



## “Implementación de una Empresa de Servicio de Limpieza y Mantenimiento de Hogares en la Ciudad de Guayaquil”

Alexandra Alicia Garay Cordero  
Andrea Carolina Sacta Andrade  
María Gabriela Orellana Solís  
Econ. Ivonne Moreno Aguí  
Facultad de Economía y Negocios  
Escuela Superior Politécnica del Litoral  
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 Vía Perimetral  
Apartado 09-01-5863. Guayaquil – Ecuador  
[agaray@espol.edu.ec](mailto:agaray@espol.edu.ec)  
[ancasact@espol.edu.ec](mailto:ancasact@espol.edu.ec)  
[magaorel@espol.edu.ec](mailto:magaorel@espol.edu.ec)  
[imoreno@espol.edu.ec](mailto:imoreno@espol.edu.ec)

### Resumen

*La ciudad de Guayaquil posee en la actualidad una demanda de servicio de limpieza y mantenimiento de hogares insatisfecha. El objetivo general de este proyecto es demostrar la viabilidad económica para implementar una empresa de servicio de limpieza y mantenimiento de hogares en la ciudad de Guayaquil. El nombre de nuestra empresa será “Deep Clean House”, un profesional de mantenimiento de hogares realizará un trabajo con los más altos estándares, lo que significa que tu puedes estar seguro de que tu casa es segura, limpia y luce lo mejor posible, además de que deja más tiempo para mejores cosas en la vida. El objetivo principal de “Deep Clean House” es satisfacer los requerimientos y exigencias del cliente, contando con excelente maquinaria y mano de obra. Para el financiamiento de este proyecto se prevé contar con capital propio proveniente de los socios y un préstamo a una entidad bancaria. El Valor actual neto del proyecto es positivo, el proyecto debe ser aceptado.*

**Palabras Claves:** *limpieza, mantenimiento, Guayaquil, hogares, servicio, valor actual neto.*

### Abstract

*The city of Guayaquil has at present a consumer demand for cleaning and maintenance unsatisfied. The general mission of this project is to demonstrate the economic viability to implement a cleaning and maintenance services to homes in the city of Guayaquil. The name of our company will be "Deep Clean House", a home maintenance professional will complete the job to the highest of standards, meaning that you can be confident that your home is safe, clean, and looks as good as it possibly can in addition leaving you more time for the better things in life. The main objective of “Deep Clean House” is to satisfy the requirements and demands of the customer with excellent machinery and labor. To finance this project, we hope count with own resources of the partners and a loan to a bank. The Net Present Value of the project is positive, it should be accepted.*

**Key words:** *Cleaning, maintenance, Guayaquil, homes, service, net present value.*



## 1. Introducción

### 1.1 Generalidades

El planteamiento de la implementación de una empresa que brinde servicios de limpieza y mantenimiento de hogares de la ciudad de Guayaquil busca cubrir con la demanda de aquellos hogares, aprovechando la escasa incursión de otras empresas de servicios similares, permitiendo a su vez ingresar a este mercado con un concepto nuevo e innovador para la ciudad.

Nuestra característica fundamental será nuestro equipo humano que estará especialmente seleccionado por su honradez, honestidad y respeto por el hogar y la familia lo que unido a su formación harán posible que nuestra empresa y sus servicios se reciban en los hogares como algo familiar y de absoluta confianza.

La eficiencia, calidad, garantía y seguridad que aportan los sistemas, metodologías y personal de la empresa de mantenimiento quedarán reflejados en la confianza y alto nivel de satisfacción expresados por los usuarios de este tipo de servicios.

### 1.2 Objetivo General

Ingresar al mercado de la ciudad de Guayaquil y posicionarnos como una empresa líder y reconocida que brinde un servicio diferenciado donde se contará con estándares de calidad, reflejando así, la responsabilidad y compromiso de nuestra empresa.

### 1.3 Objetivos específicos:

Fortalecer el concepto del servicio de limpieza especializado en los hogares residenciales de Guayaquil.

Llegar a un crecimiento anual del 5% en el mercado.

Proponer un modelo de negocios en esta rama con los más altos estándares, para lograr fidelización de los clientes a través de entrega de valor agregado.

Desarrollar nuestra actividad basándonos en una filosofía de calidad y competitividad.

### 1.4 Planteamiento del Problema

Es de conocimiento de todos que en la actualidad existe mayor conciencia al momento de ejercer la limpieza de nuestros hogares ya que además de asociar la limpieza con la salud estamos conscientes sobre el daño que causan los gérmenes a los integrantes de la familia, especialmente a los niños.

Tomando en consideración que el rol de ama de casa o empleadas domésticas juega un papel muy importante en el mantenimiento de un hogar limpio y bien cuidado, la problemática empieza en que hoy en día la mayoría de las mujeres se han incorporado al mercado laboral descuidando por falta de tiempo la limpieza de sus hogares; y considerando que hay menos disponibilidad de empleadas domésticas confiables, surge la necesidad de una empresa de mantenimiento de hogares ante todo profesional.

Otro de los problemas que nos motiva a crear una empresa que brinde este tipo de servicio radica en que las amas de casa o empleadas domésticas no están lo suficientemente capacitadas al momento que se les presenten problemas de mantenimiento a los hogares, tales como: gasfitería, plomería, cerrajería, pintura, mantenimiento de jardines y otros; surgiendo de esta forma la necesidad de contratar un servicio que brinde solución a este tipo de calamidades domésticas.

### 1.5 Justificación

En una ciudad inclinada al crecimiento y a la globalización donde cada vez se requiere de una mayor capacidad para desenvolverse en los negocios en un ambiente agradable y sugestivo.

Es necesario preocuparse por su entorno y cuidar del mismo, tomando las medidas necesarias que permitan la construcción de un sistema adecuado.

Con el ánimo de mejorar los hogares en la ciudad de Guayaquil, se ha dispuesto a la creación de una empresa de servicio de Limpieza y mantenimiento de hogares en esta ciudad, con la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado e incorporar el concepto innovador de nuestra empresa en esta localidad.

## 2. Estudio Organizacional

Nuestra empresa cuya razón Social será “DEEP CLEAN HOUSE”, ofrecerá un servicio especializado en la limpieza y mantenimiento de hogares en la ciudad de Guayaquil, donde además de limpiar a profundidad los hogares se encargará de problemas de

mantenimiento tales como: gasfitería, plomería, cerrajería, pintura, mantenimiento de jardines y otros.

El Recurso Humano será un factor importante, la calidad del servicio y el uso de materiales e implementos de calidad dará al cliente satisfacción y a nosotros como resultado su lealtad y futuras contrataciones.

## 2.1 Misión

Ofrecer un sistema de trabajo integrado de confianza en Servicios de Limpieza y Mantenimiento del Hogar que satisfaga las necesidades de cada uno de nuestros clientes, manteniendo ambientes confortables y seguros mediante el saneamiento y aseo de sus instalaciones de un modo profesional y humano.

## 2.2 Visión

Consolidarnos como una empresa líder en servicios especializados de limpieza y mantenimiento de los hogares ecuatorianos.

## 2.3 Organigrama de la Empresa

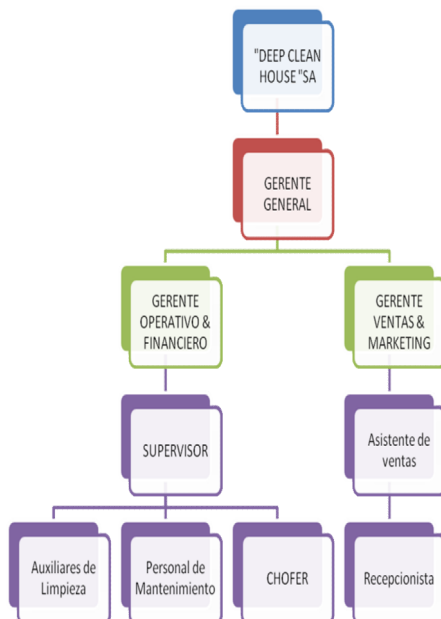


Figura 1.- Organigrama

Podemos ver en esta ilustración como esta conformada la empresa “DEEP CLEAN HOUSE”.

## 2.4 Clientes

Los posibles clientes para “DEEP CLEAN HOUSE”, son individuos de situación económica bastante estable que tienen requerimientos muchos más exigentes con especificaciones y estándares predefinidos del resultado de un servicio profesional de limpieza, en su mayoría son personas que poseen casas residenciales.

Serán personas que no tengan la facilidad de contratar personal doméstico permanente, motivadas por razones de tiempo, falta de confianza, costumbres y falta de predisposición para enseñar las tareas del hogar.

## 2.5 Matriz Implicación (FCB)

Con la Matriz Implicación (FCB) analizamos el comportamiento de la elección de compra de los consumidores, cuando optan por un producto o servicio, en este caso por el servicio de limpieza y mantenimiento para hogares.

|             |        | APREHENSION |  |
|-------------|--------|-------------|--|
|             |        | Racional    | Emocional  |
| IMPLICACION | Fuerte | Aprendizaje | Afectividad<br>"EMPRESA DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO" |
|             | Débil  | Rutina      | Hedonismo  |

Figura 2.- Matriz Implicación

La implicación de compra es Fuerte porque el valor de un servicio de limpieza y mantenimiento es alto y cambiara sus hábitos u horario.

El modo de elección es emocional ya que se basa en el deseo de tener un hogar limpio que brinde comodidad y a la vez evite padecer de enfermedades provocada por los ácaros existentes el polvo.

El consumidor primero siente y evalúa las opciones existentes en el mercado, las investiga y cuando esta completamente seguro realiza la compra o inversión económica.

Cuando realicemos nuestros anuncios publicitarios dado que tenemos una elevada implicación y

procesamiento afectivo, debemos utilizar anuncios largos y con efectos visuales.

## 2.6 Marketing Mix: 4 P'S

**2.6.1. Política de Producto.** “Deep Clean House” será una empresa de Servicios de limpieza y mantenimiento para Hogares de la ciudad de Guayaquil, ofrecerá una atención de Vanguardia, moderna diferenciándonos de las demás ya que no solo brindamos limpieza sino salud.



Figura 3.- Logotipo

**2.6.2. Política de Precio.** La tarifa, dada la calidad del servicio que damos será un poco elevada en relación a las demás empresas de limpieza que existen en Guayaquil, pero el mismo se justificara al brindar un servicio mejor que las demás. Nuestros clientes podrán cancelar con efectivo o cheque.

**2.6.3. Política de Plaza.** Nuestro servicio llegara al consumidor a través de nuestros empleados, de limpieza y mantenimiento. Y está dirigida para la ciudad de Guayaquil.

**2.6.4. Política de Promoción.** Dado que entraremos en un mercado donde ya existen otras empresas, debemos introducir nuestra imagen al mercado meta, y así llegar a posicionarnos en la mente del consumidor.

Desarrollaremos una campaña completa para los medios de comunicación seleccionados que son televisión, radio, revistas, vallas, e-mail, donde resaltaremos las cualidades más importantes de nuestro servicio.

Existirán paquetes promocionales, donde estarán definidos los servicios a ofrecer. Los paquetes se llaman Básico, Silver, Gold, Platinum y Garden.

## 2.7. Estudio Técnico

**2.7.1 Requerimiento de Máquinas para la implementación.** Las inversiones en equipamiento incluyen aquellas maquinas que permitan la operación normal de la empresa como lo son la maquinaria de limpieza, los vehículos.

**2.7.2 Requerimientos de Insumos.** Para hacer los trabajos de limpieza deberá contarse con un stock de insumos, entre los que habrá algunos que se deben cambiar o reemplazar más seguido que otros. Hay ocasiones que los clientes preferirán la utilización de otros productos de limpieza que por lo regular son los que usan en su casa. Sin embargo, este detalle no cambiará el valor a facturar.

**2.7.3 Requerimientos de Equipo Humano.** Ya que la mano de obra constituye uno de los principales factores del proyecto se detallara la información del personal que laborará con nosotros.

## 2.8. Estudio de Localización

**2.8.1 Método de Localización por Puntos.** El estudio de localización se lo realizó mediante el método de la localización por puntos. Este método consiste en definir los principales factores determinantes de una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se les atribuye.

Al comparar dos o más localizaciones opcionales, se procede a asignar una calificación a cada factor en una localización de acuerdo con una escala predeterminada como, por ejemplo, de 0 a 10. La suma de las calificaciones ponderadas permitirá seleccionar la localización que acumule el mayor puntaje.

Como resultado el estudio nos dice que la mejor ubicación es en la ciudadela los ceibos, por la cercanía del mercado y la comodidad para los clientes.

Tabla 1.- Método de Localización por Puntos

| Factor               | Peso        | CEIBOS       |             | GARZOTA      |             | KENNEDY      |             |
|----------------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
|                      |             | Calificación | Ponderación | Calificación | Ponderación | Calificación | Ponderación |
| Costos del Alquiler  | 15%         | 6            | 0,9         | 7            | 1,05        | 8            | 1,2         |
| Cercanía al Mercado  | 40%         | 9            | 3,6         | 5            | 2           | 5            | 2           |
| Sector Comercial     | 30%         | 6            | 1,8         | 8            | 2,4         | 8            | 2,4         |
| Costos de Transporte | 15%         | 9            | 1,35        | 5            | 0,75        | 5            | 0,75        |
| <b>TOTAL</b>         | <b>100%</b> |              | <b>7,65</b> |              | <b>6,2</b>  |              | <b>6,36</b> |

## 2.9. Proceso de Servicio

El cliente se acerca a las oficinas o llama por teléfono a la empresa y la recepcionista toma los datos de la solicitud de servicio. La recepcionista, que funciona como planificadora, deberá indicar inmediatamente al cliente cuando y a qué hora se hará la visita.

En el momento de la visita, el o los trabajadores designados, acuden puntualmente y empiezan a realizar el trabajo que indique la solicitud. Estos no podrán realizar trabajos adicionales a los pactados a menos que se le comunique a la empresa y esta lo autorice, lo cual aumentaría el valor del servicio a facturar.

## 3. Análisis Financiero del proyecto

### 3.1 Inversión Inicial

La inversión total requerida para la implementación de nuestra empresa de servicio es de \$26476,49, la misma que está compuesta por la Inversión Inicial \$20,560.22, los Gastos de constitución \$770,00 y Capital de Trabajo \$5.146,27.

**Tabla 2.- Inversión Tangible del Proyecto**

| ACTIVO                            | CANTIDAD | P. UNITARIO | P.TOTAL          |
|-----------------------------------|----------|-------------|------------------|
| Vehículos                         | 1        | 6.000,00    | <b>6.000,00</b>  |
| Equipos de Computaci              | 4        | 450,00      | <b>1.800,00</b>  |
| Muebles de Oficina                | 4        | 150,00      | <b>600,00</b>    |
| Equipos de Oficina                | 4        | 110,00      | <b>440,00</b>    |
| Carritos de Limpieza              | 8        | 55,00       | <b>440,00</b>    |
| <b>MAQUINARIAS</b>                |          |             |                  |
| Enseradora                        | 3        | 1.342,50    | <b>4.027,50</b>  |
| Aspiradora                        | 3        | 1.117,50    | <b>3.352,50</b>  |
| Pulidora                          | 3        | 1.027,50    | <b>3.082,50</b>  |
| <b>OTROS COSTOS DE MATERIALES</b> |          |             |                  |
| Escalera                          | 4        | 50,00       | <b>200,00</b>    |
| Andamios                          | 3        | 125,00      | <b>375,00</b>    |
| Uniformes                         | 18       | 10,00       | <b>180,00</b>    |
| Escobas                           | 8        | 2,00        | <b>16,00</b>     |
| Recogedor                         | 8        | 1,75        | <b>14,00</b>     |
| Escurridor de Pisos               | 8        | 2,59        | <b>20,72</b>     |
| Trapaeador de Lana                | 8        | 1,50        | <b>12,00</b>     |
| <b>TOTAL INVERSION TANGIBLE</b>   |          |             | <b>20.560,22</b> |

## 3.2 Inversión Intangible del Proyecto

Los Gastos de Constitución también son considerados como parte de la inversión inicial de la compañía.

**Tabla 3.- Gastos de constitución**

| <b>GASTOS DE CONSTITUCION</b>      |               |
|------------------------------------|---------------|
| Constitucion de la Compañía        | <b>550,00</b> |
| Permisos Sanitarios                | <b>40,00</b>  |
| Permiso de Bomberos                | <b>40,00</b>  |
| Afiliacion a la camara de Comercio | <b>80,00</b>  |
| Permisos Municipales               | <b>60,00</b>  |
| <b>TOTAL INVERSION INTANGIBLE</b>  | <b>770,00</b> |

## 3.3 Capital de Trabajo

Además de la inversión de la organización, es de vital importancia calcular la inversión que se necesita para financiar los desfases de caja que puedan presentarse durante el desempeño del proyecto.

Este rubro corresponde al capital de trabajo, que es de \$ 5146,27 por lo que esta será la inversión a efectuarse en capital de trabajo para financiar la operación normal del proyecto.

## 3.4 Ingresos por Venta del Servicio

Los ingresos que hemos proyectado para las ventas del servicio serán de acuerdo a la demanda estimada de cada año, para facilitar el cálculo se estableció la demanda mensual.

El precio por limpieza de un hogar en promedio es de \$6x 6h = \$36.00. En estos momentos habitan 4645 familias en Los Ceibos, cuyo crecimiento es del 2,4% anual, según datos obtenidos por el INEC en la ciudad de Guayaquil.

## 3.5 Costos Fijos

Los Costos Fijos son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad, sino que permanecen invariables ante esos cambios.



**Tabla 4.- Costos fijos anuales**

| TIPO DE GASTO          | VALOR MENSUAL    | VALOR ANUAL        |
|------------------------|------------------|--------------------|
| Gastos Administrativos | \$ 120,00        | \$ 1.440,00        |
| Gastos de Ventas       | \$ 60,00         | \$ 720,00          |
| Gastos Fijos           | \$ 430,00        | \$ 5.160,00        |
| <b>TOTAL</b>           | <b>\$ 610,00</b> | <b>\$ 7.320,00</b> |

### 3.6 Costos Variables

Los costos variables se verán reflejados por la cantidad de materiales de limpieza que se va a utilizar por cada servicio prestado.

**Tabla 5.- Costos variables mensuales**

| COSTOS VARIABLE MENSUAL Y ANUAL      |             |                     |
|--------------------------------------|-------------|---------------------|
| INSUMOS                              | C. UNITARIO | C. TOTAL            |
| Detergentes                          | \$ 0,90     | \$ 1,80             |
| Cloro                                | \$ 0,15     | \$ 0,30             |
| Desinfectante Ambiental              | \$ 0,80     | \$ 1,60             |
| Acidos                               | \$ 1,20     | \$ 1,20             |
| Cera                                 | \$ 0,98     | \$ 0,98             |
| Desengrasante                        | \$ 1,02     | \$ 1,02             |
| Limpia Vidrio                        | \$ 0,89     | \$ 1,78             |
| Guantes                              | \$ 0,94     | \$ 0,94             |
| Guantes                              | \$ 1,11     | \$ 1,11             |
| <b>TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO</b> |             | <b>\$ 10,73</b>     |
| <b>CANTIDAD CASAS/MES</b>            | <b>234</b>  | <b>\$ 2.510,82</b>  |
| <b>COSTO VARIABLE ANUAL 1º Año</b>   |             | <b>\$ 25.108,20</b> |

### 3.7 Deuda

La empresa DEEP CLEAN HOSE CIA LTDA necesita \$ 26476,49 como inversión inicial pero contraerá una DEUDA con el Banco del Pichincha por el monto de \$15.000,00 a cinco años, con un interés anual del 14,75%. Dado que el Banco solo financiara un 50% del valor total de la inversión necesaria para el proyecto ya que es una política del tipo de crédito al cual aplicaremos.

### 3.8 Tasa de descuento

Para calcular la tasa de descuento, consideramos el costo de la deuda y también el costo del capital propio, que considera la tasa libre de riesgo y la rentabilidad del mercado, así como el de la empresa.

### 3.9 Costo del Capital Propio (CAPM)

Para evaluar nuestro proyecto debemos considerar el capital patrimonial. De este modo, para determinar el costo de capital propio, debe utilizarse la siguiente ecuación:

$$K_e = [R_f + B_i (R_m - R_f)] + \text{Riesgo País}$$

**K<sub>e</sub>**: Costo del Capital propio

**R<sub>f</sub>**: es la tasa “libre de riesgo”, la tasa de los bonos del Tesoro de Estados Unidos con vencimiento a 5 años con un valor de 2,46% al 20 de febrero del 2010.

**B<sub>i</sub>**: es la correlación del retorno de las acciones del sector (Servicios de limpiezas en este caso con respecto al índice general del mercado).

**R<sub>m</sub>**: La rentabilidad del mercado será reconocida como la rentabilidad actual del índice S&P 500 (de servicios), que actualmente alcanza 10,5%.

**Riesgo País**: Obtenida de los datos del Ministerio de Economía y Finanzas del Gobierno de Perú, se encuentra actualmente en el 8,04%.

$$K_e = 0,0246 + 0,63 (0,105 - 0,0246) + 0,0804$$

$$K_e = 0,1556$$

$$K_e = 15,56\%$$

### 3.10 Costo de Capital

El costo del capital corresponde aquella tasa que utilizamos para determinar el valor actual de los flujos futuros que genera el proyecto y representa la rentabilidad que se le debe exigir a la inversión por renunciar a un uso alternativo de los recursos en proyectos de los riesgos similares. Para calcularlo utilizamos la siguiente ecuación:

$$K_o = K_d (1-t) * D/A + K_e * P/A$$

**K<sub>d</sub>**: es el costo de la deuda.

**t**: representa la tasa de impuestos.

**D/A**: es la razón deuda/activos.

**K<sub>e</sub>**: es el costo del capital propio.

**P/A:** es la razón patrimonio/activos

Por lo tanto para obtener el costo promedio ponderado de capital, necesitamos determinar que porcentaje de financiación se hará con deuda y que porcentaje con recursos propios. La deuda corresponde al 49% de la inversión total. El costo de la deuda está dado por el interés que cobra el banco, el cual es de 14,75%. La tasa de impuesto a la renta es del 25%.

$$K_o = (0,1475) (1-0,25) (0,57) + 0,1556(0,43)$$

$$K_o = 0,06305625 + 0,066908$$

$$K_o = 0,12996425$$

$$K_o = 12,99\%$$

### 3.11 Costo de la deuda

La medición del costo de la deuda, se basa en el hecho que nuestro proyecto va ser apalancado por un préstamo el cual deberá ser reembolsado en una fecha futura específica, en un monto mayor al obtenido originalmente. La diferencia constituye el costo que debe pagarse por la deuda. En nuestro caso la tasa de interés anual del préstamo es de 14,75% el cual se define como el costo de la deuda.

$$K_d = 14,75\%$$

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

A través del desarrollo del flujo de caja y del cálculo del VAN y la TIR, se puede determinar que el presente proyecto será rentable.

$$VAN = 44.433,22$$

### 3.13 Flujo de caja del Inversionista

El flujo de caja permite medir la rentabilidad de toda la inversión; como deseamos medir la rentabilidad de los recursos propios deberá agregarse el efecto financiamiento para incorporar el impacto del apalancamiento de la deuda.

Las tasas que incluirá el Flujo de Caja del Inversionista se desglosa a continuación:

- $K_o = TMAR = 12,99\%$
- $TIR = 61,36\%$

En este flujo se obtienen un VAN \$44433,22 que es mayor a cero y arroja una TIR DE 61,36% mayor a la TMAR 12,99% lo cual indica que el proyecto analizado desde el flujo de caja del Inversionista es rentable.

### 3.14 Flujo de caja del Proyecto

En el flujo de caja del proyecto también llamado proyecto puro se asume que la inversión que requiere el proyecto proviene de fuentes de financiamiento internas, es decir, que los recursos totales que necesita el proyecto provienen de los socios de DEEP CLEAN HOUSE.

Las tasas a utilizar en la realización de este flujo de caja del Proyecto se presentan a continuación.

- $K_e = TMAR = 15,56\%$
- $TIR = 40,69\%$

En este flujo se obtienen un VAN \$33401,13 que es mayor a cero y arroja una TIR DE 40,69% mayor a la TMAR 15,56% que indica que el proyecto analizado desde el flujo de caja del Proyecto resultaría rentable.

### 3.15 Periodo de Recuperación de la Inversión

Considerando una tasa de descuento del 14,75% en el cálculo del periodo de recuperación, se ha determinado que el proyecto se recuperara la inversión en 4to Año 1 mes.

**Tabla 6.- Payback**

| PAYBACK |                         |                    |                           |                                   |
|---------|-------------------------|--------------------|---------------------------|-----------------------------------|
| Periodo | Saldo de Inversión (\$) | Flujo de Caja (\$) | Rentabilidad Exigida (\$) | Recuperación de la Inversión (\$) |
| 1       | \$ 11.476,49            | \$ (917,12)        | \$ 1.490,80               | \$ (2.407,92)                     |
| 2       | 13884,41                | 7009,38            | 1803,58                   | 5205,79                           |
| 3       | 8678,62                 | 2950,36            | 1127,35                   | 1823,01                           |
| 4       | 6855,61                 | 8379,61            | 890,54                    | 7489,07                           |
| 5       | \$ (633,46)             | \$ 81.113,37       | \$ (82,29)                | \$ 81.195,65                      |

## 4. Conclusiones

Existe un mercado potencial para DEEP CLEAN HOUSE ya que a través de las encuestas realizadas en la investigación de mercado se descubrió que este proyecto tendría una gran aceptación.

El competidor directo de la empresa son los auxiliares de limpieza, ya que se encuentra ocupando



gran parte de nuestro mercado objetivo, sin embargo el concepto de ellos es diferente al de nuestra empresa ya que la variable diferencial se encuentra enfocada en la calidad del servicio, proporcionándole una clave para ingresar al mercado aun no satisfecho con estos servicios.

La rentabilidad que proyecta (TIR) es mayor a la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas (TMAR o tasa de Descuento) y el VAN es mayor a 0; Dichos resultados nos da una pauta de que la ejecución del proyecto sería rentable y atractivo para la empresa en mención.

## 5. Recomendaciones

Convendría ser más eficientes en la administración de los rubros más representativos de los egresos, para así optimizar los procesos de la cadena de valor del negocio.

Continuar y perfeccionar el plan de marketing para ingresar al top of mind de los consumidores.

A largo plazo comprar los insumos de limpieza al por mayor con el fin de optimizar los costos de la empresa.

Capacitar a los empleados para que brinden un mejor servicio a los clientes; creando así un ambiente de seguridad y eficiencia al momento de dar el servicio.

## 6. Agradecimiento

Queremos agradecer en primer lugar a Jehová, por habernos dado el regalo de la vida y muchas otras bendiciones inmerecidas.

A nuestros familiares y amigos que nos brindaron siempre su apoyo incondicional.

A nuestros maestros especialmente a la Ing. Ivonne Moreno Aguí, quien nos guió sabiamente hacia la culminación de nuestro proyecto.

## 7. Bibliografía

[1] HARRIS, Edgar E. Investigación de Mercados.

Segunda Edición. Editorial McGraw- Hill Traducido por Corona Hortensia.

[2] HERALDO, El. Enciclopedia temática del estudiante. Tres torres ediciones.

[3] LAMSON WHITNEY, Federico. Elementos de Investigación. Quinta Edición. Ediciones Omega, Barcelona 1983.

[4] WILLIAM, Edimson. Manual Práctico para desarrollar Proyectos de Investigación de Tesis. Segunda Edición 1999.

[5] KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Décima Edición. Pearson Educación. México 2001.

[6] SAPAG CHAIN, Nassir y Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyectos. Editorial McGraw Hill. Quinta edición, 2003.

[7] Finanzas Corporativas, Ross ; Westenfie

[8] Fundamentos de Gerencia Financiera, Block & Hirt.

[9] Estadística para Administración, Berenson Mark L., Editorial Prentice Hall.

[10] [www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)

[11] [www.eluniverso.com.ec](http://www.eluniverso.com.ec)

[12] [www.limpiezaecuador.com](http://www.limpiezaecuador.com)

[13] [www.guayaquil.gov.ec/index.php?...](http://www.guayaquil.gov.ec/index.php?...)

[14] [www.emagister.com/limpieza-hogar-tps-28537.htm](http://www.emagister.com/limpieza-hogar-tps-28537.htm)

[15] [www.municipiodeguayaquil.com](http://www.municipiodeguayaquil.com)

[16] [www.amvediciones.com/limpi.htm](http://www.amvediciones.com/limpi.htm)

[17] <http://www.webdehogar.com/bricolaje/05062901.htm>

[18] <http://guayaquil.olx.com.ec/servicio-de-limpieza-para-hogares-e-industrias-y-productos-en-general-para-la-limpieza-iid-17812987>

[19] <http://quito.olx.com.ec/servicios-de-asistencia-limpieza-y-mantenimiento-para-hogares-y-empresas-iid-52360049>

[20] <http://www.enplenitud.com/seccion.asp?seccionid=137>

[21] [www.limpiezasluxor.es/](http://www.limpiezasluxor.es/)

[22] <http://guayaquil.olx.com.ec/sistema-limpieza-de-acaros-a-colchon-muebles-y-alfombras-para-casas-hoteles-y-empresas-iid-9495030>

[23] <http://www.todomercado.com/Otros/Limpieza-de-Acaros.view?id=1254149860401>

[24] [http://www.quebarato.com.ec/clasificados/limpieza-profunda-acaros-equipo-purificador\\_\\_232004.html](http://www.quebarato.com.ec/clasificados/limpieza-profunda-acaros-equipo-purificador__232004.html)

[25] <http://www.nutricion.pro/06-05-2008/gadgets-do-mesticos/combate-bacterias-y-acaros-del-hogar-con-este-gadget-domestico>

**Msc. Ivonne Moreno Aguí**

**Directora de Tesis**

**Guayaquil, 1 septiembre 2010.**