



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA**

TEMA:

**Diseño de estrategias de marketing para la introducción de una
empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo**

AUTOR:

Galeas Jaya, Jairo Andrés

**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención
del grado de INGENIERO EN MARKETING**

REVISOR

García Vacacela Roberto Carlos, Ing

Guayaquil, Ecuador

9 de febrero del 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

CERTIFICACIÓN

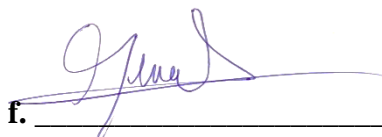
Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Galeas Jaya, Jairo Andrés** como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**.

REVISOR

f. 

García Vacacela Roberto Carlos, Ing.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. 

Gutiérrez Candela, Glenda Mariana, Econ.

Guayaquil, a los 9 del mes de febrero del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Galeas Jaya, Jairo Andrés**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, **Diseño de estrategias de marketing para la introducción de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo** previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 9 del mes de febrero del año 2023

EL AUTOR

f. 

Galeas Jaya, Jairo Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, Galeas Jaya, Jairo Andrés

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Diseño de estrategias de marketing para la introducción de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 del mes de febrero del año 2023

EL AUTOR:

f. _____

Galeas Jaya, Jairo Andrés

REPORTE URKUND

Original
by Turnitin

Document Information

Analyzed document	Ensayo Jairo Galeas (1).docx (D157240219)
Submitted	2023-01-29 01:14:00
Submitted by	
Submitter email	roberto.garcia@cu.ucsg.edu.ec
Similarity	3%
Analysis address	roberto.garcia02.ucsg@analysis.urkund.com





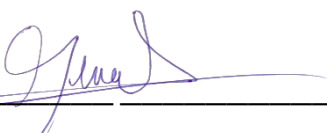
**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
CARRERA DE MERCADOTECNIA**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f.  _____

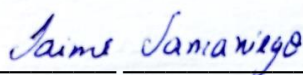
Ing. García Vacacela Roberto Carlos, Mgs

REVISOR

f.  _____

Econ. Glenda Gutiérrez Candela, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

f.  _____

Ing. Jaime Samaniego López, PhD.
COORDINADOR DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	X
ABSTRACT.....	XI
1. INTRODUCCIÓN	2
1.1 Antecedentes	2
1.2 Problemática.....	3
2.1 Marco contextual.....	5
2.1.1 Análisis del servicio de limpieza en el Ecuador.....	5
2.1.2 Análisis de la problematización del sector de Santo Domingo	6
2.1.3 Certificaciones de empresas de servicio de limpieza en Ecuador	7
2.2 Marco teórico	8
2.2.1 Empresas que ofrecen servicios de limpieza.....	8
2.2.2 Sectores de servicio en las empresas de servicio de limpieza	8
2.2.3 Características de las empresas de servicios de limpieza	9
2.2.4 Estrategias de marketing para empresas de servicios de limpieza	10
2.2.5 Barreras de estrategias de marketing	11
2.3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO SITUACIONAL	12
2.3.1 Análisis PESTA.....	12
2.3.2 Cinco fuerzas de Porter	21
2.3.3 Análisis FODA	26
2.3.4 Análisis y estrategias de marketing	28
CONCLUSIONES	31
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS	37

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis FODA.....	26
-----------------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Componentes y disponibilidad para adquisición de servicios	7
Figura 2 Composición de las 5 fuerzas de Porter	22

RESUMEN

La industria de los servicios de limpieza dirigido a oficinas a nivel nacional corresponde a un negocio que genera ingresos dentro de varias provincias y ciudades en el país en las cuales funcionan. Este es el caso de la ciudad de Santo Domingo, en la cual existen diversas empresas que se dedican a este sector productivo debido a que son especialistas en ofertar sus servicios de limpieza a empresas que cuentan con varias áreas de trabajo y oficinas.

Por lo tanto, en la presente investigación se procede a recopilar información del mercado en base a un estudio del entorno con el apoyo de tres metodologías como son: análisis FODA, PEST que engloba factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, a su vez se efectúa un análisis de las cinco fuerzas de Porter la cual comprende un estudio de los competidores potenciales en este rubro de negocio, rivalidad existente en el mercado es decir empresas ya existentes y que se dedican a ofertar el mismo tipo de servicio, existencia de productos sustitutos, poder de negociación del comprador y del proveedor. Toda la información adquirida es examinada para en lo posterior diseñar estrategias de marketing para para la introducción de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo

Palabras claves: Marketing mix, empresa de servicios, tendencias del consumidor, empresa de limpieza, cadena de valor, análisis del entorno

ABSTRACT

The cleaning services industry aimed at offices nationwide is a business that generates income in several provinces and cities in the country in which they operate. This is the case of the city of Santo Domingo, where there are several companies that are dedicated to this productive sector because they are specialists in offering their cleaning services to companies that have several work areas and offices.

Therefore, in this research we proceed to collect market information based on a study of the environment with the support of three methodologies such as: SWOT analysis, PEST that encompasses political, economic, social and technological factors, in turn an analysis of Porter's five forces which includes a study of potential competitors in this area of business, existing rivalry in the market, i.e. existing companies that are dedicated to offer the same type of service, existence of substitute products, bargaining power of the buyer and supplier. All the information acquired is examined in order to subsequently design marketing strategies for the introduction of a cleaning services company in the city of Santo Domingo.

Key words: Marketing mix, service company, consumer trends, cleaning company, value chain, environment analysis.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

La limpieza ha sido parte de la sociedad desde varios siglos atrás, actualmente esta actividad ha formado parte de la industria como una fuente económica que comprende una gran línea de servicios en lugares donde esta se ejerza, uno de los puntos de inflexión que cambio esta actividad para ser vista como una fuente económica fue la revolución industrial debido al interés por la limpieza que cada industria requería ya que la inserción de una mayor cantidad de trabajadores demandaba de una mejor calidad de las instalaciones que la personas utilizaban para sus labores.

Desde esta época se ha establecido un gran desarrollo en la invención, innovación y automatización de todo tipo de productos y servicios de limpieza que se han adaptan al mercado y a los consumidores. Actualmente los servicios de limpieza han tomado un papel muy importante en la sociedad a raíz de la pandemia ya que ocasiono que todos los pequeños y grandes negocios soliciten este tipo de servicios como una necesidad para brindar la seguridad no solo a sus trabajadores, si no también aquellos consumidores que gozan de consumir los productos o servicios en todas las ramas de la industria económica que se conforma en un país.

En Ecuador el COVID-19, además de haber cambiado la forma de vida de los ciudadanos, también ha generado la necesidad de las pequeñas y grandes industrias para la adquisición de servicios de limpieza que les permita crear confianza con sus empleados al poseer entornos seguros de trabajo. Debido a que es fundamental cumplir estrictamente con las normas y protocolos que las entidades gubernamentales exigen a la empresa, para que el trabajo se pueda desempeñar de

forma segura y en condiciones óptimas de higiene y desinfección, estos aspectos han incrementado la demanda de servicios de limpieza que ha tomado un lugar fundamenta en la economía del país.

Por el efecto de los acontecimientos que el COVID-19 produjo, la industria de servicios de limpieza ha ocupado un lugar primario a la hora de contratar servicios, tanto para edificios, oficinas y cierto tipo de industrias que lo solicitan. También en otros sectores industriales como la alimentación, los servicios de limpieza se han enfocado en mejorar los procesos de higienización debido a su especial importancia, al estar involucrado directamente en la calidad de los alimentos o productos terminados para evitar un riesgo de contaminación alimentaria.

1.2 Problemática

Actualmente en la ciudad de Santo Domingo no existe una empresa de limpieza que brinde un servicio especializado en el área de limpieza de áreas de trabajo u oficinas a costos razonables y tiempos eficientes en donde eviten a personas naturales o jurídicas la necesidad de contratar personal y se deba pagar un sueldo, bonificaciones, prestaciones los cuales pueden provocar a largo plazo un desembolso de dinero innecesario para la empresa o personas que necesiten servicios por horas, días o tiempos limitados.

Es por ello que la investigación tienen como objetivo general diseñar estrategias de marketing para la introducción de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo mediante un estudio de las bases teóricas y técnicas en la rama de la carrera que se necesitan para la implementación en este tipo negocios, también se realizará un análisis interno y externo de la situación actual de la ciudad por medio de las herramientas del PEST, FODA y las 5 fuerzas de Porter que permitan recabar la información sobre factores políticos, económicos,

socioculturales, tecnológicos que intervengan en el consumo de los posibles clientes de los distintos servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo.

Para la elaboración del ensayo se consideró analizar las variables de estudio, tomando en atención como variable dependiente las estrategias de marketing y la variable independiente servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo, para lo cual se analizaron de forma cualitativa por la procedencia de las variables y la información que cada una conlleva.

Mediante la aplicación de las herramientas ya mencionadas como el FODA, el PEST y las 5 fuerzas de Porter se analizan todos los factores que permitieron establecer estrategias de marketing adecuadas al estudio por medio de análisis de la situación actual en la ciudad de Santo Domingo en todos los ámbitos que abarca cada metodología. De la misma forma para la variable independiente se verifica la cantidad de empresa y establecimientos que la ciudad dispone para realizar un levantamiento de la información de forma oportuna.

Por lo antes expuesto se plantea la siguiente interrogante: ¿La aplicación de estrategias de marketing para una empresa de servicios de limpieza ayudará a su posicionamiento en el mercado local?

2 DESARROLLO

2.1 Marco contextual

Según la Organización Mundial de la Salud a partir de la pandemia por el COVID-19 enfatiza la importancia de la limpieza para la salud de las personas que eviten el contagio de enfermedades o alergias, es imprescindible un adecuado protocolo para que toda la infraestructura que rodea sea más duradera y que al mantenerse limpia funcione mejor esto es lo que usualmente pasa en empresas y hogares debido al ritmo actual de vida de las personas la cual ha cambiado por la dificultad para realizar la respectiva limpieza de sus establecimientos de trabajo, domicilio, locales, etc. Por ello la falta de tiempo para realizarlo debido a se piensa que realizar estas actividades disminuye las horas de productividad, dejando en un segundo plano la limpieza y poniendo en riesgo la seguridad sanitaria de las personas que habitan o trabajan en estos lugares (Ministerio de Economía y Finanzas, 2019).

2.1.1 Análisis del servicio de limpieza en el Ecuador

La llegada de la pandemia al país ha implicado una inquietud en las personas por mejorar los procesos de sanitización y control de limpieza en áreas comunes y públicas, debido al crecimiento de los indicadores en cuanto a contagios que se produjeron desde finales del 2019 hasta la fecha, por la falta de sistemas sanitarios que mejoren la calidad y seguridad ha provocado que se creen empresas privadas dedicadas a la limpieza a nivel nacional de forma empírica con variedades de servicio sin estudios previos que avalen la garantía de ocupar estos (Ortiz & Fernández, 2020).

En el sector de la limpieza en el Ecuador se analizan desde la perspectiva del servicio donde se establece dependiendo su aplicación, a continuación, se establecen algunas variables sobre los tipos de servicios dependiendo su actividad;

- Servicios de limpieza a empresas del sector industrial.
- Servicios de limpieza a empresas del sector administrativo.
- Servicios de limpieza a empresas del sector ambiental.
- Servicios de limpieza a empresas del sector de la producción o alimentos.
- Servicios de limpieza para hospitales, centros y dispensarios de salud.
- Servicios de limpieza domésticos.

De acuerdo con el INEC (2020) en el Ecuador se contemplan 74.937 empresas en el sector de servicios de limpieza que se contemplan en un 8,86% del total de negocios en la clasificación de OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020).

2.1.2 Análisis de la problematización del sector de Santo Domingo

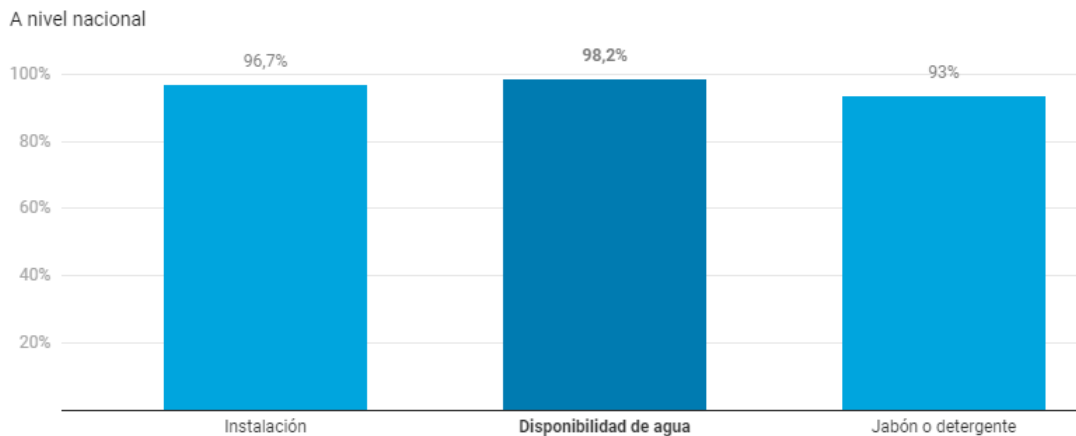
El problema en la prestación de servicios de saneamiento, a nivel de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas radica en la necesidad que tienen las personas en utilizar estos servicios con la finalidad de evitar la propagación del virus de la época además de brindar espacios seguros para realizar actividades laborales o en el caso de las amas de casa para seguridad de sus familiares que habitan en el lugar, todas estas personas buscan personal de limpieza que sean confiables, eficientes, responsables en la prestación de cada uno de los servicios de limpieza (Gobierno Autónomo Descentralizado del Santo Domingo, 2020).

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC] (2022) en la provincia de Santo Domingo se localizan un total de 24039 empresas de las cuales un 2.84% se emplean en la línea de servicios de limpieza, cabe mencionar que las 684 empresas se encuentran distribuidas por toda la provincia y en su mayoría en cada una de las cabeceras cantonales, lo que determina un mercado establecido en este tipo de negocios. Uno de los factores que las empresas de limpieza no establecen

de forma eficiente es la publicidad que ofrecen a sus consumidores debido a que la gran mayoría utiliza canales tradicionales.

A raíz de la pandemia el uso de este tipo de servicios ha crecido por la demanda que los usuarios y empresas de varias líneas de producción, de acuerdo con ProEcuador en la ciudad no se cuentan con una gran disponibilidad de recursos que permitan realizar un adecuado manejo de la higiene, es porque en su mayoría las personas y empresa prefieren contratar servicios de forma técnica que les garanticen parámetros de calidad y con aval de las organización que certifican dichas actividades como lo son Agrocalidad, ARCSA y el Ministerio de Salud Pública (Manchado, 2020).

Figura 1 Componentes y disponibilidad para adquisición de servicios



Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020).

2.1.3 Certificaciones de empresas de servicio de limpieza en Ecuador

Las empresas que se dedican al servicio de limpieza en el Ecuador mediante un proceso riguroso puede adquirir certificaciones dentro de ellas se menciona a la ISO 9001:2015 Sistemas de gestión de la calidad, debido a que esta norma establece los requisitos de un sistema de gestión de calidad. Todo tipo de empresa u organización puede implementar este estándar y certificarse frente a un organismo

acreditado.El SAE avala la competencia técnica de estos organismos de certificación para que auditen y certifiquen los sistemas de calidad de los interesados.SAE también acredita a organismos que certifican otras normas ISO de sistemas de gestión bien conocidos, como el medioambiental (ISO 14001) (Servicio de Acreditación Ecuatoriano, 2022)

2.2 Marco teórico

2.2.1 Empresas que ofrecen servicios de limpieza

De acuerdo con Cortez (2012) una empresa de limpieza es la encargada de la distribución del personal a donde sea requerido con la finalidad de proporcionar un servicio que se le demanda y a su vez la empresa se puede encargar de brindar otros servicios de limpieza que le sean requeridos.

2.2.2 Sectores de servicio en las empresas de servicio de limpieza

En la actualidad se puede identificar los distintos sectores en los cuales se pueden desarrollar los distintos servicios de limpieza:

2.2.2.1 Servicios de limpieza en el sector hospitalario

Limpieza y desinfección de Quirófano

- UCI
- Neonato
- Quemados
- Diálisis
- Esterilización
- Hospitalización Cirugía
- Hospitalización Pediátrica
- Traslado de desechos infecciosos y comunes

2.2.2.2 Servicios de limpieza en el sector administrativo

- Oficinas Gerenciales
- Pasillos
- Cubículos
- Decoraciones
- Lámparas
- Perfilarías
- Puertas
- Baños
- Tratamiento de madera

2.2.2.3 Servicios de limpieza en el sector de consumo masivo y farmacéuticos

- Limpieza y desinfección de perchas
- Limpieza y desinfección de cuartos fríos
- Limpieza y desinfección de área de empaado
- Limpieza y desinfección de baños y duchas
- Limpieza y desinfección de áreas administrativas
- Limpieza y mantenimiento de pisos
- Limpieza y mantenimiento de estacionamientos

2.2.3 Características de las empresas de servicios de limpieza

En cuanto a las características que debería de cumplir una empresa de servicios de limpieza los autores Arévalo y Casa (2021) mencionan:

- Productos de calidad
- Variedad de los productos y servicios
- Garantía de los productos

- Capacidad para suministrar los productos
- Precios accesibles
- Condiciones de pago y crédito
- Descuento y promociones
- Atención personalizada
- Rapidez en el servicio
- Apoyo técnico
- Servicio al cliente

2.2.4 Estrategias de marketing para empresas de servicios de limpieza

Establecer estrategias para una empresa de limpieza tiene muchas ventajas dependiendo de la planificación y el impacto que se desea brindar, en esta línea se puede mencionar las siguientes estrategias que usualmente utilizan las actuales empresas que prestan servicios de limpieza Aponte (2007):

2.2.4.1 Incentivo de referencias

La importancia de las referencias para cualquier empresa pequeña es primordial especialmente para los propietarios de empresas debido a que buscan que los clientes se sientan valorados. Una forma de promover este incentivo es ofrecer descuentos por referencias rastreadas, con ello se asegura de no perder la oportunidad de mostrar a sus clientes actuales un agradecimiento adicional y brindar una motivación más para recomendarnos a otros.

2.2.4.2 Redes sociales

Las redes sociales como Instagram, YouTube, Facebook y tik tok en la actualidad son un gran canal para llegar y acercarse a las personas con la finalidad de promover un negocio, se puede aplicar estrategias que tengan como objetivo llegar a

nuevos clientes o mantener actualizados a los actuales. El uso de fotografías reales crea un impacto en el usuario.

2.2.4.3 Campañas en Google Ads y Facebook ads

Las campañas realizadas por empresas de limpieza en estas plataformas logran una gran diferencia debido a la capacidad de segmentación para orientar anuncios a perfiles de clientes específicos de acuerdo a zonas geográficas exactas, rango de edad, intereses, comportamientos, etc.

2.2.4.4 Sitios Web

Es importante que la empresa siempre cuente con un sitio web personalizado, es decir con contenido relevante y que además transmita la filosofía del negocio. O al menos un sitio en el cual encuentre las redes sociales con la finalidad de transmitir confianza a los clientes.

2.2.4.5 Uso del SEO local

El SEO local se refiere a la búsqueda local que maneja google debido a que esta herramienta apoya más a pequeñas empresas brindándoles herramientas para su uso flexible, a su vez es necesario que los perfiles en Google My Businnes, Yelp, Facebook se encuentren actualizados y en conexión con esta herramienta.

2.2.5 Barreras de estrategias de marketing

Como se conoce el especialista en marketing (Prieto, 2017) establece a las estrategias de marketing como un conjunto de técnicas, estrategias y estudios que tienen como objetivo principal la mejora en la comercialización de un producto o servicio, sin embargo, existen barreras o problemas habituales en las cuales se pueden mencionar:

- No saber explicar el producto o servicio que se presta
- Identificación del segmento de mercado

- Carencia de canales comerciales
- Invisibilidad del negocio
- Errores en cuanto al precio del producto
- Descoordinación entre departamentos que conforman una empresa
- No contar con un plan definido de marketing
- Carencia de una marca, reputación profesional
- Incorrecta presencia online

2.3 ANÁLISIS ESTRATÉGICO SITUACIONAL

2.3.1 Análisis PESTA

En el siguiente apartado se analizan los factores políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos en cuanto al entorno y actividad comercial de la empresa que en este caso es la prestación de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo.

2.3.1.1 Factores políticos

A continuación, se indagan las políticas del país con respecto a la actividad económica de la empresa de servicios de limpieza de oficinas en la ciudad de Santo Domingo.

De acuerdo al actual gobierno por la gran falta de apoyo por mandatos anteriores se estableció una política para los emprendimientos, con la nueva reforma tributaria las empresas artesanales y MYPYMES puede gozar de beneficios que les permitan solventar problemáticas como la tributación y los impuestos que son un factor negativo que en persistentemente las empresas perciben es por ello que las actividades de negocios populares tributan un rubro mínimo por todo el año fiscal en el que se establece las actividades mediante acuerdo ejecutivo N° 1240 con fecha 3

de febrero 2021 el Presidente Constitucional de la República reforma el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

Cabe mencionar que en la actividad de limpieza hay factores muy importantes los cuales son las materias e insumos que el negocio va a utilizar, debido que estos en su mayoría son productos importados los cuales cumplen y llevan valores en el régimen impositivo que a largo plazo puede afectar a una empresa de limpieza lo que ha futuro pueda imposibilitar el abaratar costos en algunos productos y servicios. Las sustancias químicas que se utilizan para la limpieza cuentan con un control riguroso en su uso, es decir que existe una normativa técnica sanitaria sobre las prácticas correctas de higiene.

Con respeto a los parámetros jurídicos que las empresas extranjeras y nacionales, la sociedad por acciones simplificada fue incorporada a la legislación ecuatoriana y concretamente a la Ley de Compañías por medio Disposición Reformatoria Octava de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, promulgada en el Suplemento del Registro Oficial Nro. 151, dicha compañía permite una constitución con más libertades que las actuales industrias y su tipo de constitución aportando grandes beneficios para las inversiones en el Ecuador se encontraba regulado exclusivamente por el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones —en adelante, COPCI— y su Reglamento a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo, clave aclarar que el Ecuador fue uno de los países con menor registro de inversión extranjera directa de Latinoamérica debido a una desestabilización económica que ha sufrido durante los últimos años.

De acuerdo a esta necesidad la Asamblea Nacional aprobó una ley de incentivos para organizaciones y empresa Público-Privadas y la Inversión Extranjera, estas se enfocan en la creación de mecanismos que atraigan la inversión al país y

permitir una estabilidad por medio de la inversión extranjera. Es por ello que mediante incentivos tributarios se ayude de una forma significativa, al alcance y objeto que las empresas buscan como lo es la estabilidad en materia de inversiones en determinados sectores de la economía nacional.

Como se observa en el Ecuador la industria de limpieza ofrece varias líneas de mercado, estas se establecen en medios domésticos, gerenciales, industriales y técnicos. Uno de los negocios más valiosos en los últimos años son los que se destinan al ámbito gerencial o administrativos debido a que las grandes empresas de orden público y privado demandan dichas actividades.

En síntesis, el factor político en esta industria de limpieza ofrece una gran oportunidad por las características mencionadas, con la excepción de los insumos que generalmente se utiliza con respecto a su procedencia, demuestra que este tipo de negocios evidencia una gran oportunidad por los incentivos que el gobierno ofrece y su fácil constitución de forma técnica y eficiente, todo esto por la necesidad del gobierno de adquirir mejor las actividades laborales conjuntamente con nuevas oportunidades de trabajo.

En cuanto a la Constitución de la República del Ecuador (2008) en su artículo 32 manda que la salud es un derecho que garantiza el estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, etc.

Además, se menciona en la Normativa Técnica Sanitaria sobre prácticas correctivas de higiene(2015) que en la constitución de la República del Ecuador en el artículo 66 se reconoce y garantiza a las personas el desarrollo actividades económicas en forma individual, colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social.

2.3.1.2 Factores económicos

En este apartado se desarrolla los factores económicos del país en relación al sector de servicio de limpieza de oficinas:

Para la economía ecuatoriana de acuerdo con datos del Banco Central el país cerrará 2022 con un crecimiento económico de 2.7% y para 2023 este rubro llegará al 3.1%, demostrando una recuperación en la mayoría de actividades económicas y productivas del estado. Con respecto al escenario económico, se observa que es de suma importancia realizar un análisis de los aspectos económicos con el objetivo de verificar el funcionamiento económico que actualmente se está manejando y verificar las variables macroeconómicas del país que permitan actuar sobre el nivel de la actividad económica en este caso la industria de servicios de limpieza.

PIB

Este es un indicador económico que permite analizar el valor monetario de todos los bienes y servicios que un país determinado puede producir en su territorio en un periodo y tiempo establecido. Este parámetro permite establecer la riqueza y se conoce como producto bruto interno. De acuerdo con encuestas del Banco central en el Ecuador el consumo de los Hogares representa más del 65% del (PIB), el cual se vio impulsado por incremento de las importaciones, remesas y créditos de consumo, como se espera para el año 2022 el crecimiento será de 2,7% con respecto a la economía del anterior año.

Salario básico unificado

De acuerdo a datos brindados por el (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2022) el salario básico unificado para el 2022 es de \$425 dólares que en comparación con otros países de Latinoamérica es el segundo más alto, este dato es

relevante ya que existiría la posibilidad que los consumidores puedan acceder a los servicios de limpieza una vez puesta en marcha las estrategias de marketing.

Inflación

La inflación es un indicador macroeconómico que por lo general se provoca por el desequilibrio existente entre la producción y la demanda que un país maneja en cuanto a la fabricación nacional en todas las líneas de mercado; esta provoca una subida continua de los precios de los productos y servicios que son consumidos en mayor medida y una pérdida del valor del dinero para su adquisición y uso. Para el mes de septiembre de 2022, la inflación mensual se estableció en 0.36% mientras que en septiembre de 2021 se ubicó en 0.02% y la inflación general hasta el momento del Ecuador es de 4.12%.

Riesgo País

Como se conoce el riesgo país determina la probabilidad sobre el incumplimiento que un país ofrece sobre las obligaciones financieras, esta no solo se sostiene a factores que conllevan un préstamo con generalmente se conoce si no a efectos que pueden afectar la economía, un claro ejemplo de esto fue el Covid 19, por definición se establece que cuanto mayor sea el riesgo, peor calificación recibirá el país. De acuerdo a estos valores la inversión extranjera o el acceso a financiamiento internacional, podrán tomar una decisión con respecto a variables como generación de empleo, producción de bienes y servicios. Actualmente el Ecuador llegó a 1.945 puntos el 13 de octubre de 2022, principalmente por factores como el paro nacional, la inestabilidad y polarización política entre el Ejecutivo y la Asamblea Nacional que incidió en un aumento de la incertidumbre que generan nulas decisiones por parte del estado.

Índice de precios del consumidor

El índice de Precios al Consumidor es un indicador económico que se estima de forma mensual, estos analizan y mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios de todos los bienes y servicios de los hogares que se dividen en los diferentes estratos de ingreso: alto, medio y bajo, que se localizan específicamente en el área urbana del país. Mensualmente, en el Ecuador existe una toma de 25.350 precios para los artículos que conforman la canasta básica. Con respecto al años 2022 En junio, el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 109.34.

Desempleo

De acuerdo con Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo [Enemdu] (2022) en los últimos años las personas no han gozado de una estabilidad laboral, debido a la inestabilidad política y económica que el país ha sufrido, como menciona el estado existe una mejora leve del empleo adecuado debido a la caída del desempleo debido a que la tasa de desempleo se ubicó en 3,7% en mayo de 2022, donde el 33,2% de la Población Económicamente Activa (PEA) tuvo un empleo adecuado o pleno. Eso equivale a una mejora de 3 puntos porcentuales frente al mismo mes de 2021. Como se conoce en el país un trabajador tienen como carga básica 40 horas o más a la semana y gana \$ 425 al mes lo que sostiene las entidades públicas, cabe aclarara que la realidad es muy diferente debido a la inestabilidad e inconformismo de la población debido al desempleo que existen y que las cifras expuestas no reflejan.

En conclusión, como se menciona en cada uno de los factores macroeconómicos analizados anteriormente, el Ecuador tiene ventajas y desventajas en algunos de estos aspectos, con respecto al PIB del país este afecta de forma positiva ya que para el año 2023 se prever un aumento 2,7% a negocios de servicios

a diferencia del Riesgo país que establece una negatividad para la inversión interna por el alto índice de pérdida económica, también por efecto de la recesión económica el índice de precios del consumidor afecta directamente a la adquisición de productos químicos para la limpieza y por último el salario básico unificado para el año 2023 prever aumentar a \$450.00 lo que puede ocasionar una alza de desempleos debido al desequilibrio económico de parte de las empresas que no podrán solventar sus necesidades y por ende responder a sus obligaciones con los trabajadores en la mayoría de empresas privadas.

2.3.1.3 Factores sociales

En este caso se investiga la cultura, hábitos y preferencias de los consumidores en relación con la empresa de servicios de limpieza de oficinas en la ciudad de Santo Domingo:

Tendencias de consumo

A nivel nacional en el Ecuador existe una gran tendencia de oferta y demanda de productos de primera necesidad, según datos del Instituto nacional de estadísticas y censos en el puesto 5 se encuentran los productos de limpieza y cuidado de hogar, con base a estos datos actualmente existen una gran cantidad de empresas que ofrecen servicios de limpieza en todo el país con diferentes exigencias dependiendo del mercado, esta demanda hace que las personas y empresas a raíz de la pandemia necesiten de este tipo de servicios, gracias al crecimiento económico el estado se ha recuperado para afianzar este tipo de negocios los cuales a largo plazo se han establecido de forma sostenible gracias a la demanda de la empresa pública y privada.

Población

Actualmente la provincia de Santo Domingo cuenta con una población aproximada de 450.000 habitantes de acuerdo a la estimación realizada por el INEC 2020, como se conoce Santo Domingo de los Colorados es una de las ciudades más prósperas y de mayor crecimiento poblacional del país, debido a su situación geográfica que de la ventaja ser un lugar privilegiado al conectarse con la sierra, costa y oriente.

Tasa de crecimiento

La población de la provincia de Santo Domingo posee una tasa de crecimiento de 3.7% de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, denotado como una de las provincias con mayor crecimiento económico, técnico y social.

Salarios Básico unificado

El salario o sueldo básico es una cantidad fija mínima de dinero que las personas perciben mensualmente por algún servicio o pago de parte a través de un contrato legalmente establecido en una entidad pública o privada. Con base al salario la Organización Internacional del Trabajo (OIT) tiene como objeto proteger a los empleados para que estos puedan recibir una cantidad de dinero que les permite subsistir en una sociedad económicamente activa, cabe mencionar que en muchos países dichos sueldos son muy bajos y no ayudan a las personas en sus gastos mínimos, en este caso para la canasta básica que como mínimo debería de permitir su adquisición, actualmente el SBU es de \$425.00 dólares americanos.

En síntesis el país no goza de una regulación que evidencie que los datos que se exponen en las plataformas de entes públicos sean reales y coherentes, aunque la provincia de Santo Domingo sea un lugar estratégico donde la implementación de una empresa de servicios de limpieza pueda traer muchos beneficios a las personas que

lo quieran realizar y que las tendencias del mercado apunten positivamente a los servicios de limpieza, lo cierto es que dicha actividad tienen que analizarse y adaptarse a la realidad por la que pasan no solo las personas si no también la empresas que a largo plazo también se ven afectadas por los factores sociales que se presentan como la recesión económica.

2.3.1.4 Factores tecnológicos e innovación

En este ítem se analizan los avances tecnológicos que pueden aportar en la implementación de estrategias de marketing de la empresa de prestación de servicios de limpieza.

En la actualidad existen nuevos lenguajes de programación mediante los cuales se puede acceder y construir aplicaciones, páginas, repositorios que muestren los distintos productos y servicios de una empresa cubriendo una necesidad usual en las mismas que engloba la comunicación con sus clientes o posibles clientes (Carrasco, Castañeda, Gomez, & Nube, 2022).

A su vez, los servicios de limpieza han sufrido un gran cambio en todos los ámbitos debido a las exigencias por efecto del Covid 19, existen nuevas maquinarias y artefactos inteligentes que mejoran y aumenta la calidad del trabajo siendo una variable que se enfoca en el desarrollo con respecto a la limpieza y aseo del hogar y lugar de trabajo.

Actualmente en todos los países han mejorado en materia técnica y tecnológica en lo que respecta a servicios de limpieza y salud observando que la tecnología juega una papel muy importante en el control de la contaminación y esta se ha convertido en una herramienta muy útil para los negocios que se enfocan en los servicios de limpieza permitiéndole ser eficientes y mejorar su desempeño en el medio empresarial, es decir que actualmente este representa una prioridad para la

gestión de la información, comunicación y automatización de los procesos que se manejan en cada una de las empresas.

En el Ecuador los negocios que prestan servicios de limpieza manejan como factor tecnológico la compra de insumos y maquinaria que les permita mejorar las actividades de los servicios ya que se puede encontrar con mayor facilidad en tiendas y supermercados con mayor disponibilidad de productos e insumos que son la materia prima los negocios que maneja en esta línea de mercado.

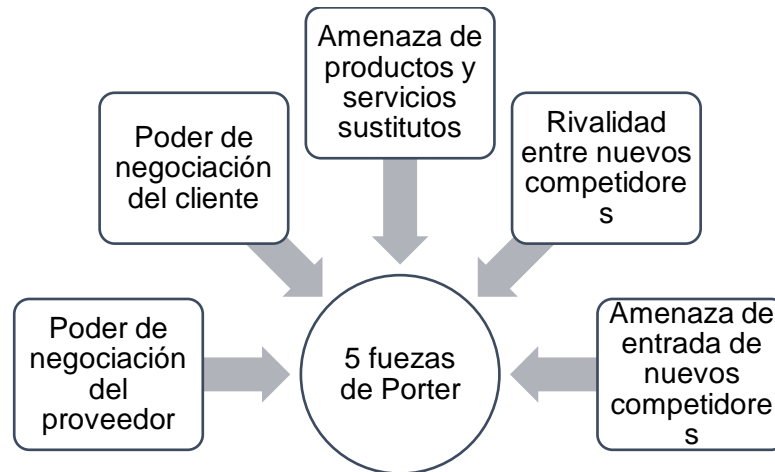
Como se establece la tecnología es fundamental para este tipo de negocios ya que estos se ofrecen de forma virtual y las personas observan y analizan sus requerimientos dependiendo de sus gustos en las diferentes plataformas que cada empresa pone a disposición, cabe mencionar que al ser un negocio emergente, en la industria de los servicios de limpieza aún necesita mejorar en la parte técnica debido que en el Ecuador aún no se tiene una legislación que controle de forma técnica a este tipo de negocios y que productos y maquinarias pueda aplicar.

A continuación, se realiza un análisis en base a las 5 fuerzas de Porter, que hace referencia a un modelo estratégico para la puesta en marcha de un negocio cuyo fin es indagar sobre el estado actual del entorno en el cual se va a manejar la empresa:

2.3.2 Cinco fuerzas de Porter

De acuerdo con Porter (2007) se refiere a un modelo estratégico utilizado en el ámbito de los negocios con la finalidad de analizar aspectos que pueden influir en el desarrollo de una empresa a largo, mediano y corto plazo, además que examina de manera externa el entorno en donde comenzará sus actividades. Las cinco fuerzas de Porter son:

Figura 2 Composición de las 5 fuerzas de Porter



Fuente: (Porter, 2007)

En este caso para una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo se analizarán los distintos aspectos que inciden en estas fuerzas:

Poder de negociación del cliente

Esta fuerza se identifica como una capacidad superior que tienen los agentes económicos al momento de comprar materia prima, insumos, bienes o servicios a las empresas. Los factores que inciden en este poder de negociación de los clientes son:

Caso de monopsonio: Se presenta cuando existe un solo comprador para una empresa, por lo que en esta situación el cliente puede negociar con la amenaza de no seguir comprando o cancelar el contrato.

Existencia de un exceso de oferta en relación a la demanda: Significa que hay una gran cantidad de vendedores en la misma industria, por esta razón el cliente puede elegir entre las distintas opciones, así escogerá la mejor empresa de acuerdo a sus gustos y preferencias.

Existencia de otros productos para el cliente: Este caso se presenta cuando existen muchos productos similares que fácilmente pueden satisfacer una misma necesidad, la capacidad de poder de negociación del cliente se incrementa,

Grandes volúmenes de compra: En este caso el cliente se transforma en un agente indispensable para la sobrevivencia de la empresa es decir que la empresa vea disminuida su poder de negociación.

Información y conocimiento del mercado: hace referencia a la información que tienen los clientes sobre los mercados y sus tendencias, debido a que contarán con una mayor habilidad para negociar.

EL cliente puede producir el mismo producto: Se presenta cuando el cliente se podría convertir en competido si es capaz de producir de mejor manera un bien o servicio que la empresa le ofrece por lo que adquiere gran poder al momento de la negociación.

En efecto, se debe de tomar en consideración que los clientes son un factor muy importante para el avance y crecimiento de una empresa, por lo tanto, una vez realizado el análisis para la empresa de limpieza de oficinas en Santo Domingo se identifica que en la localidad existen algunas empresas dedicadas a este rubro, por lo que podría provocar que los clientes tomen sus propias decisiones al momento de elegir este servicio, sea esta por varios motivos de diferenciación, entre ellos se puede mencionar: el precio, la calidad del servicio en general, la atención al cliente y la calidad de los productos que se utilizan en la limpieza. Es decir que es indispensable planificar la puesta en marcha de un diferenciador del servicio que logre captar nuevos clientes y satisfacerlos de acuerdo a sus necesidades.

Poder de negociación del proveedor

En este ámbito se conoce que un proveedor puede ejercer poder de negociación sobre los que participan en un sector productivo, amenazando en subir precios o reducir la calidad de los productos que se compra. Por lo que es indispensable para este caso una empresa dedicada a la limpieza de oficinas contar

con algunos contactos de proveedores de insumos de limpieza los mismos que son utilizados para la limpieza de las distintas áreas de trabajo, de esta manera se podrá reducir el poder que puede llegar a tener un solo proveedor de estos insumos químicos. A su vez es necesario que la empresa de limpieza se encuentre latente en cuanto a información de los cambios del mercado con la finalidad de mantenerse al margen de los precios oficiales, descuentos o beneficios que se puedan adquirir por cada compra.

Amenaza de entrada de nuevos competidores

Entorno a este factor se mide la inversión considerable que conlleva apertura una empresa de servicios de limpieza de oficinas debido a que es necesario contar con permisos que brindan varias entidades como la Agencia Nacional de regulación, Control y vigilancia sanitaria (Arcsa) el mismo que exige un rubro para brindar el permiso de funcionamiento, además de documentos necesarios impuestos por el Municipio de Santo Domingo como por ejemplo el permiso de funcionamiento anual, uso de suelo, entre otros. Dichos trámites conllevan de tiempo y costos considerables por lo que la amenaza en la entrada de nuevos competidores en la localidad se puede discurrir como medianamente alcanzables para personas naturales, sin embargo nunca hay que descartar que existe la posibilidad que cada cierto tiempo las entidades gubernamentales renueven sus exigencias en cuanto a los locales que ejercen comercio o a su vez que brinden beneficios o incentivos que logren que más personas puedan abrir una empresa que brinde servicios de limpieza en oficinas del cantón.

Rivalidad entre competidores existentes

Mediante una búsqueda se identificó que actualmente en Santo Domingo existen algunas empresas dedicadas a la brindar servicio de limpieza en oficinas, en

primera estancia se encuentra la empresa Limpiecito que mediante su página web oferta los servicios de limpieza a nivel nacional además cuenta con planes a largo plazo por meses hasta años, otra de las empresas analizadas fue Intelca que es una organización ecuatoriana con años de experiencia la misma que también ofrece servicios de limpieza a nivel nacional con su oficina matriz en Guayaquil y una oficina regional en Quito.

La empresa Liservitips igualmente oferta sus servicios a nivel Ecuador ofreciendo cotizaciones sin compromiso mediante una página web amigable y fácil de manera, cuenta con oficinas en Quito, Guayaquil y Manta. En cuanto a su competitividad se distingue por su experiencia alrededor de 25 años, así mismo cuenta con capacitación de sus empleados en limpieza y seguridad industrial logrando así en el 2020 combatir la pandemia en varios sectores como hospitales, oficinas, etc.

En cuanto a establecimientos que específicamente funcionan a nivel Santo Domingo se señala a la empresa StarOfService la cual se enfoca en brindar una experiencia personalizada en base a los gustos y preferencias del cliente, al mismo tiempo que realiza una cotización más certera con preguntas de los espacios que se desean limpiar, dentro de las opciones se encuentran oficinas y la medida de las mismas, conjuntamente con interrogantes sobre la cantidad de ventanas, puertas a limpiar. Esto permite que el cliente cuente con la percepción de que sus precios se establecen de acuerdo a lo justo de cada espacio por ser limpiado.

De manera virtual se puede distinguir a la empresa Super Clean la cual cuenta con posicionamiento del buscador SEO es decir que consta como uno de los primeros resultados en la búsqueda de “empresas de servicio de limpieza en Santo Domingo”, dicha empresa se ubica en las calles Padre Shumager 510 y Venezuela, a diferencia

de las otras empresas esta dispone de un local físico para que las personas puedan acercarse y contratar sus servicios.

Amenaza de productos y servicios sustitutos

Como se conoce los productos sustitutos son aquellos que responden a la misma necesidad genérica o desempeñan la misma función, por lo tanto, una vez analizado los competidores se puede identificar que dichas empresas brindan los mismos servicios de limpieza en oficinas concluyendo que existen servicios similares que pueden afectar de manera negativa en la actividad económica, por lo que es necesario planificar una estrategia que logre un diferenciador en los servicios ya existentes.

Luego de haber analizado las cinco fuerzas de Porter se puede llegar a divisar un mejor panorama en todos los aspectos del mercado y más aún en cuanto a una empresa que puede ofrecer servicios de limpieza, siendo un mercado atractivo como nueva inversión debido a que existen empresas que pueden proveernos de insumos químicos para realizar este trabajo, a su vez se caracteriza al cliente como una persona que cambia en su consumo de acuerdo a los costos, calidad, beneficios que le puede brindar una empresa. Sin embargo, es indispensable tomar en cuenta que para la puesta en marcha de una empresa con este rubro es importante que se tome decisiones y planificaciones que logren un diferenciador notorio dentro de esta industria, debido a que existe una amplia gama de empresas a nivel nacional y local que ofrecen este tipo de servicios.

2.3.3 Análisis FODA

Tabla 1 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de proveedores de insumos de limpieza • Planificación de estrategias de marketing que contribuirán a su posicionamiento • Estudio previo de la situación actual de la localidad • Calidad en los servicios • Ofrecer precios razonables con base a la competencia • Conocimiento del mercado actual 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencias de empresas que prestan servicios similares • Empresas posicionadas en el mercado • Al ser una empresa nueva no se cuenta con presencia en redes sociales • No se tiene cartera de clientes
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Fácil adaptación de nuevas tecnologías de limpieza • Crecimiento poblacional y con ello incremento de los posibles clientes • Cambio de hábitos de limpieza en la población de Santo Domingo 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevos competidores • Competencia agresiva • Desastres naturales • Competencia en base al precio • Cambio en las políticas gubernamentales

2.3.4 Análisis y estrategias de marketing

En el presente apartado se brinda información sobre las estrategias usadas en la industria.

Estrategias

Con la finalidad de llegar a la mayor cantidad de clientes se construye estrategias de acuerdo a los cuatro elementos básicos del marketing (4P), es decir producto, precio, plaza, promoción para ello detalla las características que contendrán cada una de ellas en estos ámbitos.

La importancia de utilizar estos principios básicos radica en conocer la manera correcta de posicionar nuestro producto en el mercado, así como los objetivos que debe de seguir para que se encuentre acorde a las necesidades del mercado y con ello la aceptación del servicio por parte de la población de Santo Domingo.

Estrategia de producto/servicio

Se considera uno de los puntos indispensables para poder establecer una estrategia de mercadeo con buenos resultados, para ello es necesario verificar una cartera de productos en este caso servicios que logre satisfacer a los consumidores (propietarios de oficinas) en la ciudad de Santo Domingo.

En este sentido la empresa deberá de hacer énfasis en mantener la calidad de sus servicios, para tal efecto se realizará una evaluación de los procesos que realizan los trabajadores al realizar su proceso de limpieza, de igual manera se definirán programas de capacitación para este personal que influye directamente en la relación con el cliente.

Estrategia de precio

La empresa deberá establecer sus precios en base a dos parámetros: a la competencia para poder competir en el mercado y en base a sus costes del servicio más el porcentaje de ganancia en cada prestación de los mismos, debido a que son dos aspectos indispensables a ser analizados para que la empresa pueda adquirir una cartera de clientes con el pasar del tiempo y con ello evitar competir de manera agresiva con los precios que a largo plazo pueda perjudicar en la generación de capital de la empresa.

A su vez se puede considerar como estrategias la creación de paquetes promocionales en los meses de menor demanda, seguidamente de planes que los posibles clientes puedan pagar en plazos y hacer uso de los servicios el momento que sea oportuno para ellos.

Estrategia de plaza

Si bien es cierto es un servicio el cual va a ser ofertado por la empresa, pero es necesario que se encuentre un local físico en el cual se pueda acudir en caso de presentarse algún inconveniente por ello la estrategia más importante en el ámbito de plaza corresponde a establecer un local en el cual se ofrecerán los servicios de limpieza, esto contribuirá en la diferenciación de la competencia a nivel nacional y especialmente en Santo Domingo.

Estrategia de promoción

Para la comunicación de los distintos paquetes de servicio de limpieza es pertinente la utilización de las redes sociales como por ejemplo Facebook, Instagram, tik tok debido a que son páginas utilizadas por distintos segmentos de mercado. Con el tiempo lo más óptimo será utilizar las bases de datos de los clientes con la finalidad de darles a conocer de manera personalizada las distintas promociones, esta

información puede ser transmitida por correo electrónico, llamadas o el uso de WhatsApp.

Al momento de contar con suficiente presupuesto destinado al marketing se puede tener la capacidad de promocionar la empresa por medio de vallas publicitarias colocadas en puntos estratégicos de la ciudad, también la distribución de trípticos en los cuales se dé a conocer los servicios, paquetes, promociones, un sitio web en el cual se adquiera la posibilidad de realizar reservas para días específicos que se requiera el servicio de limpieza, etc.

CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación se puede concluir que:

- La limpieza y desinfección de espacios de trabajo siempre ha sido un factor importante en una empresa y más aún a partir de la pandemia a causa del COVID-19, esta enfermedad que se encuentra latente hasta la actualidad y, por lo tanto, para ser combatida es necesario que se cree protocolos de limpieza para la desinfección de estos espacios. Es así que empresas a nivel nacional y específicamente en Santo Domingo han aprovechado esta tendencia para ofrecer sus servicios de limpieza en varios ámbitos dentro de los cuales se encuentra la limpieza de oficinas.
- Las empresas dedicadas a la prestación de servicios de limpieza de oficinas deben de cumplir ciertos parámetros para el buen funcionamiento de su actividad económica, a su vez en el mercado de este sector se ofrece otras certificaciones adicionales las cuales brinda garantías para los usuarios al momento de adquirir estos servicios.
- Actualmente en el Ecuador existe normativas que apoyan a pequeñas empresas de limpieza, esto a razón de que en la Constitución de la República del Ecuador la seguridad en cuanto a salud es un derecho que garantiza el estado, además que existen incentivos económicos de acuerdo al cumplimiento de las distintas normativas vigentes destinadas al control de las actividades económicas en este sector. Es decir que, en el país existe apoyo para las microempresas por medio de incentivos económicos de acuerdo al cumplimiento de las normativas vigentes destinadas al control de las actividades económicas

- En cuanto al análisis político se puede destacar que existen garantías para la apertura de nuevas empresas, más aún cuando estas se dedican al rubro que cubre la garantía de la salud en la población, esto lo confirma la Constitución de la República del Ecuador y la Normativa Técnica Sanitaria sobre las prácticas correctivas de higiene que en varios artículos hacen mención en el desarrollo de actividades económicas las cuales se vinculan con el derecho a la salud, principios de solidaridad y de responsabilidad social.
- Con base al análisis económico, los datos relevantes se centran en la tasa de variación anual de índice de precios al consumir para el país debido a que la última cifra en curso ha sido de 4.1%, 3 décimas superior al mes anterior, este indicador mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios que corresponde al consumo de bienes y servicios de los hogares residentes en el área urbana del país, esta información es importante debido a que pueda impactar de forma significativa en el ejercicio económico de la empresa de limpieza, ya que al momento de subir los precios de los insumos necesarios es decir de los químicos, existe posibilidad de que se impacte los servicios finales de limpieza.
- En cuanto al factor social influye mucho las nuevas tendencias del mercado en la industria de la limpieza debido a que a raíz del virus COVID-19 tanto las familias como las empresas han visto la importancia de la limpieza y desinfección de los lugares en donde pasan la mayor parte del tiempo es decir sus hogares y oficinas de trabajo.
- Es evidente los avances tecnológicos en todas las industrias más aun en relación a los servicios de limpieza que en la actualidad existen nuevas máquinas que sirven de soporte para el ser humano en la prestación de este

tipo de negocios, así mismo el uso de aplicaciones, páginas que contribuyen a la comunicación más cercana con posibles clientes.

- Las estrategias de marketing deben ser planificadas debido a que las mismas se deben de aplicar al entorno actual que se encuentra la empresa, en este caso en específico se determinó que las empresas que ofrecen este tipo de servicio de limpieza se encuentran posicionadas en canales de comunicación no tradicionales, es decir se ha utilizado el internet que por medio de redes sociales, páginas web, foros y demás, dan a conocer sus servicios, números de contacto, ubicación y hasta en cierto casos una pequeña encuesta que ayuda a obtener una atención personalizada para el usuario.

REFERENCIAS

- Aponte, M. (2007). *Plan estratégico de marketing aplicado a la empresa Clean Service*. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/1621/1/06809.pdf>.
- Arévalo, L., & Casa, G. (2021). *Proyecto para la prestación de servicios de limpieza en hogares del sector norte de la ciudad de Quito*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana.
- Carrasco, Y., Castañeda, J., Gomez, A., & Nube, G. (2022). *Repositorio académico UPC*. Obtenido de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/624078/Casta%C3%B1eda_GJ.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Obtenido de <https://www.google.com/search?q=constitucion+dela+republica+del+ecuador&oq=constituciond+e+la+&aqs=chrome.1.69i57j0i10i512i9.4040j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Cortez, E. (2012). *Empresa de servicios de limpieza*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://librosffyl.bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4853/cortezcetrabajo-de-investigacion.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Santo Domingo. (4 de Julio de 2020). *Plan de Ordenamiento Territorial de Santo Domingo*. Obtenido de www.santodomingo.gob.ec: <https://www.santodomingo.gob.ec/docs/transparencia/2018/05->

Mayo/Anexos/s)/PDOT%202030/PDOT%202030%20SANTO%20DOMINGO.pdf

INEC. (2001). *Código de práctica para limpieza, desinfección y esterilización en establecimiento de salud*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2012/10/CPE-20-C%C3%93DIGO-DE-PRACTICA-PARA-LIMPIEZA-DESINFECICI%C3%93N.pdf?x42051>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (4 de Julio de 2020). *Directorio de Empresas* . Obtenido de www.ecuadorencifras.gob.ec: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//directoriodeempresas/>

Manchado, J. (5 de Julio de 2020). *Una encuesta del INEC revela que el jabón es el producto que menos alcance tiene en la población: 1,2 millones de ecuatorianos no tienen acceso a este insumo y 1,9 millones no cuentan con un servicio de agua corriente*. Obtenido de www.primicias.ec: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/covid-agua-jabon-lavado-manos/>

Ministerio de Economía y Finanzas. (5 de Julio de 2019). *IMPACTO SOCIAL DEL COVID-19 EN ECUADOR: DESAFÍOS Y RESPUESTAS*. Obtenido de www.latameconomy.org: http://www.latameconomy.org/Covid-19/Nota_1_Impacto_social_COVID19_Ecuador.pdf

Normativa Técnica Sanitaria sobre prácticas correctivas de higiene. (2015). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2016/02/NORMATIVA-TECNICA-SANITARIA.pdf

Ortiz, & Fernández. (2020). Impacto de la COVID-19 en el Ecuador: De los datos inexactos a las muertes en exceso. *Revista Ecuatoriana de Neurología*, 8-11. Obtenido de <https://doi.org/10.46997/revecuatneuro>

Porter, M. (2007). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan a la estrategia*.

Obtenido de

https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf

Prieto, A. (2017). *Flipped Learning*. Obtenido de

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=aFQ1DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA11&dq=dificultades+de+aplicar+estrategias+de+marketing&ots=eWhSufkj00&sig=UR2ANB2kqkr6HtNMMxGpbAMOh-Y#v=onepage&q=dificultades%20de%20aplicar%20estrategias%20de%20marketing&f=false>

Servicio de Acreditación Ecuatoriano. (2022). *SAE y la gestión de la calidad*.

Obtenido de <https://www.acreditacion.gob.ec/sae-y-la-gestion-de-la-calidad/>

ANEXOS

Requisitos para la creación de una empresa de limpieza

De acuerdo a la ley ecuatoriana las empresas deben ser constituidas mediante escritura pública, es decir por medio del registro mercantil de la cámara de comercio.

Requisitos obligatorios

Para inscribir compañías constituidas de forma presencial en la Superintendencia de Compañías

- 1) Pago a favor del Registro Mercantil del Cantón en donde solicite su inscripción a través de los mecanismos de recaudación digital habilitados, los cuales son:
 - Intermático del Banco del Pacífico.
 - Produbanco en Línea.
 - Red de Servicios Facilito (<https://dce.facilito.com.ec/Ubicanos/Index.aspx>).
- 2) Escritura pública de constitución de la compañía o sociedad, emitida por el notario, mediante el cual se da fe del acto de constitución y en la que consten las firmas de los socios, en formato PDF.
- 3) Presentar la Reserva de denominación (Reserva del nombre) emitida por la Superintendencia de Compañías, en formato PDF.

Para gestionar la inscripción de Constitución de Compañías través del portal en línea de la Superintendencia de Compañías

Si usted inició el trámite en línea en la Superintendencia de Compañías NO REQUIERE presentar ningún requisito o realizar un trámite adicional en el Registro Mercantil.

Tramite presencial:

1. Acudir a las oficinas del Registro Mercantil, respetando las medidas de bio seguridad determinadas por el COE cantonal y nacional.
2. Tres (3) ejemplares originales de la escritura pública de constitución de la compañía o sociedad, emitida por el notario, mediante el cual se da fe del acto de constitución y en la que consten las firmas de los socios.
3. Presentar la Reserva de denominación (Reserva del nombre) emitida por la Superintendencia de Compañías.
4. Pago realizado en las ventanillas del Registro Mercantil según el valor de la cuantía.

SRI-Registro único de contribuyentes

El servicio de Rentas Internas (SRI) es un organismo que forma parte del país que fue constituida con la finalidad de gestionar la política tributaria asegurando a recaudación destinada al fomento de la cohesión social. Los requisitos para que una empresa obtenga su RUC son los siguientes:

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación).

- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

Requisitos alternativos para el canal presencial (suplen la presentación de un requisito básico):

- Pasaporte ordinario (Presentación)
- Certificado de presentación (Presentación)
- Certificado de exención (Presentación)
- Licencia de conducir (Presentación)

Requisitos para realizar el trámite en línea:

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a servicios en línea.

Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente.
- Clave de acceso a servicios en línea.
- Solicitud de inscripción de RUC naturales.
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

Registro y licencia anual de funcionamiento

Es un documento que lo otorga el Ministerio de Salud a través de sus respectivas direcciones provinciales, lo deberán obtener según lo especifica el Acuerdo Ministerial No. 818 del 19 de diciembre del 2008.

Requisitos

- Copia de Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de título de propiedad o contrato de arrendamiento debidamente registrado.
- Copia certificada de la escritura pública de constitución.
- Certificad de propiedad industrial en el caso que se encuentre registrada la razón social.
- Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el Registro Mercantil en el caso de persona jurídica.
- Copia del contrato de compra-venta del negocio, en el caso de que existiese cambio del propietario, estableciéndose la debida autorización de la razón social.

Copia de cédula de identidad.

- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de la ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.

Normativas legales de las empresas de servicios de limpieza

Mediante la dirección ejecutiva de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, brinda la normativa técnica sanitaria sobre prácticas correctivas de higiene la cual establece los requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento, así como las practicas correctas de higiene en los diversos procesos a fin de proteger la integridad y salud de la población.

Además, se menciona el código de práctica para limpieza, desinfección y esterilización en establecimiento de salud brindado por el (INEC, 2001) el cual tiene

como objetivo dar a conocer los procedimientos básicos para la limpieza, desinfección y esterilización en los establecimientos.



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Galeas Jaya, Jairo Andres**, con C.C: # 1722427984 autor/a del **componente práctico del examen complejo: Diseño de estrategias de marketing para la introducción de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **9 de febrero de 2023**

f. _____

Nombre: **Galeas Jaya, Jairo Andres**

C.C: **1722427984**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Diseño de estrategias de Marketing para la introducción de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo		
AUTOR(ES)	Galeas Jaya, Jairo Andres		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	García Vacacela Roberto Carlos		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Economía y Empresa		
CARRERA:	Mercadotecnia		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	9 de febrero del 2023	No. DE PÁGINAS:	40
ÁREAS TEMÁTICAS:	Marketing Relacional, Marketing de Servicios, Benchmarking		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Marketing mix, empresa de servicios, tendencias del consumidor, empresa de limpieza, cadena de valor, análisis del entorno		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	<p>La industria de los servicios de limpieza dirigido a oficinas a nivel nacional corresponde a un negocio que genera ingresos dentro de varias provincias y ciudades en el país en las cuales funcionan. Este es el caso de la ciudad de Santo Domingo, en la cual existen diversas empresas que se dedican a este sector productivo debido a que son especialistas en ofertar sus servicios de limpieza a empresas que cuentan con varias áreas de trabajo y oficinas. Por lo tanto, en la presente investigación se procede a recopilar información del mercado en base a un estudio del entorno con el apoyo de tres metodologías como son: análisis FODA, PEST que engloba factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos, a su vez se efectúa un análisis de las cinco fuerzas de Porter la cual comprende un estudio de los competidores potenciales en este rubro de negocio, rivalidad existente en el mercado es decir empresas ya existentes y que se dedican a ofertar el mismo tipo de servicio, existencia de productos sustitutos, poder de negociación del comprador y del proveedor. Toda la información adquirida es examinada para en lo posterior diseñar estrategias de marketing para para la introducción de una empresa de servicios de limpieza en la ciudad de Santo Domingo.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-0912345678	E-mail: jairo.galeas@cu.ucsg.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Jaime Samaniego López		
	Teléfono: +593-4- 2209207		
	E-mail: Jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			