

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Gestión Empresarial Internacional**

TITULO

“Creación de una unidad de negocios para dar servicios de limpieza integral en el sector HORECA de la ciudad de Guayaquil mediante Ventajas Competitivas Diferenciadoras Sostenibles”

AUTORAS:

Medina Rivera, Andrea Stefany

Pinto Salazar, María Gabriela

**Trabajo de Titulación
Previo a la Obtención del título de:
INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL.**

TUTOR:

Ing. Humberto Mancero Mosquera M.Sc.

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Gestión Empresarial Internacional

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Andrea Stefany Medina Rivera y María Gabriela Pinto Salazar** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional**.

TUTOR

Ing. Humberto Jacinto Mancero Mosquera M.Sc.

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucía Isabel Perez Jimenez, MGEEd

Guayaquil, a los 09 del mes de Septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Gestión Empresarial Internacional**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Andrea Stefany Medina Rivera**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Creación de una unidad de negocios para dar servicios de limpieza integral en el sector HORECA de la ciudad de Guayaquil mediante Ventajas Competitivas Diferenciadoras Sostenibles”** previa a la obtención del Título de **Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 09 del mes de Septiembre del año 2014

EL AUTOR (A)

Andrea Stefany Medina Rivera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Gestión Empresarial Internacional**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **María Gabriela Pinto Salazar**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **“Creación de una unidad de negocios para dar servicios de limpieza integral en el sector HORECA de la ciudad de Guayaquil mediante Ventajas Competitivas Diferenciadoras Sostenibles”** previa a la obtención del Título de **Ingeniería en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 09 del mes de Septiembre del año 2014

LA AUTORA

María Gabriela Pinto Salazar



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Gestión Empresarial Internacional**

AUTORIZACIÓN

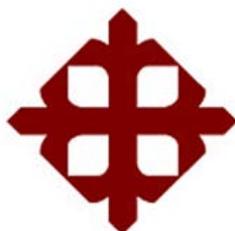
Yo, **Andrea Stefany Medina Rivera**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Creación de una unidad de negocios para dar servicios de limpieza integral en el sector HORECA de la ciudad de Guayaquil mediante Ventajas Competitivas Diferenciadoras Sostenibles”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 09 del mes de Septiembre del año 2014

LA AUTORA:

Andrea Stefany Medina Rivera



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Gestión Empresarial Internacional**

AUTORIZACIÓN

Yo, **María Gabriela Pinto Salazar**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Creación de una unidad de negocios para dar servicios de limpieza integral en el sector HORECA de la ciudad de Guayaquil mediante Ventajas Competitivas Diferenciadoras Sostenibles”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 09 del mes de Septiembre del año 2014

LA AUTORA:

Maria Gabriela Pinto Salazar

AGRADECIMIENTO

A Dios, ser maravilloso que nos dio fuerzas y fe para avanzar cada día enfrentando todos los inconvenientes que se presentaban en el camino.

A nuestras familias por ayudarnos incondicionalmente mientras realizábamos las investigaciones y por estar a nuestro lado en cada momento de nuestra vida.

A nuestro Director de Tesis, Ing. Humberto Mancero Mosquera M.Sc., por su apoyo y guía en el desarrollo de esta investigación.

A la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, por ser nuestra cuna del saber y desde ya nuestro agradecimiento especial, por dejarme ser parte de la misma.

A la compañía Mr. Jones, especialmente al director comercial Xavier Fernando Jones Jácome, quien con sus conocimientos de emprendimiento y de limpieza nos permitieron culminar con éxito el proyecto de titulación.

Andrea Stefany Medina Rivera

María Gabriela Pinto Salaza

DEDICATORIA

A nuestros padres, con todo nuestro cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que nosotras pudiéramos lograr nuestros sueños, por motivarnos y darnos la mano cuando sentíamos que el camino se terminaba, a ustedes por siempre nuestro corazón y agradecimiento.

A nuestros maestros que en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarnos como personas de bien y preparadas para los retos que pone la vida, a todos y cada uno de ellos les dedicamos cada una de estas páginas de nuestro proyecto de titulación.

Andrea Stefany Medina Rivera

María Gabriela Pinto Salazar



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Gestión Empresarial Internacional

CALIFICACIÓN

Ing. Humberto Mancero Mosquera M.Sc

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	xvii
EXECUTIVE SUMMARY	xviii
RÉSUMÉ	xix
INTRODUCCIÓN	1
TITULO	2
TEMA.....	2
RAZONES QUE MOTIVARON EL ESTUDIO	2
JUSTIFICACIÓN	4
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	5
OBJETO DE ESTUDIO.....	6
ANTECEDENTES	6
CONTEXTUALIZACIÓN EN TIEMPO Y ESPACIO	8
OBJETIVOS.....	8
a. Objetivo General	8
b. Objetivos Específicos	9
HIPOTESIS.....	9
a. Variable Dependiente.....	9
b. Variable Independiente.....	9
ENFOQUE METODOLOGICO	10
MARCO TEORICO.....	11
a. ORIGEN DE LA LIMPIEZA.....	11
b. ORIGEN DE LOS PRODUCTOS QUIMICOS DE LIMPIEZA.....	12
c. INDUSTRIAS DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA.....	13
d. INDUSTRIAS DE PRODUCTOS QUIMICOS ECOLOGICOS	14
e. EMPRESAS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO ECOLOGICAS	16
f. EMPRESAS DE LIMPIEZA TRADICIONAL	18
g. PRODUCTOS ECOLOGICOS VS TRADICIONALES	19
h. DESARROLLO SOSTENIBLE	28
i. LA TERCIALIZACION / OUTSOURCING	30

j.	VENTAJAS DE LA TERCIALIZACION / OUTSOURCING	32
k.	TEORIA COMPLEMENTARIA.....	36
MARCO LEGAL.....		39
a.	CONSTITUCIÓN	39
b.	REGISTRO ÚNICO CONTRIBUYENTES (RUC)	40
c.	PERMISO DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.	41
d.	INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (IEPI)	42
e.	NORMAS Y LEYES AMBIENTALES VIGENTES EN ECUADOR	43
f.	BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA	45
CAPITULO I		49
	PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS	49
1.1	MISIÓN	49
1.2	VISIÓN	49
1.3	VALORES INSTITUCIONALES	49
1.4	CREENCIAS.....	51
1.5	FODA	52
1.5.1	Fortalezas	52
1.5.2	Debilidades.....	52
1.5.3	Oportunidades.....	52
1.5.4	Amenazas	53
1.6	ANALISIS PERSTAL.....	53
1.7	OBJETIVOS ORANIZACIONALES.....	57
1.8	DISEÑO DE PUESTOS, FUNCIONES Y PERFIL DEL COLABORADOR	58
1.9	PLAN DE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN	62
1.10	ORGANIGRAMA	64
1.11	ESTRUCTURA DEL TALENTO HUMANO Y SUS COSTOS.....	65
CAPITULO II		66
	PLAN DE MARKETING	66
2.1	MODELO DE NEGOCIOS COMERCIAL A SEGUIR.....	66
2.2	ANALISIS DE LA COMPETENCIA.....	67
2.2.1.	Competidores Directos	67

2.2.2.	Competidores Indirectos	67
2.2.3.	Competidores potenciales	69
2.3	INVESTIGACION DE MERCADO	71
2.3.1.	Mercado Potencial.....	71
2.3.2.	Mercado Objetivo.....	71
2.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO	71
2.5	ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	72
2.5.1.	Poder de Negociación de los Proveedores.	73
2.5.2.	Poder de Negociación de los Clientes.	74
2.5.3.	Amenaza de Productos Sustitutivos	76
2.5.4.	Amenazas de Nuevos Entrantes	77
2.5.5.	Grado de Rivalidad.	79
2.6	MARKETING MIX 4'S APLICADO A SERVICIOS.	80
2.6.1.	Consumidor	80
	SHINING SERVICE HOTEL	82
	SHINING SERVICE RESTAURANT	83
	SHINING SERVICE CATERING	85
	SHINING AIR DUCT	86
	SHINE-EDUCATION:	86
2.6.2.	Costo.....	87
2.6.3.	Conveniencia	87
2.6.4.	Comunicación	88
2.7	FLUJO DE OPERACIONES GENERAL.....	90
2.8	MARKETING MIX INNOVADO.....	91
2.8.1.	Publicidad	91
2.8.2.	Poder de Marca	92
2.8.3.	Posicionamiento/Segmentación de Mercado Servicios Esenciales:.....	93
2.9	INVESTIGACIÓN CUALITATIVA	93
2.9.1.	Diseño de la Entrevista	93
2.9.2.	Diseño de Focus Group.....	95
2.9.3.	Resultados.	95

CAPITULO III	97
INGENIERIA DEL PROYECTO.....	97
3.1. LOCALIZACIÓN	97
3.1.1. Plano de localización	99
3.2. INFRAESTRUCTURA.....	100
3.3. TECNOLOGÍA Y EQUIPO	100
3.4. PROVEEDORES.....	105
3.4.1. De Equipos.....	105
3.4.2. De Insumos.....	108
3.5. LOGISTICA DE COMPRAS.	109
CAPITULO IV.....	111
PLAN FINANCIERO	111
4.1 PLAN DE INVERSIÓN.	111
4.2 MUEBLES Y ENSERES.....	111
4.3 EQUIPOS DE CÓMPUTO.....	112
4.4 EQUIPOS DE LIMPIEZA.....	113
4.5 ACTIVOS DIFERIDOS.....	113
4.5.1. Gastos de Constitución	113
4.6 CAPITAL DE TRABAJO.....	114
4.6.1. Gastos de Pre-operación	114
4.7 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN Y TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA.....	114
4.8 COSTOS Y GASTOS	115
4.8.1. Gastos Administrativos.....	115
4.8.2. Gastos de Ventas	115
4.8.3. Gastos de Operación	116
4.8.4. Gastos Financieros.....	116
4.8.5. Gastos Depreciación	117
4.8.6. Gastos de Amortización.....	118
4.9 PROYECCION DE VENTAS (5 años en 3 escenarios).....	118
4.10 ESCENARIOS FINANCIEROS.....	119
4.10.1. Balance General Integral	119

4.10.2.	Estado de Resultados Integral	120
4.10.3.	Análisis del punto de Equilibrio Financiero	120
4.10.4.	Flujo de Caja	121
4.11	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	121
4.11.1.	Cálculo de la TIR y VAN de los Escenarios.....	121
4.12	COSTO PONDERADO DE CAPITAL (TMAR)	121
4.13	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	122
CAPITULO V	123
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
5.1	CONCLUSIONES	123
5.2	RECOMENDACIONES	125
BIBLIOGRAFIA	126
ANEXOS	129

INDICE DE GRAFICOS

Ilustración 1: Ventajas Outsourcing	36
Ilustración 2: Kaizen	38
Ilustración 3: Buenas Prácticas de Manufactura	48
Ilustración 4: Valores Institucionales	50
Ilustración 5: Organigrama.....	64
Ilustración 6: Shinning Service Hotel	82
Ilustración 7: Actividades de Shining Service Restaurant	84
Ilustración 8: Eco-Limpieza.....	85
Ilustración 9: Shining Air Duct	86
Ilustración 10: Creación de un Sitio Web	88
Ilustración 11: Redes sociales mas utilizadas	89
Ilustración 12: Flujo de Operaciones General	90
Ilustración 13: Logotipo de la Empresa	92
Ilustración 14: Croquis.....	99
Ilustración 15 Plano de la oficina	100
Ilustración 16: Plano de la Oficina.....	100
Ilustración 17: Abrillantadora.....	101
Ilustración 18: Aspiradora Industrial	102
Ilustración 19: Hidrolavadora	103
Ilustración 20: Maquina Limpiadora de Ductos de Aire	104
Ilustración 21: Produlux	105
Ilustración 22: Las Únicas	106
Ilustración 23: Tecnosystem.....	107
Ilustración 24: Spartan del Ecuador	108
Ilustración 25: Logística de Compras	110

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Componentes del Desinfectante	23
Tabla 2: Componentes del Desinfectante Antisarro.....	25
Tabla 3: Componentes del Limpiador Industrial.....	26
Tabla 4: Estructura del Talento Humano y Costos.....	65
Tabla 5: Competidores Indirectos	68
Tabla 6: Competidores Potenciales	70
Tabla 7: Poder de Negociación de los proveedores	73
Tabla 8: Poder de Negociación de los clientes	74
Tabla 9: Amenaza de productos Sustitutivos	76
Tabla 10: Amenazas de nuevos entrantes.....	77
Tabla 11: Grado de Rivalidad	79
Tabla 12: Publicidad	91
Tabla 13: Cuadro de Plan de Inversión Elaborado por: Las autoras	111
Tabla 14: Cuadro de Muebles y Enseres.....	111
Tabla 15: Cuadro de Equipos de Computo	112
Tabla 16: Cuadro de Equipos de Limpieza	113
Tabla 17: Cuadro de Activos Diferidos	113
Tabla 18: Cuadro Capital de trabajo	114
Tabla 19: Cuadro de Financiamiento de la Inversión y de Amortización.....	114
Tabla 20: Cuadro de Gastos Administrativos	115
Tabla 21: Cuadro de Gastos de Ventas.....	115
Tabla 22: Cuadro de Gastos de Operación	116
Tabla 23: Cuadro de Gastos Financieros	116
Tabla 24: Cuadro de Gastos de depreciación	117
Tabla 25: Cuadro de Gastos de Amortización	118
Tabla 26: Cuadro de Proyección de Ventas	118
Tabla 27: Cuadro del Balance General	119
Tabla 28: Cuadro de Estado de Resultados Integral	120
Tabla 29: Cuadro de Análisis del punto de Equilibrio Financiero	120
Tabla 30: Cuadro de Flujo de Caja	121
Tabla 31: Cuadro del TIR y VAN de los Escenarios.....	121
Tabla 32: Cuadro de Costo Ponderado de Capital.....	121
Tabla 33: Cuadro de Periodo de Recuperación de la Inversión	122

RESUMEN

Actualmente se ha incrementado el número de empresas de limpieza existentes en la ciudad de Guayaquil ya que contratar un servicio habitual de limpieza es mucho más económico y sencillo que contar con personal fijo debido a las últimas reformas en el Código Laboral. Nuestro proyecto se enfoca a motivar el uso de productos bio-degradables que respeten el medio ambiente y disminuyan los perjuicios causados por los químicos presentes en los productos de limpieza comunes.

Nuestras propuesta de valor se basa en que nos enfocamos en un nicho de mercado poco atacado por las empresas de limpiezas de Guayaquil, el sector HORECA (hoteles, restaurantes y empresas de catering), ya que muchas de las empresas que ofrecen servicios de se enfocan solamente en empresas y hogares.

Nosotras utilizaremos este proyecto como una herramienta para incluir como colaboradores a personas de bajos recursos de sectores populares de la ciudad y contar con productos bio-degradables y ecológicos que no causen daño alguno al medio ambiente.

Finalmente, para nuestro proyecto contaremos con una inversión de \$ 48.666,73, y tendremos una tasa de retorno de 54,25%.

Palabras clave: Unidad de negocios, servicios de limpieza, integral, HORECA (hoteles, restaurantes y servicios de catering), productos ecológicos, productos bio-degradables.

EXECUTIVE SUMMARY

Nowadays, the number of existing cleaning companies in the city of Guayaquil has increased, because hiring an ordered cleaning service is much cheaper and easier than having a permanent staff. This has been caused by recent reforms in the Labour Code. Our project focuses on encouraging the use of bio-degradable products that respect, take care of the environment and reduce the damage caused by chemicals in common cleaning products.

Our proposal is based on focusing on a niche market rarely attacked by cleaning companies in Guayaquil, the HORECA sector (hotels, restaurants and caterers), since many of the companies offering these services focus only in businesses and homes.

We will use this project as a tool to include people of low income from popular sectors of the city as workers and offer bio-degradable and environmentally friendly products that harm neither the environment, nor people's health.

Finally, our project will have an investment of \$ 48,666.73, and have a rate of return of 54, 25%.

Keywords: company, cleaning service, integral, HORECA (hotels, restaurants and caterers), ecological products, bio-degradable products.

RÉSUMÉ

Dans ces jours, il y a eu une augmentation du nombre d'entreprises de nettoyage existantes dans la ville de Guayaquil qui nécessitent un service de nettoyage régulier, par ce que il est moins cher et plus facile d'avoir qu'un personnel permanent, en raison des récentes réformes du Code du travail. Notre projet vise à encourager l'utilisation de produits biodégradables respectueux de l'environnement et de la réduction des dommages causés par les produits chimiques dans les produits de nettoyage courants.

Notre avantage compétitif repose sur une niche de marché peu attaqué par les entreprises de nettoyage à Guayaquil, le secteur HORECA (hôtels, restaurants et entreprises de catering), puisque la plupart des entreprises offrant ce service ne mettent l'accent que dans les entreprises et les foyers.

Nous allons utiliser ce projet comme un outil pour inclure en tant que partenaires à faibles ressources des secteurs populaires de la ville et des produits biodégradables et écologiques qui ne nuisent pas l'environnement.

Enfin, notre projet aura un investissement de \$ 48,666.73, et un taux de rendement de 54,25%.

Mots-clés: entreprise, service de nettoyage, complets, HORECA (hôtels, restaurants et entreprises de catering), produits écologiques, produits biodégradables.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día es mucho más complicado conseguir conserjes, personal o un servicio de limpieza de confianza, capacitados para cumplir con las expectativas del cliente debido a que actualmente la contratación de personal fijo que realice estas actividades resulta cada vez más costosa y complicada que antes.

Las nuevas reglamentaciones y leyes de contratación que han sido implantadas en los últimos años en nuestro país y las exigencias del mercado en cuanto a calidad de los servicios ofrecidos, han provocado un continuo crecimiento en la demanda del sector de limpieza en la ciudad de Guayaquil.

Ante la dificultad de contratación de personal que se dedique a este tipo de actividades, las exigencias legales de higiene y la falta de servicios especializados en limpieza, decidimos con este proyecto de titulación, determinar la viabilidad financiera y comercial de una compañía de eco-limpieza integral enfocada en el sector HORECA (Hoteles, Restaurantes y Catering) de la ciudad de Guayaquil.

El eco-limpieza integral nos permitirá cuidar de la salud de nuestros operarios permitiéndonos mejora la productividad. Asimismo, la de nuestros clientes o usuarios que además de respirar un ambiente sano, les permitirá ayudar a la naturaleza, gracias a la utilización de químicos de limpieza biodegradables.

En los capítulos que explicaremos a continuación daremos a conocer la información teórica, legal, organizacional, investigativa, técnica y financiera que nos permitirá determinar la viabilidad financiera y comercial de este negocio de emprendimiento.

TITULO

“Creación de una unidad de negocios para dar servicios de limpieza integral en el sector HORECA de la ciudad de Guayaquil mediante Ventajas Competitivas Diferenciadoras Sostenibles”

TEMA

Creación de una unidad de negocios para dar servicios limpieza integral enfocado en el sector HORECA (Hoteles, Restaurantes, Catering) de Guayaquil mediante las ventajas competitivas diferenciadoras sostenibles que protegen y promueven el cuidado de la salud del ser humano y del medio ambiente gracias al uso de químicos de limpieza biodegradables. Asimismo, mediante prácticas inclusivas para generar empleo optimizar virtudes y fortalezas de congregaciones religiosas de un sector de bajos de recursos de Guayaquil.

RAZONES QUE MOTIVARON EL ESTUDIO

El presente estudio ha sido motivado por diversas razones enfocadas desde distintos puntos de vista:

Ecológico: Actualmente, el calentamiento global es uno de los problemas más graves con el que nos enfrentamos los seres humanos debido a las consecuencias que ha ido desencadenado durante este tiempo, algunas de ellas según (José Fernando Isaza y Diógenes Campos Romero, 2007) en su libro Cambio Climático: Glaciaciones y Calentamiento Global como el incremento en el nivel del mar, hambruna, complicaciones graves de salud, cambios en la flora y fauna del planeta, difusión de males infecciosos. Conociendo estos perjuicios causados por el calentamiento global, que a su vez es ocasionado por el uso de químicos altamente dañinos en los

productos de limpieza tradicionales, decidimos dar un giro distinto a la limpieza y proponer la utilización de productos que sean bio-degradables y que no ocasionen daños no sólo al medio ambiente, sino también a la salud de las personas.

Laboral: Debido a las reformas que se han dado al Código Laboral desde 2012, todas las personas que trabajen para una entidad o persona natural deben estar afiliadas al IESS y contar como mínimo con el sueldo básico de \$340.00 (Código del Trabajo, 2012)) sin importar la actividad que desarrollen o el cargo que ocupen. Esto hace más complicado que las empresas decidan contratar personal dedicado a la limpieza como fijo, ya que se ven en la obligación de realizar los respectivos trámites en el Ministerio de Relaciones Laborales y en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, por lo que el contratar una empresa externa para que se encargue de la limpieza es cada vez más común.

Social: Como lo mencionamos anteriormente, nuestro proyecto cuenta con distintas ventajas competitivas entre las cuales está ayudar a las personas que se encuentran actualmente sin empleo del sector de Bastión Popular de la ciudad de Guayaquil. Muchas veces estas personas al no contar con un empleo, ya sea por su edad o falta de experiencia sufren de depresión y baja autoestima pero al nosotras darles la oportunidad de sentirse útiles y brindar beneficios a la sociedad les ayudaremos a recuperar su autoestima y sentirse motivados a superarse cada día.

JUSTIFICACIÓN

La limpieza es una palabra muy utilizada cotidianamente, tanto en los hoteles, restaurantes como en las empresas que se dedican a ofrecer el servicio de catering en la ciudad de Guayaquil. El sólo pensar vivir en condiciones donde no haya limpieza ni orden es complicado, es por esto que hoy en día los servicios de limpieza se han vuelto cada vez más comunes y más aún cuando contratar personal fijo que realice estas actividades es más costoso que antes a causa de las nuevas reglamentaciones y leyes de contratación que han sido implantadas en los últimos años en nuestro país.

Los productos de limpieza que utilizamos día a día son cada vez más dañinos para el ecosistema, Según estudio Women's Voice for the Earth. Household Hazards. (2010) en Estados Unidos se realizó una encuesta por parte de U.S Geological que expuso y demostró que alrededor del 70% de los riachuelos estaban contaminados con desechos de detergente y desinfectantes.

Además, la Dra. María Neira, Directora de la OMS para la Salud Pública y Medio Ambiente ha pedido que se haga un estudio más profundo sobre la relación existente entre los químicos presentes en los productos de limpieza y las consecuencias que estos tienen en la salud de las personas.

Un ejemplo de esto es que los productos que contienen Tricosan pueden ayudar a la reproducción de bacterias que sean resistentes a los antibióticos. (Lannes, 2013)

En cuanto a la pertinencia social, como es bien conocido, uno de los principales problemas sociales que tiene nuestro país es desigualdad social, aunque según el Gobierno Nacional la pobreza extrema ha disminuido al 8,6% y la tasa de desempleo al 4,12% que es la más baja en América Latina (Gallegos, 2014), y como lo mencionamos anteriormente, una de las

características que tiene nuestro proyecto es incluir a personas de bajos recursos como colaboradores de nuestra empresa, para así aportar en una pequeña porción a seguir disminuyendo tanto la pobreza como el desempleo en el país.

La relación con la institución UCSG, es que gracias a los conocimientos que hemos adquirido durante los 4 años de estudio de nuestra carrera nos han permitido tener la capacidad de desarrollar un proyecto de tal calibre como el que estamos elaborando, en donde podemos solucionar tanto problemas sociales como económicos mediante la creación de una empresa.

Por estas razones hemos decidido darle un giro distinto a los servicios de limpieza en la ciudad de Guayaquil destinados a satisfacer las necesidades de nuestro mercado e implementar productos eco-amigables en los insumos de limpieza y crear una empresa ecológica de limpieza y mantenimiento integral.

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Las nuevas reglamentaciones y leyes de contratación que han sido implantadas en los últimos años en nuestro país y las exigencias del mercado en cuanto a calidad de los servicios ofrecidos, han provocado un continuo crecimiento en la demanda del sector de limpieza en la ciudad de Guayaquil.

El problema radica en la dificultad que tenemos hoy en día para conseguir conserjes o un servicio de limpieza de confianza, capacitados para cumplir con las expectativas del cliente, esto es, mantener el lugar limpio y al mismo tiempo preservar la salud de las personas y cuidar al ambiente, pero

contratar personal fijo que realice estas actividades resulta cada vez más costoso y complicado que antes.

Asimismo, se exige un servicio de calidad con productos cada vez menos tóxicos debido a las alarmantes noticias de contaminación y perjuicio al medio ambiente que también pone en peligro la salud de los seres humanos. Por ejemplo, los químicos comunes como lejía emiten COV (Compuestos Orgánicos Volátiles), gases que pueden ser ingeridos y causar dolores de cabeza, desorientación, náuseas, problemas con el sistema nervioso central y daño renal.

Por estas razones surgió la idea de crear una empresa ecológica de limpieza y mantenimiento integral cuyos productos ecológicos y biodegradables no contengan entre otros, compuestos orgánicos volátiles para evitar problemas en la salud de las personas y proteger al ambiente.

OBJETO DE ESTUDIO.

Viabilidad de crear el negocio de limpieza especializada mediante el modelo de estudio de factibilidad para emprendimiento de nuevos negocios.

ANTECEDENTES

En épocas antiguas se creía que la causa de pestes e infecciones se daban por demonios y espíritus malignos. Sin embargo, en 1940 Florence Nightingale descubrió que la utilización de agua, aire puro, limpieza y luz eran una fuente esencial para lograr tener un buen estado de salud.

Desde ese entonces, la limpieza envuelve una serie de variables como enfermedad, costumbre, cuerpo, clase social, ambiente, salud, etc.

La aparición de distintas enfermedades se da por diferentes causas, que hoy en día pueden ser aparentemente controladas gracias a la ingesta de medicamentos. Sin embargo, una forma para evitar contraer estas enfermedades es la prevención, brindada por las empresas de limpieza, ya que todos los días nos exponemos a todo tipo de microorganismo patógenos que perjudican nuestra salud.

Gran parte de estos microorganismos se encuentran almacenados dentro de nuestros hogares, oficinas e incluso autos debido a que los rayos ultravioleta del sol que aniquilan los patógenos no pueden entrar a estos lugares en donde pasamos el 90% de nuestro tiempo.

Es por esto, que como medida de eliminación de estas bacterias se utilizan diversos productos químicos de limpieza, como es el caso de los desinfectantes que producen un fuerte aroma en el lugar donde son colocados. Este aroma es el resultado del “gaseo exterior” que según muwellness.com es el “proceso mediante el cual los químicos atraviesan sus respectivos contenedores en forma de vapor y escapan hacia el medio que los hospeda mientras siguen almacenados”.

La mayoría de estos productos químicos muestran en su etiqueta u hoja de seguridad que pueden ser explosivos e inflamables, tóxicos, infecciosos y peligrosos no sólo con el medio ambiente, sino también con las personas puesto que la inhalación de estos aromas es una de las tres principales vías por la que sus compuestos químicos entran a nuestro cuerpo además de la ingestión y absorción a través de la piel.

Además, según la revista electrónica issuu.com, “la mayoría de los productos químicos utilizados son capaces de matar al 50% de los animales de laboratorio, aún siguen siendo rotulados como no tóxicos; de cada 17 mil

productos de limpieza que se usan en los hogares, sólo unos 5,000 (30% aprox.) han sido adecuadamente probados”.

Por esto pensamos que la limpieza puede atentar contra nuestra salud y el medio ambiente, si la ejecutamos utilizando productos químicos y procesos de limpieza convencionales.

Por esta razón, hemos decidido ofrecer un servicio de limpieza y mantenimiento integral con una visión ecológica en donde utilizaremos productos que reduzcan estos impactos negativos tanto a la salud de las personas como al medio ambiente en un porcentaje estimado del 30% por efecto de competitividad de precios con respecto a otras empresas que ofrecen el mismo servicio.

CONTEXTUALIZACIÓN EN TIEMPO Y ESPACIO

Nuestro proyecto será desarrollado en Ecuador, en la región Costa dentro de la provincia del Guayas, ciudad Guayaquil. El área en la que se desenvolverá será aquella de limpieza y mantenimiento integral. El tiempo establecido para el desenvolvimiento del proyecto en su totalidad.

Tomando en cuenta la utilidad a obtener es de cinco años.

OBJETIVOS

a. Objetivo General

Evaluar mediante las herramientas de las ciencias empresariales aplicadas a proyectos de emprendimiento, la viabilidad de crear una empresa de limpieza integral especializada en el sector HORECA (hoteles, restaurantes y catering) de la ciudad de Guayaquil, incorporando ventajas competitivas diferenciadoras sostenibles.

b. Objetivos Específicos

1. Definir la estructura organizacional, normas y funciones que permitan cumplir con los objetivos planteados dentro del marco de la misión y visión definidas en el proyecto y características diferenciadoras del recurso humano. (Plan Organizacional)
2. Definir un modelo de negocios que permita fidelizar a los clientes mediante ventajas competitivas diferenciadoras sostenibles para poder crecer en el mercado objetivo definido. (Plan de Marketing)
3. Determinar la infraestructura y equipamiento necesario para su buen funcionamiento. (Plan de Ingeniería del Proyecto)
4. Evaluar el plan financiero que permita establecer la viabilidad del negocio mediante el uso de herramientas financieras. (Plan Financiero)

HIPOTESIS

La empresa de limpieza integral especializada en el sector HORECA en la ciudad de Guayaquil es factible como negocio de emprendimiento, generando empleo y bienestar en la salud de las personas y del ambiente.

a. Variable Dependiente.

Generar empleo y bienestar en la salud de las personas y del ambiente.

b. Variable Independiente.

Empresa de limpieza integral especializada.

ENFOQUE METODOLOGICO

La metodología a emplear en el desarrollo del proyecto de titulación nos permitirá conocer las herramientas necesarias para llevar a cabo la investigación y el estudio del problema. Para esto, es importante mencionar que Arias (2006), manifiesta el marco metodológico como el “Conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas”. Por ende, la hipótesis planteada puede ser confirmada o descartada mediante el transcurso de la investigación del problema.

El tipo de investigación a utilizar se lo explicara a continuación:

Cualitativa:

Implica partir de la realidad mediante un estudio de tipo inductivo puesto que se observara los hechos con el propósito de ser posteriormente interpretados. Asimismo, es de tipo descriptiva puesto que identificaremos las actitudes y conductas de nuestros posibles clientes con el propósito de reconocer los gustos y preferencias de los mismos.

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, Sampieri Roberto, Fernández C. Baptista L. P., 2003)

Para la obtención de información se utilizaran las técnicas de campo y las bibliográficas. Dentro de las técnicas de campo, se emplearon las siguientes:

Observación y entrevistas para realizar el estudio de mercado, definir que existe una oportunidad de negocio, un trabajo de investigación a partir de datos externos.

Así lograremos determinar cómo este nuevo negocio de limpieza es percibido por el público puesto que serán ellos los beneficiarios directos de nuestro servicio.

Para especificar el segmento de mercado se realizaran entrevistas a gerentes de compras, gerentes generales de hoteles, restaurantes y empresas de catering elegidos al azar, a fin de obtener un listado de posibles clientes.

Observación y visitas a las diferentes empresas existentes de limpieza con el propósito de descubrir el portafolio de servicios, sus características, políticas de descuento y formas de cobro. Con esta técnica diseñaremos mejores y más efectivos métodos de limpieza.

MARCO TEORICO

a. ORIGEN DE LA LIMPIEZA

Desde épocas antiguas, específicamente en la edad media donde la población vivió una de las epidemias que marcaron la historia llamada “peste bubónica”. En ese entonces se creía que la solución y protección ante esta enfermedad era huir hacia otras ciudades y evitar prácticas que provocaran la sensibilidad del cuerpo ante cualquier bacteria.

Estas prácticas eran dadas por los médicos de aquella época, quienes aseguraban que el agua provocaba que los poros se abrieran y por ende cualquier bacteria penetrara. Por esta razón, se bañaban en seco, es decir que con ayuda de una toalla retiraban la suciedad de sus cuerpos.

El historiador francés Georges Vigarello (1568) expuso que era factible prohibir los baños puesto que cuando uno salía de ellos la carne y el cuerpo quedaban vulnerables causando que los gérmenes que se encontraban en el ambiente provocaran la muerte.

La palabra limpieza no estaba relacionada con el agua, sino más bien con una serie de actividades o también llamadas normas sanitarias

realizadas únicamente por los estatus sociales altos. Sin embargo, en el siglo XIX, se introdujo un nuevo concepto que dio origen a la Higiene desde un punto de vista saludable por lo que se permitió y se estableció al agua y al baño como fuentes de prevención y contagio de enfermedades. Desde entonces, la limpieza era reflejo de un cuerpo saludable.

b. ORIGEN DE LOS PRODUCTOS QUIMICOS DE LIMPIEZA.

A partir de la transformación del concepto de limpieza en la edad media, el uso del jabón era más común, especialmente en las altas sociedades provocando nuevos estudios y mejoras para ganar popularidad y reducir costos con el fin de que sean más asequibles para las personas de bajos recursos.

A partir de la segunda guerra mundial, el uso del jabón y el detergente provocó la reacción de la población logrando así que los mismos sean muy importantes para la conservación de higiene y salud.

La comunidad francesa aportó con grandes avances en la industria de jabones gracias al descubrimiento de nuevas fórmulas y a la aportación de Luis Pasteur quien demostró cuán importante era el aseo personal para reducir el contagio y propagación de enfermedades permitiendo así el desarrollo y expansión del jabón.

Por otro lado, a mediados del siglo XIX se obtuvo la primera lavadora mecánica provocando que el consumo del jabón aumente y la industria desarrollara nuevos productos químicos de limpieza que sean fáciles de usar como polvos con enzimas, blanqueadores y detergentes.

Finalmente, a finales de la edad media, en las ciudades más grandes de Europa surgió la necesidad de recolectar los desechos en la vía pública

con ayuda de una carretilla dando así origen a los servicio de limpieza y al carrito utilitario que hoy en día se utiliza para efectuar este tipo de actividades.

Desde entonces han surgido nuevas industrias especializadas en la producción de químicos e insumos de limpieza como el centro de limpieza profesional “Thames”, Klenczo, industrias 3M, entre otras. Incluso se constituyó una asociación mundial de la industria de limpieza en el año 1923 cuyo fundador, Alfred Richer, se dio cuenta que al no tener conocimiento del negocio, era necesario buscar conferencias y capacitaciones de grandes distribuidores entendiendo así que la industria de la limpieza requería unificarse como una comunidad para llevar a cabo el bienestar de sus integrantes, de la población y la salud.

Hoy en día, a sus 86 años de experiencia, tiene alianzas con más de 75 asociaciones alrededor del mundo y cuenta con oficinas en Lincoln Wood, Ámsterdam, México, China, Singapur, Shanghái, Monterrey.

c. INDUSTRIAS DE PRODUCTOS DE LIMPIEZA

Una de las empresas que decidieron formar parte de la Asociación Mundial de la Industria de la Limpieza fue el centro de limpieza profesional “THAMES” fue fundada en el año 1979 en Villa Crespo con el objetivo de proporcionar artículos de limpieza e higiene a la población cercana. No obstante, se incorporaron nuevos servicios que requerían de los productos de limpieza.

A principio de los años 90 la empresa se vincula con grandes compañías internacionales, empieza a recibir capacitaciones y a participar en ferias con el fin de formar parte de la asociación mundial de la industria de la limpieza. Posteriormente construyo su propia planta para la elaboración

de sus propios productos químicos innovadores que revolucionaron la industria.

3M (Minnesota Mining and Manufacturing Co.) Fue fundada en 1902 como una compañía minera. Sin embargo con el pasar del tiempo se dedicaron a la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías diversificadas ofreciendo productos industriales, varios a pilas, de oficina, grafica, de seguridad, etc.

Sus productos son conocidos alrededor de todo el mundo con sus marcas reconocidas como Post.it, Nexcare, Scotch, Scotchgard, entre otras. Son de gran aportación para efectuar los servicios de limpieza gracias a la línea de fibras, telas y guantes Scotch-Brite, protectores, limpiadores de plata y metal que facilitan la limpieza.

La empresa Weir Scott, creo la marca Klenzo hace más de 50 años y con la ayuda del laboratorio Boroa, desarrollaron y comercializaron productos de limpieza con marcas reconocidas hoy en día a nivel mundial como Sapolio y Klenzo.

No obstante, con el avance de la producción de químicos de limpieza surgieron también efectos secundarios que perjudicaban el medio ambiente provocando la aparición de las primeras plantas de tratamiento de agua debido algunos componentes de los detergentes como el fosfato. Asimismo, dio origen a la producción de nuevos químicos realizados con ingredientes biodegradables que cumplían la misma función con la misma facilidad.

d. INDUSTRIAS DE PRODUCTOS QUIMICOS ECOLOGICOS

El proceso de producción de las industrias químicas cambio de tal forma que se disminuyeran la emisión de contaminantes. Además, se

generaron nuevos procesos y se incrementaron nuevas sustancias amigables con el ambiente.

Según (Kidwai, 2005) Este hecho, impulso a los científicos en la búsqueda de propiedades que carezcan de componentes dañinos para el medio ambiente. Asimismo, que redujeran la emisión de contaminantes, reducir el consumo de luz eléctrica en los procesos de producción, controlar y reducir los desechos con el fin de realizar un desarrollo sostenible.

En estados Unidos, en el año 1990 se realizó un acta de prevención de la Contaminación donde se estableció como prioridad la reducción de la contaminación para dar solución a los problemas ambientales que se estaban viviendo.

La aprobación del acta produjo diversas disciplinas en el proceso de producción de diversos químicos, dando así origen a la que hoy en día conocemos como “Química sostenible”.

El desarrollo de nuevas químicas sostenibles dio origen a nuevos procesos de limpieza en las grandes empresas que ofrecían este servicio. Por ejemplo Jani-king, cuyo director general, Enrique Pegenaute, quien comenzó a ofrecer sus servicios en el año 1969 puesto que pensaba que el negocio de la limpieza jamás pasaría de moda y efectivamente, con el pasar de los años se convirtió en una de las más rentables compañías de franquicias a nivel mundial de limpieza comercial.

Actualmente cuenta con más de 13000 franquiciados en alrededor de 18 países en todo el mundo. Esta compañía continúa ofreciendo un excelente servicio a miles de clientes que con su creciente preocupación por el medio ambiente revoluciono con la nueva implementación del servicio de limpieza Verde, con el que incluyeron nuevos procesos de limpieza

ecológicos, productos químicos biodegradables, nueva gestión de desechos y finalmente la conservación de la energía.

En la selección de proveedores intervienen las industrias químicas, quienes aportan con la materia prima del servicio. Por esta razón, las empresas se dedican en la búsqueda de proveedores que generen calidad en sus productos y comprometidos a realizar prácticas ecológicas.

El desarrollo de esta actividad ha ido incrementado debido a las nuevas leyes dictaminadas por los gobiernos quienes exigen una mejor calidad de limpieza e higiene para proteger la salud y bienestar del ser humano. Además, se ha ido incluyendo entidades que avalan procesos que protejan y cuiden el medio ambiente puesto que los químicos utilizados en el servicio son en su mayoría tóxicos y son los que encontramos comúnmente en nuestros hogares.

e. EMPRESAS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO ECOLOGICAS

A raíz de la preocupación por el medio ambiente debido a las grandes catástrofes producidas por el calentamiento global surgieron compañías como “Reciplac”, ubicada en España, “Limpieza verde” e “Intelca” ubicadas en Ecuador, “JaniKing” fundada en Estados Unidos, “Corporansa” de Barcelona, “Clean Lotus” líder de la limpieza ecológica en Panamá. Su actividad económica es ejercida de tal forma que garantizan una limpieza e higienización integral y respetuosa con la salud de sus trabajadores y del ambiente.

Nos dice que la limpieza ecológica es un método de productos y procedimientos de limpieza para proteger la salud del ser humano, es decir, su salud, la salud de otros empleados y la salud de los ocupantes y visitantes del edificio así como también la salud ambiental, al tiempo que protegen los bienes del propietario. (Paper, 2008)

Es decir, que es la combinación de productos y servicios que logran la reducción del impacto a la salud de las personas y la del ambiente mediante la utilización de productos eco-amigables que son utilizados con el mismo fin de los comunes.

A diferencia de la limpieza tradicional, el objetivo de la limpieza ecológica es conservar o proteger la salud de los operarios que efectúan el servicio, usuarios, clientes, etc. Y al mismo tiempo reducir la contaminación ambiental ya que estamos acostumbrados a relacionar la limpieza con la buena apariencia de los lugares y cosas. Sin embargo, no nos damos cuenta que estamos perjudicando nuestra salud con los tóxicos que inhalamos cuando trapean con ambiental o desinfectante los pisos de nuestros hogares.

Asimismo, la limpieza ecológica significa llevar a cabo programas de limpieza que involucren más actividades como reciclaje, buen uso del agua potable, medios eficientes de manipulación de desechos. Además, de utilizar no solo químicos biodegradables, sino también insumos que sean producidos de manera responsable.

Las eco-certificaciones de materias primas se disparan, pero los estándares patinan. Tendencias en los mercados de certificación de materias primas. (López, 2014).

En el año 2012 se incrementaron hasta un 41%. Las materias primas elaboradas bajo algún estándar social o medio ambiental con el fin de penetrar en el mercado mundial de certificaciones. Esta iniciativa se dio por un informe realizado por el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible que proporciona una investigación de comercio sostenible mediante la evaluación de los mercados.

f. EMPRESAS DE LIMPIEZA TRADICIONAL

Hoy en día la limpieza es un concepto que se ha convertido en una demanda social, dejando en segundo plano el hecho de que es también una necesidad. Esta demanda ha exigido grandes cambios como la protección del ambiente y la calidad de vida.

La limpieza se ha convertido en una pieza clave del nivel de satisfacción, salud y comodidad de la población. Por ejemplo, una limpieza mal realizada en un sistema de producción puede llegar a afectar en la industria, una desinfección incorrecta en alguna área especial de un centro médico significaría la aparición de infecciones y propagación de enfermedades hospitalarias dañando inmediatamente la imagen de la entidad.

El avance profesional de este servicio ha ido incrementando paralelamente con el desarrollo social en toda Europa occidental. Por esta razón, hoy en día el mercado Europeo se encuentra en 62,000 millones de euros, operando alrededor de 158,439 empresas y ofreciendo empleo a más de 3,7 millones de personas. No obstante, requiere de una gran contribución no solo financiera, sino también, al bienestar de cada cliente y trabajador.

En muchas partes del mundo, como Ecuador, se maneja un sistema público de proveedores del estado llamado Servicio Nacional de Contratación Pública, en donde actualmente se encuentran registradas a nivel nacional 525 entre ellas empresas y otras personas naturales. Mientras que a nivel de la provincia del Guayas se ubican 97.

Además, debido a que en los primeros meses del año 2010, época en donde el porcentaje del desempleo subió al 9,1%. Los assembleístas: Geovanny Roldan y César Montufar decidieron realizar una reforma al

mandato ocho, en donde se dictaminada que se debía eliminar la tercerización. Por lo que se introdujo a la reforma: la contratación de actividades complementarias solo para actividades de vigilancia, limpieza, alimentación, seguridad, y mensajería. Con el propósito de ampliar este tipo de negocios, generar empleo y lograr que los trabajadores gocen de sus derechos institucionales y laborales.

Por lo tanto, una empresa dedicada a ofrecer alojamientos seria legalmente capaz de contratar a otra empresa de servicio, sea esta de seguridad, limpieza, alimentación y mensajería.

g. PRODUCTOS ECOLOGICOS VS TRADICIONALES

Los productos de limpieza han existido desde hace mucho tiempo, existen diferentes tipos que se clasifican por su uso, color, marca, aroma, nombre y muchas otras características. Estos son usados por todas las personas para mantener sus ambientes de casa o laborales limpios y con buen olor, pero tantas ventajas tienen contratiempos. (Luque, 2012)

Algunas de estos contratiempos son mencionados a continuación:
De cada 17000 productos de limpieza solo han sido aprobados el 30% lo que nos da un gran margen de utilización productos en mala condición.

Varios países no tienen las capacidades suficientes para exigir y controlar las pruebas de estos productos, lo que significa que sus fábricas no cumplen normas establecidas.

Menos del 10% de productos de hogar fueron probados en el sistema nervioso humano. El 90% aproximadamente de quienes usamos estos productos estamos propensos a contraer enfermedades en el sistema nervioso central, un daño muy serio en caso de suceder.

Muchos productos capaces de matar al 50% de animales utilizados para las pruebas de los mismos continúan comercializándose como "no tóxicos".

Por lo tanto, muchos de los productos de limpieza que utilizamos en el hogar contiene sustancias tóxicas y químicas que son contaminantes y perjudiciales con el medio ambiente.

Cada vez es más frecuente el uso de productos de limpieza que a la vez su contenido es más complejo. Cada día hay más centros de contaminación que son una amenaza que atentan contra nuestra salud produciendo el incremento de problemas respiratorios como: alergias, asma; irritaciones, dolores de cabeza, trastorno de la visión, desequilibrio hormonal, afecciones en el sistema nervioso e inmunitario.

Hay que tener en cuenta que muchos de los productos de limpieza contienen sustancias tóxicas que a la larga va perjudicando el organismo de las personas ya que al inhalarlos no causan síntomas inmediatos, pero pueden ser muy peligrosos traer graves consecuencias.

De los productos más usados en el hogar, los que predominan son:

Ácido muriático o quita sarro: en su estado puro es muy corrosivo al contacto con la piel y al momento de ingerirlo por causa de algún descuido puede llegar a causar graves quemaduras en la boca y en la garganta causando heridas e incluso la muerte.

Una vez realizada la limpieza en un lugar, corremos el riesgo de inhalar tóxicos pueden llegar a producir graves enfermedades en los pulmones con el pasar del tiempo. Además, cuando tiene contacto con la piel no es absorbida por la misma, pero causa quemaduras químicas, laceraciones y úlceras y tiene contactos con los ojos, se producen en muchos casos

irreversibles daños en la córnea, esta solución en agua son menos corrosivas pero así son peligrosas.

Si comparamos la forma de limpiar de los productos de limpieza tradicionales y los bio-degradables, nos daremos cuenta que no existe gran diferencia entre los dos. Sin embargo, hay un aspecto que sí es muy importante al momento de diferenciarlos: los compuestos químicos que los productos tradicionales tienen, los cuales pueden ser potencialmente tóxicos tanto para las personas como para el ambiente. (Santos, H., 2013)

La lista de este tipo de productos es extensa, pero algunos son: detergente lavavajillas, detergente para ropa, blanqueador, desengrasantes, entre otros.

Es importante conocer qué significa el término “bio-degradable”. Este término indica que el producto puede ser descompuesto por bacterias y demás desintegradores en sustancias simples, lo que le permite ser luego incluido en el ‘depósito general’ de los recursos naturales, además de contar con ciertas características como tener compuestos bio-degradables, provenir de fuentes renovables, no tener ninguna o casi ninguna toxicidad para los seres humanos o ambiente, no son corrosivos ni irritantes, bajo contenido en compuestos orgánicos volátiles, poco inflamable, tiene bajas cantidades de sustancias que degradan la capa de ozono y vienen en envases reciclables. (Gutiérrez M., 1992).

Ante lo expuesto previamente, habrán personas que aún se pregunten por qué debo utilizar productos de limpieza bio-degradables, algunas de las respuestas son porque este tipo de productos ayuda a proteger al agua y al ambiente en general, además de contar con la ventaja de no tener sustancias nocivas en su composición, lo que es un beneficio para la salud de las personas; este tipo de productos provienen de recursos renovables y

no ocasionan un desgaste de recursos naturales; no degradan la capa de ozono y no son dañinos para la salud, ya que no contienen compuestos orgánicos volátiles, disruptores endócrinos u otros componentes nocivos. (Fraj, E. y Martínez, E., 2002)

h. COMPUESTOS ORGANICOS VOLATILES

Los compuestos orgánicos volátiles o VOC (por sus siglas en inglés) son sustancias químicas que contienen carbono y se convierten con mucha facilidad en vapores o gases.

Este tipo de sustancias son liberadas por la quema de combustibles como gasolina, carbón, gas natural, disolventes, pinturas y otros productos.

Algunos ejemplos de este tipo de compuestos son: isopreno (natural) y nitrobenceno (artificial).

Otros ejemplos de compuestos orgánicos volátiles son formaldehído, clorobenceno, acetona, y percloroetileno, el principal disolvente usado en la industria de lavado en seco. Muchos compuestos orgánicos volátiles se usan comúnmente en repelentes de polillas, aromatizantes del aire, materiales empleados en maderas, sustancias en aerosol, disolventes de grasa, productos de uso automotor y disolventes para la industria de lavado en seco. (Manahan, E., 2007)

Muchos compuestos orgánicos volátiles son peligrosos contaminantes del aire. Contribuyen a la formación del smog fotoquímico al reaccionar con otros contaminantes atmosféricos (como óxidos de nitrógeno) y con la luz solar.

Los efectos sobre la salud son variados, dependen del compuesto y del periodo al que se ha estado expuesto. Los compuestos orgánicos volátiles son liposolubles, y gracias a su afinidad por las grasas se

acumulan en diversas partes del cuerpo humano. A corto plazo pueden causar: irritación de ojos y garganta, nariz, náuseas, irritación de garganta, dolor de cabeza, vómito de sangre, reacciones alérgicas, hinchazón, mareos, dolores estomacales e intestinales, fatiga, manchas en la piel. (Calva, J., 2007)

Y a largo plazo pueden dañar el hígado, los riñones o el sistema nervioso central. También pueden ser carcinógenos, como por ejemplo el benceno, también daña el intestino delgado a tal punto que se crean orificios que causan la muerte.

Los COV se pueden clasificar según su peligrosidad en 3 grupos:

- Compuestos extremadamente peligrosos para la salud: Benceno, cloruro de vinilo y 1,2 dicloroetano y azufre.
- Compuestos de clase A: Son compuestos que pueden causar daños significativos al medio ambiente, como Acetaldehído, anilina, etc.
- Compuestos de clase B: con menor impacto en el medio ambiente como Acetona, etanol y combustibles fósiles.

A continuación, comparamos los compuestos de productos químicos tradicionales y biodegradables más utilizados en el servicio de la limpieza.

DESINFECTANTE:

Tabla 1: Componentes del Desinfectante

Elaborado por: Las autoras

DESINFECTANTE	
COMPOSICION/INGREDIENTES	
TRADICIONAL	BIODEGRADABLE
Cloruros de Alquil	Citrato de Sodio
Dimetil Bencil Amonio	bicarbonato de sodio
Fosfatos de Sodio	Alkyl Poliglucósido
Ácido etilendiamino	Libre de solventes
Tetracético	No caustico y Ph neutral.

Desinfectante Tradicional:**Fosfato de Sodio:**

Son usados típicamente para ablandar el agua, mantener la alcalinidad y para incrementar la eficiencia de la limpieza. Sin embargo, el fosfato de sodio puede ser ambientalmente peligroso.

Dimetil Bencil Amonio:

En el agua puede causar graves daños en ríos o estanques, ya que el amoníaco interfiere en el transporte de oxígeno por el agua. Puede causar irritación en la garganta, inflamación en los pulmones, daña las vías respiratorias y los ojos

Alkyl Poliglucósido:

Es usado como un surfactante básico en formulaciones de detergentes.

Ácido etilendiamino Tetracético:

Es un polvo cristalino (como la arena) incoloro o blanco e inodoro. Se utiliza en análisis químicos, tintura de textiles, y en detergentes y jabones. Puede causar irritaciones como salpullido o una sensación de ardor, al contacto con la piel, puede causar irritación al contacto con los ojos, irritar la nariz y la garganta.

Desinfectante Biodegradable (Limpiador todo propósito Green Solutions):**Citrato de Sodio:**

Ablanda el agua y regula el pH para un óptimo desengrase y eficiente limpieza. El citrato de sodio está compuesto de sal, ácido cítrico natural y bicarbonato de sodio.

Alkyl Poliglucósido:

Es usado como un surfactante básico en formulaciones de detergentes.

Libre de solventes

NO cáustico

pH neutral: en el rango de 7.0 – 8.0

LIMPIADOR DESINFECTANTE ACIDO ANTISARRO

Tabla 2: Componentes del Desinfectante Antisarro

Elaborado por: Las autoras

DESINFECTANTE ANTI SARRO	
COMPOSICION/INGREDIENTES	
TRADICIONAL	BIODEGRADABLE
Ácido Clorhídrico o Acido Forforico	Ácido cítrico
Nonilfenoles	Alcohol etoxilado
pH: 1	Goma de Xanthan Gum.
	pH 2.0

Tradicional:

Ácido Clorhídrico:

Es un ácido mineral. Muchas veces usado para remover oxido y depósitos minerales. Altamente corrosivo en metales y tejidos humanos. Vapores altamente irritantes de ojos, piel y nariz.

Noninfenol Etoxilados:

Es un surfactante. Provee la humedad y detergencia necesarias para ayudar en la remoción de manchas de superficies. Derivado de un producto hecho a base de petróleo. Tiene un intermediario dañino biodegradable.

Biodegradable:

Ácido Cítrico:

Es un ácido leve. Es un probado removedor de aguas duras con reducida toxicidad. Fabricado de varios recursos naturales reusables: Frutas cítricas, desechos de piña o inclusive de fermentación de crudo de azúcares.

Goma de Xantano:

Es un agente biodegradable de espesamiento producido naturalmente por una bacteria.

Alcohol etoxilado:

Hecho de alcoholes de primera línea que se biodegradan rápidamente.

LIMPIADOR INDUSTRIAL

Tabla 3: Componentes del Limpiador Industrial

Elaborado por: Las autoras

LIMPIADOR INDUSTRIAL	
COMPOSICION/INGREDIENTES	
TRADICIONAL	BIODEGRADABLE
Fosfatos	Libre de fosfatos
Cáusticos	Sin cáusticos
Etilenglicol Monobutyl Ether	No contiene ningún solvente
Nonilfenol Etoxilado	Sin Nonilfenol Etoxilado
pH 10 - 14	Libre de VOC
	Contiene alkyl Poliglucósido
	pH 9.0 - 10.0

Etilenglicol Monobutyl Ether:

Ataca manchas solubles en agua así como también aceites y grasas insolubles en agua. Es un irritante potencial de nariz y ojos. Puede causar problemas con los glóbulos rojos si es absorbido por la piel.

Nonilfenol Etoxilado:

Es un surfactante. Provee la humedad y detergentes necesarios para ayudar en la remoción de manchas de las superficies. Derivado de un producto hecho a base de petróleo. Se sospecha que tiene un intermediario biodegradable dañino.

D-limonene:

Es un excelente solvente desengrasante fabricado de aceites de frutas cítricas y aceite de pino. Sin embargo, es un compuesto orgánico volátil (VOC). Limonene tiene un efecto perjudicial en la vida acuática, y es un sensibilizador de piel humana.

Soda Cáustica / Potasa Cáustica:

Provee una fuente de trabajo duro de alcalinidad para saponificación (el álcali reacciona con las grasas para formar jabón soluble). Este ayuda en la dispersión de grasas sólidas en finas partículas. Extremadamente corrosivo para metales blandos y tejido humano.

Fosfatos de sodio:

Ablanda el agua y mantiene los niveles de alcalinidad, eliminando la suciedad e incrementando la eficiencia limpiadora. El fosfato de sodio es peligroso para el ambiente si se descarta en un cuerpo cerrado de agua causando crecimiento excesivo de algas y eutroficación de lagos.

Alkil poliglucósido:

Es usado como un surfactante básico en formulaciones de detergentes. Compuesto de ácidos grasos derivados del coco y glucosa

derivados del maíz o remolacha Es obtenido de recursos naturales renovables y es biodegradable.

Alcoholes etoxilados:

Hecho de alcoholes de primera línea que se biodegradan rápidamente.

Citrato de sodio:

Ablanda el agua y regula el pH para una óptima eficiencia desengrasante y de limpieza. El citrato de sodio está formado de sales, por un ácido cítrico natural y bicarbonato de sodio.

h. DESARROLLO SOSTENIBLE

El desarrollo sustentable es el proceso por el cual se preserva, conserva y protege solo los Recursos Naturales para el beneficio de las generaciones presentes y futuras sin tomar en cuenta las necesidades sociales, políticas ni culturales del ser humano al cual trata de llegar el desarrollo sostenible que es el proceso mediante el cual se satisfacen las necesidades económicas, sociales, de diversidad cultural y de un medio ambiente sano de la actual generación, sin poner en riesgo la satisfacción de las mismas a las generaciones futuras.

La concepción de “desarrollo sustentable” aparece por primera vez en la Declaración de Estocolmo (1972, Principio 2) significando que es un “proceso por el cual se preservan los recursos naturales en beneficio de las generaciones presentes y futuras”.

El “desarrollo sustentable” era solo “la preservación de los recursos naturales”. Entendida la preservación (del griego “pre”, ‘antes’ y “servare”, ‘guardar’) como el resguardo anticipado a un animal o cosa, de algún daño o peligro. La preservación es la implementación de políticas anticipadas tendientes al resguardo de las condiciones adecuadas que garanticen la vida y la evolución del medio ambiente sano. (Jiménez, L. 2003).

Es así que, luego de la presentación del Informe Brundtland (1987) el término de “desarrollo sustentable” pasa a otra etapa superior el de “desarrollo sostenible” capaz de satisfacer las necesidades en un principio mínimas del ser humano: la alimentación. Las cosas que dan sustento a la vida deben también durar en el tiempo, deben ser sostenibles. Por ejemplo, todo recurso renovable debe ser repuesto doblemente para cubrir las necesidades de generaciones actuales y futuras. (Cebrián A. 2001)

El objetivo del desarrollo sostenible es definir proyectos viables y reconciliar los aspectos económico, social, y ambiental de las actividades humanas; "tres pilares" que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas como personas:

Sostenibilidad económica: Se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable.

Sostenibilidad social: Basada en el mantenimiento de la cohesión social y de su habilidad para trabajar en la persecución de objetivos comunes.

Sostenibilidad ambiental: Compatibilidad entre la actividad considerada y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, evitando la degradación de las funciones fuente y sumidero. (Bifani, Paolo. 1999)

i. LA TERCIARIZACION / OUTSOURCING

La teoría principal del marco teórico se sustenta en el modelo de tercerización que a continuación explicamos.

La Tercerización o también conocido como Outsourcing es una herramienta empresarial del siglo XXI que están llevando a cabo empresarios para poder así optimizar sus recursos tanto naturales como personales y al mismo tiempo mejorar su productividad de la empresa. Es un nuevo sistema laboral que se está expandiendo en empresas de todo el mundo. Este consiste en delegar ciertas labores a proveedores con el objetivo de enfocarse en su actividad comercial principal. (Rothery Brian, Robertson 1996)

Según la licenciada A. Benesch profesora del Colegio Florence Nightingale, outsourcing o tercerización es un proceso que promueve mejoras en las organizaciones en base a información y desempeño con el objetivo de desarrollar ventajas competitivas a partir de la adaptación creativa de las mejores prácticas existentes.

Según los autores Hitt, ichaael A., Black, J.Stewart, Portes, Lyman W. del libro administración nos mencionan que, el outsourcing es la práctica de tomar una de las actividades principales y relevantes de la empresa para asignar dicha actividad a una parte independiente. Logrando así tener como ventaja que los administradores centren su atención en las actividades que dan ventaja competitiva a su negocio.

Según Gay (1999) El outsourcing permite la mejora de los recursos y las capacidades de la empresa puesto que se logra obtener una mejor calidad de los servicios externalizados y un mejor resultado en sus procesos

gracias a la concentración de las tareas que realmente saben hacer las organizaciones.

De acuerdo con Sharma & Loh (2009) se enfoca como una estrategia de solución para el ahorro de costos

Las empresas anteriormente, además de ocuparse por ejercer su actividad comercial, se ocupaban de distintas tareas operativas relacionadas con el negocio. Con la evolución de la tecnología se brindaron las oportunidades para que las empresas se dieran a conocer en distintas partes, ocasionando el incremento de la competencia y a su vez, que cada negocio incremente la calidad y la variedad de ofertas para obtener mayor poder en el mercado.

Estos acontecimientos desarrollaron nuevas ideas para lograr que las empresas se concentren en su actividad principal, una de ellas fue la búsqueda de proveer de forma externa ciertos servicios especializados, impulsando la tercerización de estos servicios.

La tercerización permite una nueva inversión del tiempo puesto que los altos mandos de la empresa pueden ocupar su tiempo realizando y gestionando nuevas estrategias de mercado. Asimismo, se logra que el personal disponga de mayor tiempo libre, permitiendo así, el desarrollo de ideas innovadoras en el proceso productivo, eficiencia gracias a la especialización de cada área, reducción de costos debido a que el personal externo no es enrolado, disminución de conflictos, entre otras.

j. VENTAJAS DE LA TERCIALIZACION / OUTSOURCING

Los objetivos de la tercerización son: Lograr incrementar los ingresos de nuestro negocio, otorgar valor agregado y fidelizar al cliente. Una opción muy factible es la externalización de ciertos servicios complementarios.

Nos informa que esta gestión es una fuente de innovación para tener la oportunidad de invertir en nuevas experiencias de compra, imagen de marca, etc. Que pueden generar un 30% o más de ingresos. (Martínez, 2011)

En un medio donde la cultura 2.0 nos permite interactuar con nuestros clientes y al mismo tiempo mostrar nuevas posibilidades de compartir información, detalles, noticias, promociones, etc. Que admiten al usuario estar más cerca y tranquilo del servicio que está recibiendo. Es decir, que nuestro valor agregado constara de tres elementos: maximizar rendimiento, crear una experiencia de compra y ofrecer un servicio personalizado.

Maximizar rendimiento significa que gracias a las inversiones realizadas con respecto a la actividad principal del negocio permitirán aumentar los ingresos; Crear una experiencia de compra implica dirigirse al cliente de tal forma que se sienta confiado, satisfecho y motivado para solicitar nuevamente el servicio gracias al trabajado realizado; Finalmente, personalizar el servicio conlleva una serie de actividades que lograra que al cliente no le importe pagar por el servicio si con ello obtiene un trabajo realizado a su gusto.

Resulta mucho más rentable y beneficiosa para una empresa la tercerización, ya que para ellos les resulta más competitivo contratar el personal adecuado y especializado para un área de trabajo y así obtener el máximo resultado.

Existen otras ventajas como:

- ✓ Maximizar la producción de un área específica de trabajo.
- ✓ Reducir costos de personal
- ✓ Innovarse
- ✓ Actualizarse
- ✓ Ser más competitivo en sus recursos humanos, naturales y de capital.
- ✓ Crean riqueza
- ✓ Son más productivo

Como veremos a continuación un caso de tercerización dentro de los servicios de alimentación que está creciendo rápidamente a nivel mundial. Compass Group es una multinacional británica que brinda servicios de alimentación institucional y soporte a distintas compañías en el país. Al cierre del 2009, Compass registró una caída en sus ventas del 10 por ciento, sin embargo, al revisar nuevamente sus estados financieros, para el 2010, no sólo se observa que retoma el camino del crecimiento, sino que lo hace de una manera tan rápidamente que sorprende.

Compass implementó estrategias en la compañía a nivel global para mejorar sus rendimientos. Decidió salir de algunos contratos que no le eran rentables, para concentrarse en aquellos que le generan mayores utilidades. Incluso salió de muchos países; en 2006 hacía presencia en 100 y hoy en día está presente en 50. Por ejemplo, ellos estaban en negocios de catering aéreo, concesiones en aeropuertos, y dejaron eso atrás para concentrarse en lo que realmente eran buenos.

Como podemos ver es un proceso de transformación que Compass decidió en dejar negocios que no le eran totalmente rentable para centrarse en los que le generaban productividad. Ahí es donde entra la tercerización o la externalización, ellos introdujeron personal especializado para optimizar cada sector de la empresa.

No solamente podemos ver el crecimiento del sector alimenticio. Así hay muchos otros sectores como el de la salud, educación, petrolero, minero que actualmente están creciendo gracias al Outsourcing, tendencia que está generando ingresos y competitividad a las empresas.

Por otro lado, actualmente, en el Ecuador no existen empresas que se dediquen a un mercado poco común como el sector HORECA (Hoteles, restaurantes y Catering). Sin embargo, con ayuda de la contratación externa del personal que realice servicios como limpieza, seguridad, permitirá que se reduzcan los costos fijos y variables; y con ellos también, las responsabilidades sociales que implica la contratación de un trabajador.

El sector hotelero está conformado por diferentes departamentos como cocina, recepción, bares, limpieza, jardinería, mantenimientos, etc. Algunas de estas áreas pueden estar conformadas por personal externo al hotel. Sin embargo, muchos hoteles ubicados en la ciudad de Guayaquil aun cuentan con personal propio en áreas como de limpieza y lavandería.

El mayor rubro que posee un hotel es el costo directo que envuelve mano de obra, una de las causas es debido al departamento de limpieza, siendo este, el más numeroso de todas las áreas.

El personal ubicado en cada piso tiene el deber de cumplir con las tareas de limpieza a cabalidad. Este dependerá del movimiento en el hotel, por lo que si esta actividad se externalizase, se tendría la oportunidad de optimizar los costos y contar con el número de trabajadores especializados y correctos.

A su vez deberá existir un supervisor del propio establecimiento que inspeccione los labores que realiza la empresa subcontrata, de esta manera se garantizará el nivel de calidad exigida por lo clientes, al mismo tiempo el

supervisor controlará, que no se presente a menudo una rotación del personal, es decir que aunque se externalice el servicio, la empresa deberá tratar de que asistan los mismos trabajadores contratados a la institución que solicitó los servicios.

Muchas empresas hoy en día subcontratan personal idóneo para el área de cocina, donde se requiere que la comida esté preparada en el momento oportuno, y para lograrlo se ha dispuesto adoptar medidas que permitan ahorrar tiempo y satisfacer las necesidades del consumidor lo más pronto posible, permitiendo ofrecer un mejor servicio, la misma que deberá ser controlada por el personal responsable del área.

Como sabemos existen dificultades al momento de externalizar los servicios del hotel como por ejemplo la calidad del producto o servicio contratado. Sin embargo, la empresa puede solucionar dicho inconveniente incorporando cláusulas de calidad en el contrato establecido, la calidad será aprobada por los encargados de los distintos servicios, quienes deberán examinar, inspeccionar y realizar un seguimiento de los servicios prestados.

Este seguimiento o control que maneja el hotel específicamente el supervisor del establecimiento, es de suma importancia para el prestigio y crecimiento de la institución ya que el personal contratado debe desarrollar a cabalidad las respectivas actividades asignadas.

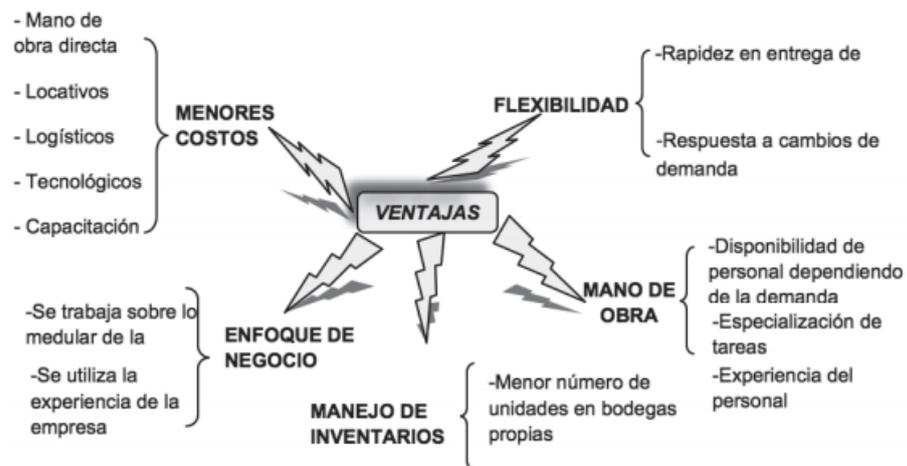


Ilustración 1: Ventajas Outsourcing

Elaborado por: Alex Ovalle

K. TEORIA COMPLEMENTARIA

Como teorías complementarias que ayuden a sustentar nuestro proyecto, describiremos a continuación las siguientes: el método Kaizen para el mejoramiento continuo y el modelo norteamericano.

EL METODO DE KAIZEN

La palabra Kaizen tiene su origen de dos vocablos japoneses, KAI que quiere decir cambio y ZEN, que significa bueno o bondad. Por lo tanto, si deducimos los significados obtenemos que esta filosofía gira en torno al espíritu de la mejora continua, el cual involucra a todos los agentes de la empresa, tanto a gerentes como a trabajadores. (Imai, M., 2013).

Esta filosofía se basa en un conjunto de prácticas administrativas de origen japonés que ahora son aplicadas mundialmente, la cual expresa que

la forma en que vivimos debe ser mejorada de manera constante. Si aplicamos esto dentro del ámbito laboral obtenemos la siguiente reflexión “No debe pasar un día sin que haya hecho alguna clase de mejoramiento en algún lugar de la empresa” (Fernández, R., 2010), lo que implica que todos debemos tener un esfuerzo constante porque siempre hay cosas que mejorar.

El modelo Kaizen se interesa más en los procesos realizados más que en los resultados obtenidos. Esto es, aplicado a una empresa, que hay que analizar los problemas fijándose en los procesos más no en los niveles de producción, ya que si centramos nuestro interés solamente en los resultados estamos limitando nuestra capacidad de mejora.

La filosofía descrita se basa en cinco pasos que sirven como guía para el mejoramiento continuo, que son los siguientes:

1. Capacitar al personal en métodos de control estadísticos de procesos y herramientas de mejoras.
- 2.- Lograr que los métodos se conviertan en parte de las operaciones.
- 3.- Integrar equipos de trabajo y propiciar la participación.
- 4.- Utilizar herramientas para la resolución de problemas.
- 5.- Desarrollar en los operadores el sentimiento de propiedad de los procesos.

Además de contar con un proceso propio para la resolución de problemas llamado “Proceso de Resolución de Problemas Rueda Deming”, que consta de cuatro acciones: planear, hacer, comprobar, y actuar. (Suárez, M., 2007)

Finalmente, este concepto cuenta con las 5's que hacen referencia a la creación de áreas de trabajo limpias, seguras y visualmente organizadas.

Este método es muy efectivo al momento de motivar personas y mejorar nuestro ambiente laboral.

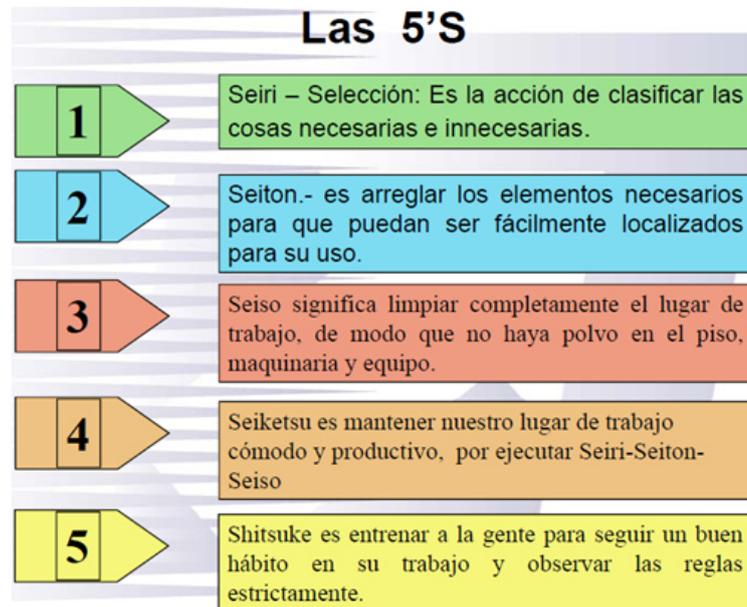


Ilustración 2: Kaizen

Elaborado por: William Alvarez

MARCO LEGAL

a. CONSTITUCIÓN

Se constituirá una compañía anónima, misma que se define en el Art. 143 de la ley de compañías como “Una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”.

Asimismo, establece que la compañía se constituirá con dos o más accionistas mediante escritura pública, misma que será inscrita en el Registro Mercantil.

El nombre “Rise n’ Shine S.A” deberá ser aprobado por la Secretaria General de la Superintendencia de compañías para lo cual se deberá presentar una solicitud de aprobación de contrato constitutivo adjuntando tres copias certificadas de la escritura de constitución de la empresa.

Una vez aprobada la resolución por la superintendencia, la compañía será inscrita en el registro mercantil, por ende a partir de ese momento será de carácter jurídico.

El capital está conformado por los aportes de los accionistas y debe ser suscrito ante la celebración del contrato con el notario público. Al menos el 25% del capital total deberá ser pagado ya sea con dinero o bienes muebles e inmuebles que concierna a la actividad comercial y el saldo en un máximo de dos años. Con respecto al capital autorizado, este no debe exceder el capital suscrito.

La Superintendencia de Compañías establece que el mínimo monto de capital es de \$800 (ochocientos dólares de Estados Unidos de América). Una vez aprobada la escritura por la Superintendencia de Compañías se procede a entregar cuatro copias de la resolución y en extracto para la publicación en el medio escrito (Periódico). Posteriormente, se obtiene los permisos municipales, es decir, la patente municipal y el certificado de cumplimiento de obligaciones.

Al tener registrada la sociedad en el Registro Mercantil se deberá proceder con la realización de la Junta General de Accionistas con el propósito de definir los representantes de la empresa según lo establecido en los estatutos.

Con la documentación de la inscripción en la Superintendencia de Compañías y del Registro Mercantil podremos iniciar con los trámites para la obtención el RUC. Asimismo, es necesario inscribir el nombramiento del administrador de la empresa en la Junta de Accionistas más la razón de aceptación.

b. REGISTRO ÚNICO CONTRIBUYENTES (RUC)

Según la ley del Registro Único de Contribuyentes (Decreto Supremo No. 832) Se necesitara de la siguiente documentación para la emisión del número de RUC:

- ✓ Formularios RUC01-A y RUC01-B (firmados por el representante legal o apoderado).
- ✓ Escritura de constitución puede ser original o copia certificada.
- ✓ Presentar original y copia de los documentos otorgados por la Superintendencia de Compañías, es decir, documentación de actos jurídicos y de accionistas.

- ✓ Presentar original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ✓ Entregar copia a color o presentar original de cedula y papeleta de votación vigente.
- ✓ Presentar una planilla de servicio básico a nombre de la sociedad constituida o del representante legal más la copia del mismo.
- ✓ Entregar copia y original del estado de cuenta bancario, tarjeta de crédito del representante legal.
- ✓ Entregar comprobante de pago del impuesto predial correspondiente al año en el que se realiza la inscripción a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas.
- ✓ Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.

c. PERMISO DE ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.

El artículo 2 de la Reforma al Reglamento para la aplicación del mandato constituyente número ocho, nos dice que las actividades complementarias son aquellas cuyo proceso productivo se basa en el personal propio de la empresa. Como son los casos de las entidades de seguridad, limpieza, mensajería y alimentación.

La primera vez que se obtenga la autorización de actividades complementarias, tendrá validez por el periodo de un año. Posterior a su actualización, esta podrá tener cinco años de validez para luego proceder a ser de tiempo indefinido.

Requisitos: Se deberá presentar el certificado de existencia legal que emite y otorga la Superintendencia de Compañías, una copia certificada de la constitución de la empresa, un capital social mínimo de diez mil dólares que deberán ser pagados en numerario, una copia notariada del RUC, una copia del nombramiento del representante legal, certificado de obligaciones patronales.

d. INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELLECTUAL (IEPI)

Según el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, una marca es el “Signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas”. En el caso de nuestra empresa se deberá registrar primero la marca y nombre comercial puesto que ofrecemos un servicio.

El primer paso para registrar una marca es verificar que en el mercado no existan signos o símbolos parecidos. Posteriormente, se presenta la solicitud para que sea revisada y se compruebe el cumplimiento de todos los requisitos. En caso de pasar la prueba se procede a la publicación en la Gaceta de Propiedad Industrial con el fin de dar a conocer las gestiones efectuadas a terceros y sea aceptado para emisión del título del registro.

Una vez registrada nuestra marca tenemos los derechos exclusivos sobre la misma, la protección de la comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), el derecho de conceder licencias, franquiciar, cobrar regalías, ceder derechos, garantizar un crédito.

e. NORMAS Y LEYES AMBIENTALES VIGENTES EN ECUADOR

ORGANISMOS CONTROLADORES

El marco legal es lo que la ley brinda para poder llevar a cabo distintas actividades públicas o privadas, las cuáles pueden ser de orden civil o comercial. En el caso de nuestra empresa, se trata de una actividad comercial, ya que estamos ofreciendo servicios de limpieza.

En el Ecuador, hay distintas leyes y normativas que tienen que ser respetadas por las empresas y los distintos sectores económicos del país y que además, se encargan de proteger y hacer cumplir los derechos del medio ambiente, como es el caso de las Normas y Técnicas Ambientales para la Prevención y Control de la Contaminación Ambiental para los Sectores de Infraestructura: Eléctrico, Telecomunicaciones y Transporte, a cargo del Ministerio del Ambiente.

Estas normas técnicas ambientales son de carácter obligatorio por parte de los propietarios o administradores del tipo de empresas previamente mencionadas, y están divididas en distintos libros y anexos, de los cuales hay un objetivo y normas correspondientes específicas para cada tipo de empresa de las que se mencionó con anterioridad.

Además, existen dos acuerdos: uno por parte del Ministerio del Ambiente y otro por parte del Ministerio de Bienestar Social.

Otra ley encargada de controlar la preservación del Medio Ambiente es la Ley de Gestión Ambiental, la cual determina que la Autoridad Ambiental

Nacional es llevada a cabo por el Ministerio del Ambiente, que es la instancia que rige, coordina y regula el sistema nacional descentralizado de Gestión Ambiental. (Ecuador, 2008)

Esta ley está expresada en el Título VII (Régimen del Buen Vivir), Capítulo Segundo (Biodiversidad y Recursos Naturales) y comprende el artículo trescientos noventa y cinco.

En la ciudad de Guayaquil, existen dos organismos encargados de velar por el mantenimiento del medio ambiente: el Ministerio del Ambiente, por parte del Gobierno Nacional y la Dirección de Medio Ambiente a cargo de la Alcaldía de Guayaquil.

El primero, está a cargo de Lorena Tapia, y se encarga de velar por un ambiente sano, hacer cumplir los derechos de la naturaleza o “pacha mama”. El Ministerio del Ambiente avalará un desarrollo ambientalmente equilibrado de la diversidad cultural, en donde se conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración de los ecosistemas. Además, se encarga de crear las políticas ambientales, desarrollar estrategias y llevar a cabo programas para tener una conveniencia sostenible con los recursos naturales y de determinar las normas que nos brinden la calidad ambiental adecuada. Su misión es “Ejercer de forma eficaz y eficiente la rectoría de la gestión ambiental, garantizando una relación armónica entre los ejes económicos, social, y ambiental que asegure el manejo sostenible de los recursos naturales estratégicos” (MAG, 2014)

La segunda, está a cargo del Econ. Camilo Ruiz Álvarez, y desarrolla también programas de educación ambiental que se dictan para la ciudadanía, propone estudios que tienen como objetivo recuperar el estero salado, coordina las actividades que tienen relación con la preservación del medio ambiente de acuerdo a la jurisdicción cantonal. Su misión es “ Evitar la degradación del Medio Ambiente y contribuir a la recuperación de lo

deteriorado mediante la planificación y coordinación de la ejecución de acciones ambientales, asegurando el cumplimiento de las normativas pertinentes, y el liderazgo e integración de otros esfuerzos que en materia ambiental realicen las diferentes instituciones, organizaciones, empresas públicas y privadas, para contribuir de esta forma al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del cantón Guayaquil ya la conservación de la biodiversidad". (Municipio de Guayaquil, 2014)

f. BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

Las Buenas Prácticas de Manufactura es el reglamento dictaminado en el decreto ejecutivo No. 3253 que fue publicado en el año 2002 con el propósito de informar a la comunidad procesadora de alimentos su certificación respectiva.

Según lo establecido en el Art. 42 de la constitución política es deber del estado garantizar el derecho a la salud, así como también, promocionar la protección por medio de la seguridad alimentaria. Por esta razón, el Código de Salud establece en el art. 96 que se fomentara y promoverá la salud individual y colectiva.

Este reglamento está compuesto de la siguiente manera:

TITULO I

Capítulo 1: Ámbito de Operación

TITULO II

Capítulo 1: Definiciones

TITULO III

Requisitos de Buenas Prácticas de Manufactura

Capítulo 1:

De las Instalaciones

a) De las Condiciones Mínimas Básicas.

- b) De la Localización.
- c) Diseño y Construcción.
- d) Condiciones específicas de las áreas, estructuras internas y accesorios.
 - 1. Distribución de Áreas
 - 2. Pisos, Paredes, Techos y Drenajes
 - 3. Ventanas, Puertas y Otras Aberturas.
 - 4. Escaleras, Elevadores y Estructuras Complementarias (rampas, plataformas).
 - 5. Instalaciones Eléctricas y Redes de Agua.
 - 6. Iluminación.
 - 7. Calidad del Aire y Ventilación.
 - 8. Control de Temperatura y Humedad Ambiental.
 - 9. Instalaciones Sanitarias.

Servicio de la Planta-Facilidades

- i. Suministro de Agua.
- ii. Suministro de Vapor.
- iii. Disposición de Desechos Líquidos.
- iv. Disposición de Desechos Sólidos

Capítulo 2: De los equipos y utensilios

- a. Monitoreo de los equipos

TITULO IV

REQUISITOS HIGIENICOS DE FABRICACION

Capítulo 1: Personal

- a. Condiciones Generales.
- b. Educación y capacitación.
- c. Estado de Salud.
- d. Higiene y medidas de protección.
- e. Comportamiento del personal.

Capítulo 2: Materias primas e insumos

Agua

- a. Como materia prima
- b. Para los equipos

Capítulo 3: Operaciones de Producción

Capítulo 4: Envasado, etiquetado y empaquetado.

Capítulo 5: Almacenamiento, distribución, transporte y comercialización.

TITULO V

Garantía de calidad

Capítulo 1: Del aseguramiento y control de calidad

TITULO VI

Procedimiento para la concesión del certificado de operación sobre la base de la utilización de Buenas Prácticas de Manufactura.

Capítulo 1: De la inspección

Capítulo 2: Del acta de inspección de BPM.

Capítulo 3: Del certificado sobre la utilización de buenas prácticas de manufactura

Capítulo 4: De las inspecciones para las actividades de vigilancia y control.

Estos certificados tendrán validez por un periodo de tres años, al final de dicho periodo serán nuevamente evaluados.

Las primeras empresas en recibir el certificado de BPM, es decir que cumplen con normas de calidad en cuanto a equipo, mano de obra, ambiente y procesos son:

- ✓ Pronaca
- ✓ Betapharma

El plazo para la obtención de este documento para las empresas de riesgo de tipo A (industrias dedicadas a la elaboración de productos lácteos, bebidas no alcohólicas, productos cárnicos, alimentos dietéticos,

complementos, nutricionales, y ovoproductos) finaliza el 27 de Noviembre. Sin embargo, apenas el 1,17% de 854 empresas han logrado obtener la certificación.

Según el presidente del comité interministerial de la Calidad, Andrés Arauz, expreso que las BPM son requisitos mínimos pero necesarios para la producción de alimentos bajo las condiciones de higiene y calidad.



Ilustración 3: Buenas Prácticas de Manufactura

Elaborada por: Las autoras

CAPITULO I

PLAN ORGANIZACIONAL Y DE RECURSOS HUMANOS

1.1 MISIÓN

Ofrecer servicios de limpieza confiable y especializada a hoteles, restaurantes y empresas de servicio de catering garantizando un servicio de calidad que excedan sus expectativas mediante la utilización de productos de limpieza ecológicos que reducen los impactos negativos a su salud y la del medio ambiente.

1.2 VISIÓN

Ser los primeros en el mercado nacional en cuanto a proveer el servicio y en producción de materiales para la limpieza que brinden un valor agregado de primer nivel al servicio, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes y usuarios finales.

1.3 VALORES INSTITUCIONALES

(Ruiz, 2000) nos expresa que los valores son una guía de conducta deseada que servirá para realizar la visión y la misión institucionales. Es decir, que al dar a conocer a los colaboradores lo que es correcto o no, los valores dan origen a un modelo de comportamiento dentro y fuera de la institución relacionándose así con la misión ya que se busca que aquellos valores sean compartidos por los todos colaboradores.



Ilustración 4: Valores Institucionales

Elaborado por: Las Autoras

Honestidad: Actuar con transparencia teniendo en cuenta que el interés colectivo debe predominar al interés individual para lograr en conjunto los designios misionales.

Lealtad: Es el compromiso de reservar la información confidencial de la empresa, velar, defender los intereses y buen uso del nombre de “Rise and Shine” dentro y fuera de la empresa.

Respeto: Significa la aceptación de las condiciones y valores de cada uno de los trabajadores.

Solidaridad: Es la disposición de servir y brindar apoyo en las actividades que promuevan el bienestar de los colaboradores y a su vez el cumplimiento de las metas establecidas de la empresa.

Responsabilidad institucional: Es el buen manejo y uso de los recursos utilizados en nuestras actividades de modo que se cumpla con la calidad y excelencia de los objetivos y metas.

Responsabilidad social: Es promover el desarrollo económico de sociedades marginadas y personas discapacitadas mediante su inclusión al equipo de trabajo que muestra, enseña y optimiza los valores y virtudes que posee cada uno de ellos.

Responsabilidad ambiental: Es estar conscientes del daño que provoca los recursos utilizados para llevar a cabo el servicio con el fin de efectuar una serie de actividades que promuevan el uso correcto de los mismos para disminuir el impacto ambiental y aportar con un ambiente saludable gracias a los químicos de limpieza biodegradables y al reciclaje.

1.4 CREENCIAS

Nuestra empresa, “Rise ‘n Shine”, cree por encima de todo en la aplicación ciertos valores que hacen a nuestros colaboradores personas de bien, eficientes, eficaces y preocupadas por su entorno no solo laboral sino también social y ambiental, como es el caso de: solidaridad, respeto, lealtad, honestidad y responsabilidad social.

Al ser una empresa que trabaja con productos ecológicos, creemos firmemente en la responsabilidad ambiental, lo que hace a nuestros colaboradores personas preocupadas por el medio ambiente que no desperdicien recursos, sino al contrario, que sepan aprovecharlos eficientemente.

Adicional, creemos en el desarrollo profesional e íntegro de nuestros colaboradores, para lo cual les brindamos las herramientas necesarias para alcanzarlo, además del alcance de un alto rendimiento profesional que viene como resultado de cumplir con la misión, visión y valores institucionales previamente descritos.

1.5 FODA

1.5.1 Fortalezas

Talento Humano altamente capacitado: Es el personal especializado en limpieza que posee las habilidades, valores y experiencia necesaria en procesos operativos y utilización de maquinaria.

Agilidad en el proceso: Es el conjunto de la disponibilidad de recursos, la habilidad, agilidad y rendimiento de nuestro personal capacitado de limpieza y administrativo que provoca un servicio de limpieza rápido y eficiente.

Utensilios de limpieza ecológicos: Productos de limpieza biodegradable no contaminante que protegen la salud y seguridad de nuestros clientes con una alta concentración.

Sistema de control y monitoreo del servicio: Es una aplicación de Google que permite al cliente observar desde cualquier parte del mundo los avances de limpieza, las novedades y reportes. Asimismo, previa a la limpieza el cliente tiene la opción de sugerir y escoger los aromas, los químicos, horarios para mayor confort y seguridad de sus instalaciones.

1.5.2 Debilidades

Nueva en la Industria: Seríamos pioneros en la implementación de un servicio especializado de limpieza para el sector HORECA en la ciudad de Guayaquil. Posibilidad de que la competencia indirecta, es decir, empresas relacionadas con el servicio de limpieza se verían interesados a introducirse en el mercado.

1.5.3 Oportunidades

Implementación y fiscalización de las Buenas prácticas de manufactura.

Demanda: Debido a la gestión de nuevos buros de convenciones internacionales fomentada por el Ministerio de Turismo para fortalecer la oferta turística, nos permite a nosotros como empresa incrementar nuestras actividades de limpieza gracias al gran movimiento en el sector hotelero, cadenas de restaurantes, locales, etc

1.5.4 Amenazas

Es el personal fijo: Algunas empresas hoteleras, alimenticias y entre otras cuentan con personal fijo para cumplir con el desarrollo de múltiples actividades, entre las cuales se encuentra la limpieza.

Altas exigencias del Estado para seguridad industrial.

1.6 ANALISIS PERSTAL

El análisis PERSTAL es el macro estudio del entorno externo en el que se va a desenvolver una empresa. La palabra PERSTAL es un acrónimo de los distintos factores que se van a analizar: Políticos, Económicos, Religiosos, Sociales, Tecnológicos, Ambientales y Legales. Este análisis guarda cierta relación con aquel denominado FODA, ya que aquí estudiamos los factores mencionados anteriormente para conocer si funcionan como amenazas u oportunidades para nuestra empresa.

Es importante tener presente que al tratarse de factores externos, éstos son ajenos a nosotros y están fuera de nuestro control. Además, ellos son exclusivos de cada región, país o sector, por lo que este análisis debe guardar una estrecha relación entre los factores estudiados y la situación de cada sector.

Sin embargo, el análisis PERSTAL nos ayuda a medir un mercado, mientras que el análisis FODA nos ayuda a medir solamente a la empresa en sí.

En el caso de nuestra empresa, Rise 'n Shine eco-limpieza integral, el análisis lo hemos realizado de la siguiente manera:

✓ **Factores Políticos**

- En los últimos años, Ecuador ha ido incrementado su preocupación por el ambiente y ha creado leyes y reglamentaciones que lo defiendan, gracias al Ministerio del Medio Ambiente creado en 1996.
- Ecuador es una república democrática con tres poderes independientes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial.
- En el Ecuador se pagan distintos tipos de impuestos, pero los que afectarían directamente a nuestra empresa serían los siguientes: impuesto a la renta y el impuesto al valor agregado (IVA)
- Ecuador no es un país políticamente estable, ya que todos los gobernadores anteriores al Eco. Rafael Correa, no pudieron terminar su período mandatorio de 4 años en el poder, debido a que eran expulsados por el pueblo.
- El 13 de octubre de 2011 se creó la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado (Ley de Competencia) para controlar los monopolios y comercio justo en el país.
- El 10 de Julio del 2000 se proclama la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor para poder regular todo tipo de abusos que sufren los consumidores por parte de las empresas públicas y privadas.

✓ **Factores Económicos**

- El crecimiento económico de Ecuador fue del 3.8% al segundo trimestre del 2013.
- Ecuador tiene una tasa de interés pasiva del 4.88% (Julio 2014) y una tasa de interés activa del 8.21% (Julio 2014).
- La tasa de inflación de Ecuador al 30 de Junio de 2014 fue de 3.67%.
- El índice de confianza del consumidor a Junio de 2014 fue de 46.2%.

✓ **Factores Religiosos**

- El 91,95% de los ecuatorianos dice pertenecer a alguna religión.
- El 7,94% se declara ateo y el 0,11% restante se dice agnóstico.
- En el Ecuador, las religiones entre los habitantes están divididas de la siguiente manera: el 80,44% son católicos, el 11,30% son evangélicos, el 1,29% son testigos de jehová y los demás se encuentran divididos en mormones, budistas, judaístas espiritistas y otros; según el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC. (Diario La Hora, 15 de Agosto de 2012) acceso el 19 de Agosto de 2014.
- Para nuestro proyecto hemos decidido incluir dentro de nuestro personal a personas con religión evangélica, ya que sin excluir a las otras religiones consideramos que las personas que pertenecen a esta religión son más disciplinados en cuanto a cumplimiento de valores morales se refiere como la honestidad y honradez, aspectos importantes al momento de ofrecer servicio al cliente.

✓ **Factores Sociales**

- El Ecuador alcanzó una población de 14,306.876 habitantes según el último censo realizado en 2010.
- Su tasa de crecimiento demográfica anual es de 1.52% según el INEC.
- Ecuador requiere de manera urgente el apoyo al espíritu emprendedor y a la creación de empresas, para ampliar la base de propietarios como eje de la democracia económica, recuperar y mantener niveles de crecimiento económico alto en el largo plazo, incrementar la inversión privada, generar empleo y ofrecer prosperidad a sus habitantes.

- El actual Gobierno de Rafael Correa ha establecido y hecho cumplir la gratuidad en la educación tanto de escuelas como de universidades.
- El índice de analfabetismo en el país es de 6.8%.
- La inversión que el Gobierno de Rafael Correa ha dado a la Educación Superior ha sido de \$ 7.348 millones de dólares.

✓ **Factores Tecnológicos**

- A enero del 2012, Ecuador incrementó en 0.41% del PIB la inversión en Ciencia y Tecnología.
- El 7 de Noviembre de 2013 el presidente Rafael Correa suscribió un convenio de intención con el Secretario de Educación Superior de Francia para promover el programa ecuatoriano “Prometeo” y acercar instituciones científicas de ambos países.
- La tecnología móvil se ve avanzada en Ecuador, ya que actualmente se está implementado el uso del internet móvil 4g.

✓ **Factores Ambientales**

- El clima en Ecuador es variado, ya que su temperatura está dada por su altitud, ubicación, presencia de la Cordillera de los Andes e influencias marítimas.
- En la región Costa, la temperatura varía entre los 22 y 26 grados centígrados.
- En la región Sierra el clima hay climas diversos pero en la época más fresca, las temperaturas no descienden por debajo de los 200 grados centígrados.
- En el Oriente, las temperaturas fluctúan entre los 24 grados en el mes de Julio y 25 grados centígrados en el mes de Enero.

- En las Islas Galápagos, se registra una temperatura similar a la región Costa.
- Uno de los principales problemas ambientales que tiene el Ecuador es la contaminación del aire, ya que en Quito, los 410.000 carros que circulan en esta ciudad ocasionan el 70% de la contaminación del aire. (Diario El Comercio, Junio 2012)

✓ **Factores Legales**

- En cuanto a los factores legales, en el Ecuador hay dos ministerios encargados de regular el mantenimiento y preservación del medio ambiente, como son: el Ministerio del Ambiente (por parte del gobierno) y la dirección del medio ambiente (por parte de la Municipalidad de Guayaquil).
- El Ministerio del medio ambiente se encarga de garantizar un medio ambiente sano y hacer respetar los derechos del mismo.
- La Dirección del Medio Ambiente se encarga de planificar actividades para preservar el medio ambiente dentro del cantón Guayas.

1.7 OBJETIVOS ORGANIZACIONALES

- ✓ Ser la empresa líder dentro del mercado ecuatoriano en cuanto a servicios de limpieza y mantenimiento integral.
- ✓ Brindar nuestro servicio basándonos en los principios fundamentales de nuestra empresa, que son: la excelencia y calidad tanto en la ejecución de nuestras tareas empresariales como en el servicio al cliente.
- ✓ Mantener un diálogo activo con proveedores y organizaciones que se preocupen por el mantenimiento y conservación del ambiente para fomentar una cultura ecológica dentro del sector de limpieza de Guayaquil.

1.8 DISEÑO DE PUESTOS, FUNCIONES Y PERFIL DEL COLABORADOR

El talento humano de nuestra empresa es parte fundamental para el desarrollo de nuestras actividades comerciales por lo que contaremos con los siguientes puestos:

Nombre del Cargo: Administrador Gerencial

Edad: 22-45

Sexo: Femenino/Masculino.

Resumen del Cargo: El cargo de administrador cumple un rol muy importante dentro de la empresa puesto que es la persona encargada de planificar, organizar, direccionar, coordinar, desarrollar estrategias, controlar y evaluar las actividades de la empresa, los objetivos, metas propuestas, entre otros. Asimismo, Analizar y responder de forma inmediata y eficiente a las gestiones e inconvenientes financieros, administrativos, nómina, etc. Finalmente, de cumplir y hacer cumplir las normas, deberes y obligaciones.

Formación Académica: Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- ✓ Estudios profesionales en administración o carreras afines (título de tercer nivel)
- ✓ Experiencia en las actividades del puesto, mínima 2 años.
- ✓ Poseer habilidades numéricas, de lenguaje, actitud de líder, tener don de mando, iniciativa propia y capaz de tomar decisiones.

Nombre del Cargo: Auxiliar de Servicios en General

Edad: 21-35 años

Sexo: Femenino/Masculino.

Resumen del Cargo: El rol del auxiliar de servicios en general se basa en atender los requerimientos solicitados por el administrador gerencial además de atender las llamadas telefónicas, informar a los clientes sobre los distintos servicios que ofrecemos, coordinar las citas a los distintos lugares que requieran de nuestros servicios, recoger, organizar y clasificar los documentos de la empresa. Asimismo, de mantener informada al administrador gerencial de todas las novedades que transcurren en el día a día.

Formación Académica: Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- ✓ Cursando estudios profesionales en administración o carreras afines.
- ✓ Poseer habilidades numéricas, de lenguaje, actitud de líder, iniciativa propia y capaz de resolver inconvenientes de forma eficiente.

Nombre del Cargo: Supervisor

Edad: 25-45

Sexo: Femenino/Masculino.

Resumen del Cargo: El papel que representa el cargo del supervisor es de liderazgo puesto que es el responsable del cumplimiento y desempeño de los operarios de limpieza. Por ende, deberá observar, verificar, controlar y evaluar cada una de las actividades de limpieza planificadas para mantener la buena imagen de la compañía. Asimismo, es medio de apoyo, aprendizaje, motivación y soluciones inmediatas.

Es el encargado de controlar el buen uso del material, informar y solicitar en el periodo adecuado los recursos necesarios para el mantenimiento y cumplimiento de las actividades correspondientes al servicio. Finalmente, de cumplir y hacer cumplir con los reglamentos y normas establecidas por la empresa.

Formación Académica: Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- ✓ Bachiller
- ✓ Experiencia como jefe de grupo o supervisor de las actividades relacionadas con el servicio, mínima 1 año.
- ✓ Poseer actitud de líder, tener don de mando, iniciativa propia y capaz de tomar decisiones.

Nombre del Cargo: Auxiliar de limpieza

Edad: 21- 40

Sexo: Femenino/Masculino.

Resumen del Cargo: Los auxiliares de limpieza forman parte de nuestros activos, son la imagen de la calidad que ofrece nuestra empresa por ende deberá efectuar de forma correcta y eficiente las actividades correspondientes al servicio de limpieza. Asimismo, tiene la obligación de cumplir con el reglamento interno de trabajo y de seguridad ocupacional con el fin de prevenir accidentes, sanciones causadas por mal comportamiento o mal uso de los recursos de la empresa.

Formación Académica. Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- ✓ Mínimo Bachiller.

- ✓ Experiencia en actividades relacionadas con limpieza y mantenimiento, mínima 1 año.
- ✓ Poseer actitud servicial.
- ✓ Requisito no obligatoria: Formación Religiosa cristiana

Nombre del Cargo: Vendedor

Edad: 25- 45

Sexo: Femenino/Masculino.

Resumen del Cargo: El vendedor será la persona encargada de transmitir a los clientes toda información correspondiente a los servicios ofrecidos brindándoles una asesoría que pueda satisfacer sus necesidades, responder inquietudes, atender requerimientos, aceptar sugerencias, etc. Asimismo, dará conocer de las nuevas promociones, combos y descuentos que ofrece la empresa.

Informará de los nuevos clientes al auxiliar de servicios en general para que sea notificado de forma inmediata al gerente administrativo.

Formación Académica: Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- ✓ Mínimo Bachiller
- ✓ Experiencia mínima de 6 meses en atención al cliente.
- ✓ Facilidad y buen manejo de palabra.

Nombre del Cargo: Contador

Edad: 25- 45

Sexo: Femenino/Masculino.

Resumen del Cargo: El contador de la empresa será la persona encargada de llevar un registro y control de los estados financieros para organizar y establecer controles internos que permitan evaluar la situación financiera de

la empresa, cumplir con los deberes y obligaciones fiscales y las regulaciones que realiza el estado.

Formación Académica: Para este cargo se requiere los siguientes conocimientos:

- ✓ Contador de profesión con firma habilitada.
- ✓ Experiencia mínima de 3 años.

1.9 PLAN DE RECLUTAMIENTO, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN

Es el proceso mediante el cual se realiza una serie de actividades que garanticen la selección del personal idóneo para los puestos de trabajo de la empresa.

Según, Idalberto Chiavenato (1990) el reclutamiento es un conjunto de procedimientos que permiten la búsqueda y atracción de candidatos capaces de ocupar las vacantes disponibles de la organización. En conclusión, es un sistema de información de la cual se organiza, se analiza y se verifica.

- 1. Búsqueda de candidatos:** Se solicita el personal mediante un anuncio en los diarios periodísticos de la ciudad de Guayaquil. Se especifica los requerimientos más importantes. De preferencia personal con una formación religiosa cristiana, ya que éstas son personas que tienen sus valores morales más arraigados.
- 2. Verificación:** Se comprueba la información enviada por los postulantes, las referencias laborales y personales. En el caso de las personas cristianas deberán presentar referencia del pastor de la iglesia a la que pertenecen y líder espiritual para el caso de referencias personales.

3. **Entrevista:** Se recluta al personal seleccionado para efectuar la entrevista donde se analizara la actitud, las capacidades, aspiraciones y habilidades.
4. **Selección:** Se escoge al personal que cumple con la mayoría de los requerimientos y cuyo potencial se adapta al puesto vacante.
5. **Contratación:** Se formaliza la selección del personal según lo estipulado en el código laboral, es decir, que se lo ingresara al sistema de seguridad social y se efectuara el correspondiente contrato de trabajo.
6. **Inducción:** Se selecciona un colaborador idóneo para que dé a conocer la cultura empresarial, las labores del cargo a desempeñar y el equipo de trabajo.
7. **Capacitación:** Se realizara capacitaciones de forma mensual donde se pondrá a disposición las herramientas y conocimientos necesarios para innovar, mejorar y crecer la calidad del servicio.
8. **Periodo de Prueba:** El nuevo personal será puesto a prueba durante el periodo de un mes, tiempo necesario para supervisar y evaluar su desempeño. Este periodo forma parte de los noventa días que el código laboral establece como periodo de prueba.
9. **Evaluación:** Se evaluara al personal trimestralmente para así determinar su continuación al finalizar el contrato.

1.10 ORGANIGRAMA



Ilustración 5: Organigrama
Elaborado por: Las Autoras

1.11 ESTRUCTURA DEL TALENTO HUMANO Y SUS COSTOS

Tabla 4: Estructura del Talento Humano y Costos
Elaborado Por: Las autoras

DETALLE	GERENTE ADMINISTRATIVO	AUXILIAR DE SERVICIOS VARIOS	VENDEDOR	SUPERVISOR	AUXILIAR DE LIMPIEZA
SUELDO	\$ 700,00	\$ 380,00	\$ 350,00	\$ 380,00	\$ 344,59
DECIMO TERCERO	\$ 58,33	\$ 31,67	\$ 29,17	\$ 31,67	\$ 28,72
DECIMO CUARTO	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 28,33
VACACIONES	\$ 29,17	\$ 15,83	\$ 14,58	\$ 15,83	\$ 14,36
FONDO DE RESERVA	\$ 58,33	\$ 31,67	\$ 29,17	\$ 31,67	\$ 28,72
APORTES PATRONALES 11,15%	\$ 78,05	\$ 42,37	\$ 39,03	\$ 42,37	\$ 38,42
SECAP-IECE	\$ 0,58	\$ 0,32	\$ 0,29	\$ 0,32	\$ 0,29
COSTO SALARIAL INDIVIDUAL	\$ 952,80	\$ 530,19	\$ 490,57	\$ 530,19	\$ 483,42

Los auxiliares de limpieza recibirán el salario básico estipulado en el código laboral según la actividad sectorial a la que pertenecen, siendo este de \$ 344,59. Los beneficios que recibirán serán de la permanencia en su cargo, renovación del contrato y pago justo de utilidades. Caracterizándonos de esta manera por ser una empresa confiable, responsable y justa con nuestro personal.

CAPITULO II

PLAN DE MARKETING

2.1 MODELO DE NEGOCIOS COMERCIAL A SEGUIR

Nuestro modelo de negocios está basado en una serie de estrategias que tienen como objetivo alcanzar la fidelización de los clientes de nuestro mercado objetivo. También, en esta sección describiremos las ventajas competitivas que tenemos como empresa.

✓ PRECIO

Al ser una empresa nueva en el mercado, ofreceremos nuestro servicio basándonos en precios competitivos, para poder ganar la atención de los clientes y atraerlos prometiendo precios más bajos que los de la competencia.

✓ PRODUCTOS BIO-DEGRADABLES

Una de nuestras ventajas competitivas más relevantes, ya que no muchas empresas en la ciudad de Guayaquil cumplen con la normativa del buen vivir, que es “un modelo de vida o de desarrollo más justo, sostenible y sustentable, más ecológico” y nosotros ofrecemos un servicio de limpieza basado en productos bio-degradables que no contienen químicos dañinos para la salud de las personas ni para el ambiente.

✓ PERSONAL

Nuestros colaboradores serán personas de bajos recursos de sectores populares de la ciudad de Guayaquil con una formación religiosa cristiana, ya que éstas son personas que tienen sus valores morales más arraigados, siendo esto esencial al momento de laborar en la empresa, ya que por tratarse de un empleo en donde se corre el riesgo de pérdida

de objetos al momento de realizar la limpieza, necesitamos personas honestas y en quienes podamos confiar.

✓ **MERCADEO DIRECTO**

Nuestra estrategia de fidelizar al cliente será mediante mercadeo directo, visitando a los hoteles, restaurantes y empresas de servicios de catering uno a uno brindando capacitaciones gratuitas al personal en cuanto al cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), por ejemplo: la indumentaria que debe ser utilizada al momento de encontrarse trabajando en la cocina. De esta manera, nos diferenciamos de la competencia, la cual sólo ofrece servicios de limpieza, más no capacitaciones que ayuden a las empresas a cumplir con las leyes vigentes en nuestro país.

2.2 ANALISIS DE LA COMPETENCIA

2.2.1. Competidores Directos

En la actualidad en el Ecuador no se ha creado una empresa que brinde un servicio de limpieza especializado para el sector HORECA. Por ende no existen competidores directos. Sin embargo, analizamos como competencia las empresas más grandes y capaces de captar dicho mercado.

2.2.2. Competidores Indirectos

Son aquellas empresas o personas naturales cuya actividad comercial es servicios complementarios de limpieza. Asimismo, cuentan con los requisitos legales, es decir, con la documentación

necesaria que permite verificar que las empresas estén al día con las obligaciones estatales, patronales y sociales.

Según datos expuestos en la página de compras públicas, actualmente existen 527 (quinientos veinte y siete) proveedores del servicio de limpieza y mantenimiento. Mientras que la ciudad de Guayaquil cuenta con noventa y siete proveedores.

Entre los cuales se destacan:

Tabla 5: Competidores Indirectos

Elaborado por: Las autoras

EMPRESA	ACTIVIDADES	CONTACTO
<p>CLEANSTAR S.A</p>	<p>Servicio de limpieza en:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pisos de diferentes materiales (granito, mármol, baldosa, porcelanato, cerámica, adoquín, etc.) -Exteriores e interiores incluyendo techos y paredes de gran altura. -Alfombras -Vidrios-vitrales -Ventanas - Ventanales -Bodegas -Servicio de cafetería. 	<p>Km 11.5 Vía Daule Teléfono: 04-2103001</p>
<p>CODEANSA S.A.</p>	<p>-Limpieza y Mantenimiento de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edificios e inmuebles en general Bodegas y galpones -Reparaciones de cubiertas y estructuras -Oficinas y residencias -Capacitación y consultoría de personal involucrado con el departamento de mantenimiento 	<p>codeansa@gmail.com</p>

	-Mantenimiento de equipos en general. -Venta de Insumos de limpieza.	
MAXCLEAN S.A.	Limpieza y mantenimientos a empresas, oficinas, gyms, negocios y hogares.	Teléfono: (593) (4) 6046289
ZUMARE S.A.	servicio en limpieza profesional en: Limpieza Interior Exterior Limpieza de Fachadas Recolección de Residuos Horno Incinerador Mantenimiento de áreas verdes Manejo de Plagas Maquinaria y equipos	Teléfono: 04-263 1441/263 1442 Mail: info@umare.com.ec

2.2.3. Competidores potenciales

Nuestros competidores potenciales son aquellos cuya trayectoria, capacidad y posicionamiento en el mercado les permitiría llegar a satisfacer las necesidades que requiere el sector HORECA.

Tabla 6: Competidores Potenciales

Elaborado por: Las autoras

EMPRESAS	ACTIVIDADES	CONTACTO
<p>RUBA S.A Limpieza y Mantenimiento</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantenimiento y Limpieza global o integral por contrato comprende todas las actividades de limpieza que requieran sus instalaciones. 2. Limpieza y Mantenimiento de Pisos 3. Limpieza de Alfombras 4. Limpieza de Vidrios 5.- Servicio Parcial Integral (de cualquier local por una sola vez) 6. Servicio de Pintura 7. Servicio de Jardinería 8. Trabajos de construcción (Albañil, gasfitero o electricista) 	<p>Guayaquil: Av. Fco. de Orellana Cda. Las Garzas Mz. 11 V.12 Telf.: (593) 42397375</p>
<p>INTELCA Por un planeta limpio y verde</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Limpieza profunda y técnica. (Interna y Externa) 2. Mensajería. 3. Fumigación y desratización. 4. Desbroce de maleza. 5. Mantenimientos como: pintura, electricidad, gasfitería, etc. 6. Vitrificado de pisos. 7. Mantenimiento, limpieza y desinfección de sistemas de climatización (aires acondicionados). 8. Limpieza de cisternas. 	<p>Cda. Simón Bolívar Mz. 2 Villa 67. Telf: 042924372</p>
<p>PLUS Mantenimiento</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. limpieza Plus 2. Jardinería 3. Electricidad 4. Albañilería 5. Pintura 6. Limpieza Express 	<p>Av. Juan Tanca Marengo Km. 2.5 Junto a Kia. PBX: (5934) 2382227</p>

2.3 INVESTIGACION DE MERCADO

2.3.1. Mercado Potencial

De acuerdo con la investigación realizada a la demanda, nuestro servicio estará enfocado a grandes industrias de alimentos cuya obligación es cumplir con las normas de higiene descritas en el reglamento de las buenas prácticas de manufactura. Este tipo de servicio requiere de mayor atención y la implementación de nuevos procesos y técnicas de limpieza que cumplan rigurosamente con las exigencias del estado.

2.3.2. Mercado Objetivo

Nuestro servicio de Eco-Limpieza y mantenimiento integral está enfocado a satisfacer las necesidades del Sector HORECA (Hoteles, Restaurantes, Catering) de Guayaquil mediante las ventajas competitivas diferenciadoras sostenibles que protegen y promueven el cuidado de la salud del ser humano y del medio ambiente gracias al uso de químicos de limpieza biodegradables.

Asimismo, mediante prácticas inclusivas para generar empleo optimizar virtudes y fortalezas de congregaciones religiosas de un sector de bajos recursos de Guayaquil.

2.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION DE MERCADO

- ✓ Identificar el tipo de empresas que utilizan servicios de limpieza con mayor frecuencia.
- ✓ Determinar con qué frecuencia requieren este tipo de servicios.

- ✓ Identificar las necesidades insatisfechas de los clientes potenciales en relación a la competencia.
- ✓ Conocer qué tipo de servicios de limpieza son los más requeridos por las empresas del sector HORECA.
- ✓ Establecer si las empresas están dispuestas a aceptar el uso de químicos eco amigable en la limpieza.
- ✓ Identificar el presupuesto que las empresas destinarán para contar con un servicio de limpieza que ecológico.
- ✓ Conocer si las empresas prefieren contratar a una compañía especializada en servicios de limpieza o contar con personal fijo que se encargue del mismo.
- ✓ Identificar la calidad de servicio actual con que cuentan las empresas

2.5 **ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER**

El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter es una herramienta utilizada para entender el grado de rentabilidad y el nivel de competencia que existe en una industria de una manera general. (Interpretando a Porter, L. Restrepo, 2004)

Esta herramienta de marketing estratégico es muy útil si queremos estudiar y obtener resultados del mercado cuando vamos a emprender un proyecto empresarial y guiarnos para construir una buena estrategia, pero también para negocios ya establecidos, ya que es aconsejable realizarlo periódicamente para poder tomar decisiones acertadas. (Martínez, 2012)

2.5.1. Poder de Negociación de los Proveedores.

Tabla 7: Poder de Negociación de los proveedores

Elaborado por: Las autoras

Capacidad Negociadora de Proveedores	
Número de Proveedores Importantes	El sector cuenta con un número importante de proveedores, lo cual hace que el sector sea atractivo. Por esta razón no se podrá aumentar mucho los precios.
Tendencia del Comprador a Sustituir	Existen varias empresas y otras alternativas por las cuales el cliente puede optar, pero es por esta razón que se busca innovar y ofrecer un servicio con un valor agregado.
Evolución de los precios relativos de sustitución	Refiriéndose a los precios de la competencia, estos tienen a variar según la calidad del servicio y el tipo de limpieza en cuestión.
Costos del cambio del comprador	El costo del cambio del comprador como todo lo relacionado a la industria del servicio de limpieza es alto, debido a que representa una fuerte suma de dinero.
Percepción del nivel de diferenciación del producto	Nuestro servicio tiene un alto nivel de diferenciación en relación a los otros, ya que contamos con algunas ventajas competitivas como es el caso de la implementación de los productos biodegradables.
Número de productos sustitutos disponibles en el mercado	El número de productos sustitutos en el mercado es amplio debido a que existen varias empresas de limpieza integral que pueden ofrecer este tipo de servicio. Por lo que la empresa se ve obligada

	a dar calidad de servicio e innovación.
Facilidad de sustitución	En este tipo de mercado si se encuentra una fácil sustitución debido a que existen empresas que ofrecen los mismos o servicios parecidos. La diferencia de nuestra empresa será su innovación, capacidad de adaptación y calidad de servicios.
Producto de calidad inferior	La calidad inferior en este caso no es una opción, debido a que la empresa busca diferenciarse justamente por eso.

2.5.2. Poder de Negociación de los Clientes.

Tabla 8: Poder de Negociación de los clientes

Elaborado por: Las autoras

Capacidad Negociadora de Proveedores	
Número de Proveedores Importantes	El sector cuenta con un número importante de proveedores, lo cual hace que el sector sea atractivo. Por esta razón no se podrá aumentar mucho los precios.
Tendencia del Comprador a Sustituir	Existen varias empresas y otras alternativas por las cuales el cliente puede optar, pero es por esta razón que se busca innovar y ofrecer un servicio con un valor agregado.
Evolución de los precios relativos de sustitución	Refiriéndose a los precios de la competencia, estos tienen a variar según la calidad del servicio y el tipo de limpieza en cuestión.
Costos del cambio del comprador	El costo del cambio del comprador como todo lo relacionado a la industria del servicio de

	limpieza es alto, debido a que representa una fuerte suma de dinero.
Percepción del nivel de diferenciación del producto	Nuestro servicio tiene un alto nivel de diferenciación en relación a los otros, ya que contamos con algunas ventajas competitivas como es el caso de la implementación de los productos biodegradables.
Número de productos sustitutos disponibles en el mercado	El número de productos sustitutos en el mercado es amplio debido a que existen varias empresas de limpieza integral que pueden ofrecer este tipo de servicio. Por lo que la empresa se ve obligada a dar calidad de servicio e innovación.
Facilidad de sustitución	En este tipo de mercado si se encuentra una fácil sustitución debido a que existen empresas que ofrecen los mismos o servicios parecidos. La diferencia de nuestra empresa será su innovación, capacidad de adaptación y calidad de servicios.
Producto de calidad inferior	La calidad inferior en este caso no es una opción, debido a que la empresa busca diferenciarse justamente por eso.

2.5.3. Amenaza de Productos Sustitutivos

Tabla 9: Amenaza de productos Sustitutivos

Elaborado por: Las autoras

Acción de Los Sustitutos	
Propensión del Comprador a Sustituir	La propensión de los clientes a sustituir podría ser muy alta, debido a la elevada existencia de otras empresas sustitutas que ofrecen servicios parecidos.
Precio Relativo	El precio es muy importante debido a que existen diversas ofertas, y un precio excesivo puede causar que los clientes se vean alejados.
Relación Precio / Calidad	El precio es medianamente elevado por lo que se espera una excelente calidad de servicio que es lo prometido. La empresa se esforzará por cumplir las expectativas del cliente.
Disponibilidad de Sustitos cercanos	En un mercado como este, existen diversos sustitutos pero se confía en la capacidad de la empresa, por lo que no se consideran realmente una amenaza. Es por esto que se lo coloca en un término medio.
Costo de cambio por el cliente o distribuidor	El costo de cambio por cliente o distribuidor es relativamente alto, debido a que cada cliente representa una ganancia o una pérdida significativa para la empresa.
Nivel de diferenciación del Producto	Los sustitutos pueden intentar bajar el precio o restringir la entrada de la empresa, pero como solución la empresa conocerá sus costos para poder variar y hacer frente ante estos obstáculos.
Reacción Esperada	Se espera que los precios de este servicio

	ofrecido por los competidores bajen o que intenten aumentar su calidad y su publicidad. Para esto la empresa tendrá planes de contingencia.
Tasa de Crecimiento del Sector Industrial	La tasa de crecimiento de este sector en particular es relativamente lenta y constante.
Recursos de las firmas	Se cuenta con el apoyo suficiente para desenvolverse en el sector. El sector es atractivo debido a los márgenes de ganancia.

2.5.4. Amenazas de Nuevos Entrantes

Tabla 10: Amenazas de nuevos entrantes

Elaborado por: Las autoras

Amenaza de Nuevos Competidores	
Barreras de Entrada	
Economía de Escala	El sector de servicios refiriéndose a "limpieza" para Ecuador cuenta con la capacidad de proveer servicios a las distintas ciudades del país utilizando tecnología, por lo que no aplica Economías de Escala, además que este tipo de servicio es especializado por cliente, no uno solo.
Diferenciación del Servicio	En el caso de la industria de servicios, la oferta es muy similar, por lo que, resulta que es muy importante una estrategia que permita diferenciar sus servicios de otras empresas.
Identificación de marcas	En el mercado existen algunas empresas que ofrecen este servicio, por lo que, empezar con un servicio de alta calidad, una buena estrategia de marketing e infraestructura puede posicionar a la empresa.

Costo Cambio Proveedor	No aplica porque no se necesita de proveedor de materias primas. En este caso, sería de personas que ofrezcan el servicio.
Acceso a Canales de Distribución	En este caso, ya que la empresa solo ofrece servicios de limpieza integral no necesita de una cadena de canales de distribución demasiado amplia.
Acceso a Materias Primas	No aplica para el tipo de empresa de servicios, pero se pueden utilizar proveedores que permitan el acceso a los insumos y materiales de limpieza.
Requisitos de Capital	El requisito de capital es amplio ya que se necesita de maquinaria e insumos que permitan realizar los trabajos con mayor facilidad, además de necesitar instalaciones propias y publicidad.
Curva de Experiencia	Es necesaria, debido a que la empresa es nueva y no cuenta con el conocimiento necesario. Se aplicarán estrategias de Know-How
Expectativas de Mercado	Se espera que el mercado tenga una buena aceptación por la calidad de servicio que se espera ser capaz de ofrecer a buenos precios.
Mejoras de Tecnologías	Con nuevas maquinarias se facilitará y agilizará el trabajo a realizar.
Políticas Gubernamentales	La política fomenta el turismo que es una variable directamente relacionada con nuestro negocio, a pesar de que este año está tratando de ser implementado con fuerza con distintas campañas que ayuden a fomentarlo.

2.5.5. Grado de Rivalidad.

Tabla 11: Grado de Rivalidad

Elaborado por: Las autoras

Intensidad de la Rivalidad	
Número de Competidores con recursos y capacidades similares	Existen una variedad de empresas que ofrecen servicios similares, por lo que es necesario, mejorar e innovar el servicio, pero es atractivo debido a que se ayudará al fomento de la exportación para los emprendedores.
Amenaza de la industria a integrarse hacia atrás	No aplica, porque no tiene un proceso de producción.
Amenaza de proveedores de integrarse hacia delante	Si aplica, ya que se puede comercializar no solo la limpieza, sino también mantenimiento de los hoteles, restaurantes y empresas de catering. Aunque es poco probable que ocurra.
Importancia de la industria p/rentabilidad del proveedores	No aplica debido a que no existen proveedores de materias primas.
Amenaza del sustituto de productos de proveedores	Existen varias empresas que pueden ofrecer el mismo servicio pero se planea hacer la diferencia mediante la calidad y la disponibilidad.
Concentración	En la ciudad de Guayaquil y de Quito debido a que son las ciudades más grandes e importantes del país, lo que las hace uno de los destinos turísticos más elegidos.
Crecimiento o caída del sector servicios	Según estudios de mercado, las empresas que podrían necesitar de este servicio son cada vez

	más considerando que un proyecto del gobierno es el fomento del turismo.
Costos fijos	Los costos fijos son varios, pero debido a que el mantenerlos en un país con nuestra situación económica es mucho, la empresa ha logrado que los costos sean en gran proporción variables.
Diferenciación	En el sector de servicios es la indiferencia lo que causa la competencia agresiva, por lo que la empresa busca sobresalir cumpliendo con su calidad prometida y mayor disponibilidad; también espera innovar.

2.6 **MARKETING MIX 4'S APLICADO A SERVICIOS.**

2.6.1. **Consumidor**

Nuestro servicio de limpieza eco-amigable va dirigido a los hoteles, restaurante y empresas de catering con el propósito de satisfacer las necesidades de Higiene de acuerdo al reglamento de las buenas prácticas de manufactura con el plus de ofrecer un ambiente limpio y saludable gracias a nuestros implementos de limpieza biodegradables.

La introducción de nuestro nuevo servicio busca mejorar la calidad y el nivel de los establecimientos de nuestros clientes adaptándonos a las exigencias legales explicadas ampliamente en el marco legal de nuestro proyecto.

Ofrecemos servicios de limpieza y mantenimiento especializado en:

❖ **Hoteles:**

- Habitaciones
- Baños
- Lavandería
- oficinas
- Áreas comunes:
 - Vestíbulos
 - Salones
 - Gimnasios
 - Pasillos
 - Salas de otro tipo.

❖ **Restaurantes**

- Oficinas
- Baños
- Cocina
- Área común.

❖ **Empresas de Catering**

- Baños
- Área común

SERVICIO

Planificamos los servicios de acuerdo a las necesidades de cada cliente, elaborando los procesos de trabajo en la forma más adecuada y eficaz, economizando costos y aumentando eficacia en la ejecución del servicio. Ponemos a disposición de ustedes las siguientes tipologías de servicios:

SHINING SERVICE HOTEL

Para la organización del servicio, nosotros disponemos de un equipo de expertos en limpieza y mantenimiento cuyo propósito es optimizar las condiciones del lugar. Este equipo programa las tareas a realizar por el personal de base en función de un análisis de las necesidades de cada instalación con el fin de efectuar el servicio con mayor calidad y economía.

Las actividades a realizarse en esta categoría son las siguientes:

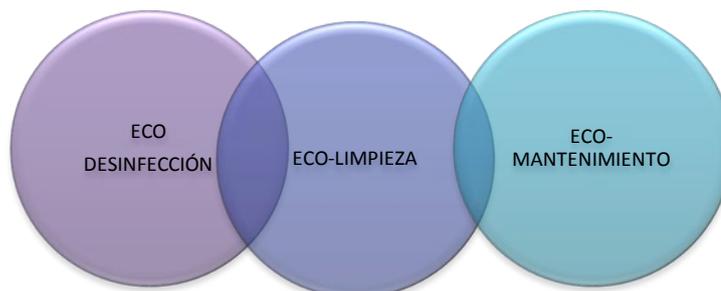


Ilustración 6: Shinning Service Hotel

Elaborado por: Las autoras

ECO-DESINFECCIÓN: Es un proceso mediante el cual el equipo de trabajo se encarga de recoger la basura, realizar los cambios respectivos de las sábanas, toallas, fundas de almohada,

etc. de cada habitación que haya sido desocupada. Asimismo, de destruir los microorganismos y agentes patógenos mediante la utilización de productos químicos biodegradables que protegen la salud de los huéspedes.

ECO-LIMPIEZA: Es el proceso en el cual se utilizan los implementos necesarios como ambientales, cera, líquido para madera, entre otros con el fin de obtener cada área del hotel impecable. Luego se procede con la utilización de las maquinarias de limpieza como abrillantadora, aspiradora e hidrolavadora con el objetivo de mejorar la apariencia del lugar.

ECO-MANTENIMIENTO: Es la fase final donde se revisa que todos los espacios hayan recibido la desinfección y limpieza adecuada con el objetivo de culminar la jornada de mantenimiento con la colocación de las cosas en el lugar que corresponden y finalmente se rocía ambiental en spray en todas las áreas del hotel.

SHINING SERVICE RESTAURANT

Para la organización del servicio, nosotros disponemos de un equipo de expertos en limpieza y mantenimiento acorde al reglamento de Buenas Prácticas de Manufactura, en donde se programa las tareas a realizar por el personal en función de un análisis de las necesidades legislativas y del cliente. Logrando así un establecimiento óptimo para la preparación y comercialización de alimentos asignados al consumo humano.

Dentro de las actividades propuestas son:



Ilustración 7: Actividades de Shining Service Restaurant

Elaborado por: Las Autoras

ECO-DESINFECCION: Es un proceso mediante el cual el equipo de trabajo se encarga de desinfectar y eliminar los microorganismos indeseables mediante el uso de químicos biodegradables respaldados por los certificados que nos otorgan nuestros proveedores. Asimismo, se procede con la eliminación de basura utilizando los tachos con tapa y con la debida identificación para los desechos tóxicos.

ECO-LIMPIEZA: Una vez realizada la desinfección correspondiente de todas las áreas del restaurante, se procede con la utilización de la maquinaria de limpieza como la aspiradora

y abrillantadora con el fin de obtener resultados de primera calidad y libres de suciedad.

ECO-MANTENIMIENTO: Es la fase final donde se revisa que todos los espacios hayan recibido la desinfección y limpieza adecuada con el objetivo de culminar la jornada de mantenimiento con la colocación de las cosas en el lugar que corresponden, cambio de mantelería y finalmente se rocía ambiental en spray en todas las áreas del restaurante.



Eco-Limpieza

Ilustración 8: Eco-Limpieza

Elaborado por: Las Autoras

SHINING SERVICE CATERING

ECO-LIMPIEZA: Es el proceso en el cual se utilizan los implementos necesarios como ambientales, cera, líquido para madera, entre otros con el fin de obtener cada área (baños y áreas comunes del establecimiento del evento) impecable. Luego se procede con la utilización de las maquinarias de limpieza como

abrillantadora y aspiradora con el objetivo de mejorar la apariencia del lugar.

SHINING AIR DUCT

Es el servicio de limpieza y desinfección de ductos de aire mediante un método avanzado que involucra la utilización de una maquinaria especial que posee un sistema de aspiración de alta potencia más una cámara que permite el monitoreo de la limpieza. Este servicio permite al cliente tener la seguridad de respirar un aire fresco y libre de contaminantes en su establecimiento permitiendo así la reducción de las enfermedades del sistema respiratorio.



Ilustración 9: Shining Air Duct

Elaborado por: Las Autoras

SHINE-EDUCATION:

Es una capacitación opcional y gratuita sobre las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) donde se explicaran las normas y procesos para cumplimientos de esta normativa de carácter obligatorio. Va dirigido a

personas de gerencias, jefaturas de calidad, chefs, supervisores y personal relacionado a la industria de alimentos, restaurantes, Hoteles y Catering. Estas personas serán las encargadas de transmitir los conocimientos a sus compañeros.

El objetivo de la capacitación es asegurar que el personal del restaurante se instruya y se adapte a las actividades correspondientes a las buenas prácticas de manufactura mediante la explicación de las normas de higiene, las precauciones, los procedimientos, etc.

NOTA: Todos nuestros servicios incluyen personal, químicos y utensilios de limpieza, maquinaria y supervisión.

2.6.2. Costo

El Costo de nuestro servicio incluye los beneficios de contar con un personal calificado y profesional, al cual capacitamos constantemente. Con los productos necesarios y adecuados siguiendo las normas respectivas, así como también con la mejor maquinaria con tecnología de punta para recuperar y mantener acabados de primera según la vida útil del material eliminando bacterias, hongos, manchas, malos olores, etc.

2.6.3. Conveniencia

Nuestros clientes tendrán la opción de visitar nuestra página web y encontrar toda la información acerca de cada uno de nuestros servicios. Asimismo, podrán programar la limpieza, escoger los aromas de su preferencia, desde cualquier parte y a cualquier hora del día.

Una vez contratado el servicio, el cliente tiene la alternativa de solicitar un “Google Sites”, es decir una página web que permite compartir información únicamente con el cliente acerca del inicio, desarrollo, avance y resultados del servicio contratado. Por otro lado, se ofrece la oportunidad de que los usuarios interesados se acerquen a las oficinas o realicen llamadas telefónicas para pedir una asesoría personalizada y sin costo.



Ilustración 10: Creación de un Sitio Web

Fuente: Google

2.6.4. Comunicación

Son las estrategias que como empresa nos enfocaremos para dar a conocer nuestro servicio. Una de ellas son las herramientas de Tecnología de Información y Comunicación (TIC) cuyo objetivo es mostrar por medio de:

Correo electrónico: Se enviara constantemente información sencilla y concreta de las novedades y promociones que ofrece nuestro negocio.

Página web con dominio propio: Expondrá la información del negocio, la ubicación, servicios, contactos, galería de fotografías, noticias relacionadas con el servicio de limpieza y el uso de sus utensilios, videos donde compartiremos la experiencia de compra de nuestros clientes, etc.

Redes sociales: Se compartirá una breve introducción de nuestro negocio, las ventajas y sus beneficios. Asimismo, se creara una campaña verde donde se concientizará a los usuarios de la importancia de ayudar al medio ambiente para recibir salud gracias a la Eco-Limpieza.

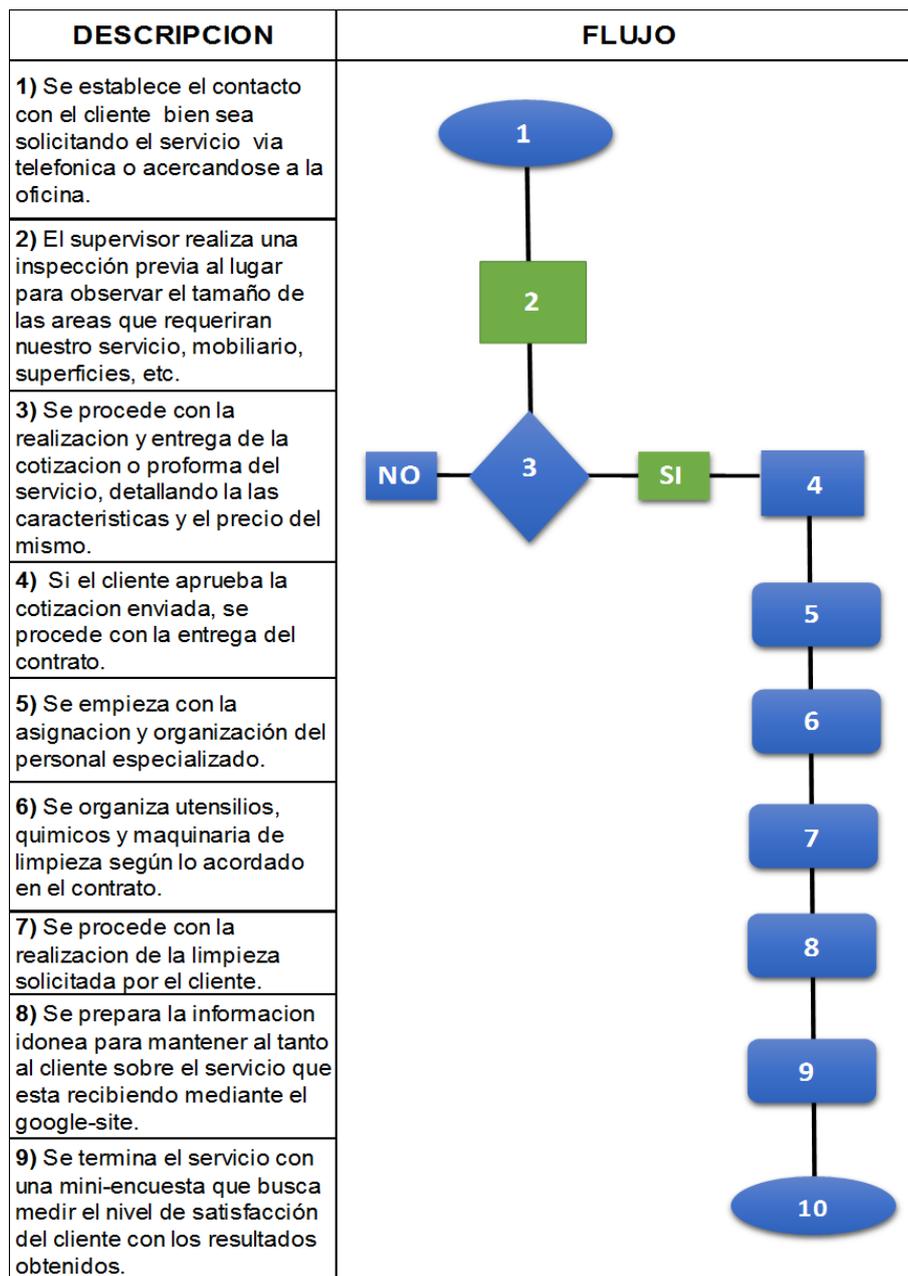


Ilustración 11: Redes sociales mas utilizadas

Elaborado por: Julio Andres Coveña

2.7 FLUJO DE OPERACIONES GENERAL

Ilustración 12: Flujo de Operaciones General
Elaborado por: Las Autoras



2.8 MARKETING MIX INNOVADO

2.8.1. Publicidad

Dentro de la estrategia de promoción, se encuentra la publicidad que vamos a utilizar para atraer a nuestros potenciales clientes, la misma será efectuada de la siguiente manera:

Tabla 12: Publicidad

Elaborado por: Las autoras

Nº	ACTIVIDAD	ESTRATEGIA	OBJETIVO
1	Publicar y promocionar todo lo referente a nuestros servicios en diarios como el "El Universo" y revistas dedicadas al turismo y gastronomía.	Informar a nuestros clientes potenciales de los servicios ofrecidos por nuestra empresa al sector HORECA de Guayaquil.	Crear una imagen sólida y asegurar nuestro posicionamiento en el mercado Guayaquileño.
2	Darnos a conocer públicamente lo cual aprovecharemos en las expo ferias que se realizan en el Centro de Convenciones de nuestra ciudad.	Darnos a conocer en el mercado de Guayaquil, informar a nuestros posibles clientes nuestros servicios	Incitar a los clientes potenciales a adquirir el servicio
3	Diseñar una página web	Contratar a una persona para que visite a hoteles, restaurantes y empresas de	La persona quien nos representará dará a conocer a nuestros potenciales clientes

		catering de la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a un cronograma de visitas	de nuestra página web y ventajas de nuestros servicios.
4	Hacer publicidad en todos los medios de comunicación, incluyendo auspicios por un periodo de tiempo de 3 meses.	Contratos con importantes medios de comunicación de carácter masivo.	Hacer que el mercado se interese en nosotros, queriendo conocernos más.

2.8.2. Poder de Marca

Al ser una nueva empresa de servicios de limpieza especializada, nuestro objetivo es lograr que nuestra marca se posicione en la mente de nuestros clientes.



RISE & SHINE

ECOLIMPIEZA INTEGRAL AL CUIDADO DE TU SALUD.

Ilustración 13: Logotipo de la Empresa

Elaborado por: Las Autoras

Nuestra Marca contiene el nombre de la empresa con su respectivo slogan. Su significado es el siguiente:

El Pentágono: Simboliza los principios en los que se basa nuestra compañía: las 5s (por su primera letra en japonés), que son etapas a cumplir para lograr una mayor productividad y entorno laboral.

El colibrí: Este pequeño animal simboliza a la naturaleza y el medio ambiente, haciendo énfasis que somos una empresa que utilizamos productos biodegradables y eco amigables.

Color verde: El verde simboliza la ecología y nuestra preocupación por ser una empresa socialmente responsable.

2.8.3. Posicionamiento/Segmentación de Mercado Servicios Esenciales:

De acuerdo con el libro American Marketing Association (2006), la segmentación de mercados es el proceso de subdividir un mercado en diferentes subconjuntos de consumidores que se comportan de la misma manera o tienen necesidades similares.

El segmento de nuestro mercado estará basado según el tamaño del mismo, es decir que nos enfocaremos en los hoteles de tres a cinco estrellas, en las grandes cadenas de restaurantes y en las grandes empresas de catering debido a que generan mayor ventas anuales y son las más reconocidas a nivel de Guayaquil.

2.9 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

2.9.1. Diseño de la Entrevista

Fecha: _____

Nombre: _____

Cargo: _____

Razón Social: _____

ENTREVISTA

1. ¿Por qué es importante la limpieza para su empresa?

2. ¿Prefiere la contratación de personal fijo o contratación de una compañía dedicada a brindar los servicios de limpieza? y ¿Por qué?

3. ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir el servicio de limpieza seleccionado?

4. ¿Qué opinan de la utilización de productos eco-amigables en los servicios de limpieza?

5. Los químicos de limpieza biodegradables permiten no solo un lugar limpio, sino también un lugar saludable. ¿Qué opina al respecto?

6. ¿Qué haría usted si supiera que el fuerte olor a limpio que percibe por los químicos de limpieza comunes es el resultado de la dispersión de la alta cantidad de tóxicos que contienen y que están siendo inhalados por sus clientes?
-
-

2.9.2. Diseño de Focus Group

1. ¿Conoce usted sobre alguna empresa que ofrece Servicio de Limpieza?
2. ¿Usted considera que la mujer realiza una mejor limpieza que el hombre?
3. ¿Dónde cree que existe mayor presencia de patógenos (Bacterias)?
4. ¿Sabía usted que los químicos comunes de limpieza causan acumulación de bacterias, alergias, problemas respiratorios e incluso cáncer debido a los tóxicos que contienen los mismos?
5. ¿Se atrevería a contratar un servicio de limpieza que utilice productos biodegradables que cuiden su salud y el medio ambiente?
6. ¿Estaría dispuesto a pagar 10% más del valor normal por una limpieza saludable?

2.9.3. Resultados.

Después de haber realizado la entrevista y el focus group hemos llegado a la siguiente conclusión, que las personas son conscientes del daño y los perjuicios que los productos químicos que

se utilizan en la limpieza tienen en la salud de las personas que los perciben, como en el caso de los desinfectantes, cuyo olor es demasiado fuerte que muchas veces causa mareos o dolores de cabeza a las personas que lo inhalan.

Sin embargo, el daño no es causado solamente a la salud de las personas, sino también al medio ambiente, algo que es asunto de interés para este tipo de empresas, ya que muchas de ellas están interesadas en vender una imagen ecológica a sus clientes y sólo pueden hacerlo al implementar el uso de los productos de limpieza ecológicos.

Además, muchos de estos productos ecológicos, no han sido implementados por falta de confianza en los mismos, ya que se sospecha que podrían no tener la misma eficacia que los químicos tradicionales de limpieza, y por desconocimiento de algunos de los entrevistados, además de los costos, que pueden ser un poco más altos comparados al de los productos químicos tradicionales de limpieza.

CAPITULO III

INGENIERIA DEL PROYECTO

3.1. LOCALIZACIÓN

Al momento de ubicar la empresa en un lugar exacto, hay varios factores que debemos tomar en cuenta para analizarlos posteriormente midiendo sus ventajas y desventajas. Con esto, podremos descartar posibles lugares de ubicación y así quedarnos solamente con las opciones que son factibles y nos traerán beneficios para nuestra empresa.

En este caso, nos hemos quedado solamente con dos opciones de localización:

- ✓ Norte de la ciudad
- ✓ Centro de la ciudad

Hemos descartado el sur de la ciudad, ya que consideramos que es un lugar con poca actividad comercial, además de quedar relativamente lejos de nuestro mercado objetivo (hoteles, restaurantes y catering).

Para escoger entre estas dos opciones, hemos considerado varios factores como:

COSTO DE ARRENDAMIENTO: El costo de arrendar un local en donde tendremos nuestra oficina principal para de ofrecer información de nuestros servicios.

CERCANÍA DE LOS CLIENTES: Que la empresa esté cerca de los futuros clientes es muy importante al momento de escoger una ubicación. El sector que se acerca a esta descripción, es Urdesa Central ya que aquí nos encontramos relativamente cerca de nuestros proveedores y clientes.

VÍAS DE ACCESO: El norte de la ciudad de Guayaquil es un lugar en donde al tener la mayor actividad comercial (restaurantes, patios de comida, oficinas), existen ciertas dificultades al momento de acceder a las calles, debido al intenso tráfico. Pero, debemos tomar en cuenta que podemos acceder a este sector por distintos caminos. Además, el tráfico normalmente se lo experimenta en horarios pico.

TRANSPORTE: La mayoría de los transportes que existen en la ciudad de Guayaquil (buses, metrovía, alimentadores y taxis) incluyen en su recorrido al norte y específicamente la calle Víctor Emilio Estrada.

SERVICIOS BÁSICOS: El sector del norte de la ciudad cuenta con todos los servicios básicos que se necesitan para funcionar una empresa como son: agua, luz, teléfono, internet, etc.

SEGURIDAD: Es quizás el factor más relevante al momento de escoger un lugar de ubicación. En este caso, en la ciudad de Guayaquil actualmente todos los sectores están expuestos a la delincuencia, es por esto que nosotros como empresa contaremos con la mayor seguridad posible para nuestros clientes y nosotros mismos, teniendo a nuestra disposición servicios de: alarma y cámaras de control y monitoreo.

3.1.1. Plano de localización

Basándonos en los diferentes factores de localización, hemos decidido que nuestra empresa estará ubicada de la siguiente manera:

Macro localización: Norte de la ciudad de Guayaquil.

Micro localización: Urdesa Central, calle Guayacanes No. 609 y la 5ta.

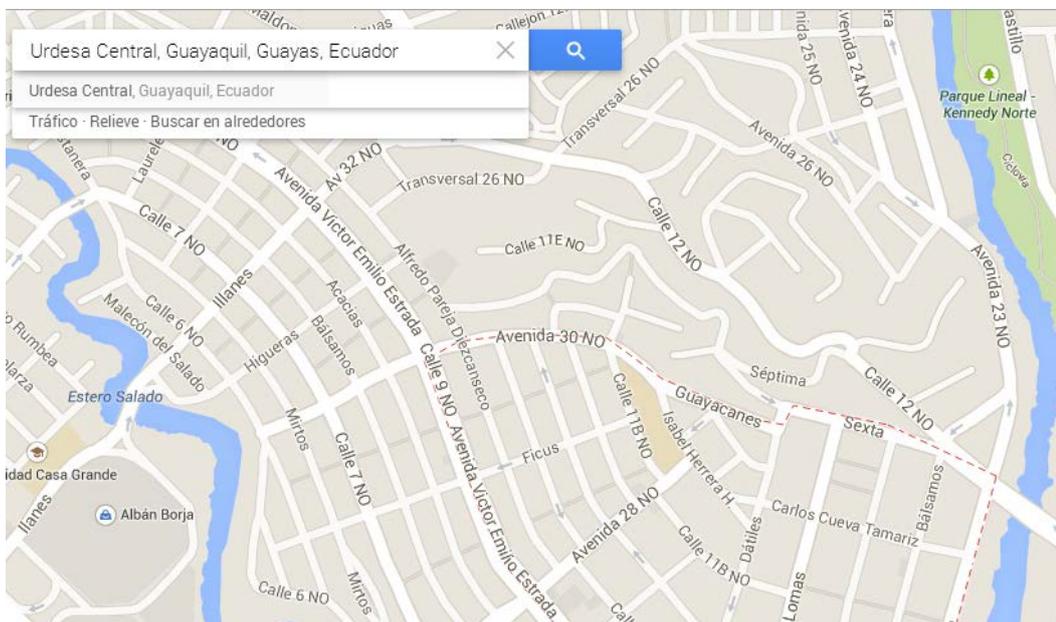


Ilustración 14: Croquis

Elaborado por: Las Autoras

3.2. INFRAESTRUCTURA

Ilustración 15 Plano de la oficina



Ilustración 16: Plano de la Oficina

Elaborado por Mariana Vera

3.3. TECNOLOGÍA Y EQUIPO

Son las maquinarias necesarias para poder efectuar el servicio de limpieza. Mismas que se mencionan a continuación:

- ✓ Abrillantadora KF175
- ✓ Aspiradora Industrial Topper 33
- ✓ Hidrolavadora Katcher K5
- ✓ Rotobrush

1) Nombre: Abrillantadora KF175

Características:

Modelo:	MILENIUM
Motor:	1.5 HP
Voltaje:	110 A 120 Watts.
Pulgada:	20"
Velocidad:	175 RPM
Nivel ruido:	15 DB.
Cable:	15 metros.



Ilustración 17: Abrillantadora

Elaborado Por: Produlux Cia. Ltda

La KF-175 MILENIUM, está diseñada exclusivamente para rasquetear, encerar, limpiar y abrillantar toda clase de pisos y superficies. Su sólida construcción, comprobado rendimiento y fácil manejo, se traducen en una significativa economía en los costos de limpieza. Consta con un sistema creado para un trabajo eficiente en industrias, oficinas, hoteles, hospitales, aeropuertos, ideal para trabajo continuo.

2) Nombre: Tooper 33

Características:

Modelo:	TOPPER 33
Marca:	Lux
Procedencia	Europea
Motor:	2000 W máx. by pass
Voltaje:	110 - 120
Capacidad	
Tanque:	33 litros
Fluido aire:	106 l/s
Cable:	8 metros
Succión:	2000 mm



Ilustración 18: Aspiradora Industrial

Elaborado Por: Produlux Cia. Ltda

TOPPER 33 consta con un sistema creado para realizar un trabajo eficiente en oficinas, la misma que está equipada con accesorios para ejecutar una limpieza eficaz, silenciosa y versátil, para protección total de salud e higiene total.

3) Nombre: Hidrolavadora K5. 520 1600W

Características:

Modelo: Kärcher K5. 520

Conexión eléctrica: Potencia conectada: 1.600 W.

Fusible de red (inerte): 10 A.

Tensión: 220-240V / 1-50/60 Hz.

Potencia y rendimiento: Presión de trabajo 9MPa.

Presión máx. Admisible: 11MPa.

Caudal, agua: 5,7 l/min.

Caudal detergente: 0,3 l/min.

Fuerza de retroceso de la pistola pulverizadora manual: 11N.



Ilustración 19: Hidrolavadora

Elaborado Por: Almacenes Boyaca

Hidrolavadora Kärcher consta con la potencia necesaria para remover suciedades de medidas incrustadas, de muros, piedras, autos, bicicletas, etc.

4) Nombre: Rotobrush (limpiador de ductos de aire)

Características:

Modelo: Rotobrush

Peso: 92 libras (sin manguera)

Motor de cepillo: 450 RPM: 120V AC.

Motor de aspiradora: 120/ 60 HZ 220/ 50 HZ

Filtros HEPA: 99.7% bajo a 0.3 micras

Pre-filtro HEPA (bolsa): 98.3% eficiente bajo a 5.0 micras



Ilustración 20: Maquina Limpiadora de Ductos de Aire

Elaborado por: Rotobrush

Rotobrush es una maquina utilizada para limpiar ductos de aire que incluye un gran comportamiento, ruedas para facilidad y seguridad al momento de transportarla. Además, cuenta con filtro HEPA que permite la facilidad de la limpieza.

3.4. PROVEEDORES

Los proveedores son aquellas empresas que proporcionan la materia prima y los recursos necesarios para llevar a cabo con eficiencia y calidad nuestro servicio. En el caso de una empresa de servicios de eco-limpieza integral se deberá tomar varios aspectos al momento de elegir un proveedor puesto que es necesario, en el caso de lo químicos, que los mismos consten con el registro sanitario y certificados correspondientes que notifiquen y respalden los productos biodegradables.

3.4.1. De Equipos

PRODULUX



Ilustración 21: Produlux

Elaborado por: Luis Padilla

PRODULUX, empresa de origen suizo con más de 110 años de experiencia a nivel internacional, cuenta con una sucursal en Ecuador, encargada de la venta de una gran gama de productos para la limpieza de alfombras, la purificación de aire/ agua y a su vez para el mantenimiento de pisos, nos ofrece productos de calidad europea con soporte técnico y repuestos en caso de ser necesitados a un excelente precio con rápido periodo de entrega.

Lo que nos facilita a nosotros como empresa de mantenimiento y limpieza el poder contar con maquinarias duraderas y con excelente referencia a nivel mundial, de esta forma nos podemos asegurar de la integridad de nuestro proveedor y de la satisfacción de nuestros futuros clientes.

De esta forma Raise & Shine podrá adquirir de parte del proveedor PRODULUX la asesoría necesaria sobre el manejo de los productos tanto para la gerencia administrativa encargados de la compra de las maquinarias como para los auxiliares de limpieza delegados a la utilización de la misma maquinaria diariamente en los diferentes puntos de trabajo.

LAS UNICAS



Ilustración 22: Las Únicas

Elaborado por: Distribuidora Las Únicas

LAS UNICAS distribuidores de productos químicos, de limpieza y equipos profesionales de excelente calidad, con asesoría al personal encargado de la compra y al personal encargado de la utilización de sus productos, los cuales serán utilizados para llevar a cabo el objetivo de nuestra empresa en el área residencial, industrial y comercial.

La razón por la cual este proveedor captó nuestra atención fue su extensa línea de productos y maquinarias para la limpieza ya que de esta forma podemos elegir o costear entre los diferentes proveedores ya mencionados anteriormente, debido a que este consta con accesorios tanto como para las maquinarias e insumos de limpieza.

Otra de las ventajas que este proveedor nos ofrece es la disminución de los gastos en insumos de limpieza, es decir menos cantidad de productos químicos al realizar la limpieza lo que nos genera ahorro de costos, también ahorro de agua, con este ahorro estamos ayudando al ecosistema en la disminución del uso de agua lo que nos dará una reputación ecológica, y finalmente no genera daños o alergias a los auxiliares de limpieza.

TECNOSYSTEM



Ilustración 23: Tecnosystem

Elaborado por: Tecnosystem Cia. Ltda

Es una compañía con más de cinco años de experiencia ofreciendo suministros de equipos de computación y comunicación, sistemas, mantenimiento, consultorías en el área tecnológica IT, procesos y desarrollo de Software en las plataformas ORACLE, MICROSOFT, AS400 Y HOST Z10 O 390.

Cuentan con personal especializado y certificado, así como alianzas estratégicas con empresas de envergadura internacional, el cual nos permiten garantizar el servicio.

3.4.2. De Insumos

SPARTAN



Ilustración 24: Spartan del Ecuador

Elaborado por: Spartan del Ecuador

La compañía ecuatoriana SPARTAN con 35 años en el mercado del mismo país de nacimiento, la cual se dedica a la producción de químicos eco amigables o mayormente conocidos como biodegradables llamo la atención de nuestra empresa por su larga trayectoria en el mercado, por su diversidad de productos para la limpieza que no surgen posibles efectos secundarios a quienes lo empleen.

Y a su vez por los beneficios que esta brinda como por ejemplo: capacitaciones del manejo y funcionamiento de los productos que sean adquiridos por los compradores, capacitaciones tanto a auxiliares de limpieza como a gerencia operativa.

Esto hará que nuestra empresa gane buena reputación en el cuidado del planeta ya que como se señaló anteriormente el

proveedor SPARTAN nos ofrece una gran variedad de productos químicos que a diferencia de otras empresas no están enfocados en la preservación y protección del ecosistema, lo que creará rentabilidad a nuestra empresa para captar la atención futuros inversionistas.

Brinda capacitaciones gratuitas a sus clientes sobre la utilización de los productos químicos, técnicas de limpieza, buenas prácticas de manufactura, etc.

3.5. LOGISTICA DE COMPRAS.

El objetivo de determinar un sistema logístico de compras es planificar y organizar las actividades que lleven a incrementar la calidad del servicio disminuyendo al máximo los costos del mismo.

El departamento administrativo se encarga de recibir los informes y solicitudes de material por parte del supervisor de limpieza encargado de la Bodega, quien está al tanto del material que se utiliza en los puntos en donde se realiza la limpieza, la utilización y vida útil de los mismos con el fin de llevar control del material que se envía y se solicita.

Una vez que la administración haya recibido el pedido del material se realizan las cotizaciones a los proveedores, se analiza calidad solicitando muestras de los nuevos materiales solicitados. En caso de ser un nuevo proveedor de químicos, se solicitan fichas técnicas y hojas de seguridad.

Se establece el pedido con un mínimo de 12 días laborales de anticipación para evitar cualquier inconveniente causado por atraso de entrega y despacho de la mercadería. Asimismo, para tener los días necesarios para la entrega de la mercadería al punto del cliente.



Ilustración 25: Logística de Compras

Elaborado por: Las Autoras

CAPITULO IV

PLAN FINANCIERO

4.1 PLAN DE INVERSIÓN.

Tabla 13: Cuadro de Plan de Inversión
Elaborado por: Las autoras

Total Inversión	\$ 48.666,73
Total Activos Fijos	\$ 27.294,08
Total Activos Diferidos	\$ 3.231,16
Capital de Trabajo	\$ 18.141,49

Inversión Total	\$ 48.666,73		
Financiamiento	\$ 11.680,01	24%	Estructura de Capital
Recursos Propios	\$ 36.986,71	76%	

Para dar inicio al proyecto es necesario contar aproximadamente con \$48666,73 de los cuales el 24% estará financiado por una entidad bancaria y el restante mediante aportaciones de los cuatro accionistas.

4.2 MUEBLES Y ENSERES

Tabla 14: Cuadro de Muebles y Enseres
Elaborado por: Las autoras

Descripción	Tipo	Valor (\$)
Mobiliario y decoración	Muebles y Enseres	\$ 2.896,00
Total Activos Fijos		\$ 27.294,08

El mobiliario y decoración de la empresa ira de acuerdo a su modelo de negocio por lo que se ha decidido manejar un tipo de decoración ecológica mediante la utilización de madera de balsa reciclada (Pallets). De acuerdo a lo cotizado, se deberá realizar una inversión de \$2896,00.

4.3 EQUIPOS DE CÓMPUTO.

Tabla 15: Cuadro de Equipos de Computo

Elaborado por: Las autoras

Cantidad	Producto	V.U	VT	V + IVA
1	Laptop Samsubg NP270E4E-K02VE DC 14" W8	\$ 419,64	\$ 419,64	\$ 470,00
1	PC HP All in One 18-3204LA AMDX2 4GB 500 GB	\$ 526,28	\$ 526,28	\$ 589,43
1	Printer EPSON L555 ALLINONE Ahorro WIFI	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 392,00
1	Router 300M USB GIGA	\$ 91,80	\$ 91,80	\$ 102,82
1	UPS APC 550VA BE550G-LM	\$ 526,28	\$ 526,28	\$ 589,43
SUBTOTAL			\$1.914,00	
IVA			\$ 229,68	
TOTAL			\$ 2.143,68	

4.4 EQUIPOS DE LIMPIEZA

Tabla 16: Cuadro de Equipos de Limpieza

Elaborador por: Las autoras

Cantidad	Producto	V.U	VT
2	Enceradora Industrial Milenium	\$ 1.699,00	\$ 3.398,00
2	Hidrolavadora Karcher	\$ 535,67	\$ 1.071,34
1	Aspiradora 2 motores y recogedora de líquidos TOPPER 17	\$ 1.534,00	\$ 1.534,00
2	Aspirador Inox Polvo/Agua 30 LT. SUPER SILKA	\$ 433,33	\$ 866,66
1	Rotobrush (Limpiador de ductos de aire)	\$ 13.000,00	\$ 13.000,00
SUBTOTAL			\$ 19.870,00
IVA			\$ 2.384,40
TOTAL			\$ 22.254,40

4.5 ACTIVOS DIFERIDOS

4.5.1. Gastos de Constitución

Tabla 17: Cuadro de Activos Diferidos

Elaborador por: Las autoras

Rubro	Costo
Nombramientos	\$ 30,00
Notaria (Constitucion de compañía)	\$ 76,16
Resgistro mercantil	\$ 28,00
Publicacion en el peridico	\$ 30,00
Prueba fonetica (IEPI)	\$ 16,00
Tramite de signos distintivos (IEPI)	\$ 116,00
Registro en Superintendencia de Compañías	\$ 120,00
Municipio	\$ 80,00
Permiso de Bomberos	\$ 35,00
Abogado	\$ 400,00
Publicidad	\$ 1.500,00
Adecuación de Local	\$ 500,00
Sueldo (15 días)	\$ -
Otros gastos	\$ 300,00
Total	\$ 3.231,16

Para efectos de constitución de la empresa se requerirá la cantidad de \$3231,16 correspondientes al nombramiento, notaria, registro mercantil, registro de marca en el IEPI, permisos, etc.

4.6 CAPITAL DE TRABAJO

4.6.1. Gastos de Pre-operación

Tabla 18: Cuadro Capital de trabajo

Elaborado por: Las autoras

Costos Directos	\$ 8.497,11
Mano de Obra Directa	\$ 5.838,97
Costos Indirectos	\$ 3.103,74
Gastos Generales	\$ 701,67
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 18.141,49

4.7 FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN Y TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA.

Tabla 19: Cuadro de Financiamiento de la Inversión y de Amortización.

Elaborador por: Las autoras

Información sobre el Préstamo	
Capital	\$ 11.680,01
Tasa de interés anual	11,8%
Plazo en años	5
Valor del Dividendo anual	\$ 3.226,51

Tabla de Amortización				
	Saldo	Dividendo	Interés	Amortización
1	\$ 11.680,01	\$ 3.226,51	\$ 1.381,75	\$ 1.844,77
2	\$ 9.835,24	\$ 3.226,51	\$ 1.163,51	\$ 2.063,01
3	\$ 7.772,24	\$ 3.226,51	\$ 919,46	\$ 2.307,06
4	\$ 5.465,18	\$ 3.226,51	\$ 646,53	\$ 2.579,98
5	\$ 2.885,20	\$ 3.226,51	\$ 341,32	\$ 2.885,20

Esto representara el financiamiento de la deuda con la entidad bancaria. Misma que será cancelada en un plazo de 60 meses a una tasa de 11,83%.

4.8 COSTOS Y GASTOS

4.8.1. Gastos Administrativos

Tabla 20: Cuadro de Gastos Administrativos

Elaborador por: Las autoras

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Costo (\$)	Costos Anuales (\$)
Administrador Gerencial	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 952,80	\$11.433,60
Auxiliar de Servicios	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 530,19	\$ 6.362,24
Supervisor	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 530,19	\$ 6.362,24
Vendedor	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 490,57	\$ 5.886,80

Para los gastos Administrativos se tomara en cuenta el personal Gerencial, Auxiliares de limpieza y Supervisor.

4.8.2. Gastos de Ventas

Tabla 21: Cuadro de Gastos de Ventas

Elaborador por: Las autoras

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	Ma y	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Costo (\$)	Costos Anuales (\$)
Vendedor	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	\$ 490,57	\$ 5.886,80

En gastos de venta incluirá el sueldo de vendedor, el cual se encargara de buscar nuevos clientes y cumplir con los objetivos.

4.8.3. Gastos de Operación

Tabla 22: Cuadro de Gastos de Operación

Elaborado por: Las autoras

Cargo	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	XIII Anual	XIV Anual	Vacaciones Anual	Fondo de Reserva Anual	Aporte Patronal Anual	SECAP-IECE Anual	Total Anual
Auxiliar de Limpieza	344,59	4.135,08	344,59	340,00	172,30	344,59	461,06	41,35	5.838,97
Total	344,59	4.135,08	344,59	340,00	172,30	344,59	461,06	41,35	5.838,97

Incluye todos los sueldos de los auxiliares de limpieza, quienes serán los encargados de realizar el servicio.

4.8.4. Gastos Financieros

Tabla 23: Cuadro de Gastos Financieros

Elaborador por: Las autoras

Interés	Amortización
\$ 1.381,75	\$ 1.844,77
\$ 1.163,51	\$ 2.063,01
\$ 919,46	\$ 2.307,06
\$ 646,53	\$ 2.579,98
\$ 341,32	\$ 2.885,20

Este cuadro muestra el interés y el valor de la deuda que se deberá cancelar por año plazo de la misma.

4.8.5. Gastos Depreciación

Tabla 24: Cuadro de Gastos de depreciación

Elaborado por: Las autoras

Activo	Tipo	Depreciación Total Anual
Laptop Samsung NP270E4E-K02VE DC 14" W8	Computadoras	\$ 156,67
PC HP All in One 18-3204LA AMDX2 4GB 500 GB	Computadoras	\$ 196,48
Printer EPSON L555 ALLINONE Ahorro WIFI	Computadoras	\$ 130,67
Router 300M USB GIGA	Computadoras	\$ 34,27
UPS APC 550VA BE550G-LM	Computadoras	\$ 196,48
Enceradora Industrial Milenium	Maquinarias y Equipos	\$ 380,58
Hidrolavadora Karcher	Maquinarias y Equipos	\$ 119,99
Aspiradora 2 motores y recogedora de líquidos TOPPER 17	Maquinarias y Equipos	\$ 171,81
Aspirador Inox Polvo/Agua 30 LT. SUPER SILKA	Maquinarias y Equipos	\$ 97,07
Rotobrush (Limpiador de ductos de aire)	Maquinarias y Equipos	\$ 1.456,00
		\$ 3.229,60

4.8.6. Gastos de Amortización

Tabla 25: Cuadro de Gastos de Amortización

Elaborado por: Las autoras

Activo	Tipo	Costo	Vida útil	Depreciación Total Anual
Gastos pre-operativos	Diferido	\$ 3.231,16	5	\$ 646,23
Total				\$ 646,23

4.9 PROYECCION DE VENTAS (5 años en 3 escenarios)

Tabla 26: Cuadro de Proyección de Ventas

Elaborado por: Las autoras

Descripción	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Unidades Anuales	Precio de Venta (\$)	Ventas Anuales (\$)
Limpieza a Hoteles (m2)	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	3.500	42.000	\$ 2,00	\$ 84.000,00
Mantenimiento a Hoteles (# personas)	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	84	\$ 800,00	\$ 67.200,00
Limpieza a Restaurantes (m2)	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	18.000	\$ 2,00	\$ 36.000,00
Mantenimiento a Restaurantes (# personas)	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	\$ 800,00	\$ 38.400,00
Limpieza a Catering (m2)	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000	\$ 1,50	\$ 18.000,00
Totales													72.132		\$ 243.600,00

Según los estudios previos realizados para determinar la capacidad, se llegó a la conclusión que el servicio a su máxima capacidad es de 3500 metros cuadrados de limpieza al mes para los hoteles, 1500 metros cuadrados de limpieza a Restaurantes y 1000 metros cuadrados para catering. Por otro lado, en el caso de Mantenimiento, se deberá contar con una cuadrilla de 7 operarios para mantener un hotel limpio cuyo promedio de

pisos es de siete. En el caso de restaurantes, se deberá contar con una cuadrilla de 4 operarios para mantener limpio un restaurante de tamaño promedio.

4.10 ESCENARIOS FINANCIEROS

4.10.1. Balance General Integral

Tabla 27: Cuadro del Balance General

Elaborado por: Las autoras

Nombre del Proyecto	RISE & SHINE				
Balance General					
Descripción	1	2	3	4	5
Activos Corrientes					
Caja - Bancos	\$ 13.379,65	\$ 34.934,46	\$ 65.576,75	\$ 106.302,28	\$ 200.401,81
Inventario	\$ 18.141,49	\$ 18.141,49	\$ 18.141,49	\$ 18.141,49	\$ 18.141,49
Incremento Capital de Trabajo	\$ 1.812,33	\$ 3.685,02	\$ 5.620,07	\$ 7.619,55	
Activos Fijos Netos					
Activos Fijos	\$ 27.294,08	\$ 27.294,08	\$ 27.294,08	\$ 27.294,08	\$ 27.294,08
Depreciación Acumulada	\$ (3.229,60)	\$ (6.459,20)	\$ (9.688,80)	\$ (12.918,40)	\$ (16.148,00)
Activos Diferidos Netos					
Activos Diferidos	\$ 3.231,16	\$ 3.231,16	\$ 3.231,16	\$ 3.231,16	\$ 3.231,16
Amortización Acumulada	\$ (646,23)	\$ (1.292,46)	\$ (1.938,70)	\$ (2.584,93)	\$ (3.231,16)
Total Activos	\$ 59.982,88	\$ 79.534,55	\$ 108.236,04	\$ 147.085,22	\$ 229.689,37
Pasivos					
Pasivos Corto Plazo					
Préstamos Bancarios	\$ 9.835,24	\$ 7.772,24	\$ 5.465,18	\$ 2.885,20	\$ -
Total Pasivos	\$ 9.835,24	\$ 7.772,24	\$ 5.465,18	\$ 2.885,20	\$ -
Patrimonio					
Utilidad del Ejercicio	\$ 13.160,92	\$ 21.614,67	\$ 31.008,56	\$ 41.429,16	\$ 52.970,62
Utilidad Retenida		\$ 13.160,92	\$ 21.614,67	\$ 31.008,56	\$ 41.429,16
Capital Social (Recursos Propios)	\$ 36.986,71	\$ 36.986,71	\$ 36.986,71	\$ 36.986,71	\$ 36.986,71
Total Patrimonio	\$ 50.147,64	\$ 71.762,31	\$ 102.770,86	\$ 144.200,03	\$ 193.406,40
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 59.982,88	\$ 79.534,55	\$ 108.236,04	\$ 147.085,22	\$ 193.406,40

4.10.2. Estado de Resultados Integral

Tabla 28: Cuadro de Estado de Resultados Integral

Elaborado por: Las autoras

Estado de Pérdidas y Ganancias					
Descripción	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 243.600,00	\$ 263.891,88	\$ 285.874,07	\$ 309.687,38	\$ 335.484,34
Costos Directos	\$ (172.032,95)	\$ (177.761,65)	\$ (183.681,12)	\$ (189.797,70)	\$ (196.117,96)
Utilidad Bruta	\$ 71.567,05	\$ 86.130,23	\$ 102.192,96	\$ 119.889,69	\$ 139.366,38
Costos Indirectos	\$ (45.664,88)	\$ (47.185,52)	\$ (48.756,80)	\$ (50.380,40)	\$ (52.058,07)
Utilidad Operativa	\$ 25.902,17	\$ 38.944,71	\$ 53.436,16	\$ 69.509,29	\$ 87.308,32
Amortización	\$ (646,23)	\$ (646,23)	\$ (646,23)	\$ (646,23)	\$ (646,23)
Depreciación en general	\$ (3.229,60)	\$ (3.229,60)	\$ (3.229,60)	\$ (3.229,60)	\$ (3.229,60)
Gastos Financieros	\$ (1.381,75)	\$ (1.163,51)	\$ (919,46)	\$ (646,53)	\$ (341,32)
Utilidad antes Part. Trab.	\$ 20.644,59	\$ 33.905,37	\$ 48.640,87	\$ 64.986,92	\$ 83.091,17
15% Part. Trabajadores	\$ (3.096,69)	\$ (5.085,80)	\$ (7.296,13)	\$ (9.748,04)	\$ (12.463,67)
Utilidad Desp. Part. Trab.	\$ 17.547,90	\$ 28.819,56	\$ 41.344,74	\$ 55.238,89	\$ 70.627,49
25% Impuesto a la Renta	\$ (4.386,97)	\$ (7.204,89)	\$ (10.336,19)	\$ (13.809,72)	\$ (17.656,87)
Utilidad neta	\$ 13.160,92	\$ 21.614,67	\$ 31.008,56	\$ 41.429,16	\$ 52.970,62

4.10.3. Análisis del punto de Equilibrio Financiero

Tabla 29: Cuadro de Análisis del punto de Equilibrio Financiero

Elaborado por: Las autoras

Punto de Equilibrio en \$	\$ 26.255,10
Punto de Equilibrio en %	10,78%
Punto de Equilibrio en Unidades	7774,35

Para lograr un punto de equilibrio en nuestro proyecto se necesitara limpiar un área de 7774,35 metros cuadrados sea para distintos espacios de hotel, restaurante y catering.

4.10.4. Flujo de Caja

Tabla 30: Cuadro de Flujo de Caja

Elaborado por: Las autoras

Flujo de Caja	\$ (48.666,73)	\$ 16.105,28	\$ 24.359,55	\$ 33.535,50	\$ 43.717,68	\$ 97.202,31
Flujo Acumulado		\$ (32.561,44)	\$ (8.201,89)	\$ 25.333,61	\$ 69.051,29	\$ 166.253,60
Flujo Descontado		\$ 14.004,60	\$ 21.182,22	\$ 29.161,30	\$ 38.015,37	\$ 84.523,75
Flujo Acumulado Descontado		\$ (34.662,13)	\$ (13.479,91)	\$ 15.681,39	\$ 53.696,76	\$ 138.220,51

4.11 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

4.11.1. Cálculo de la TIR y VAN de los Escenarios.

Tabla 31: Cuadro del TIR y VAN de los Escenarios

Elaborado por: Las autoras

	PESIMISTA	EQUILIBRIO	OPTIMISTA	ESPERADO
PROBABILIDAD	35,00%	50,00%	15,00%	
TIR	38,67%	54,25%	72,78%	51,58%
VAN	\$ 40.556,22	\$ 79.129,78	\$ 126.144,16	\$ 72.681,19

4.12 COSTO PONDERADO DE CAPITAL (TMAR)

Tabla 32: Cuadro de Costo Ponderado de Capital

Elaborado por: Las autoras

TMAR	%	COSTO	
K PROPIO	76%	35%	26,60%

K PRESTADO	24%	11,83%	2,84%
			29,44%

4.13 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Tabla 33: Cuadro de Periodo de Recuperación de la Inversión

Elaborado por: Las autoras

Flujo de Caja	\$ (48.666,73)	\$ 16.105,28	\$ 24.359,55	\$ 33.535,50	\$ 43.717,68	\$ 97.202,31
Flujo Acumulado		\$ (32.561,44)	\$ (8.201,89)	\$ 25.333,61	\$ 69.051,29	\$ 166.253,60
Flujo Descontado		\$ 14.004,60	\$ 21.182,22	\$ 29.161,30	\$ 38.015,37	\$ 84.523,75
Flujo Acumulado Descontado		\$ (34.662,13)	\$ (13.479,91)	\$ 15.681,39	\$ 53.696,76	\$ 138.220,51

El periodo de recuperación se dará en el año tres del proyecto, teniendo un flujo acumulado de \$15681,39.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Después de haber realizado la investigación respectiva y obtener los resultados previamente descritos, hemos llegado a diversas conclusiones que serán descritas en esta sección.

La estructura organizacional de nuestro proyecto permite establecer una cultura empresarial basada en normas, creencias y valores que facilitan el buen manejo de situaciones conflictivas, promueven alcanzar los objetivos y trabajar en conjunto para una misma misión.

Nuestro proyecto no es creado con fines económicos solamente, ya que: Estamos generando empleo a personas de bajos recursos de sectores populares de Guayaquil, que además tengan una arraigada creencia religiosa; Estamos aportando al cuidado del ambiente y de los usuarios mediante la utilización de productos químicos biodegradables, permitiéndonos cumplir con la normativa del buen vivir; Finalmente, estamos logrando una comunidad empresarial concedora de las Buenas Practicas de Manufactura.

Contamos con equipos e infraestructura de calidad, que son los adecuados de acuerdo a nuestros costos y gastos, y al mismo tiempo nos permiten competir en el mercado para poder captar clientes.

Somos la primera empresa en la ciudad de Guayaquil que está enfocada en ofrecer sus servicios al sector HORECA (hoteles, restaurantes y

empresas de servicios de catering), además de ser pioneras en implementar y hacer cumplir las Buenas Prácticas de Manufactura vigentes desde el 2002 en el país, quienes a causa de la falta de un ente regulador no son cumplidas por las empresas, lo que genera una ventaja competitiva diferenciadora sostenible que nos permite conseguir la fidelización a los clientes.

Nuestro proyecto es comercial y financieramente viable como negocio de emprendimiento, ya que después de haber realizado el estudio financiero podemos observar en él una TIR de 54.25%, VAN de \$79,129.78 y una TMAR de 29.44% refirmando su rentabilidad.

5.2 RECOMENDACIONES

Todas las empresas deberían implementar en sus procesos el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), mediante el fomento de campañas de concientización en conjunto con el Ministerio del Medio Ambiente y la Dirección de Medio Ambiente a cargo del Municipio de Guayaquil, Defensoría del Pueblo, Ley de Defensa del Consumidor para que mediante el uso de las redes sociales se cree conciencia ciudadana sobre las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

Las empresas deberían tener un enfoque social dentro de sus objetivos, ya que hay muchas personas de sectores populares de la ciudad de Guayaquil, que cuentan con un perfil adecuado para cumplir con las actividades propuestas por la empresa para alcanzar sus objetivos, tanto departamentales como específicos.

El modelo Kaizen, es un modelo muy útil que nos permite trabajar en equipo para alcanzar objetivos propuestos y mejorar el clima laboral, por lo que debería ser implementado en las empresas del sector HORECA (hoteles, restaurantes y empresas de servicios de catering), ya que son compañías orientadas al servicio al cliente que diariamente deben contar con estrategias para la resolución de conflictos.

BIBLIOGRAFIA

Código del Trabajo. (2012). Quito.

Ecuador, C. P. (2008).

Gallegos, D. (18 de enero de 2014). *Ecuador tiene la tasa de desempleo más baja de América Latina*. Recuperado el 18 de enero de 2014, de www.elciudadano.gob.ec: <http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-tiene-la-tasa-de-desempleo-mas-baja-de-america-latina/>

Hernández, Sampieri Roberto, Fernández C. Baptista L. P. (2003). *“Metodología de la Investigación”*. . Chile: Ed. Mc Graw Hill. .

José Fernando Isaza y Diógenes Campos Romero. (2007). *según José Fernando Isaza y Diógenes Campos Romero en su libro Cambio Climático: Glaciaciones y Calentamiento Global como el incremento en el nivel del mar*. Bogotá : Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano .

Lannes, X. (28 de Febrero de 2013). www.saludesencial.org. Recuperado el 20 de julio de 2014, de Los productos químicos que tiene en su hogar causan cáncer, defectos de nacimiento y una amplia gama de problemas de salud.: <http://www.saludesencial.org/blog/los-productos-quimicos-que-tiene-en-su-hogar-causan-cancer-defectos-de-nacimiento-y-una-amplia-gama-de-problemas-de-salud/>

López, D. (2014). *Las ecocertificaciones de materias primas se disparan, pero los estándares patinan*. (D. L. Bermejo, Trad.) Obtenido de <http://es.mongabay.com/news/2014/es0501-commodity-certification-trends.html>

Luque. (2012). *El peligro de los limpiadores*. Obtenido de Recuperado de <http://www.webdehogar.com/salud-familiar/05061304.htm>. Algunas de estos contratiempos son mencionados a continuación:

MAG. (25 de agosto de 2014). <http://www.ambiente.gob.ec/valores-mision-vision/>, acceso el 25 de Agosto de 2014). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/valores-mision-vision/>

Martínez. (2012). *Análisis del Entorno*.

Martínez, V. (2011). *Externalizar los Servicios complementarios: Una vía para incrementar el revenue*. Obtenido de Recuperado de: <http://www.hostelmedia.com/noticias/externalizar-los-servicios-complementarios-una-via-para-incrementar-el-revenue>

Municipio de Guayaquil. (24 de agosto de 2014). www.google.com. Obtenido de <https://sites.google.com/site/alcgye/la-municipalidad/direcciones-municipales/direccion-de-medio-ambiente>

Paper, C. (2008). *¿Qué significa Ecológico?* Obtenido de <http://www.leonardpaper.com/ecologico.html>.

<http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/master2.pdf>

http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodolog%C3%ADa%20y%20t%C3%A9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%C3%B3n_6060.pdf?sequence=3

<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/marco-metodologico-definicion.html>

<http://www.elemprendedor.ec/tramites-abrir-empresa-en-ecuador/>

<http://es.scribd.com/doc/92937458/REQUISITOS-PARA-CREAR-UNA-SOCIEDAD-ANONIMA-EN-EL-ECUADOR>

<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/05/14/sociedad-anonima>.

Gutiérrez, M., (1992). *“Ecología: salvemos al planeta tierra: enseñanza media básica”*. México. Editorial Limusa.

Santos, H., (2013). *“Productos de Limpieza Ecológicos: ¿por qué son mejores para mí y el medio ambiente?”* Recuperado el 17 de julio de 2014, de <http://www.esmeraldazul.com/es/blog/productos-de-limpieza-ecologicos-por-que-son-mejores-para-mi-y-para-el-medio-ambiente/>

Fraj, E. y Martínez, E. (2002). *“Comportamiento del Consumidor Ecológico”*. Madrid. ESIC Editorial.

Manahan, E. (2007). *“Introducción a la Química Ambiental”*. México. Reverté Ediciones.

Calva, J. (2007). *“Sustentabilidad y Desarrollo Ambiental”*. México. Universidad Nacional Autónoma de México.

Jiménez, L. (2003). *“Ecología y Economía para un Desarrollo Sostenible”*. Valencia. La Nau Solidaria.

Cebrián, A. (2001). *“Turismo Cultural y Desarrollo Sostenible”*. Murcia. Universidad de Murcia.

Machicado, J. (2009). *“Del Desarrollo Sustentable al Desarrollo Sostenible”*. Recuperado el 17 de julio de 2014, de <http://jorgemachicado.blogspot.com/2009/08/dss.html>

Bifani, Paolo. (1999). *“Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible”*. Madrid. Red Almar.

Ley de Compañías, Sección VI: De la Sociedad Anónima. Art. 151, 152, 153, 154, 155, 156. (1999).

Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Registro oficial N° 320. Art. 1, 8, 196, 204-208, 212, 213, 288, 289. (2008)

Ley de Régimen Tributario Interno, Capítulo VI: Contabilidad y corrección monetaria integral de los estados financieros. Art. 21, 22 24, 25.

ANEXOS

ENTREVISTA

Entrevistado: Vanessa Flores

Departamento: Contraloría

Cargo: Compras

1. ¿Qué tan importante es para usted una empresa de limpieza?

Para mí una empresa de este tipo es muy importante porque nos ayuda a tener un constante mantenimiento en las locaciones que son de vital importancia para un negocio, y no solamente para ellos sino también para hogares, y así nos evitamos tener que contratar personal fijo para esta actividad que muchas veces es más costoso.

2. ¿Prefiere la contratación de personal fijo o contratación de una compañía dedicada a brindar los servicios de limpieza? ¿Por qué?

Como te dije en la respuesta anterior, prefiero una empresa externa que brinde este servicio, ya que muchas veces el costo es más bajo, y en nuestro caso, cuidar los costos es primordial.

3. ¿Cuáles son los aspectos que más valora usted dentro del servicio de limpieza seleccionado?

Actualmente en el hotel contamos con personal que se encarga de esto, que son colaboradores del hotel. Lo que más valoro es la honradez y eficacia con que realizan su trabajo, ya que cada camarero tiene 19 habitaciones por limpiar, además del personal de alimentos y bebidas que tiene volúmenes de platos, cubiertos, sartenes, etc. por limpiar y lo hacen de la mejor manera posible.

4. ¿Qué opinas de la utilización de productos eco amigable en los servicios de limpieza?

Me parece una idea interesante, ya que al implementarnos estamos cumpliendo con una de las normas de la cadena IHG a la que pertenece el hotel, que es la responsabilidad social y cuidar el medio ambiente, además que nos podría ayudar a proyectarnos como un hotel verde, lo que causaría buen impacto en los huéspedes y medio en general.

5. ¿Los químicos de limpieza bio-degradables permiten no sólo un lugar limpio, sino también uno saludable? ¿Qué opina al respecto?

Es verdad, ya muchas veces en el hotel hemos experimentado que al momento de realizar la limpieza en oficinas y comedor los químicos que se han utilizado nos han hecho lagrimear los ojos e incluso nos han ocasionado

náuseas, y si se utilizan productos que no tengan ningún efecto negativo en nuestra salud me parece perfecto, ya que la mayoría del tiempo nosotros pasamos más de las 8 horas de la jornada laboral en nuestras oficinas.

- 6. ¿Qué haría usted si supiera que el fuerte olor a limpio que percibe por los productos de limpieza comunes es el resultado de la dispersión de la alta cantidad de tóxicos que contienen y que están siendo inhalados por sus clientes?**

Ya lo hemos experimentado como te comenté, así que definitivamente me decidiría a probar el tipo de productos que se menciona, que son los bio degradables y como te decía en la pregunta anterior, muchas veces tenemos jornadas de trabajo largas, que incluso se hacen más cansadas debido al olor que emanan los productos de limpieza.

FOCUS GROUP

- ¿Conoce usted sobre alguna empresa que ofrece Servicio de Limpieza?**

No, he escuchado de empresas que se dedican a esta actividad pero no conozco a ninguna empresa específica, ya que no se trata de un servicio que se dé comúnmente porque la mayoría de estas empresas trabajan sólo con empresas grandes.

- 1. ¿Usted considera que la mujer realiza una mejor limpieza que el hombre?**

Definitivamente, ya que las mujeres son expertas en estos temas de limpieza

tanto en el hogar como con las personas que se dedican a la limpieza como oficio. No estoy diciendo que los hombres no sepan limpiar, sólo que no es común ver un hombre que efectúe las actividades de limpieza con la misma rapidez y efectividad que una mujer.

2. Donde cree que existe mayor presencia de patógenos (Bacterias)?

La mayor cantidad de bacterias se encuentran fuera de nuestra casa, por ejemplo: cuando nos subimos a un carro y abrimos la puerta estamos en contacto con un punto que ha sido previamente manipulado por muchas personas más, cuando hablamos por celular, cuando comemos en la calle, etc.

3. ¿Sabía usted que los químicos comunes de limpieza causan acumulación de bacterias, alergias, problemas respiratorios e incluso cáncer debido a los tóxicos que contienen los mismos?

No estaba enterado de la gravedad de los perjuicios de los químicos comunes de limpieza, había escuchado que algunos eran dañinos para la salud y para el medio ambiente pero no conocía la gravedad del tema llegando a causar incluso cáncer.

4. ¿Se atrevería a contratar un servicio de limpieza que utilice productos biodegradables que cuiden su salud y el medio ambiente?

Me parece muy atractiva la idea de contar con productos bio-degradables después de conocer los efectos de los químicos tradicionales sobre nuestra salud. Además, estaríamos disminuyendo un poco el daño ambiental que

normalmente ocasionamos, lo que es un punto extra que este tipo de productos nos brinda. sólo espero que estos productos tengan la misma eficiencia que los productos tradicionales.

5. ¿Estaría dispuesto a pagar 10% más del valor normal por una limpieza saludable?

Probaría la experiencia, ya que cuidar mi salud es algo importante y si veo que el servicio es bueno, de calidad y justifica el porcentaje extra del valor normal de los productos de limpieza tradicionales definitivamente lo sustituiría por mis productos químicos que causan daños a la salud. De lo contrario, buscaría una opción distinta que cuide mi salud, sea efectiva y no sea tan costosa.

CERTIFICADOS SPARTAN



Environmental Certification

Presented to

SPARTAN CHEMICAL COMPANY, INC.

Green Seal, Inc. certifies that the following product complies with or exceeds Green Seal's Environmental Standard for General-Purpose, Bathroom, Glass, and Carpet Cleaners Used for Industrial and Institutional Purposes (GS-37) and is licensed to use the Green Seal Certification Mark:

BioRenewables Glass Cleaner

(Specific pack sizes listed in certification letter)

Certified this 30th day of April, 2007.

Mark T. Petruzzi, Vice President of Certification



Spartan Chemical Company, Inc., 1110 Spartan Drive, Maumee, OH 43537
Toll Free: 1-800-537-8990, Fax: 419-536-8423, Fax-On-Demand: 888-383-4666
Electronic Bulletin Board: 419-897-0939, E-Mail: spartan@spartanchemical.com
Web Site: www.spartanchemical.com
©SCC 1999



re:

USDA RATINGS AND NSF LISTING OF SPARTAN PRODUCTS

Although many of the areas for use of Spartan products are not under the jurisdiction of the USDA (United States Department of Agriculture), many state and local health departments, as well as those in food processing, refer to the "List of Chemical Compounds Authorized for Use Under USDA Meat, Poultry, Rabbit, and Egg Products Inspection Program", as a guide.

This list was developed at a time when the USDA inspected and rated many chemical compounds. However, the USDA discontinued that function in 1998.

Because those USDA ratings are often used as a reference, we provide this list of former USDA ratings for Spartan products, as well as a brief explanation of those standings.

AIRLIFT (Lemon, Vanilla Spice, Fresh Scent) Deodorant	C1
AIRLIFT SMOKE & ODOR ELIMINATOR	C1
ANTISEPTIC HAND CLEANER	E4
ASAP All Surface/All Purpose Cleaner	C1
BH-38 Butyl Cleaner	A4
BLOC-AID Drain and Sewer Cleaner/Maintainer	L1
CDC-10 Clinging Disinfectant Cleaner	C1
CHLORINATED DEGREASER Foaming, Chlorine-Based Degreaser	A1
CLEAN CARGO Pressure Washer Concentrate	A1
Clean Xpress Antibacterial Hand Wash and Sanitizer E2	E2
Clean Xpress Alcohol Gel Instant Skin Sanitizer	E4
Clean Xpress Spa Body Shampoo	C2
Clean Xpress Waterless Lotion Skin Cleanser	E4
Clean Xpress Waterless Skin Cleanser with Grit	E4
CONCENTRATED WINDOW CLEANER	C1
CONCRETE PREP Concrete Cleaning and Etching Compound	P1
CONSUME Bacteria/Enzyme Digestant/Deodorant	L2
CONSUME LIQ Liquid Concentrate Wastewater Treatment	L2
CONSUME POW Powdered Wastewater Treatment	L2
CR-2 Crawling Insect Killer	F2
CSD-43 Cold Solvent Degreaser	K1
DA-70 Heavy Duty Cleaner/Stripper	C1
DEODORIZING RIM CAGES	C2
DFP-32 General Purpose Cleaner	A1
DMQ Damp Mop Neutral Disinfectant Cleaner	C1

E2 Hand Wash & Sanitizer	E2
E3 Hand Sanitizer	E3
FAST & EASY Hard Surface and Glass Cleaner.	C1
FOAMY Q & A Dual Acid Disinfectant Cleaner.	C2
GERMICIDAL BOWL CLEANSE	C2
GLASS CLEANER, Aerosol New & Improved	C1
GLASS CLEANER, LIQUID	C1
GOIN' HOME Industrial Strength Hand Cleaner	E1
GOLDEN GLO Liquid Hand Dishwash	A1
H2-D2 Solvent Concentrate.	A4
HAND PATROL Heavy Duty Hand Cleaner	E4
HDQ NEUTRAL 1:128 One Step Germicidal Detergent and Deodorant.	C1
IC-115 Non-Butyl Detergent Complex	A4
INSPECTOR'S CHOICE Foaming Grease Release Cleaner.	A1
LIQUID STEAM CLEANER	A2
LOTIONIZED LIQUID HAND CLEANER	E1
LUBE-ALL Lubricant	H2
M*95 Mild Acid Cleaner.	A3
M.L.D. Bowl Cleanser	C2
METAQUAT Germicidal Cleaner	D1
NABC Non-Acid Disinfectant Bathroom Cleaner	C2
NABC PLUS IV Natural Acid Bowl and Porcelain Cleaner	C1
NABC Deodorizing Rim Cages	C2
NABC Urinal Screen with Deodorizing Block	C2
NEW GENERATION 40 Two-Part Clear Epoxy Concrete Sealer.	P1
NEW GENERATION 50 Two-Part Bright Grey Epoxy Concrete Sealer	P1
NEW GENERATION 100 Heavy Duty Epoxy Resurfacing System.	**self cert.
ORANGE TOUGH 15	C1
ORANGE TOUGH 40	C1
OVEN & GRILL CLEANER	A8
PATHMAKER Lo-Suds Cleaner	A1
PD-64 Phenolic Disinfectant	A4
PRESSURE WASHER CLEANER	A1
PSQ Pine Quaternary Disinfectant	C1
RAPID TRANSIT Vehicle Washing Compound.	A1
SANI-T-10 Disinfectant/Sanitizer/Algicide	D2
SC-200 Industrial Cleaner	A1
SD-20 All Purpose Cleaner (Aerosol)	C1
SD-20 All Purpose Cleaner (Bulk)	A4
SHINELINE BASEBOARD & WAX BUILD UP STRIPPER.	C1
SHINELINE MULTI SURFACE CLEANER	C1
SNB-130 Super Strength Non-Butyl Degreaser	A1
SPA BODY SHAMPOO	C2
SPARCLING Clinging Acid Restroom Disinfectant	C2
SPARCREME Liquid Creme Cleanser	A6
SPARQUAT 256 Germicidal Cleaner	A4
STAINLESS STEEL CLEANER-POLISH.	A7
STERIGENT Germicidal Cleaner	A4
STERIPHENE II Brand Disinfectant Deodorant	C1
SUPER HDQ NEUTRAL 1:256 One Step Germicidal Detergent and Deodorant	C1
TnT Disinfectant Cleaner	C2

TB-CIDE PLUS Cleaner Disinfectant Deodorant	A4
TOUGH DUTY Industrial Strength Cleaner and Degreaser	C1
TOUGH DUTY NB Industrial Strength Cleaner and Degreaser/Non-Butyl.	C1
TOUGH ON GREASE Cleaner/Degreaser	A1
WATERLESS HAND CLEANER, New & Improved	E4
WATERLESS HAND CLEANER, Heavy Duty with Poly Scrubbers	E4

The following will provide a brief explanation of each of the former USDA ratings that were granted to Spartan products:

- "A1" - Compounds for use as general cleaning agents on all surfaces or for use with steam or mechanical cleaning devices in all departments.
- "A2" - Compounds for use only in soak tanks or with steam or mechanical cleaning devices in all departments.
- "A3" - Acid cleaners for use in all departments.
- "A4" - Floor and wall cleaners for use in all departments.
- "A6" - Scouring cleaners.
- "A7" - Metal cleaners and polishes for non-food contact surfaces.
- "A8" - Degreasers or carbon removers for food cooking or smoking equipment, utensils, or other associated surfaces.
- "C1" - Compounds for use on all surfaces in inedible product processing areas, non-processing areas, and/or exterior areas.
- "C2" - Compounds for use only in toilets and/or dressing rooms.
- "D1" - Sanitizers for all surfaces always requiring a rinse.
- "D2" - Sanitizers for all surfaces not always requiring a rinse.
- "E1" - Handwashing compounds for use in all departments.
- "E2" - Handwashing and sanitizing compound for use in official establishments. Hands need not be washed prior to use of this compound. After use, hands must be thoroughly rinsed with potable water.
- "E4" - Hand creams, lotions, and cleaners.
- "F2" - Residual pesticides for use in non-processing and inedible areas only.
- "H2" - Lubricants with no contact.
- "K1" - Solvents and solvent degreasers for use in non-processing areas.

"L1" - Compounds for use in sewage and/or drain lines.

"L2" - Enzymatic compounds for use in sewage and/or drain lines.

"P1" - Compounds listed in this category are to be used in accordance with the conditions set forth in the letter of acceptance.

"Self Certification" - The United States Department of Agriculture no longer provides ratings for floor coatings. Spartan provides a letter of certification for New Generation 100.

The current standard for chemical compound ratings is performed through the NSF (National Sanitation Foundation), which uses the same category ratings formerly used by the USDA. Those ratings are published in the NSF White Book™. Spartan has elected to submit to the NSF only those products directly related to the Food Industry. Following is the list of Spartan products now included in the NSF White Book™.

NSF Listed Proprietary Substances and Nonfood Compounds

Product	Category
Chlorinated Degreaser	A1
Clean Xpress Antibacterial Hand Wash and Sanitizer	E2
DFP-32	A1
E2 Hand Wash & Sanitizer	E2
E3 Hand Sanitizer	E3
Golden Glo	A1
IC-115	A4
Inspector's Choice	A1
Oven & Grill Cleaner	A8
Pathmaker	A1
Sani-T-10	D2, W1
SC-200 Industrial Cleaner	A1
SNB-130	A1
Tough On Grease	A1

©SCC 6/02

NB
FILE

SGS

Certificate EC10/216261

The management system of

SPARTAN DEL ECUADOR PRODUCTOS QUIMICOS S.A.

Cdla Vernaza Norte Mza 12 solar 21,
Guayaquil, Guayas, Ecuador

has been assessed and certified as meeting the requirements of

ISO 9001:2008



For the following activities

The scope of registration appears on page 2 of this certificate.

Further clarifications regarding the scope of this certificate and the applicability of ISO 9001:2008 requirements may be obtained by consulting the organisation

This certificate is valid from 22 August 2013 until 21 August 2016 and remains valid subject to satisfactory surveillance audits.

Re certification audit due before 1 March 2016

Issue 3. Certified since 23 August 2007

This is a multi-site certification.

Additional site details are listed on the subsequent page.

Authorised by

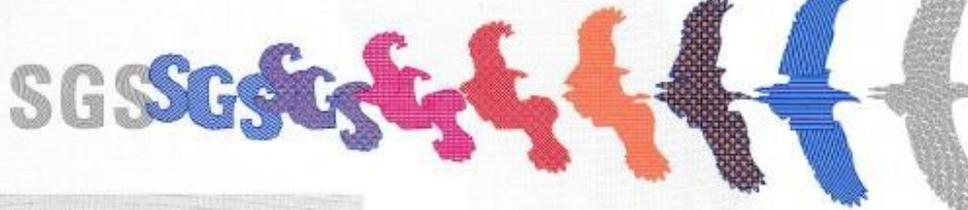


005

SGS United Kingdom Ltd Systems & Services Certification
Rossmore Business Park Ellesmere Port Cheshire CH65 3EN UK
t +44 (0)151 350-6666 f +44 (0)151 350-6600 www.sgs.com

SGS 9001-8 01 0311 M2

Page 1 of 2



This document is issued by the Company subject to its General Conditions of Certification Services accessible at www.sgs.com/terms_and_conditions.htm. Attention is drawn to the limitations of liability, indemnification and jurisdictional issues established therein. The authenticity of this document may be verified at <http://www.sgs.com/en/Our-Company/Certified-Client-Directories/Certified-Client-Directories.aspx>. Any unauthorized alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful and offenders may be prosecuted to the fullest extent of the law.

6318

Certificate EC10/216261, continued

SGS

**SPARTAN DEL ECUADOR
PRODUCTOS QUIMICOS S.A.**

ISO 9001:2008



Issue 3

Detailed scope

Design, development, manufacture and commercialization of chemical products and accessories.

Diseño, desarrollo, elaboración y comercialización de productos químicos y accesorios.

Further Clarifications regarding the scope of this certificate and the applicability of ISO 9001:2008 requirements may be obtained by consulting the organisation

Additional facilities

**Cdla. Vernaza Norte - Mz 12, Solar 21, (2 cuadras Atrás del Mall del Sol),
Guayaquil, Guayas, Ecuador**

**Lotización Las Ferías Km. 3 ½ Vía Durán-Tambo, (A lado de empresa
Lytocek por el desvío que va a la feria.),
Duran, Guayas, Ecuador**

**Av. Eloy Alfaro y Los Eucaliptos, esquina,
Quito, Pichincha, Ecuador**



This document is issued by the Company subject to its General Conditions of Certification Services accessible at: www.sgs.com/terms_and_conditions.htm. Attention is drawn to the limitations of liability, indemnification and jurisdictional issues established therein. The authenticity of this document may be verified at <http://www.sgs.com/en/Our-Company/Certified-Clients/Discover/Client-Details.aspx>. Any unauthorised alteration, forgery or falsification of the content or appearance of this document is unlawful and offenders may be prosecuted to the fullest extent of the law.

Page 2 of 2

3531



Environmental Certification

Presented to

SPARTAN CHEMICAL COMPANY, INC.

Green Seal, Inc. certifies that the following products comply with or exceed Green Seal's Environmental Standard for Floor Care Products: Finishes and Compatible Strippers Used for Industrial and Institutional Purposes (GS-40) and are licensed to use the Green Seal Certification Mark:

Green Solutions Floor Sealer & Finish
Green Solutions Floor Finish Remover

(Specific pack sizes listed in certification letter)

Certified this 17th day of March, 2006.

Mark T. DeRuzzi, Vice President of Certification



KOSHER CERTIFICATION
 Rabbi Don Yoel Levy
Kashruth Administrator

KOSHER CERTIFICATE

KC# 256708-1
 20 Tishrei, 5765
 October 05, 2004

SPARTAN CHEMICAL COMPANY INC.
 P.O. BOX 3495
 TOLEDO, OHIO 43607-0495
 TEL (419) 531-5551
 FAX (419) 536-8423

The following products, sold by SPARTAN CHEMICAL COMPANY INC. are certified Kosher with the listed restrictions.

Name	K-ID	Status	Restriction	Size
A.S.A.P.	CTN-VRVX	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Acid Sanitizer FP	NPD-GSMF	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Airlift	LZN-VZQB	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Antiseptic Hand Cleaner, Hair And Body Wash	VPP-FMCL	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
BH-38	JTW-CCJX	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Blue Glo	JLC-PDMC	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Caustic Cleaner FP	HCN-LKNC	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
CDC-10	QQT-NLBF	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Chlorinated Degreaser	SNX-DQMH	Pareve	Ⓚ P SYMBOL	Passover
Clean Cargo Cleaner	DNM-SCLF	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Clean Xpress Antibacterial Hand Wash & Sanitizer E2	GJG-MGBL	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Cool And Freezer Cleaner FP	QBV-FGLQ	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Damp Mop	NRR-LCKX	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
Defoamer FP	GCR-TGNS	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
DFP-32	VKK-LHGR	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
DMQ Damp Mop Neutral Disinfectant Cleaner	MJP-TXPG	Pareve	Ⓚ SYMBOL	
E2 Hand Wash And Sanitizer	ZQD-FGRM	Pareve	Ⓚ P SYMBOL	Passover

This certificate is VALID UNTIL September 30, 2005

Verify authenticity by entering K-ID
 at www.digitalkosher.com

11851/3



RABBI DON YOEL LEVY, Kashruth Administrator

COTIZACIONES PROVEEDORES

	NANCY MARGARITA GOMEZ VEINTIMILLA DISTRIBUIDORA "LAS UNICAS" PRINCIPAL: José Masoote 3906 e/El Oro y Vaca Galindo Telf.: 2344064 - 2345812 Fax: 2455172 Sucursal: Guasmo Ctr. Coop. Unión de Bananeros Bq. 1-A S. 44 Telf.: 2483806 - 2483805		R.U.C.: 0908090939001 COTIZACION Nº. 00110357 29/07/2014
---	---	--	---

SRES: ANDREA MEDINA RIVERA	0915860506001
Direccion: CDLA LOS CEIBOS AV.TRANSVERSAL N°168	TLF: 5047117-0990020030-0999487

CANTID	UNIDAD	DESCRIPCION	V.Unita	V. TOTAL
40	Unidad	Atomizadores	\$ 1,65	\$ 66,00
12	Unidad	Brocha	\$ 1,65	\$ 19,80
6	Unidad	Carrito porta mapo	\$ 55,00	\$ 330,00
2	Unidad	Disco blanco de 20	\$ 14,00	\$ 28,00
2	Unidad	Disco Rojo de 20	\$ 14,00	\$ 28,00
12	Unidad	Escoba de plástico	\$ 1,80	\$ 21,60
12	Unidad	Espatulas.	\$ 0,90	\$ 10,80
24	Unidad	Fibra Verde.	\$ 0,27	\$ 6,48
3	metro	Franela	\$ 2,20	\$ 6,60
450	Paquete x 12	Fundas de Basura 23 x 28	\$ 0,06	\$ 24,75
300	Paquete x 11	Fundas de Basura 30 x 36	\$ 0,08	\$ 23,10
150	Paquete x 10	Fundas de Basura Industrial 39x55	\$ 0,38	\$ 57,00
12	Par	Guantes de caucho	\$ 2,85	\$ 34,20
8	Unidad	Jerga	\$ 2,50	\$ 20,00
12	Unidad	Mano de oso con base	\$ 2,20	\$ 26,40
12	Paquet	Mascarillas x 50	\$ 3,88	\$ 46,56
12	Unidad	Mopa COCIDA COMPLETA de 300 gramos	\$ 22,00	\$ 264,00
12	Unidad	Trapeador mechas para mopa cocida	\$ 4,80	\$ 57,60
6	Unidad	Trapeador mechas para mopa cocida	\$ 40,00	\$ 240,00
60	Unidad	Pastillas Tips	\$ 0,99	\$ 59,40
12	Unidad	Pluma limpia vidrio	\$ 6,50	\$ 78,00
12	Unidad	Plumero	\$ 3,00	\$ 36,00
12	Unidad	Recogedor plástico	\$ 1,20	\$ 14,40
12	Unidad	Señalética de piso mojado.	\$ 12,00	\$ 144,00
36	Unidad	toallas de mano	\$ 0,50	\$ 18,00
4	paquete x 25	Waypall	\$ 7,63	\$ 30,52
			SUB.	\$ 1.691,21
			I.V.A	\$ 202,95
			TOTAL	\$ 1.894,16

Cotizacion valida por 30 días

Guayaquil, 17 de Julio del 2014.

Señorita

Gabriela Pinto

FIDEICOMISO HOTEL AEROPUERTO.

Ciudad.

De nuestras consideraciones.

Por medio de la presente ponemos a su consideración, nuestros productos bajo licencia y control de calidad de SPARTAN CHEMICAL CO. INC.

PRODUCTOS	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO
Green Solutions Remover	Removedor de ceras y manchas de pisos.	\$. 6,86 c/lit.
Green All Purpose Cleaner	Limpiador Multipropósito Ecológico.	\$. 5,14 c/lit.
Green shampoo de Alfombras	Limpiador de alfombras.	\$. 3,89 c/lit.
Green Glass Cleaner	Limpia vidrios.	\$. 4,02 c/lit.
Green Industrial Cleaner	Desengrasante biodegradable industrial para todo tipo de trabajos pesados.	\$. 5,71 c/lit.
Green Neutral Desinfectant Cleaner	Desinfectante concentrado para baños y pisos.	\$. 5,86 c/lit.
Green Restroom Cleaner	Limpiador Desinfectante acido para baños, anti sarro.	\$. 5,38 c/lit.

Los precios no incluyen IVA.

Nuestros productos cumplen con las normas y registros de calidad tales como: EPA, USDA, KOSHER AND PARAVE, GREEN SEAL, BIO BASED, NFS, ISO 9001:2000.

Saludos cordiales,

Alisther Villagómez R.

Supervisor Técnico

Spartan del Ecuador S.A.

Celular 0997736794.

avillagomez@spartanecuador.com

**FICHAS TECNICAS
Y
HOJAS DE SEGURIDAD DE PRODUCTOS
QUIMICOS BIODEGRADABLES**