



## **FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

“Análisis de la oportunidad de crecimiento de las Compañías de Servicios de limpieza y sanitización (en el sector de Samborondón): caso NOVACLEAN S.A.”

**ESTUDIO DE CASO QUE SE PRESENTA COMO OPCION AL  
TITULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACION DE  
EMPRESAS ENFASIS EN VENTAS.**

AUTOR:

**PEDRO BRAULIO PRADO PACHECO**

TUTOR:

**Mgs. BRIAN WILLIAMS**

**GUAYAQUIL, 20 DE JUNIO DEL 2017**



## **CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN FINAL**

**QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:**

**ANÁLISIS DE LA OPORTUNIDAD DE CRECIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE SERVICIOS DE LIMPIEZA Y SANITIZACION (EN EL SECTOR DE SAMBORONDON): CASO NOVACLEAN S.A. FUE REVISADO, SIENDO SU CONTENIDO ORIGINAL EN SU TOTALIDAD, ASÍ COMO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS QUE SE DICTAN EN EL INSTRUCTIVO, POR LO QUE SE AUTORIZA A: PEDRO BRAULIO PRADO PACHECO**

**QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.**

**Guayaquil, 20 de junio del 2017**

---

**Econ. Brian Williams Flores, Mgs.  
TUTOR**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por la oportunidad que me dio de culminar esta etapa de mi vida. A mi familia por su apoyo constante, a Stefany que también es una persona importante en mi vida y sin la cual no hubiera podido empezar esta etapa profesional.

De igual manera a mi tutor Mgs. Brian Williams y a la Msc. Mónica Pérez, por su guía, apoyo y confianza.

Gracias al personal de la Universidad Ecotec y al del Senescyt por su amable atención durante estos años y por brindarme la oportunidad de terminar mis estudios.

Por último agradezco a mis compañeros por sus ganas de superarnos que nos han llevado a esta etapa realizada de nuestra vida, a pesar de las ideas adversas al estudio y dedicación hemos podido concluir este logro respecto a nuestra formación.

## **DEDICATORIA**

La presente tesis es dedicada para mis padres y hermanos que han sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, y por siempre brindarme su confianza, inculcándome buenos consejos para ser una buena persona.

## RESUMEN

El presente caso de estudio se realiza con la finalidad de poder analizar la oportunidad de crecimiento de las Compañías de servicios de Limpieza en el área de Samborondón, para que este pueda ampliar su portafolio de servicios haciendo uso del total de su capacidad instalada. Se propone que la prestación de un servicio de limpieza dedicado para el hogar puede incrementar las ventas en la compañía analizada y satisfacer un mercado que generaría una interesante demanda. Para esta investigación se aplicó un tipo de estudio exploratorio y descriptivo. De igual manera se creó un modelo de entrevista para los clientes potenciales, con la finalidad de estimar de forma específica la acogida y aceptabilidad del portafolio de servicios a implementar. Se concluye que este análisis sirve de manera confiable para conocer la satisfacción de los usuarios del sector frente a la propuesta del servicio de limpieza dedicado al hogar de la empresa NOVACLEAN S.A., estimando que bajo la implementación de estos servicios se obtenga la demanda esperada en el mercado.

**Palabras claves:** oportunidad, servicios de limpieza, capacidad instalada, ventas, oferta, demanda.

### **Abstract.-**

The present case study is carried out in order to analyze the growth opportunities of Cleaning Services Companies in Samborondón area, so that it can expand its services portfolio by using its total installed capacity. The proposal is that the provision of a dedicated housekeeping service can increase sales and satisfy a market that is still in demand. For this investigation, an exploratory and descriptive study was applied. Likewise, an interview model was created for potential clients, and in this way, to analyze in a specific way the acceptance and acceptability of the portfolio of services to be implemented. It is concluded that this analysis is a reliable way to know the satisfaction of the users of the sector to the proposal of a cleaning service done by Novaclean Company, estimating that under the implementation of these services, the expected demand in the market will be obtained.

**Keywords:** opportunity, cleaning services, installed capacity, sales, supply, demand.

## INDICE

INTRODUCCION .....	1
Marco Contextual .....	1
Antecedentes .....	1
Delimitación.....	2
Justificación .....	2
Planteamiento del Problema .....	3
Formulación Del Problema.....	4
Objetivos .....	4
Objetivo General.....	4
Objetivos Específico .....	4
DESARROLLO .....	5
1. MARCO TEORICO .....	5
2. Marco Metodológico.....	11
2.1 La empresa NOVACLEAN S.A. ....	11
2.2 Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación.....	15
2.3 Método Empleado.....	15
2.3.1 Teórico .....	15
2.3.2 Empírico.....	16
2.4 Técnicas e instrumentos de la investigación.....	16
2.5 Universo y muestras escogidos .....	16
2.6 Idea de investigación .....	18
2.7 Procesamiento aplicado .....	19
3. ANALISIS Y RESULTADOS DE LA INFORMACION .....	20
3.1 Encuesta.....	20
3.2 Propuesta de la investigación.....	31
4. CONCLUSIONES .....	43
5. RECOMENDACIONES.....	44
BIBLIOGRAFIA .....	45
Anexos .....	47
Anexo 1 .....	47
Encuesta.....	47

Anexo 2.....	50
Glosario de conceptos.....	50

## **Tabla de ilustraciones**

<i>Ilustración 1 Logo de la Empresa NOVACLEAN S.A.</i> .....	11
<i>Ilustración 2 Organigrama NOVACLEAN S.A</i> .....	12
<i>3Figura. Pedro Prado</i> .....	20
<i>4Figura. Pedro Prado</i> .....	21
<i>5Figura. Pedro Prado</i> .....	22
<i>6Figura. Pedro Prado</i> .....	23
<i>7Figura. Pedro Prado</i> .....	24
<i>8Figura. Pedro Prado</i> .....	25
<i>9Figura. Pedro Prado</i> .....	26
<i>10Figura. Pedro Prado</i> .....	27
<i>11Figura. Pedro Prado</i> .....	28
<i>12Figura. Pedro Prado</i> .....	29
<i>Ilustración 13 Participación de Mercado</i> .....	41

## **INTRODUCCION**

### **Marco Contextual**

Hoy en día se torna complicado el hecho de conseguir un servicio de limpieza de confianza o personas que sean capacitadas y especializadas para cumplir con las expectativas del cliente. Actualmente con las leyes impuestas por el gobierno, la contratación de personal fijo que realice estas actividades resulta costoso y conlleva trámites de beneficios sociales.

En los últimos años las exigencias del mercado respecto a los servicios de limpieza para hogares, han estimulado un crecimiento constante en la demanda del sector en el cantón de Samborondón.

NOVACLEAN S.A., es una empresa con más de 10 años de experiencia, comprometida en brindar servicios profesionales de limpieza y mantenimiento a nivel Institucional y Comercial, con personal altamente capacitado y equipos de vanguardia. La empresa está ubicada en un sector comercial competitivo, zona inicialmente residencial que ha dado un giro comercial-residencial. A pesar de su constancia en el mercado, requieren de un eficaz y eficiente sistema de oferta y venta para llegar estratégicamente a los clientes particulares (Hogares) permitiendo una oportunidad de crecimiento.

### **Antecedentes**

El caso detallado a continuación fue encontrado en fuentes oficiales y extraído de archivos investigados, se revisó información de diferentes empresas a nivel Nacional que brindan un servicio integral de limpiezas en los diferentes tipos de estructuras en las que puede habitar una familia.

Se selecciona como referencia la empresa Nacional Prohogar que tiene presencia en la ciudad de Guayaquil y la cual brinda un servicio de asistencia para para la limpieza del hogar, la metodóloga de ellos es enviar una profesional que ayuda a las tareas más importantes del hogar, en otras palabras una asistente domestica de limpieza; otra de las empresas investigadas es el Grupo Repcon con presencia en Guayaquil y Quito, la cual brinda el servicio de limpieza para hogares

pero solo en obras terminadas, es decir casas sin enseres y sin amoblar, adicional a esto brindar servicios específicos como limpieza de limpieza de muebles, limpieza profunda de suelos y áreas seleccionadas, con estos antecedentes se puede determinar que existe una demanda insatisfecha referente a la oferta de un servicio especializado en la limpieza del hogar.

NOVACLEAN S.A. empresa dedicada a brindar servicios de limpieza integrales y profesionales a Empresas bajo licitaciones de compras públicas y contratos adjudicados, se evidencia en los registros que la empresa luego de cumplir el plazo y requerimientos de estas contrataciones mantiene un porcentaje de capacidad instalada no utilizada durante su periodo anual, en lo referente a personal y equipos destinados para brindar el servicio.

### **Delimitación**

El presente documento se lo delimito para poder conocer la demanda de un servicio de limpieza para el Hogar el cual deriva de la necesidad de una oportunidad de crecimiento de una compañía con una capacidad instalada no utilizada, debido a la falta de una demanda de servicios en el área especializada en periodos existentes entre las contrataciones y licitaciones.

Samborondón cuenta con 100.000 habitantes según la información recopilada e investigada del INEC y actualizada al año 2016.

### **Justificación**

Se ha decidido analizar este tema ya que el hogar es el espacio central de nuestras vidas, pero puede ser un escenario propicio para la transmisión de infecciones gastrointestinales, respiratorias y de la piel debido a la poca o ineficiente limpieza que se realiza por parte de integrantes de la familia o personas que laboran en esta actividad. Por esta razón, la correcta higiene del hogar juega un papel fundamental en la reducción de las enfermedades infecciosas y mejoramiento de la calidad de vida. El servicio que se propone estará a cargo de personal altamente capacitado y contará con equipo de tecnología y especializados permitiendo en un caso detectar las bacterias que no pueden ser localizadas por la vista humana. Así

mismo, se emplearán compuestos no tóxicos brindando un ambiente libre de bacterias y sano para usted y su familia.

Es importante que se le proponga a esta empresa la ampliación de su portafolio de servicios permitiendo la optimización de su capacidad instalada, reduciendo costos y tiempo del empleado brindando un servicio de calidad en un mercado altamente competitivo, logrando potenciar las ventas.

### **Planteamiento del Problema**

En un mercado de gran competencia, donde la innovación en productos y servicios es el factor principal para el crecimiento de las empresas, el mal uso de la capacidad instalada de una compañía es una de las principales preocupaciones para evitar una mala administración de los recursos invertidos para obtener nuevos ingresos.

Un bajo uso de la capacidad instalada significa la subutilización de los empleados, los productos y los equipos de la empresa, y por ende implica un mayor costo del servicio. Este elemento es factor principal en la competitividad de los servicios frente a los competidores en el mercado.

El alto costo de mantener un empleado luego de un contrato público a plazo determinado genera un costo excesivo por concepto de liquidación de ese personal, así mismo la no utilización o almacenamiento de las maquinarias adquiridas para los contratos públicos y que van quedando almacenadas en bodegas sin funciones que cumplir hasta que sean reasignadas a nuevas adjudicaciones, causan un impacto negativo en los ingresos contables de la empresa, siendo una inversión sin rentabilidad aun estando dentro de su periodo de vida útil.

Según Canals (2000), se entiende por "crecimiento" la expansión que realiza la empresa hacia nuevos mercados, tanto geográficos como de clientela. Las compañías en crecimiento se expanden en nuevos mercados y segmentos de mercado.

## **Formulación Del Problema**

¿Cómo disminuir la capacidad instalada ociosa y generar demanda del mercado a través de la oferta de un nuevo servicio de limpieza?

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la Viabilidad comercial de la implementación de un nuevo portafolio de servicios en la empresa NOVACLEAN S.A.

### **Objetivos Específico**

1. Delimitar los aspectos teóricos relacionados al crecimiento comercial, innovación e implementación de nuevos servicios.
2. Diagnosticar la oportunidad de crecimiento de la empresa NOVACLEAN S.A., a través de un estudio de mercado que permita determinar un nuevo portafolio de servicios.
3. Elaborar una propuesta que contenga un nuevo portafolio de servicios a ser comercializados por la empresa NOVACLEAN S.A. en base al estudio de mercado realizado

## DESARROLLO

### 1. MARCO TEORICO

A continuación, se desarrollan los conceptos y teorías fundamentales en los cuales está sustentado el presente trabajo de Análisis de Oportunidad de Crecimiento en el Sector Limpieza y Sanitización.

#### 1.1 Oportunidad empresarial

De acuerdo a la definición del Diccionario de Economía Aplicada "*Se entiende la oportunidad como convivencia de tiempo y lugar que junto con la capacidad de una persona o empresa permite aprovechar las circunstancias para obtener el mayor beneficio posible a corto plazo. (Galindo Martin, 2008)*"

En el caso de empresas lideradas por emprendedores, las oportunidades dependerán de un acertado análisis de información, posterior a un planeamiento estratégico que puesto en marcha tendrá como fin desarrollar o mantener un negocio exitoso.

Para identificar y establecer oportunidades empresariales, sus mandos deben ser capaces de asumir riesgos considerando factores económicos, políticos, entorno, competencia, preferencias y aceptación del cliente. Así mismo, es importante mantener la confianza en ellos mismos basado en liderazgo y buenas relaciones. Finalmente desarrollar niveles de innovación reflejado en la generación de ideas, optimización de recursos, implementación de tecnologías, generando valor agregado a sus productos o servicios; apuntando siempre al crecimiento de la organización.

#### 1.2 Innovación

(Gee, 1981) Afirma que "*la innovación es el proceso en el cual a partir de una idea, invención o reconocimiento de una necesidad se desarrolla un producto, técnica o servicio útil hasta que sea comercialmente aceptado.*"

Desde un segundo enfoque, la innovación es considerada como la "*renovación y ampliación del rango de productos y servicios y los mercados asociados;*

*establecimiento de nuevos métodos de producción, oferta y distribución; introducción de cambios en la dirección, el trabajo organizativo y las condiciones de trabajo y competencias de los empleados."* (Pulido, 2005)

Por último, *"La innovación es imprescindible para obtener nuevas ganancias de productividad que garanticen la supervivencia o expansión de muchas empresas."* (Pulido, 2005)

(Schumpeter, 1934) Reconocido economista austriaco considera que en un mundo capitalista, el dinamismo se vuelve primordial, es así como abarca la innovación en cinco formas:

1. Introducción de un nuevo bien/servicio.
2. Introducción de un nuevo método de producción o comercialización de bienes/servicios existentes.
3. Apertura de nuevos mercados.
4. Conquista de una nueva fuente de materias primas.
5. Creación de un nuevo monopolio o la destrucción de uno existente.

Aunque el concepto es diferente para cada autor, cabe resaltar que todos coinciden en que la innovación es de relevante aplicación si se quiere generar valor en el bien o servicio que se quiere brindar, provocando así no solo un desarrollo empresarial, sino que también un crecimiento económico en el país. (Prado, 2011)

Importancia: en un mercado competitivo como el que vivimos actualmente debemos innovar para superarnos y mejorar los ingresos de las empresas, de esta manera generamos fuentes de empleo y recursos para una mejor calidad de vida y así mismo satisfacemos la necesidad de un segmento de mercado.

### **1.3 Mercado**

*"Personas u organizaciones actuales o potenciales que tienen necesidad o deseo de bienes o servicios, disponen de los recursos y poseen capacidad de adquirirlos."* (Talaya, y otros, 2008)

El presente trabajo se enfoca en el mercado de consumo de tipo servicios, uno de los más importantes del sector productivo. A pesar de su intangibilidad como característica principal, su diferenciación y valor se conseguirá a través de la demanda de prestación del servicio, experiencias propias o ajenas, calidad del servicio, satisfacción y sobretodo la confianza del cliente.

### **1.3.1 Segmentación de Mercado**

Se refiere al *“...proceso mediante el cual se divide el mercado en grupos de consumidores con necesidades similares.”* (Cyr & Gray, 2004). Mediante un análisis de variables tales como:

- Geográficas: ubicación, localidad, población, condición sectorial
- Sociodemográficas: edad, genero, raza, nivel de ingresos edad, nivel de educación, religión, clase social, ocupación., nacionalidad, cultura, estilo de vida
- Psicológicas: personalidad, actitud, preferencias,
- Conductual: frecuencia de consumo, lealtad, beneficios esperados.

### **1.3.2 Posicionamiento y Diferenciación**

(Alet, 2007) Define el posicionamiento como *“ocupar un lugar determinado en la mente del cliente potencial, a través de las variables clave de la valoración por parte del cliente.”*

(Porter, 1980) Precisa dentro de sus tres estrategias genéricas que la diferenciación *“... exige que la empresa seleccione los atributos que sean distintos a los de sus rivales. Si quiere fijar un precio elevado, deberá ser verdaderamente única en algo o ser percibida como tal.”*

El posicionamiento y diferenciación consiste, por tanto, en lograr ubicar la imagen o marca de un producto o servicio en la mente del consumidor a través de una correcta estrategia de marketing; logrando la diferenciación en el mercado, esto quiere decir, haciéndolo real o perceptivamente único obteniendo una ventaja

competitiva. El cliente percibe características y beneficios distintivos como pueden ser el precio, calidad, confianza, imagen, localización y promoción.

### **1.3.3 Demanda - Oferta**

La Demanda de un bien o servicio es la cantidad que los consumidores planean comprar en un período dado y a un precio en particular (Parkin, 2009)

Entiéndase demanda como la cantidad de bienes y servicios que pueden o desean ser adquiridos por los agentes económicos a distintos precios del mercado y en un periodo determinado.

Según (fisher & Espejo, 2004), la oferta se refiere a *"las cantidades de un producto/servicio que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado."*

Es decir la Oferta se refiere a la cantidad de bienes y servicios que se encuentran disponibles para su adquisición y que los productores o proveedores están dispuestos a poner en venta para los consumidores a distintos precios del mercado

### **1.3.4 Clientes Potenciales**

*"Todo aquel que tiene la posibilidad de convertirse en cliente y que en algún momento toma la decisión de convertirse o no en cliente."* (Gil, 2011)

### **1.3.5 Competencia Directa - Indirecta**

*En materia financiera, la competencia es conocida como un:*

*Término empleado para indicar rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los demás, donde cada uno busca asegurar las condiciones más ventajosas para sí [...]. Existe la competencia directa: aquéllos que se dedican al mismo giro. Competencia indirecta: aquéllos que se dedican a las actividades sustitutas o intercambiables. (Vidales Rubí, 2003)*

En el sector de Servicios, se ha clasificado a la competencia en 5 tipos:

- Profesionales independientes: Representan un número alto, prestan el servicio por cuenta propia.

- Mediana empresa: Emprendedores, similar o igual en tamaño y oferta de servicios
- Corporaciones o empresas grandes: Subcontrataciones, mayor personal, posición en mercados, oferta de servicios iguales o similares.
- Empresas de servicios globales: Ofrecen servicios complementarios o sustitutos, integran nuevos servicios.

#### **1.4 Servicios**

Según Stanton, (1986 citado de Vargas Quiñones, 2011) Señala que el “servicio son las actividades separadas, identificables e intangibles que satisfacen las necesidades y no están necesariamente ligadas a la venta de un producto o servicio”

Horovitz, (1994 citado de Vargas Quiñones, 2011)) lo define como “el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o servicio básico como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo.

(Payne, 1996) Dice que un servicio es una actividad con cierta intangibilidad asociada, lo cual implica una interacción con clientes o con propiedades de su posesión y que no resulta en una transferencia de propiedad.

#### **1.5 Capacidad instalada**

La Capacidad Instalada se refiere a:

La disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios, su magnitud es una función directa de la cantidad de producción que puede suministrarse.

Es todo sistema de producción o de prestación de servicios se requiere de una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, bienes raíces, maquinaria y equipos, para poder procesar la materia prima e insumos relacionados hasta transformarla en producto terminado o servicios prestados. Esa cantidad de infraestructura constituye la capacidad instalada y, como es obvio, una mayor

infraestructura conduce a mayor capacidad instalada y, por supuesto, mayor cantidad esperada de producción (Mejía Cañas, 2013)

Lo que se quiere dar a entender con capacidad instalada son las variables que podrían existir en sus dos extremos; Un bajo uso de la capacidad instalada se explica como la subutilización de la infraestructura y los recursos de la empresa, por este motivo causa un mayor costo por unidad. Este factor es determinante en el esquema competitivo del producto o servicio frente a otros competidores del mercado, lo cual se puede percibir como una sobreinversión que no tiene justificación frente al tamaño de una real demanda.

Por otro lado, el alto uso de una capacidad instalada puede conllevar a costos unitarios por debajo del promedio, y a una peligrosa saturación de la misma, creando riesgos en la continuidad y en la atención adecuada de los pedidos del mercado. Es una realidad de que se está copando la infraestructura utilizable y de la necesidad de acrecentamiento de la misma.

## **2. Marco Metodológico**

### **2.1 La empresa NOVACLEAN S.A.**



*Ilustración 1 Logo de la Empresa NOVACLEAN S.A.*

Fuente: NOVACLEAN S.A.

#### **2.1.1 Reseña Histórica:**

En el año 2008 nace la oportunidad de ampliar los servicios de la empresa Aqua Spring S.A.; administrada por Jorge Palacios Carvajal; dedicada a brindar servicios de limpieza exclusivamente a oficinas y áreas reducidas en la ciudad de Guayaquil. Frente al requerimiento de servicios del Banco Territorial, Aqua Spring decide renovar sus actividades comerciales fundando NOVACLEAN S.A. como una estrategia para ofrecer nuevos servicios a organizaciones públicas y privadas a nivel nacional. (Sanchez Cevallos, 2016)

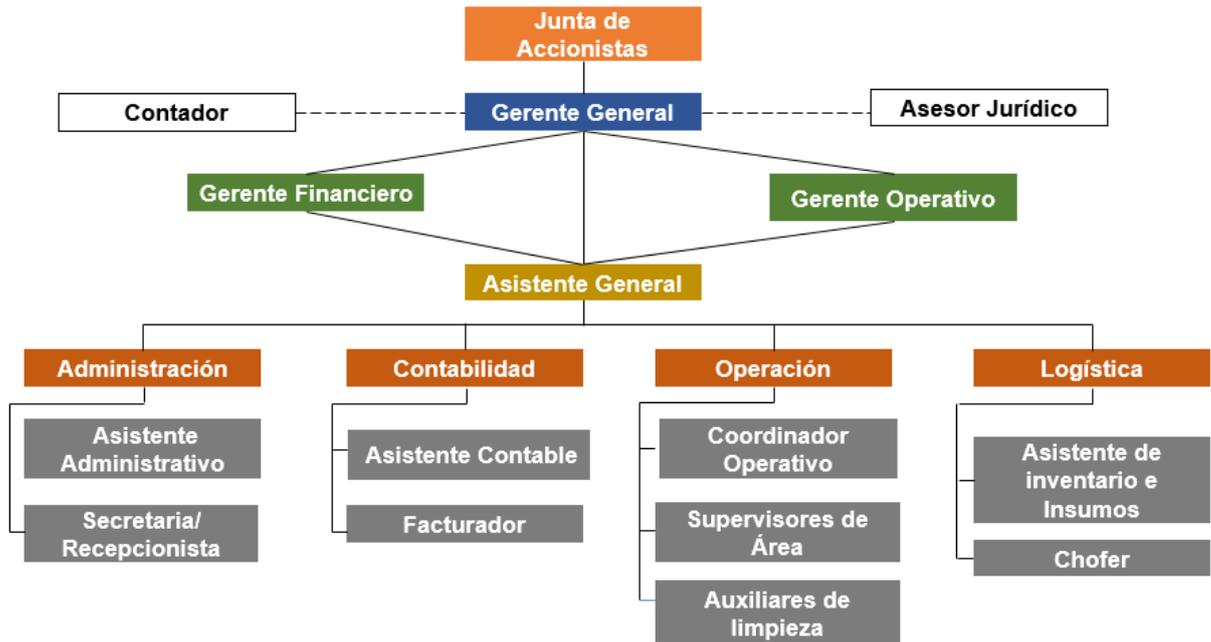
#### **2.1.2 Misión:**

Satisfacer al cliente, con excelencia en el servicio, y aplicando rigurosos métodos de control de calidad para así tener el 100% de aprobación.

#### **2.1.3 Visión:**

Ser los mejores especialistas en todo tipo de limpieza con personal altamente calificado, con todos los equipos para satisfacer las demandas más exigentes.

## 2.1.4 Estructura Organizacional



*Ilustración 2 Organigrama NOVACLEAN S.A*

Elaborado por Autor

## 2.1.5 Servicios

**Limpiezas de mantenimiento:** limpieza interior de oficinas, locales, edificios, mercados, entre otros.

**Limpiezas generales:** limpiezas específicas a un evento en particular como: inauguraciones, locales de eventos, fiestas, garajes, etc.

### **Limpiezas especiales o trabajos localizados**

- Limpieza de escaleras en general
- Limpieza de aspas de ventiladores, rejillas de aires acondicionados
- Limpieza de puertas interior-exterior
- Limpieza de equipos de mantenimiento
- Limpieza de muros, esquinas y canaletas
- Desmanche de paredes

- Verificación de cañerías en áreas baños
- Limpieza de mamparas, paredes divisoras y estanterías, repisas
- Desmanche de interruptores
- Limpieza de ventanas, ventanales, persianas, vidrios, rieles
- Limpieza de espejos
- Hidrolizado de parqueo
- Sanitación de baños, pisos y paredes
- Limpieza de extintores y señaléticas de precaución
- Lavado, desmanchado y encerado de pisos
- Limpieza de letreros información pública
- Lavado de terrazas
- Limpieza de focos, lámparas y fluorescentes
- Lavado de bodega de basura
- Lavado de tachos de basura en general
- Limpieza de tumbados
- Limpieza de baños
- Limpieza de separadores de perchas
- Limpieza de escritorios, sillas, equipos de oficina.
- Limpieza profunda de comedor
- Limpieza de perchas de autoservicio
- Retiro de productos especiales, chicles o manchas
- Limpieza de ascensores

- Desmanche y limpieza de interruptores chapas
- Limpieza de bebederos y dispensadores de agua
- Lavado de vajillas, como tazas, platos, etc.
- Limpieza cocinas industriales
- Otros: Perforaciones para reubicación, Remoción de adheridos, remoción de mugre en áreas pequeñas e imperfecciones a causa moho.

### **2.1.6 Subutilización de la Capacidad Instalada**

En la Compañía de Servicios de Limpieza se evidencia la subutilización de la capacidad Instalada, este factor radica en la contratación y los plazos para los cuales son requeridos el personal que brinda el servicio de limpieza.

Existen contratos que le adjudican a la compañía donde hay una gran demanda de personal, pero el plazo de contratación de los servicios es muy aleatorio, por esta razón existe un porcentaje de recurso humano y de maquinarias que se encuentran sin cumplir una función por un tiempo determinado hasta que son reubicados o se adjudica un nuevo contrato de prestación de servicios a la Compañía NOVACLEAN S.A.

El porcentaje de subutilización de la capacidad instalada se ha situado en 25% como promedio anual, este porcentaje es resultado del análisis en base al personal contratado para brindar el servicio de limpieza a empresas y el cual es solicitado en las licitaciones adjudicadas a la compañía NOVACLEAN S.A.; y de la información obtenida por parte del departamento de recursos humanos donde se registra la cantidad de personas que se encuentra enrolados en la empresa y que cumplen funciones de limpieza y mantenimiento; de igual manera la maquinaria y equipos inventariados y que se encuentran en bodega durante esos periodos de transición entre adjudicaciones de contratos.

## **2.2 Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación**

Esta investigación se desarrolla en el Cantón Samborondón, a los habitantes y residentes de los diferentes domicilios que se encuentran dentro de la parroquia urbana de la Puntilla, la cual se encuentra ubicada en la provincia del Guayas, se considera este sector por ser el mercado meta con una población de clase media – alta y alta en el primer semestre del año 2017

Samborondón es considerada parte de la Conurbación de Guayaquil Duran-Milagro-Salitre-Daule-Nobol-Samborondón; de la zona de planificación número 8 del INEC y cuenta con 100.000 habitantes en toda su área según registros del año 2016.

## **2.3 Método Empleado**

### **2.3.1 Teórico**

El método teórico que le corresponde al presente estudio de caso es el deductivo, debido a que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método seleccionado inicia con el análisis de toda la información existente referente con el tema a investigar y después de dicho proceso, se comprueba la validez, para poder aplicar las soluciones.

En la investigación del caso NOVACLEAN S.A. se aplica el método deductivo para poder evidenciar la subutilización de la capacidad instalada, mediante la revisión y el análisis de informes y documentos de la empresa se constata el personal que luego de los plazos vencidos en los contratos adquiridos para los servicios de NOVACLEAN S.A., van quedando sin cumplir funciones, al igual que la maquinaria y los utensilios inventariados en bodega, durante diversos periodos por año.

“El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea verdadera.” (Mario Llop, 2015)

### **2.3.2 Empírico**

El método que se utiliza en esta investigación es el método cualitativo implementando el uso de la herramienta encuesta. La encuesta es realizada a través de un cuestionario, en el cual se recolecta datos y opiniones de los encuestados y futuros clientes de la empresa.

El objetivo de la encuesta es medir, desde la perspectiva del cliente/consumidor, la demanda en el mercado de un servicio enfocado a la limpieza en el hogar. El cuestionario está enfocado a los clientes potenciales, las personas que residen y que poseen viviendas en el cantón de Samborondón. El detalle del cuestionario se lo observará en el anexo.

Por otra parte, y a través de las encuestas a los clientes potenciales, se determinará la importancia de las decisiones y resultados para la oferta de un nuevo portafolio de servicios, es decir el servicio de limpieza especializado para el hogar. El objetivo de estas preguntas es obtener datos reales de la innovación de un nuevo portafolio de servicios.

“La encuesta es una técnica o método de recolección de información en donde se procede a interrogar de manera verbal o escrita a un grupo de personas con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación” (Mario Llop, 2015)

### **2.4 Técnicas e instrumentos de la investigación**

Las técnicas que se implementará en este estudio de caso es la documental, con la revisión de registros y estadísticas de la empresa durante el año 2016, así mismo se realizaran encuestas a la muestra seleccionada a partir de que se determinen las variables.

### **2.5 Universo y muestras escogidos**

El Universo de esta investigación corresponde a todos los individuos que viven en el cantón Samborondón. De acuerdo a la información obtenida en el sector de Samborondón (año 2016) existen 100000 habitantes, es por eso que se calcula el tamaño de la muestra de la siguiente forma con los datos:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

N (tamaño de la población) = 100.000

$\sigma$  (Desviación estándar de la población) = 0.5

Z (valor obtenido mediante niveles de confianza) = 1.96

e (límite aceptable de error muestral) = 0.05

n (tamaño de la muestra) =

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

$$n = \frac{(100000) \times (0.5)^2 \times (1.96)^2}{0.05^2(100000 - 1) + (0.5)^2 \times (1.96)^2}$$

$$n = 382.69$$

**n = 383 personas**

Es decir, el estudio de caso requiere que se realice 383 encuestas en el Cantón Samborondón para realizar el análisis propuesto.

## 2.6 Idea de investigación

Si se oferta un nuevo servicio de limpieza para los hogares, se podría disminuir el margen de capacidad instalada ociosa que existe en la empresa y a su vez generar una demanda de servicio en el mercado.

### 1 Tabla (Variables)

Variable	Tipo de variable	Definición	Métodos, técnicas e instrumentos
<b>Capacidad Instalada</b>	<b><u>DEPENDIENTE</u></b>	<p>La capacidad instalada se refiere a la disponibilidad de infraestructura necesaria para producir determinados bienes o servicios.</p> <p>En todo sistema de producción o de prestación de servicios se requiere de una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, bienes raíces, maquinaria y equipos (Mejía Cañas, 2013).</p>	Revisión de registros y estadísticas de la Empresa.

<b>Oferta de servicio de limpieza</b>	<u><b>DEPENDIENTE</b></u>	Cantidad de bienes y servicios que se encuentran disponibles para su adquisición y que los productores o proveedores están dispuestos a poner en venta para los consumidores a distintos precios del mercado.	Observación directa, encuesta a consumidores potenciales.
<b>Demanda de mercado</b>	<u><b>INDEPENDIENTE</b></u>	La cantidad de bienes y servicios que pueden o desean ser adquiridos por los agentes económicos a distintos precios del mercado y en un periodo determinado.	Observación directa, encuesta a consumidores potenciales.

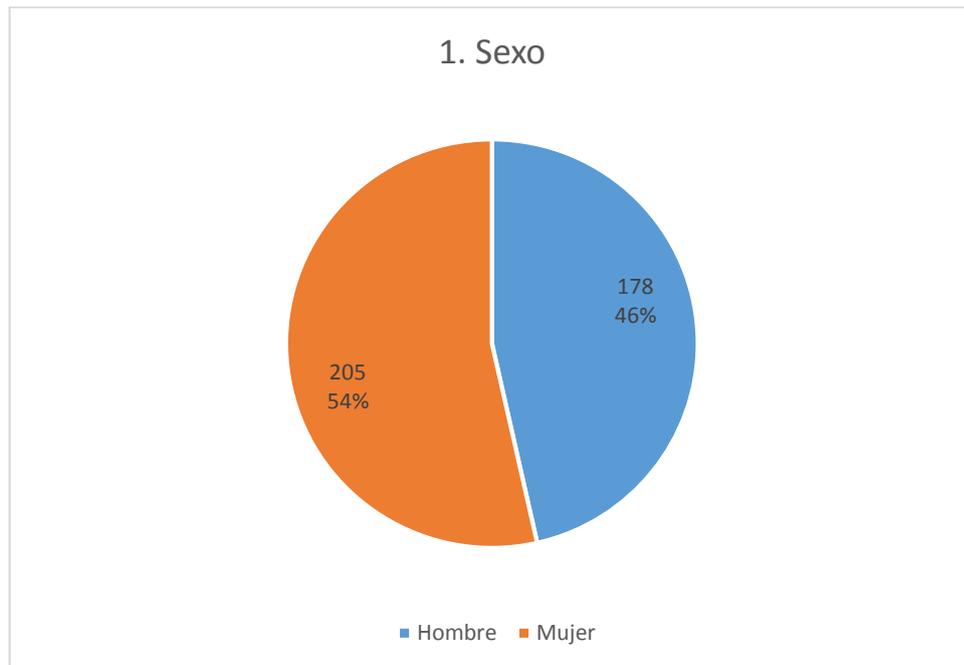
**Elaborado:** Pedro Prado

## 2.7 Procesamiento aplicado

Para realizar el análisis de la información recopilada de las encuestas, se utiliza la herramienta QuestionPro, El cual es un avanzado software que permite realizar encuestas online, encuestas móviles y da soluciones para la investigación de mercados.

### 3. ANALISIS DE RESULTADOS

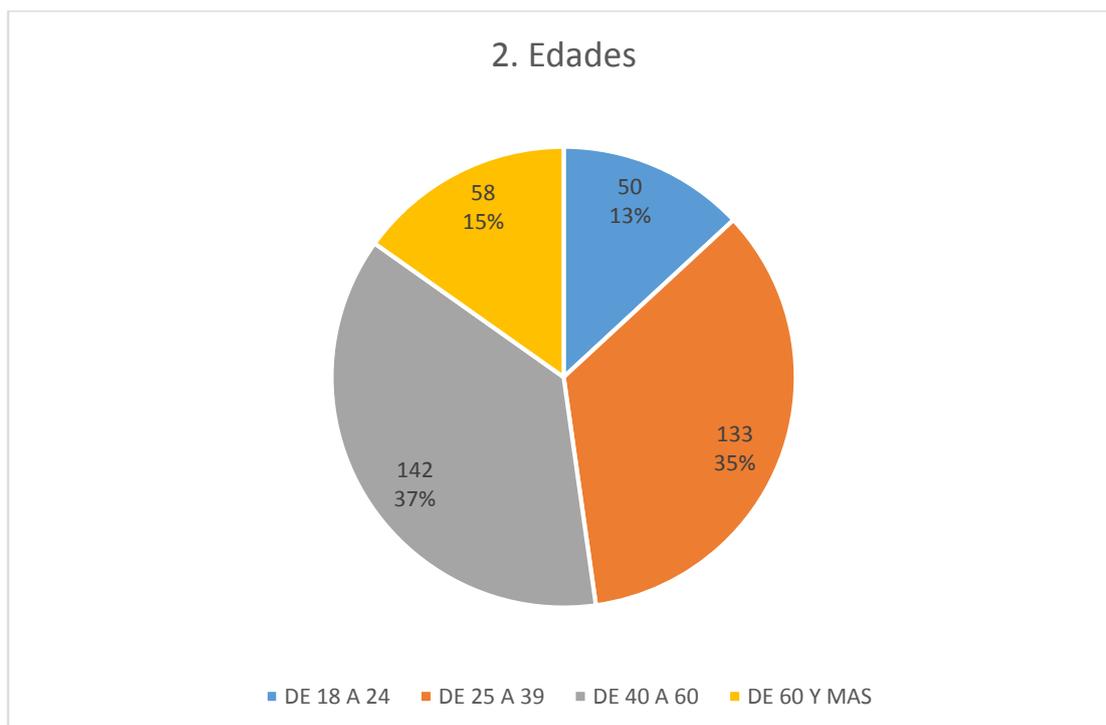
#### 3.1 Encuesta



3Figura. Pedro Prado

#### **Análisis descriptivo**

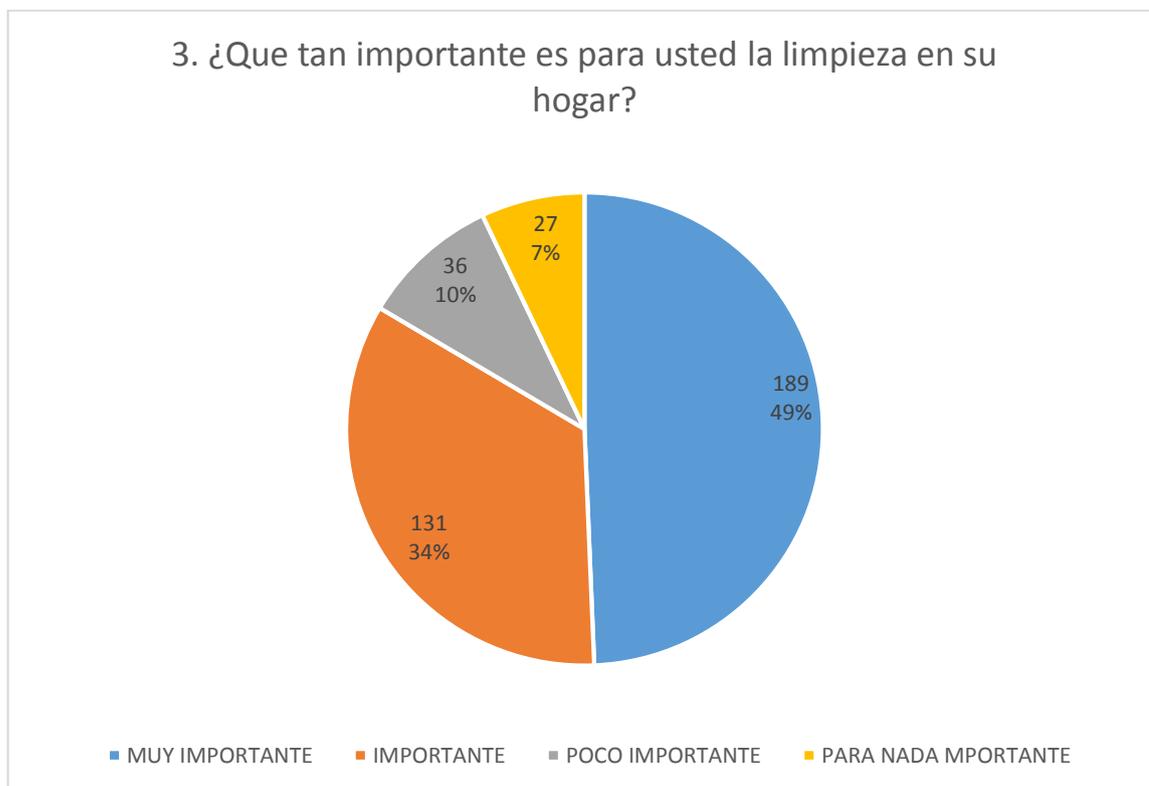
El resultado de las encuestas realizadas determina que el 54% de los encuestados son del género femenino y el 46% del género masculino, para la investigación se busca equilibradamente la opinión masculina y femenina.



4Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

El 13% de los encuestados indican que están entre los 18 a 24 años de edad. Cabe recalcar que el rango con mayor importancia por existir mayor cantidad de personas son los grupos de 25 a 39 años con el 35% y el grupo de 40 a 60 años con el 37% de personas, por ultimo tenemos el rango de 60 años y más con el 15% del total.

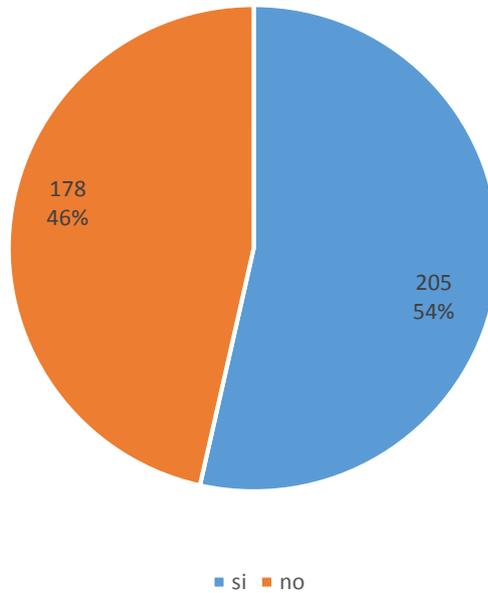


5Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

Se puede destacar que más del 80% de los encuestados definieron la limpieza en el hogar como algo importante para ellos, es decir para el 49% de los encuestados la limpieza es algo muy importante, y para el 34% es importante; por lo contrario el 10% expreso que es poco importante y el 7% que era para nada importante.

4. ¿Tiene una persona que brinde el servicio de limpieza en su hogar actualmente?

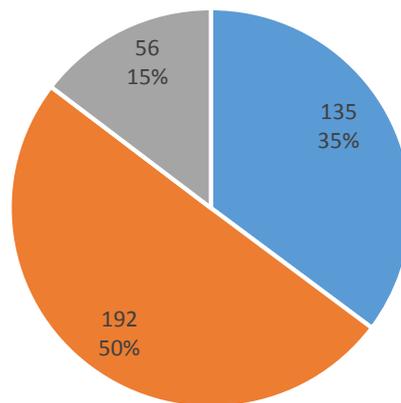


6Figura. Pedro Prado

### **Análisis descriptivo**

El 54% de los encuestados indican que si tienen una persona que les brinda el servicio de limpieza en su hogar y el 46% indica que no tienen una persona encargada de ese servicio, por lo que la misma familia es la encargada de realizar la limpieza.

5. Que opina de que una empresa especializada en limpieza, mantenimiento y sanitización empresarial, brinde un servicio de limpieza de hogares utilizando maquinas y personal especializado, adicionando servicios basicos como arreglos en el hogar



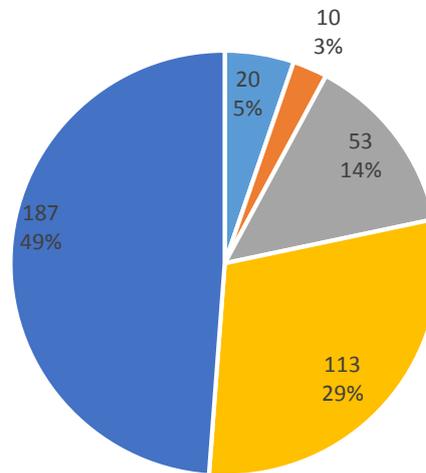
■ MUY IMPORTANTE ■ NECESARIO ■ INNECESARIO

7Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

El 50% de las personas encuestadas opinan que es necesario que una empresa especializada se encargue de la limpieza en el hogar, así mismo el 35% cree que muy importante debido a la inexperiencia de las personas que trabajan en sus hogares, actualmente el personal de limpieza no brinda la seguridad de limpieza que la familia y un hogar necesita, por lo contrario el 15% dice que es algo innecesario ya que ellos pueden cubrir el tema de la limpieza en sus hogares.

6. ¿Cuándo fue la última vez que contrato una compañía que brinde el servicio de limpieza en el hogar?

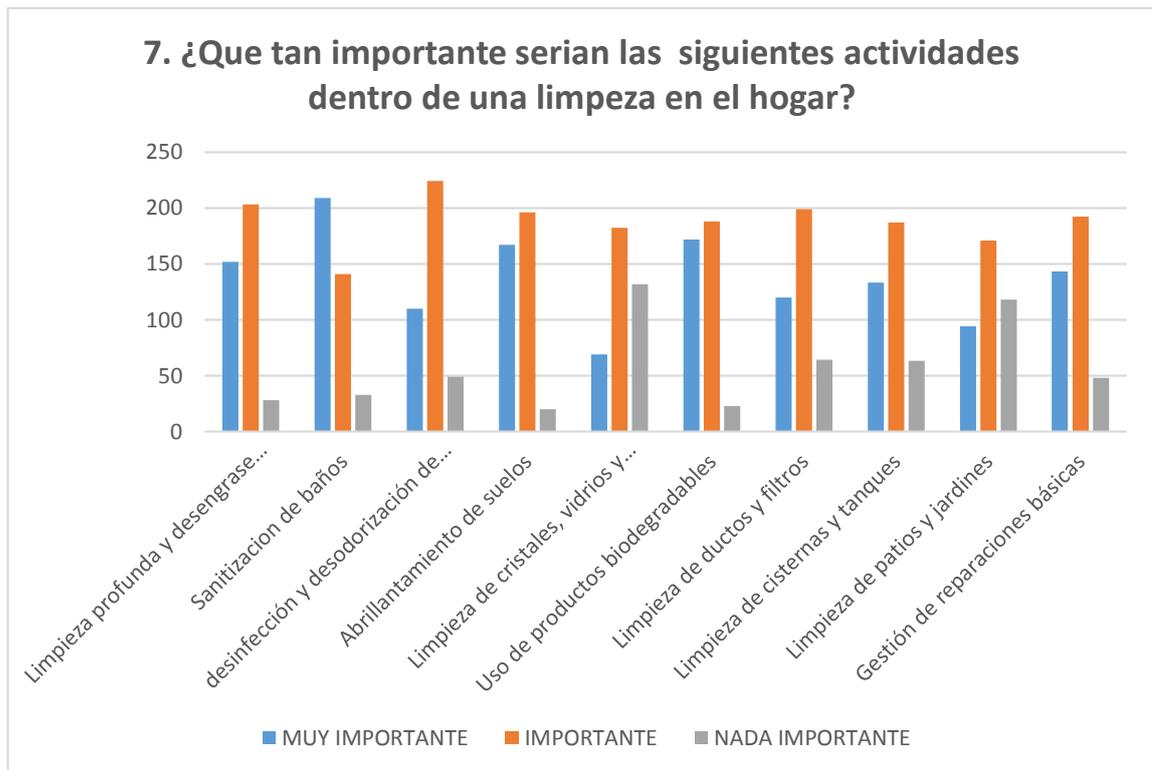


■ En el último mes      ■ Durante el ultimo trimestre      ■ Alrededor de 6 meses  
■ Un año o mas      ■ Nunca he contratado

8Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

El 49% de los encuestados informan que jamás han contratado una compañía de servicios de limpieza para su hogar, seguido del 29% de personas que dicen que la última vez que contrataron fue un año o más, pudiendo analizar que el servicio de limpieza no es un servicio que se oferta actualmente en el mercado meta que ha sido encuestado.

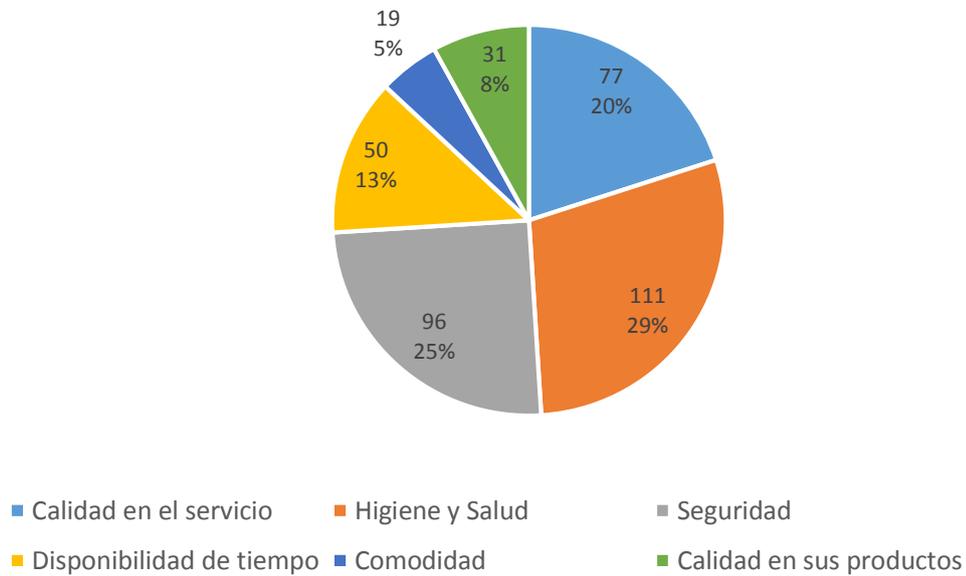


9Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

En esta pregunta se puede analizar la importancia de las diferentes actividades en una limpieza dedicada al hogar, se puede definir de manera general que el 36% de los encuestados consideran todas estas actividades como muy importantes, el 49% lidera diciendo que las actividades son importantes y por lo contrario el resto expresa que ciertas actividades no son para nada importante dando como promedio el 15% de los encuestados.

8. ¿Cuál de las siguientes causas cree que es más importante para contratar una Compañía de Limpieza para hogares?

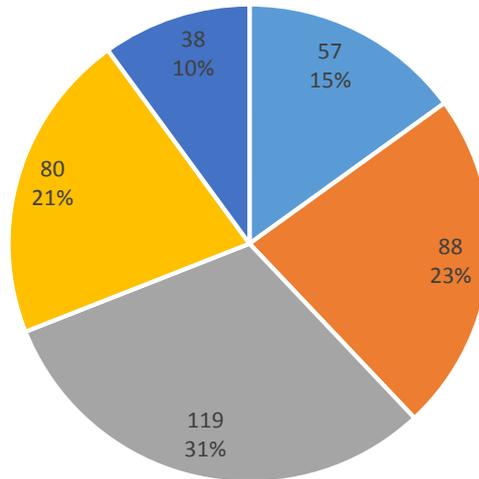


10Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

El 29% de los encuestados enfatizaron que la causa más importante para contratar una compañía de limpieza de hogares es la higiene y la salud, debido a que muchas de las personas que se contratan en los domicilios para su limpieza a diario no son cautelosas ni limpian a detalle todas las áreas, como segunda causa importante con el 25% la seguridad, por el hecho de existir maquinas o equipos que uno puede adquirir en el mercado pero al no saber manipularlos puede ocasionarse algún daño, así mismo un 20% expreso que la calidad en el servicio es primordial, saber que van a recibir un servicio con la garantía necesaria.

9. ¿Que tan a menudo le gustaria contratar una limpieza especializada en el hogar?



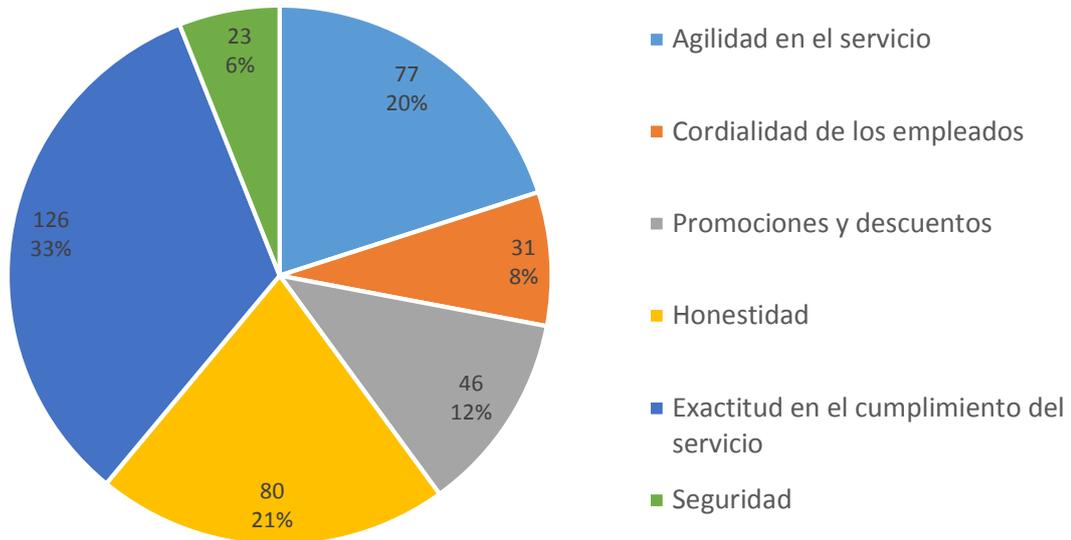
■ 2 o más veces al mes    ■ 1 vez al mes    ■ 1 vez cada 3 meses  
■ 1 vez cada 6 meses o mas    ■ Para ocasiones especiales

11Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

La mayor concentración de demanda para el servicio de limpieza del hogar se encuentra en el grupo de que dice que el tiempo promedio para contratar una limpieza sería una vez cada tres meses con el 31%, seguido de los que expresan que una vez al mes sería el tiempo óptimo para realizar esta actividad con el 23%, así mismo el 21% determina que el tiempo sería cada 6 meses o más, y solo el 15% indica que solicitaría el servicio dos o más veces al mes, un grupo de personas que representan el 10% dicen que solicitarían el servicio para ocasiones especiales.

10. ¿Qué sugerencia darías a una Compañía que brinde el servicio de Limpieza de hogares?



12Figura. Pedro Prado

### Análisis descriptivo

Se consultó a los clientes potenciales respecto a las sugerencias que podrían darle a una compañía que brinde el servicio de limpieza para el hogar y la mayor concentración se dio con el 33% en la exactitud en el cumplimiento del servicio, seguido del 21% por honestidad, luego con el 20% en la agilidad en el servicio, también el 12% expreso que sugeriría promociones y descuentos, así mismo el 8% se enfocó en la cordialidad de los empleados y por último el 6% en la seguridad.

## **Análisis General de la Encuesta.**

Según la información obtenida por el mercado investigado, se puede determinar a través de la encuesta que para el 80% de La población la limpieza es un factor importante, así mismo el 46% expreso que no cuentan con una persona que realice el servicio de limpieza en sus hogares, además comentaron que el servicio debe ser brindado por personas especializados con el respaldo de una compañía de servicios de limpieza, ya que la higiene y la salud, seguido de la seguridad; son factores importantes para sus familias, pero siempre y cuando estas empresas cumplan con lo que ofrecen respecto al servicio, su personal sea amable y honesto, y cumplan el plazo establecido para ejecutar la limpieza de sus hogares.

Existen varias acciones que no son fáciles de realizar por personal sin experiencia como la sanitización de baños, la desinfección y desodorización de muebles, alfombras y colchones, limpieza de lámparas y cristales, de igual manera la limpieza profunda de cocina, sin causar molestias en la salud de las personas que habitan en la vivienda, y ya que NOVACLEAN S.A. utiliza productos biodegradables no tóxicos lo cual es factor importante para las personas encuestadas.

Todos estos factores y exigencias de los encuestados son indicios que demuestran que la oferta de un servicio de limpieza para el hogar tendría la acogida necesaria para los habitantes de las 164 urbanizaciones residenciales que existen en la parroquia la Puntilla del Cantón Samborondón.

### 3.2 Propuesta de la investigación

Luego de recopilar la información necesaria a partir de la investigación de documentos, registros y estadísticas de la empresa, y de la encuesta realizada, se plantea el análisis de factibilidad comercial para la implementación de un nuevo portafolio de servicios en la compañía NOVACLEAN S.A., teniendo como punto clave las necesidades del mercado respecto al servicio de limpieza especializado para el hogar.

Para cubrir estas necesidades NOVACLEAN S.A. cuenta con el 25% de la capacidad instalada no utilizada de la empresa, es decir un aproximado de 20 empleados según registros y estadísticas analizados de la empresa; de igual manera las herramientas y maquinarias que han quedado sin funciones luego de contrataciones públicas o particulares y que se encontraban como exigencias en los pliegos y contratos:

Maquinaria:

- Aspiradora de polvo y agua
- Fregadoras
- Abrillantadoras
- Rotativas de alta velocidad

Elementos de transporte

- Furgoneta Chevrolet N300 año 2013.

Herramientas y utillajes.

- Limpia telarañas
- Espátula
- Raspadora de suelos y ventanas
- Carros limpieza
- Cepillos, escobas y mopas de algodón

- Gamuzas y paños
- Mangos, palos y recogedores
- Friegasuelos y cubos de fregado
- Bayetas, estropajos y bolsas de basura
- Desatascadores y escobillas
- Guantes, delantales y uniformes
- Arnesees
- Escaleras telescópicas.
- Casco

La empresa establecerá los precios de los diferentes programas de servicio en función de:

- Del tiempo necesario para la prestación del servicio
- De los m2
- Materiales necesarios
- Inclusión de servicios complementarios.
- Del grado de espacio utilizado.
- Frecuencia del servicio contratado

En definitiva, el precio de venta vendrá dado:

**Precio de venta = COSTE/HORA + PESO POR OTROS GASTOS + MARGEN COMERCIAL**

La empresa NOVACLEAN S.A cuenta con los 5 factores claves de éxito como lo son:

- La calidad del servicio
- Amplia gama de servicios

- Cumplimiento de plazos y horarios previstos
- Formación del personal
- Tecnología y productos utilizados

El nuevo portafolio de servicios de limpieza para el hogar será esquematizado de la siguiente manera:

<b>PROPUESTA DE PLANES</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>ORO</b>	<b>PLATA</b>	<b>BRONCE</b>
<b>METROS</b>	DE 150 EN ADELANTE	DE 100 A 150	MENOS A 100
<b>SERVICIOS BASICOS</b>	TODOS	TODOS	TODOS
<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>	TODOS	HASTA 4	HASTA 2
<b>CANTIDAD DE LIMPIEZAS EN EL AÑO</b>	6 - 12	3 - 6	1 - 3
<b>Precio estimado por limpieza*</b>	\$120	\$80	\$50

<b>Servicios Básicos</b>	<b>Servicios Complementarios</b>
Limpieza de dormitorios	Limpieza de vidrios y lámparas
Lavado y aspirado de alfombras	Eliminación de plagas
Limpieza y desinfección de baños	Mantenimiento de jardinería

Lavado de ventanas	Limpieza de cisterna
Lavado de cortinas	Desinfección y desodorización de muebles y colchones
Limpieza total y desengrase de cocina	Lavado de autos
Abrillantamiento de pisos	Plomería y electricidad

Todos los planes propuestos son ajustables a las necesidades del cliente en caso que se requiera, la compañía NOVACLEAN S.A. ofrece servicios puntuales e individuales; los cuales pueden realizarse en las instalaciones de una vivienda.

La propuesta del servicio para la limpieza de hogares tiene 3 planes establecidos, la idea de estos planes es segmentar el mercado al que van dirigidos y en relación del tiempo dedicado, la frecuencia del servicio contratado y los metros cuadrados de la vivienda.

La población del mercado investigado es el área del cantón Samborondón con 100.000 habitantes aproximadamente según el municipio de Samborondón, en relación a la población y los resultados de la encuesta se estima:

#### **futuros clientes - cálculo de mercado**

potencial	100000	universo	<b>total</b>	
disponible	63000	clase media/alta	sector rural (-)	37,00%
calificados	28980	sin servicio limpieza	tienen servicio (-)	54,00%
ocupados	14780	competencia	servicios de la competencia (-)	51,00%
meta	<b>14200</b>	posibles clientes	clientes meta	<b>calificados - ocupados</b>

no es nuestro mercado	37000
tienen servicio domestico	34020

han adquirido servicio de la competencia	14780
diferencia o los que se cambiarían de servicio	14200

El servicio va dirigido a hogares y existen 164 urbanizaciones residenciales en la parroquia satélite la puntilla, de las cuales el promedio de personas por hogar es de 3,8 – 4,1%, es decir 4 habitantes por familia, se deduce que de 14200 habitantes en estas 164 urbanizaciones habrían 3.550 viviendas las cuales pueden hacer uso del servicio de limpieza de hogares de NOVACLEAN S.A.

De 3550 viviendas, y el nuevo portafolio de servicios de la compañía NOVACLEAN S.A. que consta de 3 productos, en una distribución uniforme, se puede considerar que 1183 viviendas adquirirán el servicio Oro, 1183 el servicio Plata, y 1183 el servicio Bronce.

- En el servicio Oro que es el servicio completo de la compañía se establece un precio estimado de \$100 logrando un ingreso de \$141.960
- En el servicio Plata que es un servicio intermedio se establece un precio estimado de \$80 logrando un ingreso de \$94.640
- El Servicio Bronce que es el servicio básico de la compañía se establece un precio estimado de \$50 logrando un ingreso de \$59.150

**Total percibido = \$295.750**

El costo aproximado de cubrir un servicio en cada opción del plan es del 30% sobre el total, respecto al tamaño de la vivienda, producto utilizado, maquinarias y equipo humano; de esta manera se puede determinar que los ingresos que la compañía NOVACLEAN S.A. percibiría por el nuevo portafolio de servicios son \$207.025.

Los procesos que la empresa NOVACLEAN S.A. utilizara para el control y seguimiento del nuevo portafolio de servicios a implementarse será el siguiente:

## Agenda de citas

Es importante gestionar un mecanismo para citas previas, la cual facilitara un correcta manejo de citas con la finalidad de evitar equivocaciones e imprevistos con los clientes. Para que un cliente realice la solicitud de un servicio de limpieza tendrá dos opciones:

Recepción de Llamadas

Internet en la página web de la empresa

		<b>AGENDA DE CITAS</b>			
<b>FECHA:</b>					
<b>HORA</b>	<b>CLIENTE</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>SERVICIO SOLICITADO</b>	<b>PERSONA ENCARGADA</b>	<b>OBSERVACIONES</b>

## Supervisión del domicilio

Las citas previas son realizadas con la finalidad de inspeccionar las instalaciones del domicilio donde nos solicitan el servicio, de esta manera se puede determinar la cantidad de producto, las maquinarias, las herramientas y los utensilios que se puedan necesitar.

La inspección estará a cargo del Gerente Operativo de la empresa NOVACLEAN S.A.; una vez ingresado los datos en la ficha de supervisión se pasara al área encargada para la entrega de los productos y así mismo los equipos que se requieran para ejecutar el servicio.

		<b>INFORMACION PERSONAL</b>		
CLIENTE: _____		FECHA: ___/___/___		
DIRECCION: _____		SECTOR: _____		
HORA: _____				
<b>SERVICIOS SOLICITADOS:</b>		<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS:</b>		
Limpieza de dormitorios		Limpieza de vidrios y lámparas		
Lavado y aspirado de alfombras		Eliminación de plagas		
Limpieza y desinfección de baños		Mantenimiento de jardinería		
Lavado de ventanas		Limpieza de cisterna		
Lavado de cortinas		Desinfección y desodorización de muebles y colchones		
Limpieza total y desengrase de cocina		Lavado de autos		
Abrillantamiento de pisos		Plomería y electricidad		
<b>DATOS DEL DOMICILIO</b>				
<b>Número de pisos del domicilio:</b>				
Casa de un piso o departamento		Casa de dos pisos		Casa de tres o más pisos
<b>Características del domicilio:</b>				
Numero de baños		Tamaño de cocina	<b>P</b>	<b>G</b>

Numero de dormitorios		Tamaño de sala	<b>P</b>	<b>G</b>
Numero de cuartos adicionales		Tamaño del comedor	<b>P</b>	<b>G</b>
<b>SUPERVISOR:</b> _____				

### Control de actividades

Utilizando una ficha para el control de operaciones se podrá medir y comprobar los tiempos que el personal de la empresa utiliza para la ejecución de las diferentes actividades a realizarse en el servicio de limpieza, de esta manera pueden ser mejorados y superados en un futuro.

		<b>HOJA DE CONTROL DE ACTIVIDADES</b>	
<b>NOMBRE:</b>			
<b>FECHA:</b>			
<b>SERVICIO A EJECUTAR</b>	<b>HORA DE INICIO</b>	<b>HORA AL FINALIZAR</b>	
<b>SUPERVISADO POR:</b>			

## Encuesta de evaluación del servicio

La encuesta es la herramienta que se utilizara para evaluar el servicio, desempeño del personal de trabajo, la amabilidad / cordialidad, los productos utilizados y las recomendaciones de los clientes a los cuales se les brinda el servicio.

		<b>HOJA DE EVALUACION DE SERVICIO</b>	
<b>SERVICIO:</b>			
<b>1. ¿Cómo considera usted el servicio que la empresa efectuó en su hogar?</b>			
Excelente ____	Bueno ____	Regular ____	Malo ____
<b>PERSONAL:</b>			
<b>2. El trato que recibió por parte del personal de la empresa que realizo el servicio de limpieza en su hogar fue:</b>			
Excelente ____	Bueno ____	Regular ____	Malo ____
<b>3. El desempeño del personal que realizo el servicio de limpieza en su hogar fue:</b>			
Excelente ____	Bueno ____	Regular ____	Malo ____
<b>PRODUCTOS UTILIZADOS:</b>			
<b>4. Los productos amigables con el medio ambiente que se utilizaron para realizar la limpieza en su hogar fueron:</b>			
Excelente ____	Bueno ____	Regular ____	Malo ____

### **Los servicios que la empresa va a ofrecer son:**

- Limpieza de dormitorios
- Lavado y aspirado de alfombras
- Limpieza y desinfección de baños
- Lavado de ventanas
- Limpieza profunda de cocina
- Lavado de cortinas
- Abrillantamiento de pisos
- Limpieza de vidrios y lámparas

### **Servicios complementarios:**

- Eliminación de plagas (ácaros, roedores, insectos)
- Lavado de autos
- Mantenimiento de jardinería
- Limpieza de cisternas y tanques elevados
- Desinfección y desodorización de muebles y colchones
- Plomería y electricidad

### **Desinfección y Sanitización**

La empresa NOVACLEAN S.A. ofrece el mejor servicio de desinfección y sanitización del mercado. Se logra disminuir casi a un 99% la presencia de virus, bacterias y hongos y así poder disminuir contagios causados en los hogares, debido a que se trabaja con el mejor desinfectante el cual es producido por la misma empresa y el cual combate:

1. 568 cepas/aislamiento clínicos (virus, bacteria, hongos) probados.
2. Eficacia bactericida contra 404 cepas representando 76 especies:
  1. Gram positivas, Gram negativas, antibiotico-resist, intoxicación alimentaria
  2. *E. coli*, *S. typhimurium*, *P. aeruginosa*, *S. aureus*
3. Eficacia Viricida contra 62 cepas de 33 géneros y 25 grupos:

1. HIV/AIDS, Hepatitis A,B & C, Adenoviruses, Herpes

4. Eficacia Fungicida contra 102 cepas de 27 especies:

1. *C. albicans*, *Trichophyton*, *S. cerevisiae*, *A. niger*

El desinfectante es inocuo para el ser humano y se lo emplea mediante la técnica de ULV, una fumigación especializada de ultra bajo volumen el cual se impregna logrando una desinfección total del área, por lo que no hay riesgo de intoxicación para el personal de limpieza ni para los clientes y personas que habitan en los lugares designados para las limpiezas.

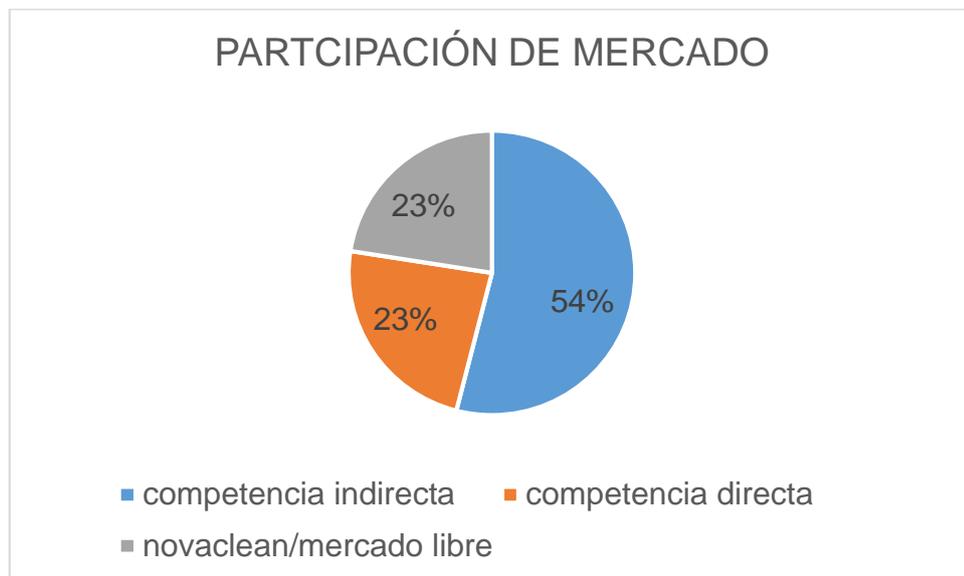


Ilustración 13 Participación de Mercado

De un total de 15.750 residencias en Urbanizaciones, el 54% de la competencia indirecta representa al mercado de las viviendas que son atendidas por personal doméstico, y que se considera que es un mercado que no invertiría en una limpieza de hogar especializado, por lo general son contratadas directamente bajo relación de dependencia o en su efecto se dedican a contratar servicios de la empresa Prohogar, la cual brinda una profesional que ayuda a las tareas más importantes del hogar; Por otro lado el 23% de competencia directa ya ha adquirido en algún momento un servicio de limpieza para hogar con alguna de las compañías

que brindan el servicio en el mercado, este es el caso de las empresas Rubasa, Places Clean, Grupo Repcon y Servicios de Limpiezas independientes, ellos brindan servicios focalizados o complementarios; y solo Rubasa es considerada nuestra mayor competencia que no tiene planes de limpieza a hogares establecidos, solo realizan el servicio previo a una inspección de la vivienda.

El 23% del mercado restante es el mercado libre o la ocupación de mercado que espera tener la Compañía NOVACLEAN S.A. a través de la oferta de su nuevo portafolio de servicios.

#### **4. CONCLUSIONES**

El marco teórico realizado en el presente estudio de caso está basado en los planteamientos de los emprendedores y las teorías de la Administración en referencia a la innovación e implementación de nuevos productos/servicios, estos conceptos tuvieron su aporte en el desarrollo del presente estudio de caso.

El análisis de los registros demostró la existencia de la subutilización de la capacidad instalada de la compañía NOVACLEAN S.A. por este motivo a través del estudio de mercado obtenido en las encuestas se demuestra que para el 85% de los encuestados es muy importante y necesario un servicio especializado en la limpieza de sus hogares, lo cual es una buena función a implementarse para esta capacidad subutilizada.

Por lo tanto, la presentación de la propuesta a la empresa NOVACLEAN S.A, de ampliar su portafolio brindando tres programas de servicios de limpieza y sanitización en hogares, con la facilidad de poder personalizarlo acorde a sus necesidades; es una estrategia viable a ser considerada con el fin de lograr un crecimiento en el mercado, optimizar recursos (capacidad instalada) y generar mayor rentabilidad, la Propuesta cubre ampliamente las exigencias del mercado, como la calidad del servicio, la higiene y la salud, así como la seguridad que brinda una limpieza de estas características que puede brindar la empresa NOVACLEAN S.A.

## 5. RECOMENDACIONES

A pesar de existir la información necesaria referente al estudio de caso realizado, se recomienda que existan mayores investigaciones respecto al mercado de las compañías de limpieza y a las empresas en general con presencia en el Ecuador, ya que la mayoría de la información consultada es de los mercados internacionales.

La mayor concentración de importancia dentro del servicio de limpieza en el hogar debe estar enfocada en la exactitud en el cumplimiento del servicio y la honestidad, todo cliente desea ver que un servicio vale cada centavo que paga, y no desea sentirse timado o estafado respecto a un servicio solicitado en base a una necesidad, la importancia de estos factores ayudaran a la demanda del servicio el cual ayudara a la regulación de la subutilización de la capacidad instalada de la compañía NOVACLEAN S.A.

La herramienta de control de actividades y su debido seguimiento serán las encargadas de ayudar con el manejo de la agilidad en el servicio con el objetivo de que todas estas actividades sean coordinadas y supervisadas para la entera satisfacción del cliente y mejora continua de la empresa, ya que en un mercado competitivo como el que se vive actualmente el tiempo y la calidad son unos de los principales diferenciadores para un valor agregado de un servicio.

Se recomienda aplicar el estudio de análisis de factibilidad en la Conurbación de Guayaquil Duran-Milagro-Salitre-Daule-Nobol-Samborondón; de la zona de planificación número 8 del INEC, donde habitan más de tres millones de residentes; y así poder implementar el servicio de limpieza en los hogares y satisfacer el mercado desatendido por la falta de oferta de estos servicios.

## BIBLIOGRAFIA

- Alet, J. (2007). *Marketing directo e interactivo*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Cyr, D., & Gray, D. (2004). *Marketing en la pequeña y mediana empresa*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- fisher, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia* (Vol. 3a. ed.). McGraw-Hill.
- Galindo Martin, M. A. (2008). *DICCIONARIO DE ECONOMIA APLICADA*. Madrid, España: Ecobook- Editorial del Economista.
- Gee, S. (1981). *Technology transfer, Innovation & International Competitiveness*. Nueva York: Wiley & Sons.
- Gil, I. (2011). *Secretos para tener éxito con tu negocio*. doi:ISBN:978-84-614-8908-4
- Mario Llop. (Marzo de 2015). *Tipos de investigación*. Recuperado el Octubre de 2016, de <http://www.tiposdeinvestigacion.com/investigacion-exploratoria/>
- Mejía Cañas, C. A. (JULIO de 2013). *PLANNING CONSULTORES GERENCIALES*. Obtenido de [http://www.planning.com.co/bd/valor\\_agregado/Julio2013.pdf](http://www.planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf)
- Parkin, M. (2009). *Economía*. Mexico: Pearson Educación.
- Payne, A. (1996). *La Esencia de la Mercadotecnia de Servicios*. Mexico: Prentice Hall.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- Prado, D. d. (2011). *Innovación y creatividad en la empresa y en las organizaciones*. Santiago de Chile: Meubook.

- Pulido, A. (2005). *LA INNOVACIÓN EN EL SIGLO XXI*. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid. Madrid: CEPREDE.
- QuestionPro. (2015). *QuestionPro Software para Encuestas*. Recuperado el 2016, de <http://www.questionpro.com/es/>
- Sanchez Cevallos, S. (2016). *Diseño y Propuesta de un Sistema de Gestión Ambiental para la empresa NOVACLEAN S.A. previo a la obtención de la certificación ISO 14001*. Tesis de Pregrado, Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Guayaquil.
- Schiffman, L. (2015). *Comportamiento del Consumidor*. México: Pearson.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Talaya, Á., García de Madariaga, J., González, M., Olarte, C., Reinares, E. M., & Saco, M. (2008). *Principios de marketing* (3ra ed.). Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Vargas Quiñones, M. E. (2011). *Calidad y Servicio: Conceptos y Herramientas*. Universidad de La Sabana.
- Vidales Rubí, L. (2003). *Glosario de términos financieros*. San Rafael, México: Plaza y Valdés S.A. de C.V.

## Anexos

### Anexo 1

#### Encuesta

**UNIVERSIDAD ECOTEC**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y EMPRESARIALES**  
**INGENIERÍA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN**  
**ADMINISTRACION DE VENTAS**

Saludos Cordiales; La presente encuesta busca analizar la demanda del Mercado potencial derivado de la Oferta de un servicio especializado dedicado para el Hogar por parte de la Compañía de Servicios de Limpieza NOVACLEAN S.A. Su criterio es muy importante y por este motivo se solicita su ayuda para contestar las siguientes preguntas.

Encuesta para clientes potenciales sobre el nuevo servicio del hogar

1. Edad:

De 18 a 24	
De 25 a 39	
De 40 a 60	
De 60 y mas	

2. Sexo:

Masculino  
Femenino

3. Que tan importante es para usted la limpieza de su hogar

Muy importante	
Importante	
Poco importante	
Para nada importante	

4. Tiene una persona que brinde el servicio de limpieza en su hogar actualmente

Si
No

5. Qué opina de que una empresa especializada en limpieza, mantenimiento y sanitización empresarial, brinde un servicio de limpieza de hogares utilizando máquinas y personal especializado, adicionando servicios básicos como arreglos en el hogar

Muy importante
Necesario
Innecesario

6. Cuando fue la última vez que contrato una compañía que brinde el servicio de limpieza en el hogar

En el último mes
Durante el último trimestre
Alrededor de 6 meses
Un año o más
Nunca he contratado

7. ¿Qué tan importante serían las siguientes actividades dentro de una limpieza en el hogar?

	Muy importante	Importante	Nada importante
Limpieza profunda y desengrase de cocina			
Sanitización de baños			
Desinfección y desodorización de muebles y colchones			
Abrillantamiento de suelos			
Limpieza de cristales, vidrios y lámparas			
Uso de productos biodegradables			

Limpieza de ductos y filtros			
Limpieza de cisternas y tanques			
Limpieza de patios y jardines			
Gestión de reparaciones básicas			

8. ¿Cuál de las siguientes causas cree que es más importante para contratar una compañía de limpieza para hogares?

▪ Calidad en el servicio
▪ Higiene y salud
▪ Seguridad
▪ Disponibilidad de tiempo
▪ Comodidad
▪ Calidad en sus productos

9. Que tan a menudo le gustaría contratar una limpieza especializada en el hogar

2 o más veces al mes
1 vez al mes
1 vez cada 3 meses
1 vez cada 6 meses o mas
Para ocasiones especiales

10. **¿qué sugerencia darías a una compañía que brinde el servicio de limpieza de hogares?**

Agilidad en el servicio
Cordialidad de los empleados
Promociones y descuentos
Honestidad
Exactitud en el cumplimiento del servicio
Seguridad

## **Anexo 2**

### **Glosario de conceptos**

#### **Mercado**

Grupo de clientes o clientes potenciales que tienen poder de compra y necesidades insatisfechas.

#### **Segmentación**

Es el proceso de dividir un mercado en grupos significativos, relativamente similares e identificables.

#### **Posicionamiento**

se refiere a la creación de una mezcla de mercadotecnia específica para influir en la percepción global de los consumidores potenciales de la marca o producto.

#### **Proyección de ventas**

Proyección de las cantidades que se venderán del producto en el mercado durante un periodo específico de tiempo.

#### **Valor para el cliente**

Relación entre los beneficios y lo que el cliente considera que sacrifica para obtenerlos (tiempo, esfuerzo, dinero), lo cual refleja su disposición para adquirir el servicio.

#### **Satisfacción del cliente**

Opinión del cliente que establece si un producto o servicio ha cumplido o superado sus expectativas.

#### **Estrategia de precios**

Fijar el precio del producto con base en su demanda y costo.