aseo y limpieza que ofrecerá XpertClean.

Ámbitos del Plan

- La definición de la estrategia que se empleará para promocionar los diferentes servicios de limpieza que proporciona la empresa.

- La estrategia de mercados local y en lo posible proyectando a nivel nacional.

- Para apoyar la fuerza de venta y comercialización se debe definir los slogans de marketing: En este caso es: “SERVICIO DE CALIDAD EN LA LIMPIEZA ES NUESTRA NATURALEZA”.

Se facilitaran muestras gratis, se realizarán ferias para dar a conocer el servicio a ofrecer, stands de exposiciones, etc.

Competidores

Según la información e investigación efectuada, en Manta existe muy poca competencia directa, por cuanto la cultura del servicio de aseo y limpieza en la ciudad puerto, es incipiente. Sin embargo el mercado de limpieza está en crecimiento debido a la demanda existente de las empresas que cada día requieren la contratación de empresas de este servicio.

Los principales competidores son:

- SERVILIMPIO

DIRECCION: Barrió Barbasquillo / TELEFONO: 052626145

-ANDRAMED FAST

DIRECCION; Calle8 Av.23 / TELEFONO: 052621624 – 052629136

-VEEP S.A

DIRECCION; Calle 6 Av. 13/ TELEFONO; 052623731 – 052622645

3. Análisis de Factores Internos

Análisis Del Servicio (Xpert Clean)

El servicio de limpieza que oferta la Empresa Xpert Clean, tiene como características principales: un servicio de limpieza fuerte en relación a la salud, la seguridad y la comodidad de los clientes.

En Manabí y concretamente en Manta, existe pocas empresas registrada que se dedique al servicio de limpieza.

Tabla 21. Análisis del Servicio

No	SERVICIO OFERTADO	CARACTERÍSTICAS
1	LIMPIEZA DE OFICINAS	<ul style="list-style-type: none">-Limpiar el polvo de toda el área escritorios, archivadores, repisas, lámparas, etc.-Limpieza de teléfonos con alcohol.-Limpieza de escritorios de todo el personal.-Vaciado y limpieza de los tachos de basura de todos los puestos de trabajo.-Limpieza de ventanas.-Limpieza de puertas y mamparas de vidrio.-Limpieza y desinfección diaria de los baños.-Barrido y mapeado de toda el área de la oficina.-Limpieza de las chapas de las puertas.
2	LIMPIEZA DE VIDRIOS EN EDIFICIOS Y OFICINAS	<ul style="list-style-type: none">- Reparación de fachadas de edificios-Pintura de muros altos y bajos-Reparación de grietas y sellado de fisuras en edificios-Impermeabilización de paredes de edificios-Limpieza de vidrios paredes del edificio.-Limpieza de letreros publicitarios

3	PULIDA DE PISOS	<p>Este proceso es realizado con una pulidora o máquina giratoria que limpia y pule el piso con unas piedras de diamante, también aplicamos al piso sal oxálica tratada para remover toda la suciedad y las manchas ligeras en el piso, dejando una apariencia matizada, luego se limpia con agua y se seca totalmente para abrillantarlo con los químicos necesarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Limpiar los derrames de líquidos, especialmente muy ácidos o básicos. - Barrer o mopa seca diario en áreas de alto tráfico para eliminar los restos abrasivos que de otro modo desgastar la capa protectora del suelo pulido. - Regularmente mojado el piso, con un limpiador de pisos no ácido o neutral diseñado para suelos de hormigón. Comience siempre trapear con un trapeador limpio y agua limpia. - No requiere encerado regular, pulir o sellado. -Desbastado, elimina manchas e imperfecciones del piso. -Abrillantado, remover toda la suciedad y las manchas ligeras en el piso.

Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis Situacional y de la Organización

El Cantón Manta, es uno de los cantones más importantes de la Provincia de Manabí y del Ecuador porque tiene una actividad reconocida. Y en cuanto al desarrollo de prestar servicio de limpieza, es una actividad de mucha exigencia por parte de los clientes.

Por eso se aprovechará las diversas exposiciones y ferias que se efectúan durante el año, como las fiestas del comercio; las mismas que atraen a varios empresarios de la localidad.

Por esta razón, se requiere inyectar un plan de marketing que permita acaparar y motivar a los clientes del sector privado, lo cual ayude a expandir el mercado, porque se trata de un servicio que busca brindar un nivel alto de satisfacción al cliente que los adquiera.

Al ser un servicio, debe ser eficiente en cuanto a su calidad y la satisfacción de las necesidades de los clientes potenciales, es decir, los compradores e interesados.

Sumando a otros factores como el servicio personalizado, la buena atención, experiencia de los colaboradores con actitud positiva; permitirán la fidelidad de los clientes y satisfacción de las necesidades, es por esto que es importante la capacitación del personal para garantizar el servicio brindado.

Estudio de Mercado

Actualmente debido a las exigencias del mercado, los productos o servicios deben conocer el mercado en el que se manejan, la competencia, las plazas de venta, los precios justos y no dañar al

mercado ofreciendo costos demasiados bajos que solo llevaran al cierre de la empresa.

La clave es conocer el mercado; es decir conocer a los consumidores y poder definir qué es lo necesitan y buscan, para saber que se les va a vender, como, donde, a quien, y como hacerlo.

En cuanto al servicio de mejorar la higiene y combatir la desinfección que es una parte integral de nuestras vidas, no solo es un esfuerzo hecho en casa, sino también un esfuerzo y compromiso empresarial para mejorar la calidad de vida.

Este proyecto tiene como fin comercializar un desinfectante que sea útil para la limpieza de pisos, siendo esto indispensable en cualquier sitio, tomando en cuenta lo planteado con la finalidad de obtener un lugar agradable y libre de infecciones donde se pueda estar a gusto.

De acuerdo a lo citado, hay tres categorías legales de desinfectantes:

-Biocidas: Antisépticos para piel sana y desinfectantes de ambientes clínicos y quirúrgicos.

-Productos sanitarios: Productos para la desinfección de productos sanitarios.

Medicamentos: Desinfectantes de piel dañada.

Según estudios realizados por el Departamento de Mercadeo de la Empresa Xpert Clean, determina que a los clientes les interesa un servicio de calidad y que disolución de sus necesidades.

Segmentación de Mercado

Tabla 22. Segmentación de Mercado

GEOGRAFÍA:	
PAÍS	Ecuador
PROVINCIA	Manabí
CIUDAD	Manta
SECTOR	Urbano
DEMOGRAFÍA:	
GÉNERO	Masculino y femenino
EDAD	30 a 65 Años
OCUPACIÓN	Empresarial principalmente
PSICOGRAFÍA:	
PERSONALIDAD	Su bondad está en la protección de la salud
NIVEL SOCIO-ECONÓMICO	Bajo, medio y alto

Elaborado por: Amelia Bosada

La población de Manta según el último censo del INEC, contiene 53.923 hogares. Y la población urbana es de 217.553 habitantes que corresponde a 51.798 hogares. Y la población económicamente activa representa 90.627 personas.

Análisis FODA

Tabla 23. FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Bajos costos del servicio. Y almacenamiento de desinfectantes por mucho tiempo.	Varios proveedores en las diferentes áreas que permite acceder a varias opciones según sea necesario.
Calidad de limpieza con excelencia servicio al cliente.	Precios accesibles al consumidor o clientes.
Brindarle al cliente un servicio de aseo exclusivo para contrarrestar la contaminación y la suciedad. Además: Imagen corporativa, rentabilidad, calidad, infraestructura, personal capacitado.	Las tecnologías de la información y comunicación ayudan a tener un mejor control de las actividades empresariales, de los empleados, brinda mayor seguridad y permite ofrecer un mejor servicio a los clientes
DEBILIDADES	AMENAZAS
Ser un servicio y una empresa nueva en el mercado de Manta.	Industria de proveedores bien organizada por lo que pueden negociar los precios de sus productos y servicios.
Falta de inversión para el crecimiento y desarrollo de este tipo de empresa.	Poca demanda de este servicio en el mercado empresarial que se encuentra acostumbrado a contratar personal de planta.
Poco conocimiento sobre el proceso de servicio de aseo y limpieza.	Acceder y mantenerse actualizado con los últimos avances tecnológicos supone una gran inversión por parte de la empresa.

Elaborado por: Amelia Bosada

Análisis de Oferta

Gráfico 15. Esquema Productivo de la Cadena



Elaborado por: Amelia Bosada

4. ASPECTO POLÍTICOS Y LEGALES

En la actualidad, en el Ecuador existe mayor control en la constitución de un empresa y más exigencias por parte del gobierno en ofrecer un producto o servicios respetando normas y códigos de calidad: SRI (Servicio de Rentas Internas), Ley de Compañías, INEN (Instituto Ecuatoriano de Normalización), ISO (Organización Internacional de Normalización), etc.

Desde el miércoles 29 de diciembre del 2013, se publicó en el registro oficial el Código de la Producción que rige en todo el país y que es la base legal de la matriz productiva que sustenta la matriz productiva aplicada por el gobierno actual.

Entre los aspectos importantes del Código de la Producción se puede describir:

***“Art. 3.- Objeto.-** El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.*

***Art. 4.- Fines.-** La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:*

***Art. 35.- Ubicación.-** Las Zonas Especiales de Desarrollo Económico se instalarán en áreas geográficas delimitadas del territorio nacional, considerando condiciones tales como: preservación del medio ambiente, territorialidad, potencialidad de cada localidad, infraestructura vial, servicios básicos, conexión con otros puntos del país, entre otros, previamente determinadas por el organismo rector en materia de desarrollo productivo, y en coordinación con el ente a cargo de la*

planificación nacional y estarán sujetas a un tratamiento especial de comercio exterior, tributario y financiero.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MI PYMES.- *La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa.” (Produccion, 2013)*

LA COMPAÑÍA ANONIMA (art. 155 DE LA LEY DE COMPAÑIAS)

"La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas, lo que diferencia la una de la otra es que en la de responsabilidad limitada hay participaciones y en las anónimas hay acciones.

¿Qué es una acción? *Es un título – valor, que se lo puede negociar, las participaciones en cambio puede ser transferidas por escritura pública y con el consentimiento unánime de todos los socios que participan en la compañía de Responsabilidad limitada.*

Las acciones se pueden vender, se anota en el libro talonario, se recoge la firma del cedente y del cesionario y se informa a la Intendencia de Compañías.

La Sociedad Anónimas constituye un novísimo tipo de empresa, muy difundidas en estos últimos tiempos. En este tipo de sociedad su razón social no se designa por el nombre de ninguno de los socios, sino por el objeto para el cual se forman, y se administran por mandatarios,

amovibles socios o no socios por estipendio o gratuitamente. (Ley de Compañías del Ecuador, 2014)

El Capital de la compañía anónima se divide en acciones que arrojan un volumen de aportación, se distinguen mercantilmente por las iniciales C.A., por no tener la designación del nombre de ninguno de los socios: "XPERT CLEAN S.A".

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA “XPERT CLEAN”

- Patentar el nombre de la empresa Xpert Clean por el representante legal.
- Apertura de la cuenta corriente para registrar el aporte de capital de cada socio.
- Notarizar la minuta de constitución de la compañía.
- Aprobación de los socios y del nombre de la empresa, con el cuadro de integración del capital, cuyos documentos también deben ser notarizados.
- Elevar a escritura pública la apertura de la cuenta del banco.
- Carta dirigida a la Superintendencia para registrar la compañía: tres copias certificadas de la escritura, con la aprobación del nombre de la empresa, previa la publicación de su extracto.
- Resolución de la Superintendencia y publicación del extracto en uno de los medios de comunicación de mayor circulación en Manta: El Diario, El Mercurio, La Marea

-Notarizar las resoluciones donde se celebró las escrituras de constitución para su marginación.

-Inscribir las escrituras en el registro mercantil.

-Elaborar los nombramientos de la directiva, presidente y gerente de la empresa.

-Llevar a la Superintendencia de compañías todos estos documentos para que sean enviados al Servicio de Rentas Internas SRI, para empezar a funcionar la Empresa de Servicio de Limpieza “Xpert Clean”.

-Solicitar el RUC (registro único del contribuyente) y una vez obtenido, enviar una copia a la Superintendencia de compañías para obtener la carta de solicitud y autorización del dinero que reposa en la cuenta del banco donde los socios hicieron sus respectivas aportaciones (acciones).

ASPECTO SOCIAL

Vivimos en una sociedad en la que las personas suelen basar su opinión en base a la primera impresión que da la imagen de otro ser humano, grupo o empresa. En el caso exclusivo de Xpert Clean tenemos como aspectos sociales importantes los hábitos de indumentaria, decoración del lugar, preferencia de los sitios o zonas de compra, hábitos de ahorro, gastos y uso de créditos. Además los estudios de la insatisfacción del consumidor revelan una relación entre el tipo de problemas que plantea el cliente y la clase social.

ASPECTO CULTURAL

En cuanto a la oferta del servicio, Xpert Clean se sustenta en la necesidad de que en la infraestructura física de la mayoría de edificios y oficinas de

las empresas de Manta no se les da el mantenimiento de limpieza y aseo debido, motivo por el cual es sumamente imprescindible desarrollar y fomentar día a día una cultura de limpieza impecable para cumplir con el alto y firme compromiso que tiene Xpert Clean con sus clientes con la finalidad de satisfacer completamente sus necesidades.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

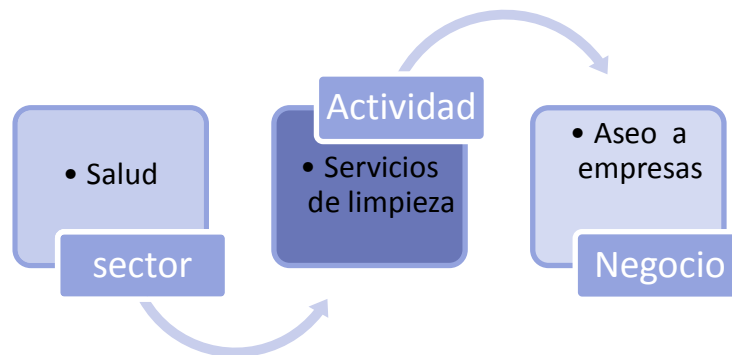
Según el censo del INEC, en el año 2010, Manta es una de las ciudades más importantes del Ecuador, tiene 217.553 habitantes en todo el cantón, centrándose en el área urbana de la ciudad del mismo nombre. Por eso la puesta en marcha de una empresa de servicio de aseo y limpieza está dirigido a satisfacer una necesidad como lo es la salubridad de las empresas de Manta, donde este servicio, estén a la altura para competir en el mercado de Manta específicamente, aprovechando que existen pocos servicios que se han empoderado por muchos años de este mercado (aseo y limpieza).

PARTE II: MARKETING TÁCTICO

TIPO DE EMPRESA

Será una sociedad anónima conformada por tres accionistas que se dedicarán a la oferta de servicio de aseo y limpieza de empresas en la ciudad puerto de Manta. Esta actividad se enmarca en el sector servicios.

Gráfico 16. Tipo de Empresa



Elaborado por: Amelia Bosada

RAZÓN SOCIAL, LOGOTIPO Y SLOGAN.

La empresa se denominará: **XPERT CLEAN**

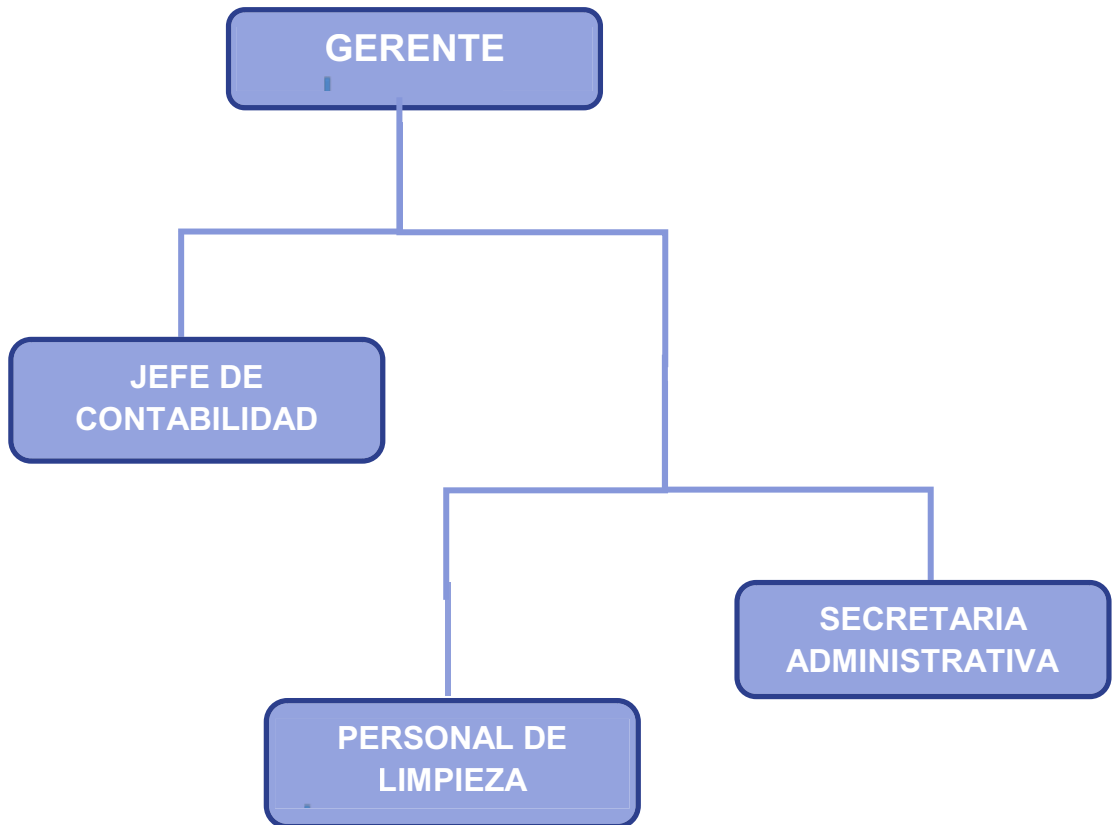
Ilustración 2. Logotipo



Elaborado por: Amelia Bosada

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA XPERT CLEAN DE MANTA.

Gráfico 17. Organigrama de la Empresa Xpert Clean de Manta.



Elaborado por: Amelia Bosada

Gerente General

Asegurar la representación de la empresa en el campo legal.

Comunicar los objetivos de la organización a todo su personal.

Indicar cambios en la organización interna o externa.

Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales.

Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales.

Jefe de Contabilidad

Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido.

Preparar y presentar informes sobre la situación financiera de que exijan los entes de control y mensualmente entregar al Gerente, un balance de comprobación.

Asesorar a la Gerencia en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.

Presentar los informes que requiera la Junta Directiva o el Gerente.

Análisis de los aspectos financieros de todas las decisiones

Recepción de facturas y comprobantes de retención.

Mantener el archivo de proveedores.

Coordinar el pago a proveedores, fechas de vencimiento y valores de pago.

Creación de carpetas de empleados para registro de cédulas, documentos del IESS, contratos de trabajo, avisos de entrada, y cualquier otro documento relacionado con el empleado.

Se encarga de hacer que las facturas sean autorizadas por las gerencias cuando se debe realizar una compra.

Secretaria Administrativa.

Receptar carpetas para el ingreso de personal.

Realizar las cotizaciones y compras a los proveedores.

Realiza los pagos de los diferentes Servicios básicos.

Controla la entrada y salida del personal, dicho informe será presentado a la Gerencia respectiva.

Entrega de uniformes e implementos para el personal.

Ser responsable de la bodega de equipos y materiales.

Realizar el cobro de facturas.

Llevar registro de los clientes.

Personal de Limpieza.

Manipulación de máquinas de limpieza.

Limpiar y mantener en orden las áreas asignadas.

Recoger y botar la basura de cada uno de los departamentos.

Limpieza de los tachos de basura.

Limpieza de todo lo mobiliario presente en todos los pisos, desde escritorios, sillas, teléfonos, computadoras entre otros adornos y mobiliario en general.

Recarga de papel higiénico, toallas desechables para manos y jabón líquido.

Abrillantado de todos los pisos.

Limpieza de las puertas de entradas o recepción de las oficinas.

1. Servicio

El aseo y limpieza es intangible (servicio) y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

Para cumplir con lo antes mencionado se contará con productos de calidad y con una alta preparación del personal, para tener empresarios satisfechos en base a resultados

2. Punto de Venta

Se seleccionó al cantón Manta de la provincia de Manabí, concretamente el centro de la Ciudad de Manta, sobre todo geográficamente es un lugar estratégico, adecuado debido a que es la zona comercial de más afluencia en la ciudad y su precio es accesible.

El local comercial donde funcionará la empresa Xpert Clean está ubicado en la calle 23 entre avenida 17 y 20.

Compuesto por 2 áreas funcionales, utilizadas de la siguiente manera:

Local 1: tendrá un área de 135 m² donde funcionará la oficina y atención al cliente

Local 2: Comprenderá un área de 80 m² para bodega de almacenamiento.

Tabla 24. Punto de Venta

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
ALQUILER OFICINA	\$700.00	\$8,400.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Descripción Teórica:

- A.** Oficina.
 - B.** Bodega para guardar los desinfectantes y antisépticos.
 - C.** División de desinfectante a utilizarse diariamente.
 - D.** Sección de mantenimiento.
 - E.** Control de calidad.
- 1.** Transportador de desinfectantes.

Departamento Administrativo:

-Gerencia

-Secretaría y recepción.

La demanda del servicio de aseo y limpieza nunca decrecerá, debido a que la operatividad de las empresas genera insalubridad.

Por lo tanto, cualquier emprendedor que quiera invertir, deberá tomar en cuenta que las empresas de Manta desean mejorar la imagen de la compañía y la limpieza de su infraestructura para así mantener un buen ambiente de trabajo y cordialidad.

3. Promoción

----Anuncios publicitarios

--Relaciones públicas

--Promoción de ventas.

-- Internet.

-- Página Web

La aplicación del marketing Mix es la mejor opción que tiene Xpert Clean para llegar al cliente, ya que podrán conocer a fondo las bondades, las limitaciones y propiedades que ofrece el servicio de aseo y limpieza.

Promoción y Publicidad

El servicio de aseo y limpieza, se encuentra en la etapa de introducción, por ello se deberá realizar una campaña de promoción impulsiva en los primeros meses, durante el primer año para así poder posicionar el servicio en la mente de los clientes y conseguir estar en los gustos de preferencia.

Esta campaña publicitaria iniciará con la distribución de trípticos, folletos, posters, hojas volantes, página web.

Para conseguir llegar al mercado objetivo se realizara campañas de Marketing directo, visitando a las compañías de la Ciudad de Manta ofreciendo una muestra del servicio gratuito, para que puedan verificar la calidad y eficiencia de la empresa Xpert Clean, se realizara también el envío de correos masivos a base de datos proporcionada por la Cámara

de Comercio de Manta, y se procurara trabajar con el crecimiento de la base de datos.

En la actualidad se debe lograr la fidelidad de los clientes es por esta razón que la empresa Xpert Clean brinda a las compañías que contraten el servicio las siguientes promociones:

- Primera limpieza gratis
- Abrillantado gratuito una vez al año

Con el instrumento de relaciones públicas se persigue conseguir una imagen favorable para la empresa realizando un programa para el lanzamiento de la empresa ofreciendo folletería e invitando a los usuarios a conocer nuestro servicio.

Es importante trabajar en el posicionamiento de la comunicación y las relaciones publicas y tener información actualizada para los clientes, en la actualidad se utilizan los nuevos canales de comunicación como las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, etc) y los blogs, que dan una comunicación oportuna para estar siempre presente renovando la información continuamente siendo creativos.

Tabla 25. Promoción y Publicidad

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN
500	TRÍPTICOS
500	HOJAS VOLANTES
250	FOLLETOS
250	POSTERS
1	HOSTING Y DOMINIO DE PAGINA WEB

Elaborado por: Amelia Bosada

Trípticos

Este tríptico se aplicará a las diferentes instituciones públicas y privadas y será repartido en las diversas empresas situadas en Manta, de esta manera se cumplirá con el objetivo de comunicación del mismo. Éste a su vez deberá llevar imágenes de cada servicio, características, materia prima empleada y la información o manual de utilización. Además se mostrará la diversidad de los servicios que se aplicarán a las empresas.

Ilustración 3. Trípticos

AHORA EN MANTA

XpertClean
CALIDAD DE LIMPIEZA ES NUESTRA NATURALEZA

Servicios de limpieza Corporativa para Empresas.

- Limpieza de Oficinas
- Limpieza de Vidrios de Edificios y Oficinas
- Pulida de Pisos

TRABAJO 100% GARANTIZADO

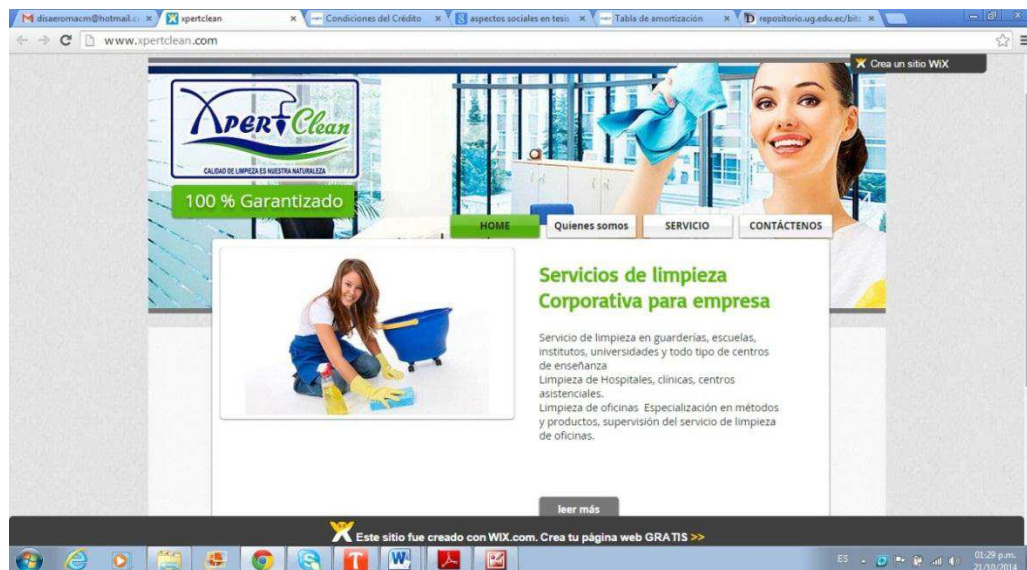
Dir: Avenida 23 entre Calle 17 y 20 Telf: 052927163 / 0991114163
Email: info@xpertclean.com web : www.xpertclean.com

Elaborado por: Amelia Bosada

Página Web

Se elaborará la Página Web con la dirección <http://www.xpertclean.com> donde se podrá observar información acerca de la empresa, su misión, visión, objetivos, personal que labora y principalmente la gama de servicios que ofrecen.

Ilustración 4. Diseño Página Web



Elaborado por: Amelia Bosada

Ilustración 5. Diseño Página Web



Elaborado por: Amelia Bosada

4. Precio

Se fija el precio del servicio en base a la cuantificación de los beneficios del mercado. También se consideran: los precios de la competencia, el posicionamiento deseado y los requerimientos de la empresa que requiera el mismo.

El precio dependerá del tamaño por metros cuadrados de las empresas en las cuales se brinde el servicio.

Tabla 26. Detalle de los ingresos proyectados

OFICINAS Y LOCALES COMERCIALES	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LIMPIEZA	\$ 400.00	6	\$ 2,400.00	\$ 28,800.00
				\$ 28,800.00

EMPRESAS	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
LIMPIEZA	\$ 800.00	6	\$ 4,800.00	\$ 57,600.00
				57,600.00

INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
\$ 7,200.00	\$86,400.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Proveedores

Para brindar el servicio de limpieza se necesita la materia prima e insumos, cuyos principales proveedores se detallan a continuación:

Tabla 27. Proveedores

PROVEEDORES
-Guayaquil: --Proquilarv S.A. --Quimicott. ALTERNATIVOS: -Quevedo: --Productos de Limpieza del Pacífico. -Milagro: --Comercial Moya Marg-químicos

Elaborado por: Amelia Bosada

Inversión

Tabla 28. La disponibilidad de los recursos:

CAPITAL SOCIAL	45,430.00
60% APORTE DE LOS INVERSIONISTAS	27,258.00
40% CREDITO BANCARIO CFN	18,172.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 29. 60% Aporte Inversionistas

JUAN CARLOS PEÑAHERRERA	\$ 9,086.00
ROBERT BERRONES	\$ 9,086.00
AMELIA BOSADA	\$ 9,086.00
60% APORTE INVERSIONISTAS	\$ 27,258.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 30. 40% con financiamiento de la CFN (Corporación Financiera Nacional).

BENEFICIARIO	XPERT CLEAN S.A.
INSTIT. FINANCIERA	CFN
MONTO	18,172.00
TASA	9.75% T. EFECTIVA 10.1977%
PLAZO	5 Años
GRACIA	0 Años
FECHA DE INICIO	01/10/2014
MONEDA	DOLARES
AMORTIZACION CADA	30 días
Número de períodos	60 para amortizar capital

Elaborado por: Amelia Bosada

La CFN tiene como prioridad apoyar este tipo de proyectos de inversión.

Disponibilidad de Mano de Obra

Se vinculará a las personas profesionales y operarios de la ciudad de Manta, principalmente a quienes tengan conocimientos empíricos y técnicos sobre el servicio de aseo y limpieza en general. Pero también se dará oportunidad laboral a aquellas personas que demuestren un verdadero compromiso e interés, no solo de mejorar su calidad de vida y la de su familia, sino que también se esfuerce en dar todo de si para cumplir con excelente actitud y responsabilidad de su trabajo; enfocado exclusivamente en el beneficio y satisfacción de los clientes.

Acciones De Prevención

-Los detergentes y otros químicos serán adquiridos listo para la operatividad para reducir la contaminación.

-Los insumos o accesorios también serán adquiridos para evitar mayor contaminación: recipientes, escobas, pulidoras, aspiradoras, franelas, etc.

-El desperdicio será mínimo para evitar la acumulación exagerada de basura. Inclusive el agua.

PARTE III: RESULTADOS FINANCIEROS ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

CAPITAL SOCIAL	45,430.00
60% APOORTE DE LOS INVERSIONISTAS	27,258.00
40% CREDITO BANCARIO CFN	18,172.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 31. Equipos de Computación

CUADRO No 31			
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	FOTOCOPIADORA CANON E-5000	1,200.00	1,200.00
3	COMPUTADORAS ASPIRE 4315	520.00	1,560.00
TOTAL			2,760.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 32. Muebles de Oficina

CUADRO No 32			
MUEBLES DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	ESCRITORIO	75.00	225.00
4	SILLAS TIPO SECRETARIA	40.00	160.00
TOTAL			385.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 33. Maquinaria y Equipos

CUADRO No 33			
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	CARROS DE LIMPIEZA	268.50	1,074.00
3	ENCERADORAS	140.00	420.00
3	ASPIRADORAS	1,320.00	3,960.00
3	PULIDORA/ABRILLANTADORA	3,150.00	9,450.00
1	AIRE ACONDICIONADO	630.00	630.00
TOTAL			15,534.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 34. Estimación de los costos de Vehículo

CUADRO No 34			
VEHICULO			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	CAMIONETA	15,000.00	15,000.00
TOTAL			15,000.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 35. Suministros de Oficina

CUADRO No 35			
SUMINISTROS DE OFICINA (AÑO 1)			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	LÍNEA TELEFÓNICA	150.00	150.00
1	GRAPADORA	5.00	5.00
1	PERFORADORA	4.00	4.00
2	SACA GRAPAS	1.00	2.00
5	CAJA DE GRAPAS	2.00	10.00
8	CAJA DE CLIPS	2.00	16.00
2	CUADERNOS CONTABLES	3.00	6.00
10	FOLDER	5.00	50.00
20	PLUMAS	0.25	5.00
12	RESMAS DE HOJAS A 4	3.50	42.00
3	TONERS	72.00	216.00
TOTAL			506.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 36. Gastos de Operaciones

CUADRO No 36			
GASTOS DE OPERACIONES (AÑO 1)			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	ESCALERAS	40.00	120.00
3	ANDAMIOS	99.00	297.00
6	UNIFORMES	50.00	300.00
10	ESCOBAS	4.00	40.00
10	RECOGEDORES	3.50	35.00
10	ESCURRIDORES	5.00	50.00
10	TRAPEADORES	5.00	50.00
2	LIMPIA VIDRIOS	10.49	20.98
4	ZAPATOS PARA SEGURIDAD CON PUNTA DE ACERO	50.00	200.00
4	CASCO PROTECTOR PARA SEGURIDAD	7.00	28.00
100	MASCARILLAS PARA USO INDIVIDUAL	0.30	30.00
4	PARES DE GUANTES DE SEGURIDAD INDUSTRIAL	5.00	20.00
2	ARNES DE SEGURIDAD DE 4 PUNTOS	60.00	120.00
240	KILOS DE DETERGENTE	2.93	702.00
24	CANECAS DE CLORO	18.00	432.00
24	CANECAS DE DESINFECTANTE	24.00	576.00
60	GALONES DE AMBIENTAL	8.80	528.00
36	CANECA DE ACIDO	39.50	1,422.00
36	CANECAS DE CERA PARA PISOS	53.00	1,908.00
24	CANECAS DESENGRASANTES	39.00	936.00
30	LITROS DE LIMPIA VIDRIOS LIQUIDOS	8.00	240.00
10	CANECAS DE JABÓN LIQUIDO	38.00	380.00
24	CANECAS DE ALCOHOL	49.00	1,176.00
72	GUANTES DE NITRILO LATEX	2.50	180.00
120	ESPONJA MULTIUSO	0.45	54.00
1200	FUNDAS PLÁSTICAS	0.10	120.00
TOTAL			9,964.98

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 37. Gastos Administrativos

CUADRO No 37			
GASTOS ADMINISTRATIVOS (AÑO 1)			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
12	INTERNET	25.00	300.00
12	ENERGÍA ELÉCTRICA	60.00	720.00
12	ALQUILER OFICINA	700.00	8,400.00
12	SERVICIO TELEFÓNICO	20.00	240.00
12	MATERIALES DE LIMPIEZA	120.00	1,440.00
TOTAL			11,100.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 38. Gastos de Ventas

CUADRO No 38			
GASTOS DE VENTAS (AÑO 1)			
GASTOS DE PUBLICIDAD			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
500	TRÍPTICOS	0.20	100.00
500	HOJAS VOLANTES	0.02	10.00
250	FOLLETOS	0.50	125.00
250	POSTERS	0.50	125.00
1	HOSTING Y DOMINIO DE PAGINA WEB	10.00	10.00
TOTAL			370.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 39. Sueldos y Salarios

CUADRO No 39			
SUELDOS Y SALARIOS (AÑO 1)			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	SALARIO UNITARIO NETO POR MES	TOTAL ANUAL
12	GERENTE GENERAL	800.00	9,600.00
12	JEFE DE CONTABILIDAD	500.00	6,000.00
12	SECRETARIA	375.00	4,500.00
12	4 TRABAJADORES (ASEO Y LIMPIEZA)	1,400.00	16,800.00
TOTAL			36,900.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 40. Aportación al IESS

CUADRO No 40			
APORTACION AL IESS			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	APORTACION	TOTAL ANUAL
12	APORTACION AL IESS	9.45%	3,487.05
12	SUBTOTAL		40,387.05
12	APORTACION PATRONAL	11.15%	4,114.35
TOTAL			44,501.40

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 41. Fondos de Reserva

CUADRO No 41			
FONDOS DE RESERVA A PARTIR DEL SEGUNDO AÑO			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	SALARIO UNITARIO NETO POR MES	TOTAL ANUAL
12	FONDOS DE RESERVA (2DO AÑO)	8.33%	3,073.77
TOTAL			3,073.77

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 42. Beneficio Social

CUADRO No 42				
BENEFICIO SOCIAL				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	13er SUELDO	14to SUELDO	VACACIONES
12	GERENTE GENERAL	800	340	400
12	JEFE DE CONTABILIDAD	500	340	250
12	SECRETARIA	375	340	187.5
12	4 TRABAJADORES	1,400.00	340	700
TOTAL		3,075.00	1,360.00	1,537.50

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 43. Gastos de Constitución

CUADRO No 43			
GASTOS DE CONSTITUCION			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	SALARIO UNITARIO NETO	TOTAL ANUAL
1	NOTARIA	250.00	250.00
1	INSCRIPCION EN REGISTRO MERCANTIL	60.00	60.00
1	PUBLICACION REGISTRO OFICIAL	250.00	250.00
1	PATENTE	10.00	10.00
1	PERMISO DE BOMBEROS	15.00	15.00
1	PERMISOS MUNICIPALES	20.00	20.00
1	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	20.29	20.29
1	DERECHOS DE PROPIEDAD	80.00	80.00
1	REGISTRO SANITARIO	30.00	30.00
1	SUB - TOTAL		735.29
1	INPREVISTOS 2%		14.71
TOTAL			750.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 44. Consolidación de Gastos

RESUMEN			
ÍTEM	DETALLE	REFERENCIA	\$
1	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Cuadro N° 31	2,760.00
2	MUEBLES DE OFICINA	Cuadro N° 32	385.00
3	MAQUINARIAS Y EQUIPOS	Cuadro N° 33	15,534.00
4	VEHICULO	Cuadro N° 34	15,000.00
5	SUMINISTROS DE OFICINA	Cuadro N° 35	506.00
6	GASTOS DE OPERACIONES	Cuadro N° 36	9,964.98
7	GASTOS ADMINISTRATIVOS	Cuadro N° 37	11,100.00
8	GASTOS DE VENTAS	Cuadro N° 38	370.00
9	SUELDOS Y SALARIOS	Cuadro N° 39	36,900.00
10	APORTACION AL IESS	Cuadro N° 40	44,501.40
11	BENEFICIO SOCIAL	Cuadro N° 41	5,972.50
12	FONDOS DE RESERVA 2DO AÑO	Cuadro N° 42	3,073.77
13	GASTOS DE CONSTITUCION	Cuadro N° 43	750.00
TOTAL			146,817.65

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 45. Préstamo Bancario

TABLA DE AMORTIZACION					
	BENEFICIARIO	XPERT CLEAN S.A.			
	INSTIT. FINANCIERA	CFN			
	MONTO	18,172.00			
	TASA	9.75%	T. EFECTIVA	10.1977%	
	PLAZO	5 años			
	GRACIA	0 años			
	FECHA DE INICIO	01/10/2014			
	MONEDA	DOLARES			
	AMORTIZACION CADA	30 días			
	Número de períodos	60 para amortizar capital			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		18,172.00			
1	31-oct-2014	17,869.13	147.65	302.87	450.51
2	30-nov-2014	17,566.27	145.19	302.87	448.05
3	30-dic-2014	17,263.40	142.73	302.87	445.59
4	29-ene-2015	16,960.53	140.27	302.87	443.13
5	28-feb-2015	16,657.67	137.80	302.87	440.67
6	30-mar-2015	16,354.80	135.34	302.87	438.21
7	29-abr-2015	16,051.93	132.88	302.87	435.75
8	29-may-2015	15,749.07	130.42	302.87	433.29
9	28-jun-2015	15,446.20	127.96	302.87	430.83
10	28-jul-2015	15,143.33	125.50	302.87	428.37
11	27-ago-2015	14,840.47	123.04	302.87	425.91
12	26-sep-2015	14,537.60	120.58	302.87	423.45
13	26-oct-2015	14,234.73	118.12	302.87	420.98
14	25-nov-2015	13,931.87	115.66	302.87	418.52
15	25-dic-2015	13,629.00	113.20	302.87	416.06
16	24-ene-2016	13,326.13	110.74	302.87	413.60
17	23-feb-2016	13,023.27	108.27	302.87	411.14
18	24-mar-2016	12,720.40	105.81	302.87	408.68
19	23-abr-2016	12,417.53	103.35	302.87	406.22
20	23-may-2016	12,114.67	100.89	302.87	403.76
21	22-jun-2016	11,811.80	98.43	302.87	401.30
22	22-jul-2016	11,508.93	95.97	302.87	398.84
23	21-ago-2016	11,206.07	93.51	302.87	396.38
24	20-sep-2016	10,903.20	91.05	302.87	393.92
25	20-oct-2016	10,600.33	88.59	302.87	391.46
26	19-nov-2016	10,297.47	86.13	302.87	388.99
27	19-dic-2016	9,994.60	83.67	302.87	386.53
28	18-ene-2017	9,691.73	81.21	302.87	384.07
29	17-feb-2017	9,388.87	78.75	302.87	381.61
30	19-mar-2017	9,086.00	76.28	302.87	379.15
31	18-abr-2017	8,783.13	73.82	302.87	376.69
32	18-may-2017	8,480.27	71.36	302.87	374.23
33	17-jun-2017	8,177.40	68.90	302.87	371.77
34	17-jul-2017	7,874.53	66.44	302.87	369.31
35	16-ago-2017	7,571.67	63.98	302.87	366.85
36	15-sep-2017	7,268.80	61.52	302.87	364.39
37	15-oct-2017	6,965.93	59.06	302.87	361.93
38	14-nov-2017	6,663.07	56.60	302.87	359.46

39	14-dic-2017	6,360.20	54.14	302.87	357.00
40	13-ene-2018	6,057.33	51.68	302.87	354.54
41	12-feb-2018	5,754.47	49.22	302.87	352.08
42	14-mar-2018	5,451.60	46.76	302.87	349.62
43	13-abr-2018	5,148.73	44.29	302.87	347.16
44	13-may-2018	4,845.87	41.83	302.87	344.70
45	12-jun-2018	4,543.00	39.37	302.87	342.24
46	12-jul-2018	4,240.13	36.91	302.87	339.78
47	11-ago-2018	3,937.27	34.45	302.87	337.32
48	10-sep-2018	3,634.40	31.99	302.87	334.86
49	10-oct-2018	3,331.53	29.53	302.87	332.40
50	09-nov-2018	3,028.67	27.07	302.87	329.94
51	09-dic-2018	2,725.80	24.61	302.87	327.47
52	08-ene-2019	2,422.93	22.15	302.87	325.01
53	07-feb-2019	2,120.07	19.69	302.87	322.55
54	09-mar-2019	1,817.20	17.23	302.87	320.09
55	08-abr-2019	1,514.33	14.76	302.87	317.63
56	08-may-2019	1,211.47	12.30	302.87	315.17
57	07-jun-2019	908.60	9.84	302.87	312.71
58	07-jul-2019	605.73	7.38	302.87	310.25
59	06-ago-2019	302.87	4.92	302.87	307.79
60	05-sep-2019	0.00	2.46	302.87	305.33
			4,503.25	18,172.00	22,675.25

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 46. Balance General

Xpert Clean S.A.

RUC: 1390063274001

Estado de Situación Financiera

De Octubre 2014

Activo	
<u>ACTIVO CORRIENTE</u>	
Efectivo	\$ 11,001.00
Total activo corriente	\$ 11,001.00
<u>ACTIVO FIJO</u>	
Maquinaria y equipo	\$ 15,534.00
Muebles y enseres	\$ 385.00
Vehículos	\$ 15,000.00
Otros activos fijos	
Equipos de cómputo	\$ 2,760.00
Activo Fijo Bruto	\$ 33,679.00
Depreciación acumulada	
Total activo fijo	\$ 33,679.00
<u>OTROS ACTIVOS</u>	
Diferidos	\$ 750.00
Total otros activos	\$ 750.00
Total activo	\$ 45,430.00
Pasivo	
<u>PASIVO CORRIENTE</u>	
Obligaciones bancarias M/L	\$ 908.60
Total pasivo corriente	\$ 908.60
<u>PASIVO NO CORRIENTE</u>	
Obligaciones bancarias LP M/L	\$ 17,263.40
Total pasivo a largo plazo	\$ 17,263.40
Total pasivo	\$ 18,172.00
Patrimonio	
Capital	\$ 27,258.00
Total patrimonio	\$ 27,258.00
Total pasivo más patrimonio	\$ 45,430.00

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 47. Balance Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO (10% INCREMENTO A PARTIR DEL 2º AÑO)	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Activo Corriente						
Caja-Bancos	11,001.00	12,500.00	13,750.00	15,125.00	16,637.50	18,301.25
Total Activo Corriente	11,001.00	12,500.00	13,750.00	15,125.00	16,637.50	18,301.25
Activos fijos						
Maquinaria y Equipo	15,534.00	15,534.00	15,534.00	15,534.00	15,534.00	15,534.00
Depreciación acum. Maquinaria y Equipo	-	(1,553.40)	(3,106.80)	(4,660.20)	(6,213.60)	(7,767.00)
Vehículo	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00
Dep. Acum. Vehículo	-	(3,000.00)	(6,000.00)	(9,000.00)	(12,000.00)	(15,000.00)
Equipo de Computación	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00	2,760.00
De. Acum. Eq. De Comp.	-	(920.00)	(1,840.00)	(2,760.00)	-	-
Muebles de Oficina	385.00	385.00	385.00	385.00	385.00	385.00
Dep. Acum. Mueb. De Ofic.	-	(38.50)	(77.00)	(115.50)	(154.00)	(192.50)
Total depreciaciones acumuladas	-	(5,511.90)	(11,023.80)	(16,535.70)	(18,367.60)	(22,959.50)
Total Activo Fijo	33,679.00	28,167.10	22,655.20	17,143.30	15,311.40	10,719.50
Activo Diferido						
Gastos De Const. De CIA.	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00	750.00
Amortiz. Acum. Diferida Gast. Const.	-	(150.00)	(300.00)	(450.00)	(600.00)	(750.00)
Total Activo Diferido	750.00	600.00	450.00	300.00	150.00	-
TOTAL ACTIVO	45,430.00	41,267.10	36,855.20	32,568.30	32,098.90	29,020.75
Pasivo Corriente						
Obligaciones bancarias M/L	908.60	3,634.40	3,634.40	3,634.40	3,634.40	2,725.80
Total pasivo corriente	908.60	3,634.40	3,634.40	3,634.40	3,634.40	2,725.80
Pasivo no Corriente						
Obligaciones bancarias LP M/L	17,263.40	13,629.00	9,994.60	6,360.20	2,725.80	-
Imp. Renta x Pagar						
Participación Empl. x Pagar						
Total pasivo a largo plazo	17,263.40	13,629.00	9,994.60	6,360.20	2,725.80	-
Patrimonio						
Capital Social	27,258.00	27,258.00	27,258.00	27,258.00	27,258.00	27,258.00
Utilidad Ejerc. Anteriores						
Utilidad Presente Ejerc.						
Total Patrimonio	27,258.00	51,484.24	53,065.28	54,836.58	57,784.08	60,501.17
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	45,430.00	57,114.40	58,085.40	59,147.76	60,228.34	61,500.58

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 48. Estado De Resultado

Estado de Resultados						
Ingresos	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ingresos por servicios	21,600.00	95,040.00	104,544.00	114,998.40	126,498.24	139,148.06
UTILIDAD BRUTA	21,600.00	95,040.00	104,544.00	114,998.40	126,498.24	139,148.06
Gastos Administrativos						
Sueldos y Salarios	9,225.00	40,590.00	44,649.00	49,113.90	54,025.29	59,427.82
Décimo tercer sueldo	768.75	3,382.50	3,720.75	4,092.83	4,502.11	4,952.32
Décimo cuarto sueldo	340.00	1,496.00	1,645.60	1,810.16	1,991.18	2,190.29
Vacaciones	384.38	1,691.25	1,860.38	2,046.41	2,251.05	2,476.16
Fondo de Reserva	-	563.52	3,719.26	4,091.19	4,500.30	4,950.34
Aporte Patronal IESS 11.15%	1,028.59	4,525.79	4,978.37	5,476.21	6,023.83	6,626.21
Suministros de Oficina	506.00	556.60	612.26	673.49	740.83	814.92
Internet	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Energía Eléctrica	720.00	792.00	871.20	958.32	1,054.15	1,159.57
Teléfono	240.00	264.00	290.40	319.44	351.38	386.52
Materiales de limpieza	1,440.00	1,584.00	1,742.40	1,916.64	2,108.30	2,319.13
Gasto Depre. Muebles De Oficina	-	38.50	77.00	115.50	127.05	139.76
Gasto Depre. Equipo de Cómputo	-	920.00	1,840.00	2,760.00	3,036.00	3,339.60
Gasto Depre. Maquinaria y Equipo	-	1,553.40	3,106.80	4,660.20	5,126.22	5,638.84
Gastos Deprec. Vehículo	-	3,000.00	6,000.00	9,000.00	9,900.00	10,890.00
Gasto de Amortización	-	150.00	300.00	450.00	495.00	544.50
TOTAL GASTOS ADMINIST.	14,952.71	61,107.56	75,413.41	87,484.28	96,532.70	106,155.97
Gastos de Ventas						
Gastos de Publicidad	370.00	407.00	447.70	492.47	541.72	595.89
TOTAL GASTOS DE VENTAS	370.00	407.00	447.70	492.47	541.72	595.89
UTILIDAD OPERATIVA	6,277.29	33,525.44	28,682.89	27,021.65	29,423.82	32,396.20
PARTIC. EMP.15%	941.59	5,028.82	4,302.43	4,053.25	4,413.57	4,859.43
IMP. RENTA 22%	1,173.85	6,269.26	5,363.70	5,053.05	5,502.25	6,058.09
UTILIDAD NETA	4,161.84	22,227.36	19,016.75	17,915.36	19,507.99	21,478.68

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 49. Flujo Neto

FLUJO NETO						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
(+) INGRESO	21,600.00	95,040.00	104,544.00	114,998.40	126,498.24	139,148.06
(-) EGRESOS						
Gastos Administrativos	14,952.71	61,107.56	75,413.41	87,484.28	96,532.70	106,155.97
Gastos Financieros	435.56	1,392.81	1,166.42	812.06	-	-
Gastos de Ventas	370.00	407.00	447.70	492.47	541.72	595.89
15% PART. TRABAJADORES	941.59	5,028.82	4,302.43	4,053.25	4,413.57	4,859.43
22% IMP. RENTA	1,173.85	6,269.26	5,363.70	5,053.05	5,502.25	6,058.09
TOTAL EGRESOS	17,873.72	74,205.44	86,693.66	97,895.10	106,990.25	117,669.38
(-) Amortizacion Prest. Bancario	908.60	3,634.40	3,634.40	3,634.40	3,634.40	2,725.80
FLUJO DE EFECTIVO NETO	2,817.68	17,200.16	14,215.94	13,468.90	15,873.59	18,752.88

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 50. Tasa Interna De Retorno

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{vt}{1+i^t} - I_0$$

ANO	FLUJO EFECTIVO NETO
CAPITAL INICIAL	(45,430.00)
1	17,200.16
2	14,215.94
3	13,468.90
4	15,873.59
5	18,752.88
TIR	22%

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 51. Valor Actual Neto

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{vt}{1+i^t} - I_0$$

ANO	FLUJO EFECTIVO NETO
CAPITAL INICIAL	-\$ 45,430.00
1	\$ 17,200.16
2	\$ 14,215.94
3	\$ 13,468.90
4	\$ 15,873.59
5	\$ 18,752.88
VAN	\$ 14,560.52

Elaborado por: Amelia Bosada

Tabla 52. Punto De Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
COSTOS FIJOS						
Gastos de Alquiler	2,100.00	9,240.00	10,164.00	11,180.40	12,298.44	13,528.28
G. Dep. Muebles de Of.	-	38.50	77.00	115.50	127.05	139.76
G. Dep. Equipo de Comp	-	920.00	1,840.00	2,760.00	3,036.00	3,339.60
G. Dep. Maquinaria y Equipos	-	1,553.40	3,106.80	4,660.20	5,126.22	5,638.84
Sueldos y Salarios	9,225.00	40,590.00	44,649.00	49,113.90	54,025.29	59,427.82
Amort. G. Constitucion	-	150.00	300.00	450.00	495.00	544.50
TOTAL COSTOS FIJOS	11,325.00	52,491.90	60,136.80	68,280.00	75,108.00	82,618.80
COSTOS VARIABLES						
G. Servicios Basicos	1,260.00	1,356.00	1,461.60	1,577.76	1,705.53	1,846.09
G. Financieros	435.56	1,392.81	1,166.42	812.06	-	-
G. Venta	370.00	407.00	447.70	492.47	541.72	595.89
TOTAL COSTOS VARIABLES	2,065.56	3,155.81	3,075.72	2,882.29	2,247.25	2,441.98
VENTAS	21,600.00	95,040.00	104,544.00	114,998.40	126,498.24	139,148.06

Elaborado por: Amelia Bosada

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

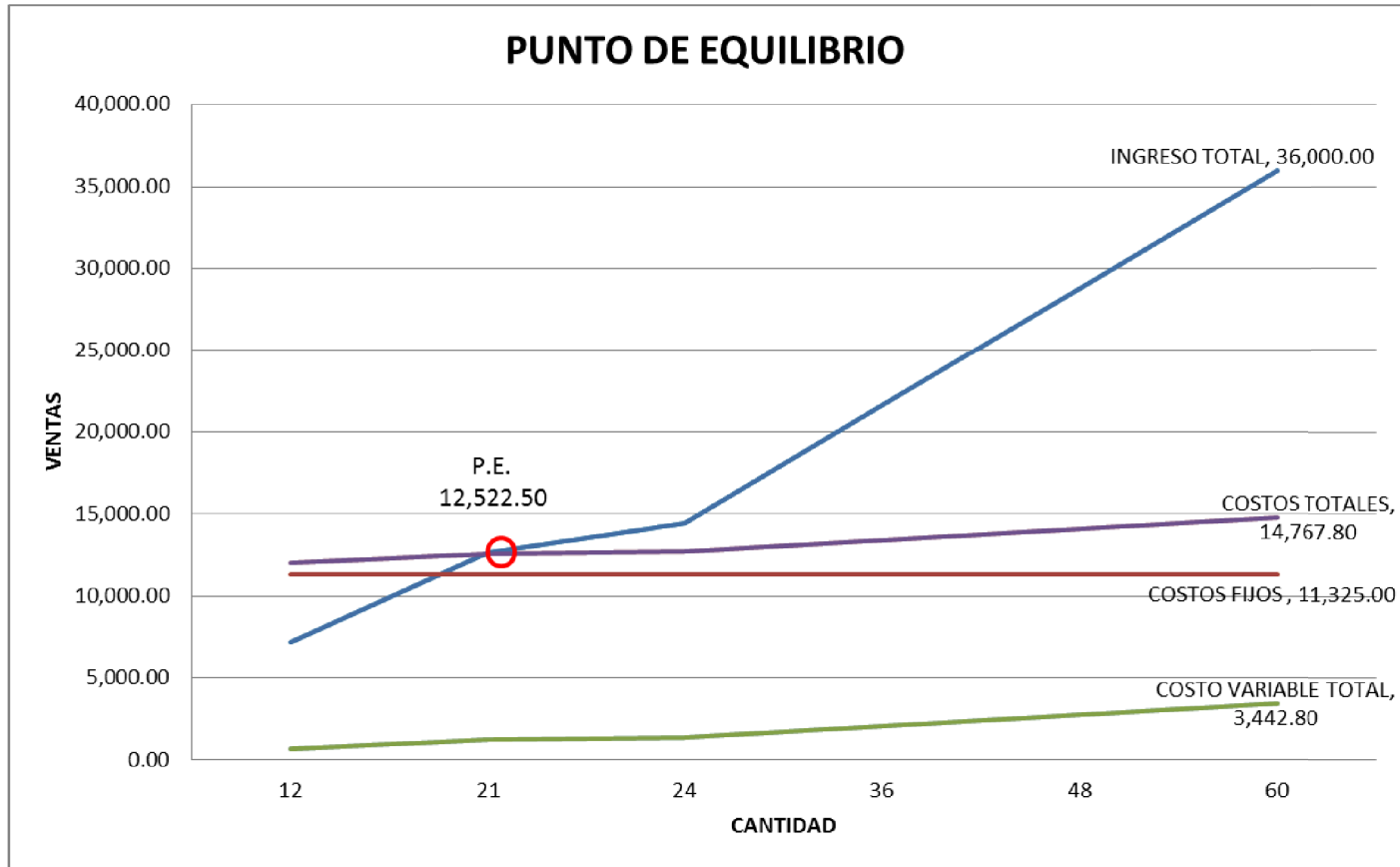
$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{11,325.00}{1 - \frac{2,065.56}{21,600.00}}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{11,325.00}{1 - 0.09562778}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{11,325.00}{0.9043722}$$

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = 12,522.50$$

Gráfico 18. Punto de Equilibrio



Elaborado por: Amelia Bosada

PARTE IV

Conclusiones

- Una vez finalizado el estudio de mercado se puede decir que es muy importante que hoy en día las empresas trabajen con estrategias de ventas, las mismas que indican el camino a seguir sin importar la actividad que se realice. Las estrategias no pueden estar enfocadas a un solo departamento porque el éxito de las empresas es el resultado de trabajar en equipo, involucrando a toda la organización. También se analizó que es importante que las empresas a más de contar con estrategias de ventas, dispongan a su personal de todas las herramientas necesarias para realizar el trabajo, sin estas es muy difícil llegar a los objetivos trazados.
- De igual forma las políticas restringidas y de años anteriores no funcionan en las empresas de hoy, porque los tiempos han cambiado el mercado cada día es más exigente y competitivo, por ello es necesario que las empresas creen políticas flexibles, donde no se vean desplazadas por el fenómeno de la globalización.
- Los estados financieros determinan que este proyecto es rentable, por lo consiguiente la Empresa de Servicios de Aseo y Limpieza “Xpert Clean” es una oportunidad inmejorable de emprendimiento en esta ciudad puerto de Manta.

Recomendaciones

- Es recomendable llevar a cabo el plan de negocio para la creación de una empresa de limpieza dirigido a la compañía de la ciudad, mediante todos los análisis realizados queda demostrado que generara rentabilidad.
- Diseñar estrategias de promoción y publicidad, con el fin de atraer y satisfacer a los posibles clientes potenciales.
- Efectuar un seguimiento de control de los procesos establecidos a fin de mantener al momento de efectuar el servicio, aplicando mejora continua en el mismo.
- Es pertinente que el servicio de aseo y limpieza que ofertará Xpert Clean en el mercado, será objeto de una constante innovación, con el afán de competir con otras posibles empresas que pretendan ganar un espacio en esta ciudad. Brindando promociones, investigación del mercado, sobre todo para inteligenciarse de las necesidades y expectativas del cliente.

BIBLIOGRAFIA

Ley de Compañías del Ecuador. (2014).

Abadi, P. M. (2004). *La Calidad de Servicio.* Buenos Aires :
www.econ.uba.ar/www/.../adm.../LA_CALIDAD_DE_SERVICIO.doc.

Bruce, E. M. (2004). *Fundamentos del Marketing.* 13va Edición.

Delgado, J. S. (2013). *Mi Higiene Personal.* Portoviejo:
<http://www.monografias.com/trabajos101/mi-higiene-personal/mi-higiene-personal.shtml>.

Drucker, P. (1954). *La Práctica del Management, 3er Edc.* Buenos Aires: Sudamericana.

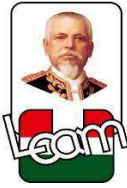
Lamb Charles, H. J. (2002). *Marketing, Sexta Edición.* International Thomson Editores.

Philippe, A. (1988). *El Tiempo de la Historia.* Buenos Aires: Paidós Estudio.

Philip Kotler, G. A. (2004). *Marketing.* Madrid: Pearson Prentice Hal.

Produccion, C. d. (2013).

ANEXOS



UNIVERSIDAD LAICA "ELOY ALFARO DE MANABÍ"
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA INGENIERÍA EN MARKETING

PROYECTO PARA OPTAR POR EL TITULO DE INGENIERA EN MARKETING

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la factibilidad para implantación de una empresa que ofrece Servicios de Limpieza personalizados. La información que usted nos porciones a través de esta encuesta será utilizada para la elaboración de Tesis de Grado con el Tema **"PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA DIRIGIDO A COMPAÑÍAS DE LA CIUDAD DE MANTA"**

ENCUESTA

1. ¿En la ciudad de Manta se creará una microempresa dedicada al servicio de limpieza para el sector empresarial, diferente a las del entorno, está de acuerdo con este proyecto?

SI
NO

2. ¿Cuál es el tipo de atributos que busca en el servicio de limpieza?

ASEO PERSONAL CALIDAD DE SERVICIO OPORTUNIDAD
ECONOMÍA AGILIDAD DEL SERVICIO SEGURIDAD

3. ¿Le gustaría encontrar en la ciudad de Manta, esta alternativa de servicio de limpieza?

SI
NO

4. ¿Le entusiasma encontrar catálogos que contengan la información adecuada sobre el servicio de limpieza que se oferta?

SI
NO

5. ¿Con que frecuencia efectúa limpieza en su empresa?

DIARIA SEMANAL
MENSUAL TRIMESTRAL

6. ¿Qué tipo de desinfectantes desearía que sean utilizados en la limpieza de sus instalaciones?

PINOKLIN CLORO YODÓFOROS

7. ¿Por qué le gustaría utilizar nuestros servicios de limpieza o aseo?

PRECIO CALIDAD
SERVICIO AGIL BUENA ATENCION

8. ¿Les gustaría encontrar atención especializada sobre el servicio de limpieza que se oferta?

SI
NO

9. ¿Cuáles son los lugares más frecuentes de adquisición de productos limpieza?

- MERCADO
- TIENDAS
- MAYORITAS
- ALAMCENES
- COMISARIATOS

10. ¿Cree Ud. que la marca infiere mucho en la adquisición del servicio de limpieza

- SI
- NO

11. ¿Cuál de estas sugerencias serian indispensables para el desarrollo de esta microempresa?

- PUNTUALIDAD DEL SERVICIO
- AYUDA A LOS CLIENTES
- LIMPIENZA DE CALIDAD
- PERSONAL CAPACITADO

Elaborado por: Amelia Bosada

Logotipo Xpert Clean



Elaborado por: Amelia Bosada

Local Xpert Clean



Elaborado por: Amelia Bosada

Carrito de limpieza Xpert Clean



Enceradora de pisos Xpert Clean



Pulidora de pisos Xpert Clean



Aspiradora Xpert Clean



Escalera Xpert Clean



Andamios Xpert Clean



Materiales de limpieza Xpert Clean



Materiales de limpieza Xpert Clean



AHORA EN MANTA

Xpert Clean
CALIDAD DE LIMPIEZA ES NUESTRA NATURALEZA

Servicios de limpieza Corporativa para Empresas.

- Limpieza de Oficinas
- Limpieza de Vidrios de Edificios y Oficinas
- Pulida de Pisos

TRABAJO 100% GARANTIZADO

Dir: Avenida 23 entre Calle 17 y 20 Telf: 052927163 / 0991114163
Email: info@xpertclean.com web : www.xpertclean.com

Elaborado por: Amelia Bosada

Roll Up Xpert Clean

Xpert Clean
CALIDAD DE LIMPIEZA ES NUESTRA NATURALEZA

Servicios de limpieza Corporativa para Empresas.

- Limpieza de Oficinas
- Limpieza de Vidrios de Edificios y Oficinas
- Pulida de Pisos

Síguenos :

Dir: Avenida 23 entre Calle 17 y 20
Telf: 052927163 / 0991114163
Email: info@xpertclean.com web : www.xpertclean.com

Elaborado por: Amelia Bosada

Brochure Xpert Clean

PULIDA DE PISOS

Limpiar los derrames de líquidos, especialmente muy ácidos o básicos.
Barrer o mopa seca diario en áreas de alto tráfico para eliminar los restos abrasivos que de otro modo desgastar la capa protectora del suelo pulido.
Regularmente mojado el piso, con un limpiador de pisos no ácido o neutral diseñado para suelos de hormigón. Comience siempre trapear con un trapeador limpio y agua limpia. No requiere encerado regular, pulir o sellado.

Desbastado, elimina manchas e imperfecciones del piso.
Abrillantado, remover toda la suciedad y las manchas ligeras en el piso.

XPERT Clean
CALIDAD DE LIMPIEZA ES NUESTRA NATURALEZA

Servicios de limpieza Corporativa para Empresas.

Limpieza de Oficinas
Limpieza de Vidrios de Edificios y Oficinas
Pulida de Pisos

TRABAJO 100% GARANTIZADO

Síguenos :  

Dir: Avenida 23 entre Calle 17 y 20
Telf: 052927163 / 0991114163
Email: info@xpertclean.com web : www.xpertclean.com

Elaborado por: Amelia Bosada

Brochure Xpert Clean



MISIÓN.
Ser una empresa dedicada a brindar un servicio de limpieza personalizado, eficiente y responsable, mediante un personal altamente calificado para satisfacer las necesidades de los clientes, brindando una atención oportuna y eficaz a los requerimientos exigidos.

VISIÓN
Ser una empresa líder en el mercado de servicios de limpieza proporcionando a sus clientes un servicio seguro y confiable con altos estándares de calidad.


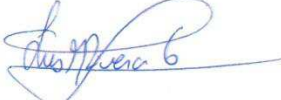
EL SERVICIO ESTÁ DIRIGIDO:
Servicio de limpieza en guarderías, escuelas, institutos, universidades y todo tipo de centros de enseñanza
Limpieza de Hospitales, clínicas, centros asistenciales.
Limpieza de oficinas Especialización en métodos y productos, supervisión del servicio de limpieza de oficinas.

LIMPIEZA DE OFICINAS
Limpiar el polvo de toda el área escritorios, archivadores, repisas, lámparas, etc.
Limpieza de teléfonos con alcohol.
Limpieza de escritorios de todo el personal.
Vaciado y limpieza de los tachos de basura de todos los puestos de trabajo.
Limpieza de ventanas.
Limpieza de puertas y mamparas de vidrio.
Limpieza y desinfección diaria de los baños.
Barrido y mapeado de toda el área de la oficina.
Limpieza de las chapas de las puertas.

LIMPIEZA DE VIDRIOS EN EDIFICIOS Y OFICINAS
Reparación de fachadas de edificios
Pintura de muros altos y bajos
Reparación de grietas y sellado de fisuras en edificios
Impermeabilización de paredes de edificios
Limpieza de vidrios paredes del edificio.
Poda de árboles

Elaborado por: Amelia Bosada

RUC Xpert Clean S.A.

REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES SOCIEDADES		SRI ...le hace bien al país!	
NUMERO RUC:	1390062374001		
RAZON SOCIAL:	XPERT CLEAN S.A		
NOMBRE COMERCIAL:			
CLASE CONTRIBUYENTE:	OTROS		
REP. LEGAL / AGENTE DE RETENCION:	BOSADA MACIAS AMELIA LISETH	ELGADO GALO RUBEN	
CONTADOR:	MACIAS PALAO LISETH		
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	17/10/2014	FEC. CONSTITUCION:	17/10/2014
FEC. INSCRIPCION:	23/10/2014	FECHA DE ACTUALIZACION:	23/10/2014
ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:			
SERVICIO DE ASEO Y LIMPIEZA			
DIRECCION PRINCIPAL:			
Provincia: MANABI Cantón: MANTA Parroquia: MANTA Calle: 17 Y 20 AV. 23 Referencia ubicación: FRENTE A DEPOSITO DE MADERA PINGUINO Teléfono Trabajo: 052 927163 Email: info@xpertclean.com			
BLIGACIONES TRIBUTARIAS:			
* ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS			
* ANEXO RELACION DEPENDENCIA			
* DECLARACION DE IMPUESTO A LA RENTA SOCIEDADES			
* DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE			
* DECLARACION MENSUAL DE IVA			
DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABIERTOS:	1
URISDICCION:	REGIONAL MANABI MANABI	CERRADOS:	0
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE		 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS	
suarfo:	RGLM160608	Lugar de emisión:	MANTA/AVENIDA 5, ENTRE
		Fecha y hora:	26/05/2010
Página 1 de 2			

Elaborado por: Amelia Bosada

Nombramiento Gerente

Manta, 10 de abril del 2014

Señora:
AMELIA BOSADA MACIAS
Cedula Identidad: No. 131006327-4
Ciudad.


De mi consideración.

Tengo el agrado de comunicarle a usted, que en la Sesión de Junta General Extraordinaria y Universal de Accionistas de la Compañía XPERT CLEAN S.A., celebrada el día de hoy, se procedió a elegirla como **GERENTE GENERAL** de la compañía, por un periodo de **TRES AÑOS**, con todos los derechos y atribuciones establecidas en los Estatutos Sociales y la Ley de Compañías.

La presente comunicación constituye su nombramiento como **GERENTE GENERAL**, de la Compañía XPERT CLEAN S.A., el cual la faculta a actuar como tal, usted ejercerá la representación Legal, Judicial y Extrajudicial de la empresa, de acuerdo con los Estatutos Sociales vigentes en su artículo vigésimo de la Constitución de la Compañía y la Ley de Compañías.


La Compañía XPERT CLEAN S.A., se constituyó mediante Escritura Pública otorgada ante el Notario Tercero del cantón Manta, el 13 de Marzo del 2014, aprobada mediante resolución No. SC.DIC.P.12.0000211 por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil del Cantón Manta.

Atentamente.


Miguel Ángel López Ordóñez
SECRETARIO AD HOC

RAZON:


Acepto el nombramiento de GERENTE GENERAL de la Compañía XPERT CLEAN S.A., para el cual he sido designada. Mi nacionalidad es panameña y mi número de cédula de identidad es 131120487-7. Manta, 10 de abril del 2014.-


Amelia Bosada M.
C.I. 131006327-4

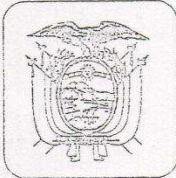


Elaborado por: Amelia Bosada

Constitución de la Empresa




**NOTARIA TERCERA
DEL CANTON MANTA
PROVINCIA DE MANABI**



N° 173.-
N°.....

PRIMER TESTIMONIO DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCION
DE COMPAÑIA DE SOCIEDAD ANONIMA.-

OTORGANTES EXPERT CLEAN S.A. -



CUANTIA USD 800.00.- MANTA Feb.06 del 2.014.-

NOTARIO:
Raúl Eduardo González Melgar
Abogado

Elaborado por: Amelia Bosada

Certificado de la Superintendencia de Compañías

Pág. 1 de 1

REPÚBLICA DEL ECUADOR



SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
REGISTRO DE SOCIEDADES

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES Y EXISTENCIA LEGAL

No. 19521

DENOMINACIÓN DE LA COMPAÑÍA:
XPERT CLEAN S.A.

NUMERO DE EXPEDIENTE: 34552 - 201

RUC: 1390063274001

DIRECCIÓN: CALLE 17 Y 20, AVENIDA 23 #

CIUDAD: MANTA

TELÉFONO:

CERTIFICO QUE LA COMPAÑÍA ARRIBA CITADA, HA CUMPLIDO CON LAS
DISPOSICIONES CONSTANTES EN LOS ARTÍCULOS 20 Y 449 DE LA LEY DE
COMPAÑÍAS VIGENTE.

**LA COMPAÑÍA TIENE ACTUAL EXISTENCIA JURÍDICA Y SU PLAZO SOCIAL
CONCLUYE EL: 17/03/2053**

CERTIFICACIÓN VALIDA HASTA EL: **30/04/2014**

CAPITAL SOCIAL: USD \$ 800,00

POR LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS.

Sra. Margoree Zambrano Mejía
Delegada del Intendente de Compañías -
Portoviejo

FECHA DE EMISIÓN: 18/11/2014 09:41:16

ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACIÓN AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO,
COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES
O TESTADURAS, ETC. LO INVALIDAN.

margoreez

Elaborado por: Amelia Bosada

Comprobante de Pago Cuerpo de Bomberos Manta



CUERPO DE BOMBEROS DE MANTA
 Emergencias Teléfono: **102**
TASA BOMBERIL - 2014

COMPROBANTE DE PAGO
 0017955

RUC: 1360020070001
 Dirección: Avenida 11 entre Calles 11 y 12
 Teléfono: 2621777 - 2611747

DATOS DEL CONTRIBUYENTE	DATOS DEL PREDIO
CI/RUC: : 1390063274001 NOMBRES : BOSADA MACIAS AMELIA LISETH RAZÓN SOCIAL: XPERT CLEAN S.A. DIRECCIÓN : CALLE 17 Y 20, AVENIDA 23	CLAVE CATASTRAL: 00107140700000000-24 AVALUO PROPIEDAD: DIRECCIÓN PREDIO:

REGISTRO DE PAGO	DESCRIPCIÓN	VALOR
Nº PAGO: 322818	TASA	0.00
CAJA: SANCHEZ ALVARADO PAMELA	PERMISO	0.00
FECHA DE PAGO: 01/08/2014 11:22:14	INSPECCION	22.00
	EMISION	0.00
	TOTAL A PAGAR	\$ 22.00

ÁREA DE SELLO



ACTIVIDAD COMERCIAL : OFICINAS

ESTE COMPROBANTE NO TENDRA VALIDEZ SIN EL REGISTRO DE PAGO

ORIGINAL CLIENTE

Elaborado por: Amelia Bosada

Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos



CUERPO DE BOMBEROS DE MANTA
 DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN DE INCENDIO
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO 2014

STICKER 000219

REPRESENTANTE LEGAL: BOSADA MACIAS AMELIA	CERTIFICADO. 2984
RAZÓN SOCIAL: XPERT CLEAN S.A.	R.U.C. 1390063274001
ACTIVIDAD: SERVICIO ASEO Y LIMPIESA	IM - 3
DIRECCIÓN: CALLE 17 Y 20, AVENIDA 23	ZONA: 2
FECHA DE EMISIÓN: 01 DE AGOSTO DEL 2014	FECHA DE CADUCIDAD: 31 DE DICIEMBRE DE 2014

De conformidad con el art. 35 de la Codificación de la Ley de Defensa Contra Incendio, los art. 1 y 2 del Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios y basados en el art. 351 del Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios y realizada la inspección a la actividad, se procede a la entrega de este permiso de funcionamiento. **NOTA: ESTE PERMISO SE RENOVA CADA AÑO.**



JEFE (E) DEL DEPARTAMENTO TECNICO

Elaborado por: Amelia Bosada