



ITSEP

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO ECUATORIANO DE PRODUCTIVIDAD

Formación Emprendedora y Empresarial



Trabajo de Investigación

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN

TEMA:

Plan de negocios para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, 2026

AUTOR/ES

Peter Triviño

Pamela De La Torre

TUTOR

Ing. Omar Vinueza M.B.A.

CIUDAD

Quito, D.M.

AÑO

2026

Agradecimiento

Expreso mi más sincero agradecimiento a Dios por brindarme salud, fortaleza, sabiduría y la oportunidad de culminar este trabajo de investigación.

Agradezco a mi familia por su apoyo incondicional, comprensión y motivación durante todo el proceso de elaboración de este plan de negocios. Su confianza y aliento fueron fundamentales para alcanzar esta meta académica.

Mi reconocimiento a los docentes de la institución, quienes compartieron sus conocimientos, experiencia y orientación, contribuyendo significativamente a mi formación profesional y al desarrollo de este proyecto.

Asimismo, agradezco a la microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios por facilitar la información necesaria para la realización de este estudio, así como a las personas que colaboraron respondiendo las encuestas y aportando valiosos comentarios para la investigación.

Finalmente, expreso mi gratitud a todas las personas que, de una u otra manera, brindaron su apoyo y contribuyeron al desarrollo y culminación satisfactoria de este plan de negocios para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito.

Dedicatoria

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, por darme la vida, la fortaleza y la sabiduría necesarias para superar cada desafío y permitirme alcanzar esta importante meta académica.

A mi familia, por su amor incondicional, apoyo constante, paciencia y confianza durante todo mi proceso de formación. Gracias por motivarme a seguir adelante y creer siempre en mis capacidades.

A mis docentes, quienes con sus enseñanzas, orientación y experiencia contribuyeron a mi crecimiento personal y profesional, brindándome las herramientas necesarias para desarrollar este proyecto.

Finalmente, dedico este trabajo a todas las personas que, de una u otra forma, me brindaron su apoyo, motivación y confianza para culminar con éxito este plan de negocios. Este logro representa el esfuerzo, la perseverancia y el compromiso asumido para alcanzar una de las metas más importantes de mi formación profesional.

Índice General

Introducción.....	1
Definición y Justificación del Tema	2
Planteamiento del Problema.....	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	4
Metodología de la Investigación.....	4
Marco Teórico (mínimo 8 definiciones) (4 párrafo).....	5
CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización.....	7
1.1. Descripción del Tema de Investigación	7
1.1.1. Contexto social	8
1.1.2. Identificación del problema o necesidad educativa	10
1.2. Caracterización del Objeto de Estudio.....	10
1.2.1. Descripción general de la población.....	11
1.2.2. Actores involucrados	12
1.2.3. Estructura institucional	13
1.2.4. Roles y perfiles relevantes	13
1.3. Orientación Estratégica del Proyecto.....	15
1.3.1. Misión / propósito del proyecto educativo.....	15
1.3.2. Visión / proyección futura.....	15
1.3.3. Valores y principios inclusivos	15
1.3.4. Análisis FODA	16
1.3.5. Estrategias de intervención.....	16
.....	16
1.3.6. Objetivos estratégicos	18
CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno	20
2.1 Análisis de la demanda / necesidad	20
2.1.1 Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales	21
2.1.2 Tipo de Mercado o Contexto.....	22
2.1.3 Segmentos y Grupos Objetivo.....	22
2.1.4 Comportamiento, Hábitos o Patrones Relevantes	23
2.1.5 Instrumentos de Recolección de Información Primaria.....	23
2.1.5.1 Encuestas	23
2.1.5.2 Entrevistas (cualitativo).....	27
2.1.5.3 Focus Group (cualitativo).....	27

2.1.5.4	Análisis e Interpretación de Resultados	27
2.2	Análisis de la Oferta / Situación Actual.....	27
2.2.1	Perfil del Actor Principal	27
2.2.2	Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes.....	28
2.3	Plan de acción y propuesta	28
2.3.1	Producto, Servicio o Intervención Propuesta	28
2.3.2	Costos / Accesibilidad.....	28
2.3.3	Comunicación y Difusión	28
2.3.4	Distribución o Implementación	28
2.4	Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno.....	29
2.4.1	Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor.....	29
2.4.2	Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno	29
2.4.3	Barreras o Restricciones Identificadas.....	32
CAPÍTULO III: ASPECTOS TÉCNICOS Y OPERATIVOS.....		33
2.1.	Procesos y Control de Calidad	33
2.1.1.	Diagramas de Flujo del Proceso	34
2.1.2.	Mecanismos de Control y Seguimiento	35
2.2.	Capacidad Operativa	35
2.2.1.	Capacidad de Ejecución o Producción.....	36
2.2.2.	Dimensionamiento del Proyecto.....	38
2.3.	Infraestructura y Recursos.....	38
2.3.1.	Espacios, Equipos o Recursos Necesarios	38
2.3.2.	Distribución y Organización Física o Lógica.....	39
2.4.	Análisis de Recursos y Proveedores	40
2.4.1.	Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias.....	40
2.4.2.	Criterios de Selección	40
2.5.	Normativa Aplicable.....	40
2.5.1.	Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales	41
2.5.2.	Medidas de Seguridad y Cumplimiento.....	41
2.6.	Localización o Ámbito de Aplicación	41
2.6.1.	Macro Localización	41
2.6.2.	Impactos Sociales, Ambientales y Económicos	43
2.6.3.	Plan de Mitigación.....	43
CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación		44
3.1.	Estructura Económica del Proyecto	44

3.1.1.	Plan de Inversiones	44
3.1.2.	Fuentes de Financiamiento.....	45
3.1.3.	Presupuesto de Ingresos	45
3.1.4.	Presupuesto de Costos.....	45
3.1.5.	Presupuesto de Gastos.....	46
3.1.6.	Estado de Resultados Proyectado	46
3.1.7.	Punto de Equilibrio	46
3.1.8.	Flujo de Caja Proyectado	47
	Análisis:.....	47
3.1.9.	Balance Proyectado.....	47
3.2.	Evaluación del Proyecto.....	48
3.2.1.	Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación	48
3.4	Plan de contingencia y salida.....	49
3.4.1	Medidas de Mitigación y Alternativas	50
	CONCLUSIONES	51
	RECOMENDACIONES	51
	ANEXOS.....	54

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Logotipo de la empresa.....	7
Gráfico 2. Producto y servicios de la empresa	7
Gráfico 3. Ubicación geográfica de la Empresa	8
Gráfico 4. Fotografía de productos de la empresa	8
Gráfico 5. Organigrama de la empresa	13
Gráfico 6. Matriz FODA	16
Gráfico 7. Estrategias de intervención	16
Gráfico 8. Pregunta 1	23
Gráfico 9. Pregunta 2	24
Gráfico 10. Pregunta 3	24
Gráfico 11. Pregunta 4	24
Gráfico 12. Pregunta 5	25
Gráfico 13. Pregunta 6	25
Gráfico 14. Pregunta 7	25
Gráfico 15. Pregunta 8	26
Gráfico 16. Pregunta 9	26
Gráfico 17. Pregunta 10	26
Gráfico 18. Diagrama del proceso de prestación del servicio de limpieza	34
Gráfico 19. Diagrama de distribución y organización física o lógica.....	39
Gráfico 20. Limpieza	54
Gráfico 21. Pasillos.....	55
Gráfico 22. Areas comunales	55
Gráfico 23. Tarjeta de presentación y cronograma.....	56

Índice de Tablas

Tabla 1. Actores involucrados	12
Tabla 2. Análisis PEST	31
Tabla 3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	31
Tabla 4. Barreras identificadas	32
Tabla 5. Matriz de impacto.....	43
Tabla 6. Matriz del plan de mitigación	43
Tabla 7. Matriz de inversión.....	44
Tabla 8. Fuentes de financiamiento	45
Tabla 9. Presupuesto de ingresos.....	45
Tabla 10. Costos	45
Tabla 11. Presupuesto de gastos	46
Tabla 12. Estado de resultados	46
Tabla 13. Flujo de caja	47
Tabla 14. Balance	47
Tabla 15. Matriz de Situaciones Adversas	49

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios tiene como objetivo diseñar estrategias para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito durante el año 2026. La investigación surge de la necesidad de mejorar el posicionamiento de la empresa, incrementar su cartera de clientes, optimizar sus procesos administrativos y fortalecer su competitividad en un mercado cada vez más exigente.

Para el desarrollo del estudio se empleó un enfoque metodológico cuantitativo con alcance descriptivo, utilizando la encuesta como principal instrumento de recolección de información aplicada a clientes potenciales. Los resultados obtenidos permitieron identificar que los clientes valoran principalmente la calidad del servicio, la puntualidad, la atención personalizada, los precios competitivos y la disponibilidad de canales digitales para solicitar información y cotizaciones.

Con base en el diagnóstico realizado, se diseñó una propuesta de fortalecimiento enfocada en la implementación de estrategias de marketing digital, el desarrollo de un sitio web corporativo, la optimización de los procesos administrativos, la capacitación continua del personal y la implementación de mecanismos de control de calidad. Asimismo, se realizó la evaluación técnica, operativa y financiera del proyecto mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Retorno sobre el Patrimonio (ROE), el Retorno sobre los Activos (ROA) y el Período de Recuperación de la Inversión, evidenciando la viabilidad económica del plan de negocios.

Se concluye que la implementación de las estrategias propuestas permitirá mejorar el posicionamiento de la microempresa, incrementar la satisfacción y fidelización de los clientes, optimizar la gestión empresarial y contribuir al crecimiento sostenible de la organización en el mediano y largo plazo.

Palabras clave: plan de negocios, microempresa, servicios de limpieza, marketing digital, fortalecimiento empresarial, crecimiento empresarial, calidad del servicio, viabilidad financiera.

Abstract

This business plan aims to design strategies for the strengthening and growth of a microenterprise that provides office and building cleaning services in the Metropolitan District of Quito during 2026. The study arises from the need to improve the company's market positioning, increase its customer portfolio, optimize its administrative processes, and strengthen its competitiveness in an increasingly demanding market.

A quantitative research approach with a descriptive scope was used. Surveys were applied to potential customers as the main data collection instrument. The results showed that customers highly value service quality, punctuality, personalized attention, competitive prices, and the availability of digital channels to request information and quotations.

Based on the diagnosis, a business strengthening proposal was developed, focused on implementing digital marketing strategies, creating a corporate website, improving administrative processes, providing continuous staff training, and establishing quality control mechanisms. In addition, the technical, operational, and financial feasibility of the project was evaluated through indicators such as Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), Return on Equity (ROE), Return on Assets (ROA), and Payback Period, demonstrating the economic viability of the business plan.

It is concluded that the implementation of the proposed strategies will improve the microenterprise's market positioning, increase customer satisfaction and loyalty, optimize business management, and contribute to its sustainable growth in the medium and long term.

Keywords: business plan, microenterprise, cleaning services, digital marketing, business strengthening, business growth, service quality, financial feasibility.

Introducción

El constante aumento de la urbanización y las actividades productivas y comerciales en el área metropolitana de Quito, ha generado una creciente necesidad de servicios de limpieza en connotaciones de sostenibilidad, fiabilidad y especialización. En un contexto donde la presentación institucional, la limpieza y la seguridad son esenciales para el correcto funcionamiento de las oficinas y estructuras, elegir proveedores que sean responsables y eficaces se convierte en una prioridad para las empresas del sector público y privado, así como para los administradores de edificios.

No obstante, a pesar de esta solicitud, hay varias dificultades que aún persisten en el sector: tardanzas, manejo inadecuado de materiales, falta de formación en el personal, escasa supervisión y carencia de criterios de calidad. Estas falencias impactan en la eficiencia, causan descontento entre los usuarios y fuerzan a los clientes a cambiar frecuentemente de proveedor, lo que incrementa gastos y perjudica la continuidad del servicio. Por lo tanto, se reconoce una importante oportunidad para crear una propuesta empresarial que aborde estas necesidades no cubiertas. El objetivo de este proyecto conjunto es el establecimiento y la formación de la microempresa “COMPANY OF CLEAN TRIVIÑO ANDRADE”, que se especializa en ofrecer servicios de limpieza y mantenimiento para oficinas y edificios en Quito.

Esta iniciativa se basa en un modelo de gestión centrado en la calidad, la formación continua del personal, el uso responsable de productos ecológicos y la adopción de procesos operativos eficientes que aseguren resultados óptimos y el contento del cliente. En el transcurso del texto se explican los antecedentes, la razón de ser del proyecto, sus metas, la base teórica y la planificación estratégica que garantiza la propuesta. Igualmente, se incluye el estudio del contexto, la metodología utilizada, el esquema de la propuesta operativa y organizativa, junto con la evaluación financiera pertinente. Este proyecto tiene como objetivo convertirse en una alternativa viable, lucrativa y sostenible que favorezca el crecimiento económico local, fomente la creación de empleo formal y ofrezca respuestas efectivas a las necesidades del mercado de servicios de limpieza en la ciudad de Quito.

Definición y Justificación del Tema

La propuesta consiste en crear y desarrollar una microempresa de servicios de limpieza enfocados a oficinas y edificios que se encuentran en el Distrito Metropolitano de Quito. La empresa realizará mantenimiento diario, semanal y mensual más limpieza profunda, desinfección, y gestión de residuos reciclables; con el fin de contar con proveedores con un servicio permanente, ordenado y confiable, surge la iniciativa. El servicio se destina a pequeñas, medianas y grandes empresas, así como a administradores de edificios de vivienda y comercial, también se incorporarían entidades públicas y privadas que necesiten condiciones adecuadas de higiene para el desarrollo de su actividad.

La creación de la microempresa se plantea, ya que existe demanda de servicios de limpieza por parte de organizaciones que no cuentan con personal destinado a estos servicios. Las prácticas sostenibles y el establecimiento de criterios de calidad que permitan diferenciar el servicio de las alternativas existentes de la ciudad se identifican igualmente (Chiavenato, 2020; Porter, 2008). La propuesta incluye un modelo de negocio colaborativo conocido como “esquema pescado”, a partir del cual los integrantes del equipo tendrán participación en la gestión y en los beneficios generados.

Se estima que para su implementación se registrará la empresa de acuerdo a la legislación ecuatoriana, se capacitará al personal en técnicas de limpieza, seguridad industrial y prácticas ecológicas y se establecen alianzas. La supervisión del desempeño se llevará a cabo a través de indicadores de gestión, listas de verificación de calidad y encuestas de satisfacción.

Los objetivos de la propuesta son crear una microempresa rentable y sostenible que contribuya a crear 10 empleos formales en sus primeros doce meses de actividad. El servicio se intentará de acuerdo con las exigencias de los (en número) clientes y con las disposiciones en materia de higiene y seguridad. El uso de productos ecológicos y la correcta separación de residuos permitirá mitigar el impacto medioambiental que ocasionan los trabajos de limpieza. La captación de clientes se apoya en estrategias de marketing local que fomenten el desarrollo de negocio con empresas y administradores de edificios. El objetivo es posicionar a la microempresa como una opción confiable en el servicio de limpieza y mantenimiento en el Distrito Metropolitano de Quito.

Planteamiento del Problema

En la actualidad, muchas compañías y estructuras comerciales enfrentan retos para mantener niveles apropiados de aseo e higiene, lo que impacta directamente en el bienestar de los empleados, la percepción de la marca y la eficacia en el trabajo. Aunque la solicitud de servicios profesionales de limpieza está aumentando, hay una escasa disponibilidad de pequeñas empresas locales que ofrezcan un servicio confiable, ajustado a las necesidades individuales y eficientes.

A menudo, las empresas que contratan estos servicios se encuentran con inconvenientes como la falta de puntualidad, el empleo inadecuado de productos de limpieza, personal no entrenado y escasa supervisión en las labores. Esta situación provoca descontento y cambios constantes de proveedor, afectando la continuidad del servicio y generando un costo extra en tiempo y recursos.

Ante esta situación, se presenta la necesidad de crear una microempresa de limpieza enfocada únicamente en oficinas y edificios, que brinde soluciones personalizadas, con personal capacitado, supervisión continua y un fuerte compromiso con la calidad y el cuidado del medio ambiente. Esta propuesta pretende llenar un vacío en el mercado, beneficiando tanto a pequeñas como a grandes empresas que necesitan mantener espacios laborales limpios, seguros y agradables. Sobre todo, cubrir aspectos como:

- Precios accesibles para el cliente
- Productos de calidad
- Personal capacitado
- Prestar un servicio con calidez, exclusivo y eficiente.

Objetivo General

Ofrecer servicios completos y especializados de aseo para lugares de trabajo y construcciones, asegurando espacios limpios, seguros y agradables al aplicar procedimientos efectivos, contar con personal capacitado y utilizar productos apropiados,

para cumplir con las expectativas de los clientes y fomentar el bienestar en el entorno laboral y la imagen institucional de las organizaciones.

Objetivos Específicos

Ofrecer servicios de limpieza personalizados que se ajusten a las necesidades específicas de cada cliente, considerando horarios, frecuencia y áreas prioritarias.

Capacitar continuamente al personal de limpieza en técnicas modernas, uso adecuado de productos e implementos, y normas de seguridad e higiene laboral.

Implementar un sistema de control de calidad y supervisión que garantice la eficiencia y el cumplimiento de los estándares establecidos en cada servicio.

Promover el uso de productos de limpieza ecológicos y sostenibles, que minimicen el impacto ambiental y protejan la salud del personal y los usuarios de los espacios intervenidos.

Fomentar relaciones comerciales duraderas a través de una atención al cliente oportuna, responsable y enfocada en la mejora continua del servicio.

Metodología de la Investigación

Método cualitativo:

Facilitará la comprensión de la situación actual de la microempresa, a partir de la identificación de necesidades y expectativas del cliente. Asimismo, permitirá disponer de información que facilite el análisis de los procesos internos. Éstos están vinculados con la prestación del servicio y la organización de las actividades (Hernández – Sampieri et al., 2018). El equipo de socios y contratistas junto con el personal interno no afectado 2023. La información obtenida permitirá reconocer las principales dificultades que podrían afectar el funcionamiento de la empresa. Esto proporcionará elementos que orientarán la toma de decisiones relacionadas con la gestión y la prestación del servicio.

Método cuantitativo:

Ayudará a la recolección y análisis de información cuantitativa de los comportamientos de la demanda, así como de la situación económica. Indicadores como

el nivel de satisfacción de los clientes, la participación estimada en el mercado o los costos operativos, ingresos o egresos serán considerados. Se examinarán las proyecciones financieras requeridas con el fin de evaluar la viabilidad económica. Los datos serán dispuestos en tablas e indicadores para facilitar su lectura. La información cuantitativa permitirá calibrar el desempeño esperado y la viabilidad financiera de la microempresa.

Marco Teórico (mínimo 8 definiciones) (4 párrafo)

La microempresa es una unidad económica que realiza tareas de producción, comercialización o prestación de servicios mediante una organización que no requiere de muchos trabajadores. Una empresa de menor tamaño tiende a requerir menor inversión que una de mayor tamaño, en operación. Sin embargo, depende de la actividad económica y de la norma. En este sentido, el emprendimiento es el proceso a través del cual se identifica una oportunidad de negocio y se organizan los recursos para desarrollar una actividad económica; ambos conceptos están relacionados a la creación de nuevos proyectos empresariales que tienen por objetivo atender determinada necesidad del mercado y generar ingresos y empleo (García Vera & Sumba-Bustamante, 2024).

Una empresa de servicios, tal como menciona Ratten (2023) es una organización cuya actividad principal, ofrece servicios, es decir, prestaciones intangibles, que satisfacen necesidades de personas, empresas o fundaciones. En esta actividad, el usuario percibe el cumplimiento de lo ofrecido, la atención recibida y las condiciones en las que se ejecuta el servicio. La calidad del servicio es el conjunto de características que sirven para determinar si la prestación corresponde a lo que espera y quiere el cliente. Según las microempresas de limpieza, cumplen con los horarios, realizan correctamente las tareas sin dañar las instalaciones y responden ante un pedido o inconvenientes (Kübler & Seggie, 2024; Robbins & Coulter, 2022).

La limpieza profesional es el conjunto de procedimientos que se realizan para retirar los residuos, suciedad y otros elementos que se encuentran en los espacios de tipo laboral, comercial o residencial, por medio de técnicas, productos y materiales que estén destinados a cada superficie o área en concreto (Fontana et al., 2024). Por otra parte, la desinfección se entiende como el conjunto de procedimientos que están orientados a reducir o eliminar los microorganismos que se encuentran en superficies, de acuerdo con productos y métodos establecidos para cada necesidad. La gestión de residuos reciclables se refiere a las actividades de separación, clasificación, almacenamiento y entrega de materiales que se pueden destinar a los procesos de aprovechamiento. Los conceptos

mencionados, permiten acotar los servicios que se tienen dentro de la propuesta empresarial y las actividades que deberán formar parte de la operación (Cicero et al., 2024).

El concepto de sostenibilidad empresarial se refiere a la capacidad de una empresa de realizar y desarrollar sus actividades teniendo en cuenta criterios económicos, sociales y ambientales en la toma de sus decisiones y en el desarrollo de sus operaciones (Abid et al., 2024). En el contexto de una empresa que brinda servicios de limpieza, este concepto puede vincularse al uso adecuado de insumos, a la reducción de residuos, a la elección de productos con menor impacto o al manejo responsable de personal (Tabish et al., 2024). Por otra parte, la satisfacción del cliente es el grado en que la experiencia obtenida de un servicio coincide con las expectativas de este (Kotler y Armstrong, 2021). La evaluación de servicio se puede hacer a través de encuestas, indicadores y mecanismos de retroalimentación que permitan conocer la evaluación sobre la calidad, puntualidad, atención y cumplimiento del servicio contratado (Kassier, 2024).

CAPÍTULO I: Diagnóstico Y Contextualización

1.1. Descripción del Tema de Investigación

Nombre de la empresa: COMPANY OF CLEAN TRIVIÑO ANDRADE 10

Somos un equipo de expertos con amplios conocimientos que se dedican a la limpieza y al mantenimiento de edificios, oficinas, empresas, instituciones y templos religiosos. Contamos con una gran experiencia en el mercado, que nos ha valido servir a muchos clientes en el transcurso de la empresa.

Gráfico 1 *Logotipo de la empresa*



Elaboración Propia

Gráfico 2. Producto y servicios de la empresa



Elaboración Propia

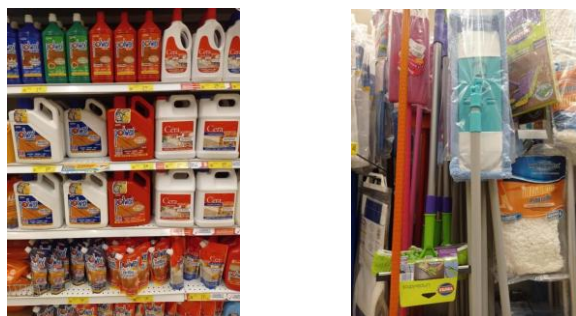
Gráfico 3. Ubicación geográfica de la Empresa



Elaboración Propia

La empresa se ubica en la provincia de Pichincha, Quito, La Ferroviaria.

Gráfico 4. Fotografía de productos de la empresa



Elaboración Propia

1.1.1. Contexto social

El servicio de aseo de oficinas y edificios está vinculado a las actividades del sector terciario de la economía. Esto se debe a que corresponde a la prestación de servicios que atienden necesidades de organizaciones y usuarios. Su importancia está ligada al mantenimiento de los espacios de trabajo, de educación, de atención al público y de otras actividades sociales. En el Distrito Metropolitano de Quito se agrupan empresas, instituciones educativas, entidades públicas, centros de salud, establecimientos comerciales y edificios de vivienda que requieren trabajos de limpieza y mantenimiento permanentes. En estos lugares, la higiene será parte de las actividades que son necesarias para mantener un ambiente apto para los trabajadores, alumnos, usuarios y visitantes (INEC, 2024).

La prestación de servicios de limpieza tiene una relación directa con la condición social y educativa de la población. Así, distintas instituciones requieren espacios organizados y limpios para llevar a cabo su actividad cotidiana. Los edificios de oficinas, los centros y los establecimientos de atención al público demandan servicios que se ajusten a sus horarios, condiciones físicas y frecuencias de uso. El aumento de las actividades comerciales y urbanas en Quito hace crecer el número de espacios que requieren un mantenimiento periódico. Bajo este escenario, una microempresa especializada puede brindar atención por medio de atención programada limpieza profunda desinfección y manejo de residuos reciclables.

Contexto institucional

La microempresa tiene una estructura organizativa simple, que es característico de este tipo de unidades económicas, donde el dueño participa de forma directa en las actividades administrativas y operativas. Esta estructura posibilita mantener la comunicación fluida y cercana entre la dirección y quien prestan los mismos. Es necesario establecer procedimientos tendientes a planear actividades, asignar tareas, controlar insumos, realizar seguimiento a clientes y administrar recursos financieros para el funcionamiento de la empresa. La capacitación del personal, así como el seguimiento de las condiciones en que se están realizando las labores de limpieza también debe formar parte de la organización interna.

En un entorno así, la empresa propone el uso de herramientas de gestión. Así, se podrá ordenar las tareas y seguir sus resultados. A través de la utilización de indicadores, listas de control y encuestas de satisfacción se permitirán disponer de información en torno al cumplimiento de los servicios y la percepción de los clientes. La gestión de finanzas deberá realizarse con el costo del personal, insumo, equipos, transporte, entre otras cosas. La captación y mantenimiento de clientes será otro elemento relevante para generar ingresos constantes y sostener las actividades de la microempresa.

Análisis del sector

El sector de servicios de limpieza constituye un campo competitivo porque hay empresas y microempresas que ofrecen prestaciones similares para la limpieza de oficinas, de edificios, de comercios y de instituciones. El cliente puede evaluar, entre otros aspectos, la puntualidad, el cumplimiento de las actividades contratadas, la calidad del servicio, el trato del personal y la respuesta a requerimientos. Esta situación hace que

sea necesario plantear una propuesta que garantice atención personalizada, procedimientos establecidos y prácticas de cuidado ambiental. El correcto uso de productos de limpieza sustentables y la separación de los desechos reciclables puede ser uno de los elementos diferenciadores de la microempresa.

La demanda de este sector, también se debe a la necesidad del mantenimiento en los espacios de uso frecuente (Muni et al., 2024). Las empresas e instituciones necesitan de sus servicios con diferente frecuencia y especialización; desde el mantenimiento periódico, hasta limpiezas en profundidad y desinfección. Esta amplia gama ofrece la posibilidad de dar una solución ajustada a cada cliente y a las particularidades de su instalación. El enfoque ante la demanda, el manejo de los costos y la calidad permanente del servicio serán características que necesitará dicha microempresa para ganarse la confianza y generar relaciones comerciales al menos en Quito.

1.1.2. Identificación del problema o necesidad educativa

La microempresa dedicada a la limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito enfrenta dificultades en su gestión administrativa, comercial y financiera, lo cual se evidencia en la falta de un plan de negocios bien estructurado, escasas estrategias de mercadeo, baja captación de nuevos clientes, deficiente planificación financiera y escasa implementación de procesos de mejora continua. Estas limitaciones disminuyen la capacidad de crecimiento de la empresa, impactan su posicionamiento en el mercado y restringen su competitividad frente a otras compañías del sector que cuentan con más recursos y estrategias de gestión más consolidadas.

En cuanto a la oportunidad detectada, se tiene que, a pesar de los retos presentes, un aumento en la demanda de servicios profesionales de limpieza y desinfección. El crecimiento del sector empresarial y corporativo en el Distrito Metropolitano de Quito, una mayor consciencia en las organizaciones sobre la relevancia de mantener ambientes de trabajo limpio y seguro.

1.2. Caracterización del Objeto de Estudio

La empresa estudiada es una microempresa que ofrece servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, en Ecuador. Su actividad principal es la prestación de servicios de mantenimiento, desinfección y limpieza de espacios administrativos y corporativos que permiten a las organizaciones realizar sus

actividades en un entorno ordenado, seguro y limpio. La microempresa brinda servicios de limpieza especializados y periódicos, que van desde oficinas, sanitarios, áreas comunes, mobiliario, pisos, cristales y gestión básica de residuos.

1.2.1. Descripción general de la población

La microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios del presente plan de negocios se plantea constituirse como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), figura jurídica regulada por la legislación ecuatoriana. Esta modalidad ofrece ventajas para los emprendimientos debido a que permite una constitución más ágil, menores costos administrativos y mayor flexibilidad en la organización y gestión de la empresa, facilitando su crecimiento y fortalecimiento en el mercado.

La empresa desarrollará sus actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, cumpliendo con las disposiciones legales establecidas por los organismos de control del Ecuador. Para ello, deberá obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI), el permiso de funcionamiento cuando corresponda, la patente municipal y demás autorizaciones requeridas por el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito para la prestación de servicios de limpieza.

En materia laboral, la microempresa cumplirá con lo dispuesto en el Código del Trabajo y la normativa del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), garantizando la afiliación de sus trabajadores, el pago oportuno de salarios, beneficios sociales, vacaciones, décimos, utilidades y demás obligaciones laborales. Asimismo, implementará políticas de seguridad y salud ocupacional para proteger la integridad física del personal durante la ejecución de sus actividades.

En el ámbito tributario, la organización observará las obligaciones establecidas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), incluyendo la emisión de comprobantes de venta electrónicos, la declaración y pago de impuestos aplicables, así como el mantenimiento de registros contables de acuerdo con la normativa vigente. Esto permitirá una administración transparente y el cumplimiento de las responsabilidades fiscales.

Finalmente, la empresa actuará bajo principios de responsabilidad social, ética empresarial y protección ambiental, aplicando procedimientos adecuados para el manejo de residuos, el uso responsable de productos de limpieza y el cumplimiento de la

normativa ambiental vigente. De esta manera, el plan de negocios busca consolidar una microempresa legalmente constituida, competitiva y sostenible, capaz de fortalecer su posicionamiento y crecimiento en el mercado de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito durante el año 2026.

1.2.2. Actores involucrados

Tabla 1. Actores involucrados

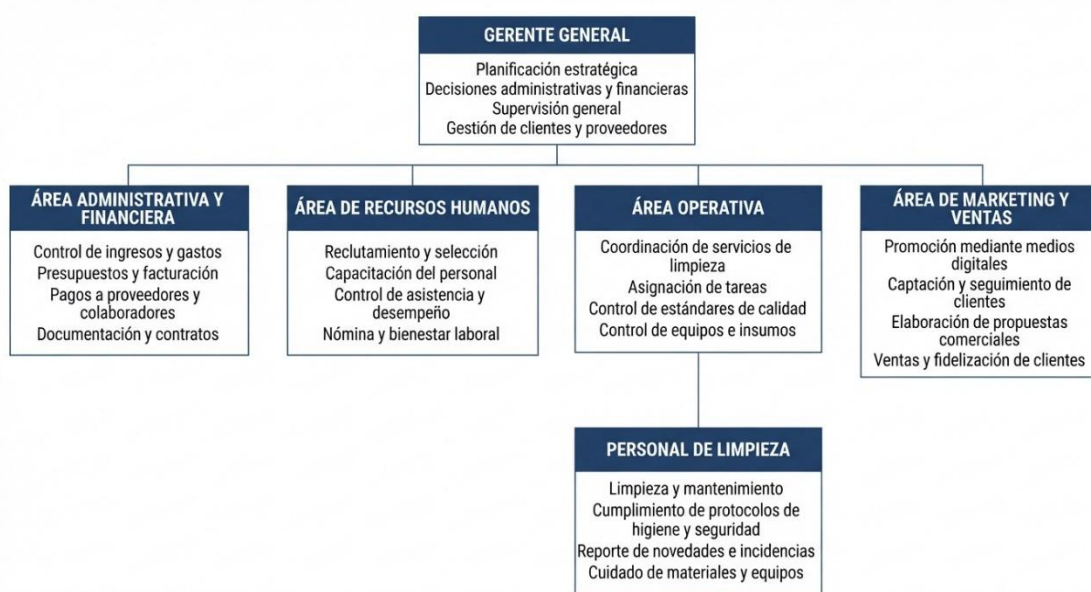
Tipo de actor	Actor	Participación dentro de la microempresa
Interno	Dueño o jefe de la microempresa	Dirige la organización, toma decisiones y supervisa el funcionamiento general del negocio.
Interno	Equipo administrativo	Gestiona actividades relacionadas con clientes, documentación, pagos, compras y organización de los servicios.
Interno	Personal encargado de la limpieza	Ejecuta las actividades de limpieza, desinfección y manejo de residuos de acuerdo con los servicios contratados.
Interno	Supervisores de los servicios	Controlan el cumplimiento de las tareas programadas y verifican las condiciones de calidad del servicio.
Externo	Clientes corporativos e instituciones	Contratan los servicios y proporcionan información sobre sus necesidades, horarios y condiciones de las instalaciones.
Externo	Proveedores de insumos y materiales de limpieza	Suministran productos, herramientas, equipos y materiales necesarios para desarrollar las actividades operativas.
Externo	Organismos reguladores y de supervisión	Comprenden entidades como el SRI, IESS y organismos municipales, relacionadas con las obligaciones legales, tributarias, laborales y administrativas.
Externo	Entidades financieras	Facilitan servicios financieros necesarios para pagos, cobros, manejo de cuentas y posibles alternativas de financiamiento.
Externo	Comunidad y entorno empresarial de Quito	Constituyen el entorno social y económico en el que la microempresa desarrollará sus actividades y establecerá relaciones comerciales.

Elaboración Propia

1.2.3. Estructura institucional

La estructura organizacional de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios está diseñada para garantizar una gestión eficiente de los recursos humanos, materiales y financieros, permitiendo brindar un servicio de calidad a los clientes del Distrito Metropolitano de Quito. La organización se basa en una estructura funcional, donde cada área tiene responsabilidades específicas que contribuyen al fortalecimiento y crecimiento del negocio.

Gráfico 5. Organigrama de la empresa



Elaboración Propia

1.2.4. Roles y perfiles relevantes

El desarrollo del Plan de negocios para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, 2026, requiere la participación de diversos actores que contribuyen al cumplimiento de los objetivos comerciales, operativos y estratégicos de la organización. Cada uno desempeña un papel fundamental para garantizar la calidad del servicio y la sostenibilidad del negocio.

Propietario o gerente. Es el responsable de la planificación, organización, dirección y control de la microempresa. Define las estrategias de crecimiento, administra

los recursos financieros, supervisa las operaciones y toma decisiones para mejorar la competitividad de la empresa.

Personal operativo. Está conformado por los trabajadores encargados de ejecutar los servicios de limpieza en oficinas y edificios. Su labor es esencial para ofrecer un servicio eficiente, seguro y de calidad, cumpliendo los protocolos establecidos y manteniendo altos estándares de atención al cliente.

Clientes. Son empresas, instituciones públicas, privadas, edificios corporativos y condominios que contratan los servicios de limpieza. Constituyen el principal eje del negocio, ya que su satisfacción influye directamente en la fidelización, la recomendación del servicio y el crecimiento de la microempresa.

Proveedores. Suministran los insumos, equipos, maquinaria, implementos de protección personal y productos de limpieza necesarios para la prestación del servicio. Mantener relaciones comerciales estables con los proveedores permite asegurar la continuidad de las operaciones y la calidad del servicio.

Organismos de control. Instituciones como el Servicio de Rentas Internas (SRI), el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), la Superintendencia de Compañías y el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito supervisan el cumplimiento de las obligaciones tributarias, laborales, societarias y municipales de la empresa.

Entidades financieras. Bancos, cooperativas de ahorro y crédito y otras instituciones financieras pueden facilitar el acceso a créditos, cuentas empresariales y servicios financieros que apoyen la inversión en equipos, tecnología y capital de trabajo para el crecimiento de la microempresa.

Comunidad y aliados estratégicos. Incluyen empresas relacionadas, agencias de marketing digital, plataformas tecnológicas, asociaciones empresariales y la comunidad local, quienes pueden contribuir mediante alianzas, promoción del negocio y generación de oportunidades comerciales.

La participación coordinada de estos actores permitirá fortalecer la gestión de la microempresa, mejorar la calidad de los servicios ofrecidos y consolidar un crecimiento sostenible dentro del mercado de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito.

1.3. Orientación Estratégica del Proyecto

1.3.1. Misión / propósito del proyecto educativo

Brindar servicios profesionales de limpieza, mantenimiento y desinfección para oficinas y edificios del Distrito Metropolitano de Quito, atendiendo las necesidades de empresas e instituciones mediante personal capacitado, procedimientos eficientes y prácticas responsables con el ambiente. Se busca ofrecer un servicio confiable, oportuno y de calidad, sustentado en la atención cercana al cliente, el uso responsable de los recursos y la gestión adecuada de residuos. La empresa orientará sus actividades hacia la satisfacción de los clientes, el bienestar de sus colaboradores y el crecimiento sostenible de sus operaciones.

1.3.2. Visión / proyección futura

Convertirse en una pequeña empresa conocida en el área metropolitana de Quito por la calidad, innovación y confianza en sus servicios de limpieza de oficinas y edificios, estableciéndose como una entidad competitiva, rentable y sostenible, con una diversa base de clientes y elevados estándares de calidad para el año 2030.

1.3.3. Valores y principios inclusivos

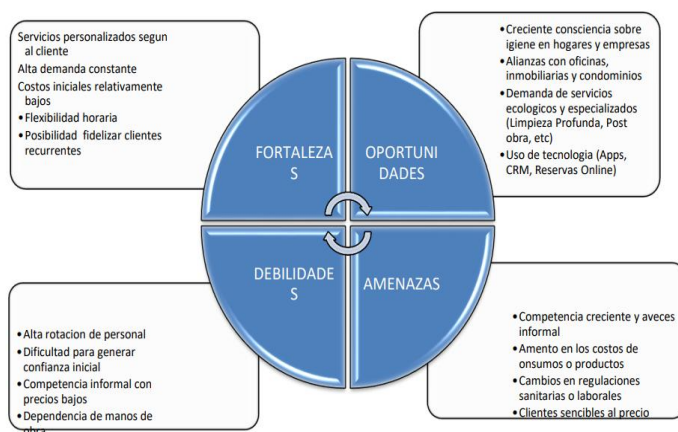
La pequeña empresa llevará a cabo sus actividades guiándose por los siguientes principios:

- Responsabilidad: Cumplir de manera adecuada y eficiente con los compromisos asumidos.
- Compromiso: Esfuerzo constante por satisfacer las demandas de los clientes.
- Honestidad: Mantener transparencia y ética en todas las actividades.
- Respeto: Proporcionar un trato digno y amable a clientes, colaboradores y proveedores.
- Calidad: Búsqueda continua de la excelencia en el servicio brindado.
- Trabajo en equipo: Fomentar la cooperación y comunicación entre todos los miembros de la empresa.

- Innovación: Implementar mejoras constantes en procesos y servicios.

1.3.4. Análisis FODA

Gráfico 6. Matriz FODA



Elaboración
Propia

1.3.5. Estrategias de intervención

Gráfico 7. Estrategias de intervención



Elaboración Propia

Las alianzas estratégicas constituyen un elemento fundamental para el fortalecimiento y crecimiento de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito. Estas colaboraciones permiten optimizar recursos, mejorar la calidad del servicio, ampliar la cobertura de mercado y aumentar la competitividad de la empresa.

Principales Alianzas Estratégicas

- Proveedores de productos e insumos de limpieza

Suministro oportuno de productos de limpieza, desinfectantes y materiales de higiene.

Obtención de descuentos por compras al por mayor.

Acceso a productos innovadores y amigables con el medio ambiente.

- **Proveedores de equipos y maquinaria**

Adquisición y mantenimiento de aspiradoras industriales, pulidoras y otros equipos especializados.

Capacitación sobre el uso adecuado de la maquinaria.

Servicio técnico y garantía de los equipos.

- **Empresas y edificios corporativos**

Establecimiento de contratos permanentes para la prestación de servicios de limpieza.

Generación de ingresos recurrentes y estabilidad financiera.

Posibilidad de ampliar los servicios a nuevas áreas o sucursales.

- **Instituciones de capacitación**

Formación continua del personal en técnicas de limpieza profesional, seguridad ocupacional y atención al cliente.

Certificación de competencias laborales.

Actualización sobre nuevas tecnologías y procedimientos del sector.

5. Instituciones financieras

Acceso a créditos para capital de trabajo y adquisición de equipos.

Servicios bancarios para la gestión eficiente de los recursos financieros.

Apoyo en proyectos de expansión empresarial.

6. Organismos públicos y municipales

Participación en procesos de contratación pública.

Acceso a programas de apoyo para microempresas y emprendimientos.

Cumplimiento de normativas laborales, tributarias y ambientales.

7. Empresas de marketing digital

Promoción de los servicios mediante redes sociales y plataformas digitales.

Desarrollo de estrategias de posicionamiento de marca.

Captación de nuevos clientes y fortalecimiento de la presencia en línea.

Beneficios de las Alianzas Estratégicas

Mejora de la calidad y eficiencia del servicio.

Reducción de costos operativos.

Incremento de la cartera de clientes.

Fortalecimiento de la imagen corporativa.

Mayor capacidad de crecimiento y expansión.

Desarrollo de ventajas competitivas sostenibles.

1.3.6. Objetivos estratégicos

- Área de Marketing y Comercialización

Incrementar la cartera de clientes en un 30% en los primeros 12 meses, enfocándose en oficinas, condominios y edificios comerciales del Distrito Metropolitano de Quito.

Posicionar la marca como una empresa ecológica y confiable, logrando reconocimiento en al menos 5 sectores clave del mercado local en el primer año.

Implementar canales digitales (redes sociales, reservas online, CRM) para mejorar la atención al cliente y aumentar las reservas en un 40% en el primer año.

- Área Operativa y de Calidad

Establecer y mantener estándares de calidad mediante procesos documentados y capacitación del personal, logrando una satisfacción del cliente superior al 90% en los primeros 6 meses.

Optimizar la gestión de recursos y reducir costos operativos en un 15% en el primer año, mediante la adquisición de tecnología y control de inventarios.

Implementar prácticas sostenibles en el uso de productos ecológicos, logrando que al menos el 80% de los servicios sean ecológicos en el primer año.

CAPÍTULO II: Análisis Del Entorno

2.1 Análisis de la demanda / necesidad

El mercado de servicios de limpieza para oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito mantiene oportunidades para nuevas empresas, debido a la cantidad de organizaciones que requieren espacios limpios y en buenas condiciones para desarrollar sus actividades. Oficinas, instituciones, edificios corporativos y establecimientos comerciales necesitan servicios que respondan a sus rutinas de trabajo y a las condiciones particulares de sus instalaciones. La contratación de personal especializado también permite delegar estas tareas a proveedores externos y mantener una atención periódica sin incorporar un equipo propio para estas funciones.

Una parte de las micro, pequeñas y medianas empresas opta por contratar servicios externos de limpieza para contar con personal dedicado a estas actividades y ajustar la frecuencia del servicio según sus necesidades. La preocupación por mantener espacios higiénicos también ha dado mayor importancia a las labores de limpieza y desinfección, especialmente en lugares con circulación frecuente de trabajadores, clientes y visitantes. Para estos usuarios, aspectos como el cumplimiento de horarios, la responsabilidad del personal y la correcta ejecución de las tareas pueden influir en la elección del proveedor.

En Quito existe una amplia presencia de oficinas, centros empresariales, instituciones educativas, establecimientos comerciales, edificios administrativos y conjuntos residenciales que requieren labores de mantenimiento periódico. Cada uno de estos espacios puede presentar necesidades distintas según su tamaño, número de usuarios, horarios y frecuencia de uso. Por ello, existe interés en servicios que puedan adaptarse a diferentes jornadas y que cuenten con personal capacitado, equipos apropiados e insumos destinados a cada tipo de superficie. El uso responsable de productos y la separación de residuos reciclables también pueden formar parte de una propuesta orientada al cuidado ambiental.

La investigación de mercado realizada mediante encuestas permitió conocer las preferencias de los posibles clientes respecto a la contratación de servicios de limpieza. Entre los aspectos considerados se encuentran la atención personalizada, los precios, la disponibilidad de horarios y la facilidad para solicitar información. También se identificó

interés en utilizar medios digitales para solicitar cotizaciones, coordinar servicios y mantener comunicación con el proveedor. Estos resultados permiten reconocer las características que pueden ser consideradas al momento de estructurar la oferta de la microempresa.

A partir de las condiciones identificadas, la propuesta se orientará hacia una atención cercana, horarios flexibles y procedimientos definidos para cada servicio contratado. La presencia en medios digitales facilitará el contacto con nuevos clientes y permitirá mantener una comunicación más directa durante el proceso de contratación. El seguimiento mediante indicadores de calidad, listas de verificación y encuestas de satisfacción permitirá conocer el cumplimiento de las actividades y la percepción de los usuarios. Con esta orientación, la microempresa buscará establecer relaciones comerciales duraderas y consolidar su presencia en el mercado de servicios de limpieza de oficinas y edificios del Distrito Metropolitano de Quito durante 2026.

2.1.1 Perfil de los Beneficiarios o Usuarios Potenciales

La microempresa prestará sus servicios a empresas, entidades, instituciones y/o establecimientos que requieren de un apoyo externo para mantener sus espacios limpios y en condiciones apropiadas de higiene. Dentro de este grupo se encuentran clasificadas las pequeñas, medianas y grandes empresas; oficinas administrativas; edificios comerciales; instituciones educativas; establecimientos públicos y privados; administra un edificio de vivienda, los usuarios van a poder contratar limpieza diaria, semanal, mensual o profunda, según las características y necesidades de cada espacio.

Las personas que desarrollan sus actividades en las instalaciones atendidas, trabajadores, estudiantes, clientes, visitantes, residentes y personal administrativo serán los beneficiarios directos. La realización de este servicio se logrará mantener las zonas de trabajo y circulación libres de suciedad, residuos, realizando la actividad a través de limpieza, desinfección y acopiado de materiales reciclables. La periodicidad y el alcance de las actividades se definirán según el tipo de instalación, sus dimensiones, el nivel de uso de las instalaciones y los requerimientos de cada cliente.

La microempresa también se orientará a instituciones que busquen incorporar prácticas responsables en el mantenimiento de sus edificios. Para este apartado, se contará con productos de limpieza que tengan menor impacto ambiental y se separarán los

residuos reciclables durante el comienzo del servicio. Este enfoque permitirá dar respuesta a clientes interesados en imponer atribuciones de carácter ambiental en la dinámica de su actividad, sin alterar el foco de la limpieza.

En el ámbito laboral, los trabajadores de la microempresa recibirán beneficios directos porque generarán puestos de trabajo de manera formal, además de vincularse con la capacitación en procedimientos de limpieza, seguridad ocupacional, manejo de productos y atención al cliente. La organización del trabajo será el esquema colaborativo que permitirá crear responsabilidades y mecanismos de participación para gestionar el negocio. Por lo tanto, los beneficiarios no serán solamente los clientes que contraten este servicio, sino también el equipo encargado del desarrollo de las actividades operativas y administrativas.

Por consiguiente, los usuarios y los beneficiarios se podrán encuadrar básicamente en cuatro grupos: empresas y oficinas; administraciones de edificios; instituciones públicas y privadas; y las personas que usan a diario esos espacios. La detección de los grupos citados podrá ayudar en la oferta comercial de productos para la limpieza, desinfección y manejo de residuos considerando las características de cada establecimiento y la frecuencia requerida del servicio.

2.1.2 Tipo de Mercado o Contexto

El proyecto se realizará en el mercado de servicios de limpio y aseo a Empresas, Instituciones y Edificios del Distrito Metropolitano de Quito. Es una actividad que consiste en ofrecer, fuera de la empresa, servicios de limpieza para la realización de la higiene de las instalaciones. La oferta abarca tareas que son periódicas más las especializadas, la limpieza general, limpieza profunda, desinfección y reciclaje. En este contexto, se analizan las necesidades de los establecimientos y las condiciones a considerar para estructurar la propuesta comercial.

2.1.3 Segmentos y Grupos Objetivo

La propuesta comercial se basará fundamentalmente en pequeñas, medianas y grandes empresas que tengan oficinas o espacios administrativos que requieran servicios de limpieza. La administración de edificios, institutos educativos, entidades públicas y privadas y comercios también se tendrán en cuenta. Los grupos mencionados tienen distintas necesidades en relación a la frecuencia, turnos, áreas de atención y tipo de

servicio. La segmentación facilitará ofertas de acuerdo a las características de cada cliente y las acciones comerciales a los grupos de mayor afinidad al servicio.

2.1.4 Comportamiento, Hábitos o Patrones Relevantes

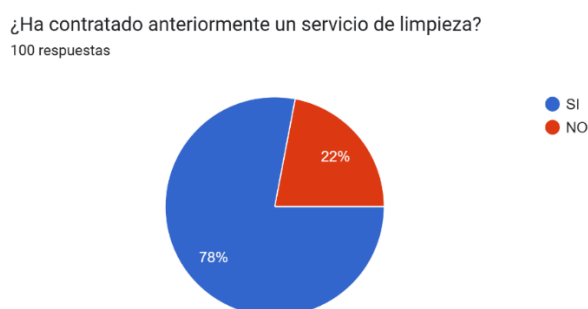
Cuando el cliente busca un nuevo proveedor, suelen tener en consideración el precio, la frecuencia del servicio, la disponibilidad horaria, la puntualidad y la calidad de la actividad. A través de recomendaciones, contactos comerciales, redes sociales, páginas digitales o consultas directas a empresas de limpieza, puede realizarse la búsqueda. Los clientes pueden pedirle información sobre los servicios, precios, condiciones de la atención y formas de trabajo antes de contratar. La valoración posterior estará vinculada a cómo se cumpla lo convenido, la atención recibida y la forma de las instalaciones después del servicio.

2.1.5 Instrumentos de Recolección de Información Primaria

2.1.5.1 Encuestas

Se aplicaron 100 encuestas estructuradas de 10 preguntas cada una a personas as de Quito de entre 20 y 70 años, con el objetivo de medir el nivel de interés en un servicio de limpieza, la información será utilizada únicamente con fines académicos y será tratada de forma confidencial.

Gráfico 8. Pregunta 1

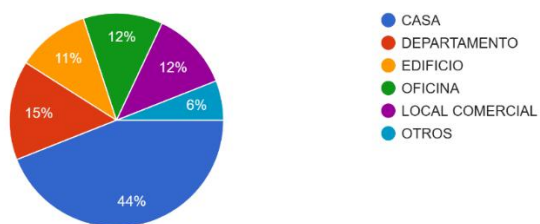


Elaboración Propia

Gráfico 9. Pregunta 2

¿Qué tipo de inmueble requiere limpiar con mayor frecuencia?

100 respuestas

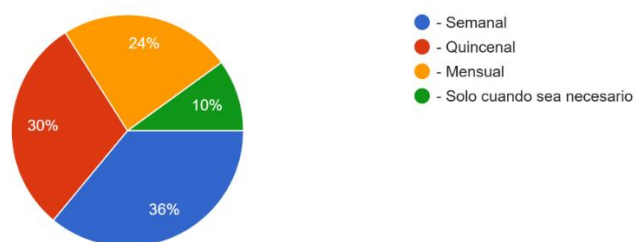


Elaboración Propia

Gráfico 10. Pregunta 3

¿Con qué frecuencia contrataría un servicio de limpieza?

100 respuestas

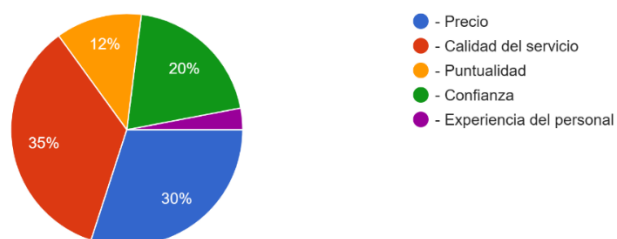


Elaboración Propia

Gráfico 11. Pregunta 4

¿Qué aspecto considera más importante al contratar un servicio de limpieza?

100 respuestas

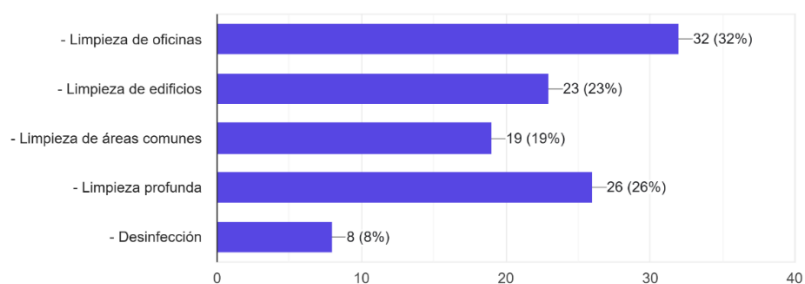


Elaboración Propia

Gráfico 12. Pregunta 5

¿Qué servicios de limpieza le interesan más?

100 respuestas

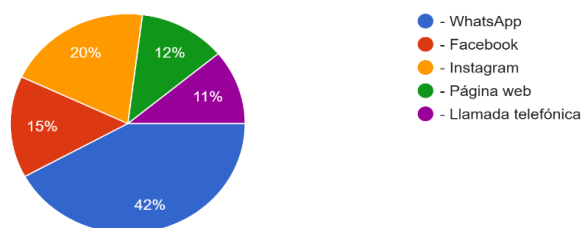


Elaboración Propia

Gráfico 13. Pregunta 6

¿Cuál es el medio por el que le gustaría solicitar un servicio?

100 respuestas

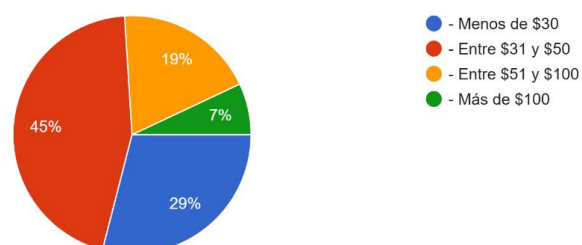


Elaboración Propia

Gráfico 14. Pregunta 7

¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un servicio de limpieza?

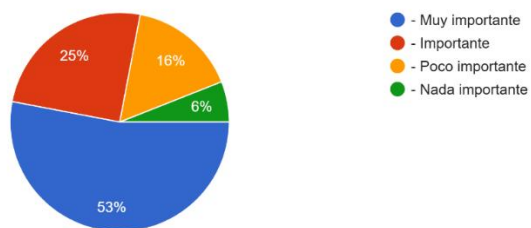
100 respuestas



Elaboración Propia

Gráfico 15. Pregunta 8

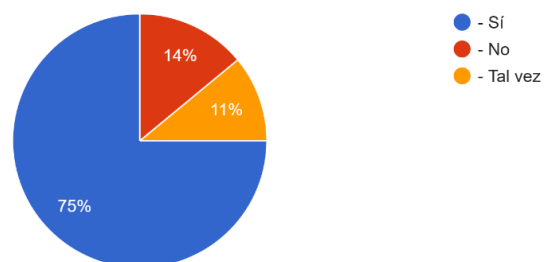
¿Qué tan importante es para usted que el personal esté capacitado y asegurado?
100 respuestas



Elaboración Propia

Gráfico 16. Pregunta 9

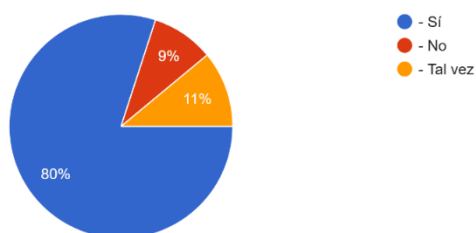
¿Estaría dispuesto(a) a contratar una nueva empresa de limpieza si ofrece un servicio de calidad y precios competitivos?
100 respuestas



Elaboración Propia

Gráfico 17. Pregunta 10

¿Recomendaría un buen servicio de limpieza a familiares o amigos?
100 respuestas



Elaboración Propia

2.1.5.2 Entrevistas (cualitativo)

2.1.5.3 Focus Group (cualitativo)

Mediante un focus group se recogerán opiniones de futuros clientes sobre las características que esperan de un servicio de limpieza profesional. Cubrirá aspectos como calidad, cumplimiento de horarios, confianza, precio, atención y tipos de servicios que requiera. Las respuestas van a permitir el reconocimiento de los gustos o necesidades que no se logran notar a partir de preguntas cerradas. La información recabada será un insumo para alinear la propuesta comercial con el mercado meta.

2.1.5.4 Análisis e Interpretación de Resultados

El primer paso a seguir es el análisis e interpretación de resultados, que organiza y examina la información procedente de las técnicas e instrumentos de investigación. Se examinarán los datos de carácter cualitativo para identificar opiniones, necesidades y deseos en relación a los servicios de limpieza. Los resultados calculados que corresponda serán ordenados y comparados en frecuencias o porcentajes. Podrá servir para generar criterios que permitan la toma de decisiones de la propuesta.

2.2 Análisis de la Oferta / Situación Actual

El análisis de la oferta permitirá caracterizar los servicios de limpieza, disponibles para oficinas y edificios, en el Distrito Metropolitano de Quito. Entre los tipos de servicios que ofrecen, modalidad de contratación, atención al cliente, precios y elementos que utilizan para diferenciarse en el mercado. La revisión permitirá identificar prácticas que ya existen y necesidades que todavía se pueden atender. Esta información se utilizará para definir una propuesta comercial que esté alineada con el sector.

2.2.1 Perfil del Actor Principal

El actor principal será una microempresa dedicada a la prestación de servicios de limpieza para oficinas y edificios dentro del Distrito Metropolitano de Quito. Llevan a cabo varios requerimientos periódicos para la limpieza, desinfección, limpieza profunda y manejo de residuos reciclables. La política que adoptará la empresa es organizar los procesos, mejorar la calidad y fortalecer la atención al cliente. La gestión ordenada y la

propuesta adaptada a las exigencias de los segmentos elegidos sostendrán participación en el mercado.

2.2.2 Variables Psicográficas y Demográficas Pertinentes

2.3 Plan de acción y propuesta

El presente plan de acción tiene como propósito fortalecer y promover el crecimiento de la microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito mediante la implementación de estrategias de marketing digital, optimización de procesos administrativos y comerciales, mejora de la calidad del servicio y fortalecimiento de la relación con los clientes. La propuesta busca incrementar la competitividad de la empresa, posicionar su marca y aumentar sus ventas durante el año 2026.

2.3.1 Producto, Servicio o Intervención Propuesta

La propuesta abarca la prestación del servicio de limpieza de oficinas y edificios. Es decir, limpieza periódica, profunda, desinfección y residuos reciclables Gestión. Se intentará crear una oferta más amplia a través de organización, un personal capacitado y atención a las diferentes necesidades de un cliente punto.

2.3.2 Costos / Accesibilidad

Los costos que se determinarán considerando los recursos necesarios de cada servicio, el tiempo de ejecución, los materiales y la frecuencia contratada. Se promulgarán propuestas que puedan ser abordadas en diferentes presupuestos sin afectar la calidad pactada.

2.3.3 Comunicación y Difusión

La promoción se llevará a cabo a través de plataformas como redes sociales, medios digitales, recomendaciones y contacto directo con empresas e instituciones. La microempresa comunicará los servicios que ofrece, las modalidades de contratación, los beneficios y los medios de contacto.

2.3.4 Distribución o Implementación

Los servicios se organizarán mediante una planificación previa de horarios, personal, materiales y actividades requeridas por cada cliente. La ejecución incluirá seguimiento mediante listas de verificación para controlar el cumplimiento de las tareas acordadas.

2.4 Posibilidades desde el Punto de Vista del Entorno

El medio ambiente de la ciudad de Quito brinda posibilidades que están vinculadas a la existencia de oficinas, edificios, instituciones y comercios que requieren servicios externos de limpieza. La microempresa podrá aumentar su cartera de clientes, asociarse con proveedores y presentar una oferta que favorezca prácticas responsables con el medio ambiente.

2.4.1 Ventaja Diferencial o Propuesta de Valor

La propuesta de valor consistirá en ofrecer un servicio de limpieza personalizado, así como también atención cercana, cumplimiento de horario y disposición de residuos reciclables. Se contarán con aquellos elementos que se diferenciarán la microempresa debido a una oferta organizada y adaptada a la necesidad de cada cliente.

2.4.2 Análisis de Fuerzas o Factores del Entorno

El análisis de las fuerzas o factores del entorno permite identificar las condiciones externas que pueden influir en el desempeño del Plan de negocios para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, 2026. Conocer estos factores facilita la formulación de estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y reducir el impacto de las amenazas del entorno.

Factor político- legal

El marco legal ecuatoriano exige que las empresas de servicios cumplan con las obligaciones tributarias, laborales y municipales establecidas por el Estado. Asimismo, las normas relacionadas con la seguridad y salud ocupacional, la contratación de personal y la protección ambiental representan aspectos fundamentales para garantizar el funcionamiento legal de la microempresa. El cumplimiento de estas disposiciones fortalece la imagen empresarial y reduce riesgos legales.

Factor económico

La situación económica del país influye directamente en la demanda de servicios de limpieza. El crecimiento del sector empresarial, la apertura de nuevas oficinas y edificios, así como la inversión privada, generan oportunidades para la contratación de estos servicios. Sin embargo, factores como la inflación, el incremento del costo de los insumos y la disminución del poder adquisitivo pueden afectar la rentabilidad y la capacidad de inversión de la empresa.

Factor social

Las empresas y organizaciones muestran una creciente preocupación por mantener espacios de trabajo limpios, seguros y saludables para sus colaboradores y visitantes. Además, existe una mayor valoración de los servicios profesionales de limpieza, especialmente después de los cambios en los hábitos de higiene y prevención sanitaria. Esta tendencia representa una oportunidad para incrementar la demanda y fidelizar clientes.

Factor tecnológico

El uso de herramientas tecnológicas favorece la modernización de la microempresa. La implementación de sistemas de gestión administrativa, facturación electrónica, redes sociales, páginas web y plataformas digitales permite mejorar la comunicación con los clientes, optimizar los procesos internos y ampliar la presencia comercial. Asimismo, la incorporación de maquinaria y equipos modernos incrementa la eficiencia en la prestación del servicio.

Factor ambiental

Existe una mayor conciencia sobre el cuidado del medio ambiente, lo que impulsa el uso de productos biodegradables, técnicas de limpieza sostenibles y una adecuada gestión de residuos. La adopción de prácticas responsables puede convertirse en una ventaja competitiva, mejorando la imagen corporativa y respondiendo a las expectativas de clientes que valoran la sostenibilidad.

Factor competitivo

En el Distrito Metropolitano de Quito existe un número considerable de empresas dedicadas a los servicios de limpieza, lo que genera un entorno altamente competitivo. Para diferenciarse, la microempresa deberá ofrecer un servicio de alta calidad, personal capacitado, atención oportuna, precios competitivos y estrategias de marketing digital que fortalezcan su posicionamiento y fidelización de clientes.

El entorno presenta importantes oportunidades para el crecimiento de la microempresa, especialmente por el incremento de la demanda de servicios especializados, la digitalización de los negocios y la creciente importancia de la higiene en los espacios laborales. No obstante, también existen desafíos relacionados con la competencia, el incremento de costos y las exigencias normativas. Por ello, el plan de negocios deberá incorporar estrategias orientadas a la innovación, la mejora continua, el cumplimiento legal y el fortalecimiento de la presencia digital para asegurar un crecimiento sostenible durante el año 2026.

Tabla 2. Análisis PEST

Factor	Situación	Impacto
Político	Normativas laborales, tributarias y de seguridad ocupacional aplicables al sector.	Medio
Económico	Inflación, variación de costos de insumos y situación económica empresarial.	Alto
Social	Mayor conciencia sobre la higiene, salud y seguridad en espacios de trabajo.	Alto
Tecnológico	Incorporación de maquinaria, equipos modernos y herramientas digitales de gestión y marketing.	Alto

Elaboración Propia

Tabla 3. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Fuerza	Nivel	Análisis
Rivalidad entre competidores	Alta	Existen numerosas empresas y microempresas que ofrecen servicios similares.
Amenaza de nuevos competidores	Media	La inversión inicial es relativamente accesible, facilitando el ingreso de nuevos competidores.
Poder de negociación de los clientes	Alto	Los clientes tienen múltiples opciones y exigen calidad y precios competitivos.
Poder de negociación de los proveedores	Medio	Existen varios proveedores de insumos y equipos de limpieza, reduciendo la dependencia.

Amenaza de servicios sustitutos	Baja	La limpieza profesional difícilmente puede ser reemplazada completamente por otros servicios.
--	------	---

Elaboración Propia

2.4.3 Barreras o Restricciones Identificadas

Tabla 4. Barreras identificadas

Barrera o restricción	Descripción
Competencia en el mercado	La presencia de empresas y pequeños proveedores de limpieza puede dificultar la captación de nuevos clientes, especialmente al inicio de las operaciones.
Limitaciones de recursos financieros	La disponibilidad de capital puede restringir la adquisición de equipos, materiales, productos de limpieza y recursos necesarios para ampliar los servicios.
Captación y fidelización de clientes	Una microempresa nueva requiere generar confianza y demostrar la calidad de su servicio para establecer relaciones comerciales sostenidas.
Capacitación del personal	El personal necesita formación en procedimientos de limpieza, manejo de productos, seguridad ocupacional y atención al cliente para mantener un servicio uniforme.
Costos operativos	El transporte, materiales, equipos, remuneraciones y otros gastos pueden incidir directamente en los precios y en el margen de operación.
Diferenciación del servicio	Ofrecer servicios similares a los existentes puede dificultar el posicionamiento, por lo que será necesario comunicar elementos diferenciadores como la atención personalizada y el manejo de residuos reciclables.
Cumplimiento normativo	La microempresa deberá considerar los requisitos legales, laborales, tributarios y municipales aplicables a su actividad para operar de manera formal.

Elaboración propia.

CAPÍTULO III: ASPECTOS TÉCNICOS Y OPERATIVOS

2.1. Procesos y Control de Calidad

Los procesos y el control de calidad constituyen dos elementos fundamentales para asegurar que la microempresa que ofrece servicios de limpieza de oficinas y edificios, tenga un servicio suficientemente eficiente, seguro y que cumpla con las expectativas del cliente. La estandarización de las actividades optimiza recursos, reduce errores y asegura la mejora continua de las operaciones.

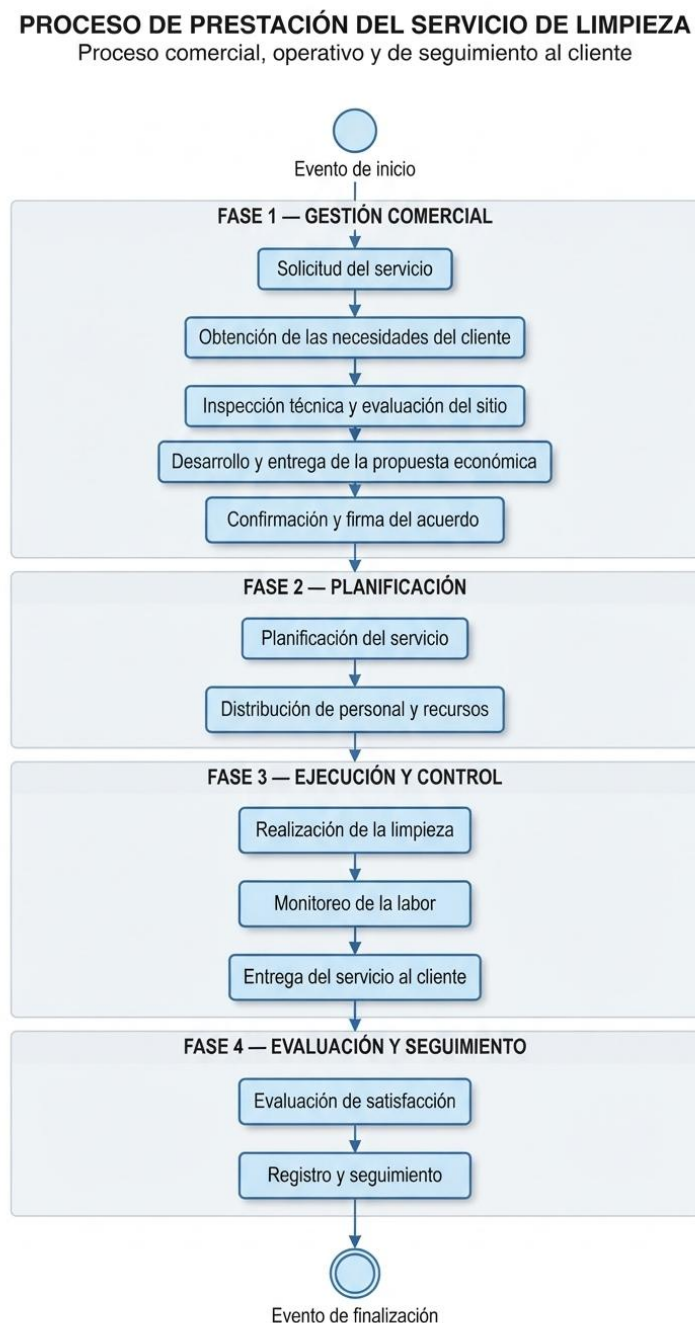
La prestación del servicio inicia con la recepción de la solicitud del cliente, se identifican sus necesidades, luego se inspecciona el lugar, al cual se le prestará el servicio para determinar el alcance del trabajo. Después se elabora una cotización a medida y, tras la aceptación de la misma, se programa el servicio asignando el personal, equipos e insumos. Durante la aplicación, se sigue la normativa de limpieza desinfección y manipulación segura de los productos químicos. Por último, se inspecciona el trabajo realizado y el cliente da su opinión sobre si quedó conforme o no.

1. Para garantizar la calidad del servicio, la microempresa implementará las siguientes acciones:
2. Elaborar procedimientos estandarizados para cada tipo de servicio de limpieza.
3. Utilizar productos e insumos certificados y equipos en buen estado.
4. Capacitar periódicamente al personal en técnicas de limpieza, atención al cliente y seguridad ocupacional.
5. Supervisar el cumplimiento de los procedimientos durante la prestación del servicio.
6. Aplicar listas de verificación (checklists) antes, durante y después de cada jornada de trabajo.
7. Registrar y atender de manera oportuna las quejas, reclamos y sugerencias de los clientes.

8. Realizar evaluaciones periódicas de satisfacción para identificar oportunidades de mejora.

2.1.1. Diagramas de Flujo del Proceso

Gráfico 18. Diagrama del proceso de prestación del servicio de limpieza



Elaboración propia.

2.1.2. Mecanismos de Control y Seguimiento

Los mecanismos de control y seguimiento permiten evaluar el cumplimiento de los objetivos planteados en el Plan de negocios para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, 2026. Su aplicación facilita la toma de decisiones oportunas, la identificación de desviaciones y la implementación de acciones correctivas que contribuyan a mejorar el desempeño de la empresa.

Para el seguimiento de las actividades se establecerá un plan de monitoreo mensual, en el que se revisará el cumplimiento de las metas comerciales, operativas, financieras y de marketing. Esta evaluación permitirá verificar el avance de las estrategias implementadas y realizar los ajustes necesarios para alcanzar los resultados esperados.

2.2. Capacidad Operativa

La capacidad operativa es el conjunto de recursos humanos, materiales, tecnológicos y organizacionales con que cuenta la microempresa o empresa de bajo tamaño para la provisión del servicio de limpieza de oficinas y edificios de forma segura, eficaz y con altos estándares de calidad. El Plan de negocio para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, 2026, la capacidad operativa es uno de los elementos más importantes para asegurar la satisfacción de los clientes la continuidad en el servicio y el crecimiento sostenible del negocio.

El equipo que integrará la microempresa es uno reconocido, experimentado y capacitado para el trabajo. El personal encargado de realizar el aseo, limpieza, desinfección y mantenimiento de las oficinas y edificios, deberá utilizar los procedimientos y equipos de protección personal indicados. En cuanto al aspecto administrativo, esta área será responsable de llevar a cabo la planificación de los servicios, atención al cliente, gestión financiera, control de inventarios y coordinación del talento humano.

En lo relativo a los recursos materiales, la empresa contará con máquinas de limpieza como aspiradoras y otros implementos como mopas, escobas, trapeadores, baldes, paños de microfibra, pulverizadores y señalética. Adicionalmente, empleará productos de

limpieza y desinfectantes certificados, tratando de elegir alternativas biodegradables que contribuyan al cuidado del medio y a la seguridad.

Para la gestión administrativa y comercial se incorporarán herramientas digitales para fortalecer la capacidad tecnológica. Se implementará un sistema de facturación electrónica, hojas de cálculo para el control financiero y de inventarios, así como un sitio web corporativo y redes sociales para la promoción de servicios, atención de consultas y captación de clientes. Como consecuencia de este proyecto, tus procesos internos serán más eficientes y la comunicación mejorará con los usuarios.

Desde el punto de vista operativo, la microempresa establecerá procedimientos estandarizados para la prestación del servicio, incluyendo la programación de actividades, asignación de personal, supervisión de trabajos, control de calidad y atención de reclamos. Esto permitirá garantizar un servicio eficiente, reducir tiempos de ejecución y mantener un alto nivel de satisfacción del cliente.

Por último, la empresa podrá atender simultáneamente a varios clientes dentro del Distrito Metropolitano de Quito, gracias a una correcta programación de rutas y horarios, y una adecuada distribución del personal. Se contempla principalmente ampliar el número de colaboradores para atender la alta demanda, la compra de nuevos equipos y reforzar la infraestructura tecnológica. Esto incrementará la capacidad operativa y competitividad de la microempresa en servicios de limpieza.

2.2.1. Capacidad de Ejecución o Producción

La capacidad de ejecución o producción hace referencia a la habilidad de la microempresa para prestar servicios de limpieza de oficinas y edificios de manera eficiente, cumpliendo con los estándares de calidad, los tiempos establecidos y las necesidades de los clientes. En el presente Plan de negocios para el fortalecimiento y crecimiento de una microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, 2026, esta capacidad dependerá de la adecuada planificación del personal, la disponibilidad de equipos e insumos y la organización de los procesos operativos.

Inicialmente, la microempresa contará con un equipo de trabajo conformado por personal administrativo y operarios de limpieza, quienes estarán distribuidos de acuerdo con la cantidad y complejidad de los servicios contratados. La programación de

actividades permitirá optimizar el uso del talento humano y garantizar el cumplimiento de los horarios establecidos con cada cliente.

La empresa tendrá la capacidad de atender entre 4 y 6 servicios diarios, dependiendo del tamaño de las instalaciones, la frecuencia del servicio (diario, semanal o mensual) y el número de trabajadores asignados. Esta capacidad podrá incrementarse progresivamente mediante la contratación de nuevo personal, la adquisición de equipos adicionales y la optimización de los procesos operativos.

Para asegurar la continuidad del servicio, la microempresa mantendrá un inventario permanente de productos de limpieza, materiales e implementos de trabajo, evitando interrupciones por falta de suministros. Asimismo, realizará mantenimiento preventivo de los equipos para garantizar su correcto funcionamiento y prolongar su vida útil.

El proceso de ejecución del servicio comprenderá las siguientes etapas:

- Recepción y programación de la solicitud del cliente.
- Asignación del personal y los recursos necesarios.
- Traslado del equipo al lugar de trabajo.
- Ejecución del servicio de limpieza y desinfección conforme a los protocolos establecidos.
- Supervisión y verificación de la calidad del trabajo realizado.
- Entrega del servicio y recopilación de la retroalimentación del cliente.

Además, la empresa implementará indicadores de desempeño para evaluar la eficiencia operativa, tales como el cumplimiento de los tiempos de ejecución, el porcentaje de servicios realizados sin reclamos, la productividad del personal y el nivel de satisfacción del cliente. Estos indicadores facilitarán la mejora continua y permitirán ajustar los procesos cuando sea necesario.

En conclusión, la capacidad de ejecución de la microempresa estará orientada a ofrecer un servicio oportuno, confiable y de alta calidad, optimizando el uso de los

recursos disponibles y fortaleciendo su capacidad para atender un mayor número de clientes en el Distrito Metropolitano de Quito conforme crezca la demanda.

2.2.2. Dimensionamiento del Proyecto

La iniciativa estará orientada principalmente a empresas de menor tamaño ubicadas en el Distrito Metropolitano de Quito, considerando sus necesidades de limpieza y mantenimiento de oficinas e instalaciones. Durante el primer año de operaciones, se proyecta atender entre 20 y 30 clientes recurrentes mediante contratos mensuales, complementando esta cartera con la prestación de servicios solicitados de manera ocasional.

2.3. Infraestructura y Recursos

Para el desarrollo de actividades de forma eficaz la microempresa necesita contar con infraestructura básica que permita organizar su operación, almacenar los materiales y equipos y ayudar en la actividad administrativa. Esta infraestructura permitirá el funcionamiento cotidiano y la prestación de los servicios de limpieza.

2.3.1. Espacios, Equipos o Recursos Necesarios

Área administrativa

- Oficina.
- Computadora.
- Impresora.
- Escritorio.
- Archivadores.
- Internet.

Área operativa

- Bodega para almacenamiento de productos.
- Estanterías.
- Área de preparación de equipos.

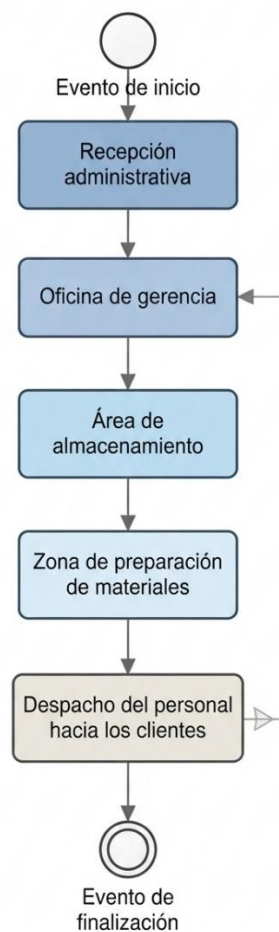
Equipos de limpieza

- Aspiradoras industriales.
- Hidrolavadora.
- Pulidoras.
- Escaleras.
- Carros de limpieza.
- Baldes industriales.
- Mopas.
- Escobas.

2.3.2. Distribución y Organización Física o Lógica

Gráfico 19. Diagrama de distribución y organización física o lógica

FLUJO DE INFRAESTRUCTURA Y OPERACIÓN DEL SERVICIO
Distribución de áreas y preparación para la prestación del servicio



Elaboración propia.

2.4. Análisis de Recursos y Proveedores

El abastecimiento oportuno de materiales constituye un factor clave para mantener la continuidad del servicio.

2.4.1. Insumos, Materiales o Herramientas Necesarias

- Detergentes industriales.
- Desinfectantes.
- Limpiavidrios.
- Desengrasantes.
- Ambientadores.
- Fundas para basura.
- Papel absorbente.
- Guantes.
- Mascarillas.
- Uniformes.
- Botas de seguridad.
- Gafas de protección
- Productos biodegradables.

2.4.2. Criterios de Selección

- Calidad certificada.
- Precio competitivo.
- Puntualidad en las entregas.
- Disponibilidad de inventario.
- Garantía de los productos.
- Atención al cliente.
- Responsabilidad ambiental.
- Experiencia en el mercado.

2.5. Normativa Aplicable

El funcionamiento de la empresa deberá cumplir la normativa vigente en Ecuador relacionada con aspectos laborales, ambientales, sanitarios y tributarios.

2.5.1. Normas Técnicas, Sanitarias, Ambientales o Sectoriales

- Constitución de la República del Ecuador.
- Código del Trabajo.
- Ley de Compañías.
- Normativa del Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Reglamentos emitidos por el Ministerio de Salud Pública.
- Normativa de seguridad ocupacional.
- Ordenanzas del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.
- Regulaciones ambientales para el manejo responsable de productos químicos y residuos.

2.5.2. Medidas de Seguridad y Cumplimiento

- Capacitación continua.
- Uso obligatorio de equipos de protección personal.
- Protocolos de manipulación de productos químicos.
- Señalización preventiva.
- Evaluación de riesgos.
- Botiquín de primeros auxilios.
- Plan de emergencias.
- Cumplimiento de normas de bioseguridad.

2.6. Localización o Ámbito de Aplicación

La ubicación de una empresa influye en el tiempo y en el costo de la empresa. Por eso, se considerará una ubicación que facilite el movimiento del personal y la atención oportuna de los clientes.

2.6.1. Macro Localización

El estudio se realizará en el Distrito Metropolitano de Quito provincia de Pichincha, donde se encuentran oficinas, edificios corporativos, entidades estatales y

negocios privados que pueden requerir los servicios profesionales de limpieza. La posibilidad que los diferentes tipos de establecimientos que se encuentran a lo largo de la ciudad.

2.6.2 Micro Localización

Se propone ubicar la oficina administrativa en una zona central del norte de Quito, con acceso cercano a vías principales y alternativas de transporte. Esta ubicación facilitará el desplazamiento del personal y permitirá atender clientes ubicados en el norte, centro y sur de la ciudad.

Factores de Decisión

La selección de la ubicación considerará los siguientes factores:

- Cercanía a clientes potenciales.
- Acceso a vías principales.
- Condiciones de seguridad.
- Disponibilidad de transporte público y privado.
- Costos de arriendo.
- Disponibilidad de servicios básicos.
- Cobertura y calidad del servicio de internet.
- Facilidad para movilizar equipos, materiales y personal.

Matriz de Impacto y Mitigación

La ejecución del proyecto puede generar efectos favorables en el ámbito económico, laboral, social y ambiental, relacionados con la generación de empleo, la prestación de servicios y el manejo responsable de residuos. También pueden presentarse riesgos asociados a los costos operativos, movilidad, competencia y disponibilidad de recursos, por lo que se establecerán medidas de prevención y control para reducir sus posibles efectos sobre las actividades de la microempresa.

2.6.2. Impactos Sociales, Ambientales y Económicos

Tabla 5. Matriz de impacto

Aspecto	Impacto
Social	Generación de empleo formal y capacitación del personal.
Económico	Incremento de ingresos para la empresa y dinamización de la economía local.
Ambiental	Uso de productos biodegradables y adecuada gestión de residuos.
Empresarial	Mejora de la imagen e higiene de las organizaciones clientes.

Elaboración propia.

2.6.3. Plan de Mitigación

Tabla 6. Matriz del plan de mitigación

Riesgo	Medida de mitigación
Uso excesivo de productos químicos	Emplear productos biodegradables y capacitar al personal en su dosificación.
Accidentes laborales	Uso obligatorio de equipos de protección personal y capacitaciones periódicas en seguridad.
Retrasos en la prestación del servicio	Elaborar cronogramas de trabajo y contar con personal de respaldo.
Reclamos de clientes	Implementar controles de calidad, supervisión continua y seguimiento post servicio.
Generación de residuos	Clasificar los desechos y promover prácticas de reciclaje cuando sea posible.

Elaboración propia.

CAPÍTULO IV: Estudio Económico Y Evaluación

3.1. Estructura Económica del Proyecto

El objetivo de este capítulo es examinar la viabilidad financiera y económica del plan de negocios para el fortalecimiento y expansión de la microempresa COCTA, cuyo enfoque es ofrecer servicios de limpieza en oficinas y edificios situados en el Distrito Metropolitano de Quito. Se calculan las inversiones necesarias, las fuentes de financiamiento, los ingresos previstos, los costos y gastos operacionales, además de los estados financieros más relevantes que se proyectan para el primer año de funcionamiento.

Los valores exhibidos son referenciales y se crean con base en los precios promedio del mercado de Ecuador en el año 2026.

3.1.1. Plan de Inversiones

La estructura económica del proyecto incluye todos los recursos financieros requeridos para iniciar la compañía y asegurar que opere durante el primer año. Además de los ingresos y egresos esperados, se toman en cuenta las inversiones en activos, el capital de trabajo y los gastos de constitución.

Tabla 7. Matriz de inversión

Concepto	Valor (USD)
Aspiradoras industriales	1.200
Hidrolavadora	850
Pulidora industrial	1.000
Carros de limpieza	600
Escaleras y herramientas	450
Equipos de protección personal	700
Computadora e impresora	1.100
Escritorios y mobiliario	900
Adecuación de oficina	1.200
Capital de trabajo	4.000
Gastos legales y constitución	1.000
Total inversión inicial	13.000

Elaboración propia.

3.1.2. Fuentes de Financiamiento

Se sugiere combinar recursos propios con un préstamo de un banco para financiar el proyecto, lo que disminuiría el riesgo financiero y haría más fácil comenzar las operaciones.

Tabla 8. Fuentes de financiamiento

Fuente	Valor (USD)	Participación
Aporte de los socios	8.000	61,54 %
Crédito bancario	5.000	38,46 %
Total	13.000	100 %

Elaboración propia.

3.1.3. Presupuesto de Ingresos

Se calcula que la compañía brindará servicios de limpieza para edificios y oficinas cada mes, así como servicios adicionales a demanda.

Tabla 9. Presupuesto de ingresos

Concepto	Valor (USD)
Contratos permanentes	5.500
Servicios ocasionales	1.500
Ingresos mensuales	7.000
Concepto	Valor (USD)
Ingresos anuales	84.000

Elaboración propia.

3.1.4. Presupuesto de Costos

Los costos son los recursos que están directamente vinculados con la ejecución del servicio.

Tabla 10. Costos

Concepto	Valor (USD)
Productos de limpieza	850
Uniformes y reposición	150
Materiales desechables	250
Combustible y transporte	450
Mano de obra operativa	2.600
Total costos mensuales	4.300
Concepto	Valor (USD)
Costos de operación	51.600

Elaboración propia.

3.1.5. Presupuesto de Gastos

Los costos son aquellos que se generan a partir de las tareas comerciales y administrativas requeridas para el buen funcionamiento de la compañía.

Tabla 11. Presupuesto de gastos

Concepto	Valor (USD)
Arriendo	600
Servicios básicos	180
Internet y telefonía	70
Publicidad	250
Sueldo administrativo	900
Papelería	100
Mantenimiento	100
Otros gastos	100
Total gastos mensuales	2.300
Concepto	Valor (USD)
Gastos administrativos	27.600

Elaboración propia.

3.1.6. Estado de Resultados Proyectado

Tabla 12. Estado de resultados

Concepto	Valor (USD)
Ventas	84.000
(-) Costos	51.600
Utilidad Bruta	32.400
(-) Gastos administrativos	27.600
Utilidad Operacional	4.800
(-) Impuestos estimados	720
Utilidad Neta	4.080

Elaboración propia.

La compañía muestra una ganancia neta positiva en el primer año, lo que prueba que el proyecto es financieramente viable y tiene la habilidad de producir ganancias.

3.1.7. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa el nivel mínimo de ventas necesario para cubrir todos los costos y gastos, sin generar pérdidas ni utilidades.

Se emplea la siguiente fórmula:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \text{Costos Fijos} \div (1 - \text{Costos Variables} / \text{Ventas})$$

Con los valores proyectados:

- Costos fijos anuales: USD 27.600
- Costos variables: USD 51.600
- Ventas: USD 84.000

El resultado indica que la empresa deberá alcanzar aproximadamente **USD 71.806** en ventas anuales para cubrir la totalidad de sus costos y gastos.

3.1.8. Flujo de Caja Proyectado

Tabla 13. Flujo de caja

Concepto	Valor (USD)
Ingresos por ventas	84.000
Entradas por financiamiento	5.000
Total ingresos	89.000
Inversión inicial	13.000
Costos operativos	51.600
Gastos administrativos	27.600
Pago de impuestos	720
Total egresos	92.920
Saldo final	-3.920

Elaboración propia.

Análisis:

A lo largo del primer año, el flujo de caja muestra el impacto de la inversión inicial, lo que produce un saldo negativo transitorio. Sin embargo, cuando esta inversión se haya recuperado, se prevé que los flujos de efectivo sean positivos en los años posteriores, lo cual favorecerá la estabilidad financiera y el crecimiento de la compañía.

3.1.9. Balance Proyectado

Tabla 14. Balance

Concepto	Valor (USD)
Activos fijos	9.000
Capital de trabajo	4.000
Caja y bancos	1.500
Cuentas por cobrar	2.000

Total Activos	16.500
Concepto	Valor (USD)
Crédito bancario	5.000
Cuentas por pagar	1.200
Total Pasivos	6.200
Concepto	Valor (USD)
Capital social	8.000
Utilidad del ejercicio	2.300
Total Patrimonio	10.300
Resumen	Valor (USD)
Total Pasivo + Patrimonio	16.500

Elaboración propia.

Análisis:

La estructura financiera proyectada es equilibrada, con activos que cubren las obligaciones adquiridas y el patrimonio que refleja la contribución de los socios y las ganancias producidas. Esto demuestra que el proyecto cuenta con una base económica firme para su progreso.

3.2. Evaluación del Proyecto

3.2.1. Indicadores de Viabilidad: VAN, TIR, ROE/ROA, Período de Recuperación

3.4 Plan de contingencia y salida

El plan de contingencia tiene como finalidad establecer acciones preventivas y correctivas que permitan a la microempresa de servicios de limpieza de oficinas y edificios responder de manera oportuna ante situaciones adversas que puedan afectar su operación, rentabilidad y continuidad. Asimismo, contempla estrategias de salida que minimicen el impacto económico en caso de que el proyecto no alcance los resultados esperados.

Las acciones propuestas buscan reducir los riesgos operativos, financieros, tecnológicos y comerciales mediante una adecuada planificación, monitoreo constante y toma de decisiones oportunas. En caso de presentarse dificultades significativas, la empresa priorizará la reducción de costos, la diversificación de clientes, la renegociación con proveedores y la reestructuración de sus operaciones para mantener su estabilidad.

Si las condiciones del mercado impidieran la continuidad del negocio, se considerará un plan de salida ordenado que incluya la liquidación de activos, el cumplimiento de las obligaciones laborales y tributarias, la cancelación de compromisos con proveedores y clientes, y la preservación de la reputación empresarial.

Tabla 15. Matriz de Situaciones Adversas

Situación adversa	Probabilidad	Impacto	Acción inmediata
Disminución de clientes	Alta	Alto	Fortalecer campañas de marketing y captar nuevos segmentos.
Incremento de la competencia	Alta	Medio	Diferenciar el servicio mediante calidad, innovación y atención personalizada.
Aumento del costo de insumos	Media	Medio	Negociar con proveedores y buscar alternativas de menor costo.
Ausencia o rotación del personal	Media	Alto	Mantener una base de personal capacitado y programas de incentivos.
Problemas de liquidez	Media	Alto	Controlar gastos, elaborar flujo de caja y gestionar financiamiento.
Daños o pérdida de equipos	Baja	Medio	Realizar mantenimiento preventivo y contratar seguros cuando sea posible.

Reclamos por mala calidad del servicio	Media	Alto	Aplicar protocolos de calidad, supervisión y atención inmediata al cliente.
Fallas tecnológicas o pérdida de información	Baja	Medio	Realizar respaldos periódicos de la información y utilizar almacenamiento en la nube.

Elaboración propia.

3.4.1 Medidas de Mitigación y Alternativas

1. Diversificar la cartera de clientes para disminuir la dependencia de pocos contratos.
2. Mantener una reserva financiera destinada a cubrir gastos operativos ante imprevistos.
3. Capacitar continuamente al personal en técnicas de limpieza, seguridad y atención al cliente.
4. Establecer convenios con varios proveedores para garantizar el abastecimiento de insumos.
5. Implementar controles administrativos y financieros mediante indicadores de gestión.
6. Desarrollar estrategias de marketing digital permanentes para fortalecer el posicionamiento de la empresa.
7. Realizar evaluaciones periódicas de satisfacción del cliente para detectar oportunidades de mejora.
8. Respaldar la información administrativa y financiera utilizando herramientas digitales seguras.

CONCLUSIONES

1. El plan de negocios demuestra que existe una demanda creciente de servicios profesionales de limpieza para oficinas y edificios en el Distrito Metropolitano de Quito, impulsada por la necesidad de mantener ambientes laborales limpios, seguros y saludables.
2. La implementación de estrategias de marketing digital, fortalecimiento administrativo y mejora continua permitirá incrementar el posicionamiento de la microempresa, atraer nuevos clientes y aumentar su competitividad.
3. El análisis técnico, operativo y financiero evidencia que el proyecto es viable, siempre que se ejecuten adecuadamente las estrategias planteadas y se mantenga un control permanente de los indicadores de gestión.
4. La aplicación de procesos estandarizados y mecanismos de control de calidad contribuirá a mejorar la eficiencia del servicio, incrementar la satisfacción del cliente y fortalecer la fidelización.
5. La identificación de riesgos y la elaboración de un plan de contingencia proporcionan herramientas para enfrentar situaciones adversas y garantizar la continuidad del negocio.

RECOMENDACIONES

1. Implementar el plan de marketing digital de manera permanente para fortalecer la presencia de la empresa en medios digitales y aumentar la captación de clientes.
2. Invertir en la capacitación continua del personal para mejorar la calidad del servicio y la atención al cliente.
3. Monitorear periódicamente los indicadores financieros, comerciales y operativos con el fin de evaluar el cumplimiento de los objetivos y realizar acciones correctivas cuando sea necesario.

4. Fortalecer la relación con los clientes mediante programas de fidelización, seguimiento postventa y atención personalizada.
5. Mantener un proceso de innovación continua en equipos, productos y procesos de limpieza para conservar la competitividad en el mercado.
6. Actualizar anualmente el plan de negocios considerando los cambios del entorno económico, tecnológico y competitivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Abid, N., Ceci, F., & Aftab, J. (2024). Attaining sustainable business performance under resource constraints: Insights from an emerging economy. *Sustainable Development*, 32(3), 2031–2048. <https://doi.org/10.1002/sd.2763>
- Cicero, C., Vadrucchi, M., Doni, G., & Trogu, E. (2024). Disinfection in archives—A short review of the sustainable approaches and green perspectives of using radiation for mass disinfection. *Sustainability*, 16(21), 9303. <https://doi.org/10.3390/su16219303>
- Chiavenato, I. (2020). *Introducción a la teoría general de la administración* (10.^a ed.). McGraw-Hill.
- Fontana, R., Buratto, M., Caproni, A., Nordi, C., Pappadà, M., Bandera, B., Vogli, L., Buffone, C., & Marconi, P. (2024). Evaluating cleaning services in civil environments: Microbiological and life cycle analysis comparing conventional and sustainable methods. *Sustainability*, 16(2), 487. <https://doi.org/10.3390/su16020487>
- Garcia Vera, F. C., & Sumba-Bustamante, R. Y. (2024). Business growth strategies for positioning: A microenterprise case study in Ecuador. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 5(2), e24032. <https://doi.org/10.51798/sijis.v5i2.759>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (7.^a ed.). McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024). *Estadísticas empresariales y económicas*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Kassier, L. (2024). Interconnected or disconnected? A review of sustainability, resilience, and sustainable business model constructs in the academic business literature. *Journal of the Knowledge Economy*, 15, 15931–15958. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01712-z>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Fundamentos de marketing* (18.^a ed.). Pearson.

- Kübler, R. V., & Seggie, S. H. (2024). The impact of Covid-19 on how core and peripheral service satisfaction impacts customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 182, 114784. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114784>
- Muni, M. S. H., Khan, M. M. R., Zafri, N. M., & Chowdhury, M. M. H. (2024). Relationships between service quality and customer satisfaction in rail freight transportation: A structural equation modeling approach. *Journal of Rail Transport Planning & Management*, 32, 100485. <https://doi.org/10.1016/j.jrtpm.2024.100485>
- Porter, M. E. (2008). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. Grupo Editorial Patria.
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2022). *Administración* (14.^a ed.). Pearson.
- Servicio de Rentas Internas. (2025). *Normativa tributaria para empresas*. <https://www.sri.gob.ec>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2025). *Normativa para sociedades por acciones simplificadas (SAS)*. <https://www.supercias.gob.ec>
- Tabish, M., Khan, S. A. R., Yu, Z., & Tanveer, M. (2024). A thorough overview of the literature on waste recycling in the circular economy: Current practices and future perspectives. *Environmental Science and Pollution Research*, 31(52), 61377–61396. <https://doi.org/10.1007/s11356-024-35329-9>

ANEXOS

Gráfico 20. Limpieza



Gráfico 21. Pasillos



Gráfico 22. Areas comunales

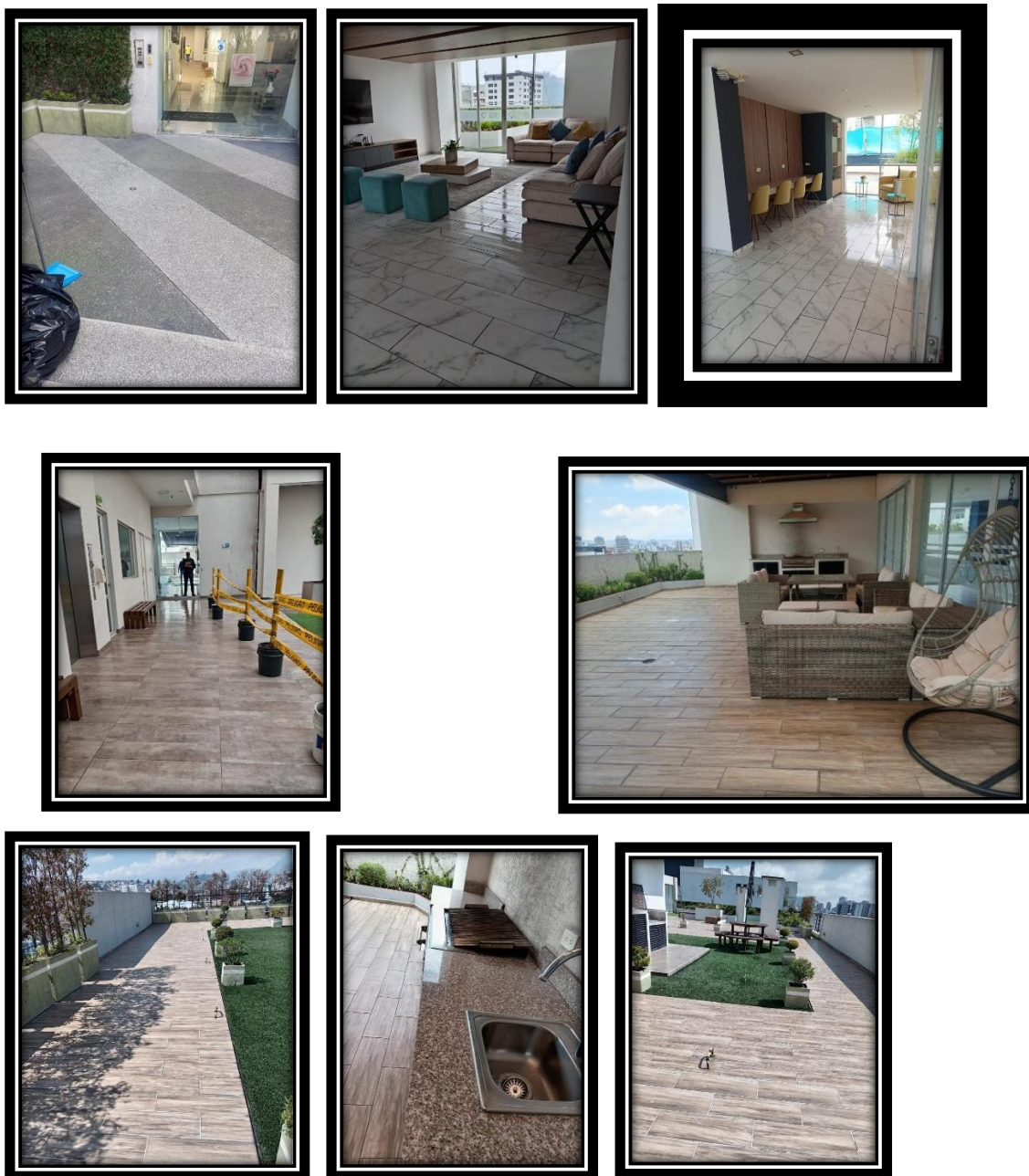


Gráfico 23. Tarjeta de presentación y cronograma

LIMPIEZA EDIFICIO B.J. QUARZO										ASISTENTE									
Horario	Actividad	20	21	24	25	26	27	28	01	02	03	04	05	06	07				
00 - 12:30	Limpieza Pisos	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
00 - 13:10	LIMPIEZA PLAZOLETA	✓	✓	✓			✓				✓			✓					
10 - 14:40	ALMUERZO			✓															
05 - 15:00	Limpieza de Gimnasio	✓	✓	✓		✓		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓				
05 - 15:15	Limpieza Cuarto de Basura	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓				
20 - 15:40	Limpieza de Terraza	✓	✓	✓			✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓				
05 - 16:05	Limpieza Área BBQ	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
15 - 16:30	Limpieza de Locales	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
30 - 16:40	Limpieza de Aceras	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
50 - 17:30	Limpieza Pisos 2 al 10	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				
00 - 18:00	GARITA	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓				

LIMPIEZA EDIFICIO B.J. QUARZO										ASISTENTE									
Horario	Actividad	22	24	06	13	20	27	03	10	17									
00 - 08:20	Garita	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									
05 - 09:15	Limpieza Torre C	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									
00 - 10:00	Limpieza Torre A	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									
05 - 10:15	Limpieza BBQ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									
00 - 10:45	Limpieza locales	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									
05 - 11:25	limpieza plazoleta	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									
00 - 11:40	Limpieza Cuarto de Basura	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									
05 - 12:00	Garita	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓									