



Carrera de Administración de Empresas

**Título: Modelo de negocio canvas para la creación de la empresa limpieza City Clean
Iñaquito**

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de tecnólogo en Administración de
Empresas**

Autor: Apunte Calles, Iván Alexander

Tutor: Espinoza, Jerson

DMQ-abril- 2023

Derecho de autor

Yo, Apunte Calles Iván Alexander con cédula de ciudadanía Nro. 1715686489 en calidad de autor del trabajo de grado descrito, cedo los derechos al Instituto Superior Tecnológico Honorable Consejo Provincial de Pichincha, para su publicación en el repositorio digital institucional, como apoyo a la educación, de acuerdo a la Ley de Educación Superior artículo 144.

Quito, 25 de marzo del 2023

Atentamente,

Nombre: **Apunte Calles Iván Alexander**

Cédula I.: **1715686489**

Teléfono: **0995125765**

Correo Electrónico: **iapunte@hotmail.com**

Constancia de aprobación del tutor

En mi calidad de Tutor del trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico “Honorable Consejo Provincial de Pichincha”

Certifico:

Que el Trabajo de Investigación Modelo de negocio canvas para la creación de la empresa limpieza City Clean Iñaquito, presentado por el estudiante Apunte Calles Iván Alexander de la promoción 35AEQ1, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, 25 de marzo del 2023.

Atentamente,

Msc. Espinoza, Jerson

Cédula I.: 1001980398

Declaratoria de responsabilidad

Yo, Apunte Calles Iván Alexander con cédula de identidad 1715686489, en calidad de egresado de la carrera de Administración promoción 35AEQ1, declaro que los contenidos de este trabajo de titulación, requisito previo a la obtención del grado de Tecnólogo en Administración de Empresas, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 25 de marzo del 2023.

Atentamente,

Apunte Calles Iván Alexander

Cédula I.: **1715686489**

Agradecimiento

Antes que nada, quiero empezar agradeciendo a mis padres, por darme la vida, por darme una infancia llena de felicidad, por la guía y educación que con mucho sacrificio y dedicación lograron enseñarme, por darme una familia tan maravillosa y por darme la lección más grande de vida que es la vida misma.

Gracias a mi madre que siempre ha estado en el momento exacto para brindarme su mano, por transformar las malas decisiones en momentos de aprendizaje, por escucharme y siempre guiarme de la mejor forma, por prestarme su hombro para desahogarme en llanto, por ser mi cómplice en tantas travesuras, por prepararme para el camino de la vida, y por consentírteme hasta hoy como su hijo amado.

A mi padre, quien falleció hace poco el quien me dio la enseñanza de valorar los frutos de un gran esfuerzo, a comprender el costo de tener una gota de sudor en la frente, por ser “amigo” y darme palabras de aliento; a ser ejemplo, padre mío, ocupas un lugar muy especial en mi corazón.

Apunte Calles Iván Alexander

Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación se fundamenta en la creación de la empresa de limpieza City Clean Iñaquito con la aplicación del modelo de negocio canvas, que tiene como finalidad prestar servicios de limpieza para los hogares del sector norte de la ciudad, la idea de este proyecto surge del interés de emprender un negocio propio y satisfacer la necesidad de las personas en la actualidad no cuentan con tiempo disponible debido a múltiples actividades laborables, estudios, entre otras que realizan a diario.

En el capítulo I, la fundamentación teórica está compuesta por el marco teórico y conceptual que establece las definiciones y estructuras que contiene el modelo Canvas, investigación basada en varios autores y que es la base para el desarrollo del presente trabajo de titulación. Adicional consta las leyes y reglamentos necesarios para la implementación y correcto funcionamiento de la empresa.

En el capítulo II, detalla el diseño de la investigación que está enfocado en orientar cuáles son los métodos, tipos y niveles de investigación necesarios para la obtención de datos y posterior análisis, información que servirá como sustento para el desarrollo del proyecto de creación de una empresa de limpieza.

En el capítulo III, se describe la propuesta del proyecto de creación de la empresa de limpieza City Clean Iñaquito con la aplicación del modelo de negocio canvas, desarrollado conforme a la estructura de los nueve cuadrantes, considerando los beneficios, costes y propuesta de valor.

Palabras Claves: Modelo Canvas, empresa, limpieza, servicio

Abstract

This research project is based on the creation of the cleaning company City Clean Iñaquito with the application of the Canvas business model, which aims to provide cleaning services to homes in the northern sector of the city, the idea of this project arises from the interest of starting their own business and meet the need of people who currently do not have time available due to multiple work activities, studies, among others that they perform daily.

In Chapter I, the theoretical foundation is composed of the theoretical and conceptual framework that establishes the definitions and structures contained in the Canvas model, research based on several authors and is the basis for the development of this degree work. It also contains the laws and regulations necessary for the implementation and proper functioning of the company.

Chapter II, details the research design, which is focused on guiding the methods, types and levels of research necessary to obtain data and its subsequent analysis, information that will support the development of the project for the creation of a cleaning company.

Chapter III, describes the project proposal for the creation of the cleaning company City Clean Iñaquito with the application of the Canvas business model, developed according to the structure of the nine quadrants, considering the benefits, costs and value proposition.

Key words: Canvas model, company, cleaning, service.

Índice general

| | |
|------------------------|---|
| Derecho de autor | 2 |
|------------------------|---|

| | |
|--|----|
| Constancia de aprobación del tutor..... | 3 |
| Declaratoria de responsabilidad..... | 4 |
| Agradecimiento..... | 5 |
| Resumen Ejecutivo | 6 |
| Abstract | 7 |
| Índice general..... | 7 |
| Lista de tablas..... | 11 |
| Lista de Figuras | 13 |
| Lista de Anexos | 14 |
| Título | 15 |
| Planteamiento - Formulación del problema | 15 |
| Árbol de problemas | 16 |
| Justificación..... | 17 |
| Idea a defender..... | 17 |
| Objetivo general..... | 18 |
| Objetivos específicos | 18 |
| Líneas y sub líneas de investigación de la carrera | 19 |
| Ejes de formación | 20 |
| CAPÍTULO I..... | 22 |
| FUNDAMENTACION TEÓRICA..... | 22 |
| 1.1 Marco teórico..... | 22 |
| 1.1.1 Modelo de negocio | 22 |
| 1.1.1.1 Importancia modelo de negocio | 22 |
| 1.1.2 Modelo Canvas..... | 22 |
| 1.1.2.1 Importancia del Modelo Canvas | 23 |
| 1.1.2.2 Estructura del Modelo Canvas | 23 |
| 1.1.3 Empresa | 28 |
| 1.1.3.1 Importancia de la empresa | 28 |

| | | |
|----------------------------------|--|----|
| 1.1.3.2 | Tipos de empresas | 28 |
| 1.1.4 | Limpieza | 29 |
| 1.1.4.1 | Importancia de la limpieza..... | 29 |
| 1.1.4.2 | Tipos de limpieza | 29 |
| 1.2 | Marco conceptual..... | 30 |
| 1.3 | Marco legal..... | 31 |
| CAPÍTULO II..... | | 33 |
| DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN | | 33 |
| 2.1 | Diagnóstico situacional | 33 |
| 2.2 | Diseño de la investigación..... | 33 |
| 2.2.1 | Enfoque cuantitativo | 33 |
| 2.2.2 | Método científico..... | 33 |
| 2.3 | Investigación de campo | 33 |
| 2.4 | Investigación descriptiva..... | 34 |
| 2.5 | Unidad de análisis | 34 |
| 2.5.1 | Población y/o muestra..... | 34 |
| 2.6 | Técnicas de investigación..... | 35 |
| 2.6.1 | Encuesta | 36 |
| 2.7 | Instrumento..... | 36 |
| 2.8 | Análisis y resultados | 39 |
| 2.9 | Conclusión del diagnóstico situacional | 51 |
| CAPÍTULO III..... | | 52 |
| PROPUESTA | | 52 |
| 3.1 | Propuesta del proyecto | 52 |
| 3.1.1 | Segmentación de mercado..... | 52 |
| 3.1.2 | Propuesta de valor..... | 54 |

| | | |
|-----------------------|-----------------------------|----|
| 3.1.3 | Canales | 54 |
| 3.1.4 | Relación con clientes | 55 |
| 3.1.5 | Fuente de ingresos | 55 |
| 3.1.6 | Recursos clave | 56 |
| 3.1.7 | Actividades clave..... | 59 |
| 3.1.8 | Asociaciones clave..... | 60 |
| 3.1.9 | Estructura de costes..... | 60 |
| 3.1.10 | Lienzo..... | 70 |
| CONCLUSIONES | | 71 |
| RECOMENDACIONES | | 72 |
| BIBLIOGRAFÍA | | 73 |
| ANEXOS | | 75 |

Lista de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Líneas y sub líneas de investigación..... | 19 |
| Tabla 2. Eje de formación..... | 20 |
| Tabla 3. Encuesta – Género | 39 |
| Tabla 4. Encuesta – Pregunta 1 Nivel de ingresos | 40 |
| Tabla 5. Encuesta – Pregunta 2 Frecuencia Limpieza | 41 |
| Tabla 6. Encuesta – Pregunta 3 Contratación servicio | 42 |
| Tabla 7. Encuesta – Pregunta 4 Preferencia Frecuencia Limpieza | 43 |
| Tabla 8. Encuesta – Pregunta 5 Horario servicio | 44 |
| Tabla 9. Encuesta – Pregunta 6 Día preferencia | 45 |
| Tabla 10. Encuesta – Pregunta 7 Actividades..... | 46 |
| Tabla 11. Encuesta – Pregunta 8 Servicio adicional | 48 |
| Tabla 12. Encuesta – Pregunta 9 Valor servicio | 49 |
| Tabla 13. Encuesta – Pregunta 10 Cualidades servicio..... | 50 |
| Tabla 14. Segmentación de mercado..... | 53 |
| Tabla 15. Personal necesario | 56 |
| Tabla 16. Funciones del personal..... | 57 |
| Tabla 17. Precio de los servicios..... | 61 |
| Tabla 18. Presupuesto de Ventas | 62 |
| Tabla 19. Costo de Ventas | 62 |
| Tabla 20. Mano de Obra y Costos Administrativos | 62 |
| Tabla 21. Beneficios sociales..... | 63 |
| Tabla 22. Gastos Administrativos | 63 |
| Tabla 23. Gastos varios | 64 |
| Tabla 24. Activos fijos | 64 |
| Tabla 25. Gastos depreciación | 65 |
| Tabla 26. Gastos Amortización..... | 65 |
| Tabla 27. Estructura inicial de inversión | 66 |
| Tabla 28. Financiamiento de inversión | 66 |
| Tabla 29. Estado de Resultados | 67 |
| Tabla 30. Balance General..... | 68 |

| | |
|---|----|
| Tabla 31. Flujos actualizados..... | 68 |
|---|----|

Lista de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 Árbol de Problemas | 16 |
| Figura 2 Lienzo canvas | 24 |
| Figura 3 Encuesta – Género | 39 |
| Figura 4 Encuesta – Pregunta 1 Nivel de ingresos | 40 |
| Figura 5 Encuesta – Pregunta 2 Frecuencia Limpieza | 41 |
| Figura 6 Encuesta – Pregunta 3 Contratación servicio | 42 |
| Figura 7 Encuesta – Pregunta 4 Preferencia Frecuencia Limpieza | 43 |
| Figura 8 Encuesta – Pregunta 5 Horario servicio | 44 |
| Figura 9 Encuesta – Pregunta 6 Día preferencia | 45 |
| Figura 10 Encuesta – Pregunta 7 Actividades | 47 |
| Figura 11 Encuesta – Pregunta 8 Control digital | 48 |
| Figura 12 Encuesta – Pregunta 9 Valor servicio | 49 |
| Figura 13 Encuesta – Pregunta 10 Cualidades servicio | 50 |
| Figura 14 Parroquia Iñaquito | 52 |
| Figura 15 Organigrama | 57 |
| Figura 16 Lienzo canvas | 70 |

Lista de Anexos

Anexo 1 Encuesta75

Título

Modelo de negocio canvas para la creación de la empresa limpieza City Clean Iñaquito

Planteamiento - Formulación del problema

En la actualidad el ritmo de vida de las personas es muy acelerado debido a las múltiples actividades que realizan tanto en el ámbito laboral, educativo, familiar, social entre otras, por lo tanto, el tiempo disponible para realizar las actividades de limpieza de los hogares se ve reducida. Con este antecedente se conoce que las familias buscan personal para cumplir con las funciones de limpieza en el hogar, sin embargo, existen algunos inconvenientes que generan desconfianza en el contratante del servicio al no ser una empresa formal que brinde seguridad y confianza para el cumplimiento del trabajo.

En la ciudad de Quito, existen innumerables compañías que brindan servicios de limpieza y desinfección, cabe recalcar que esta prestación está enfocada a la limpieza de oficinas en empresas tanto del sector público como privado, sin considerar a los hogares de las familias de clase media alta y alta, que buscan este servicio. Existen varias empresas o emprendimientos empíricos que ofrecen de forma individual la limpieza de muebles, colchones o alfombras, por esta razón la limpieza integral para el hogar no es un segmento que este atendido.

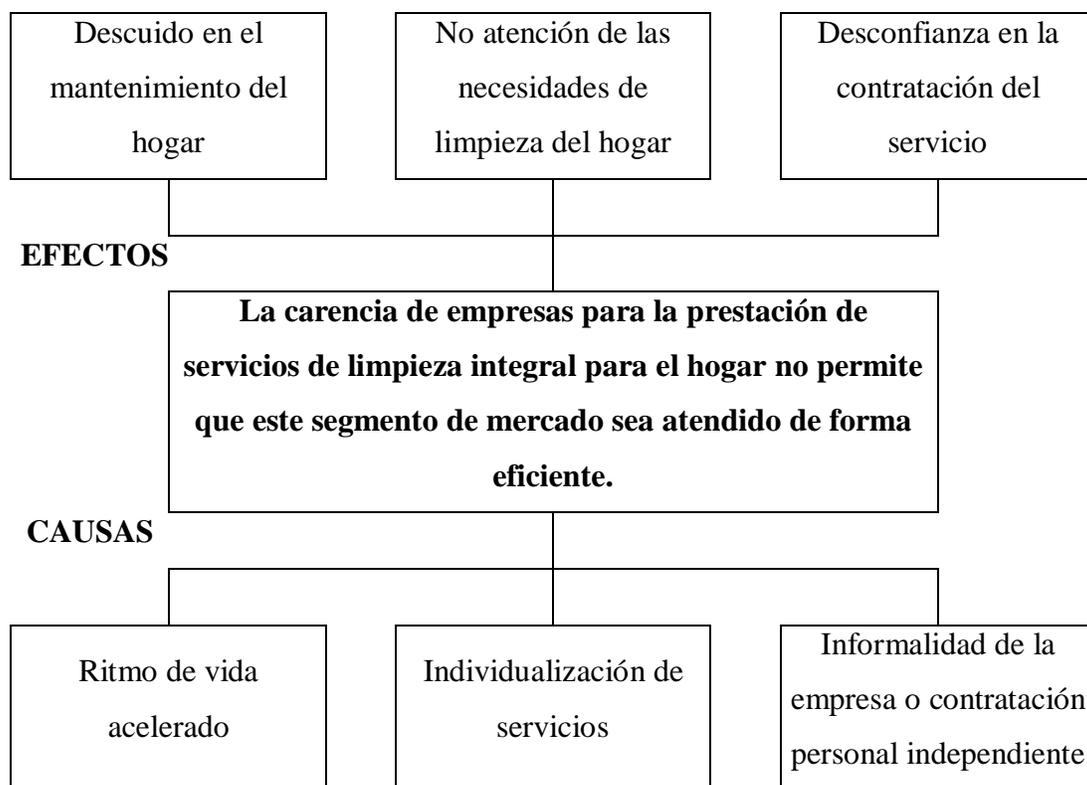
Conforme a lo mencionado se verifica que existe diversidad de empresas que proveen el servicio de limpieza dirigido a las empresas o específico para una actividad, sin considerar la limpieza integral del hogar y que se distinga por su valor agregado. De acuerdo a esta premisa se plantea la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuán beneficioso es crear la empresa de limpieza City Clean en Iñaquito, basado en el modelo de negocio Canvas?

Árbol de problemas

Figura 1

Árbol de Problemas



Elaborado por: Apunte, I.

Justificación

En la actualidad la necesidad de cubrir ciertas actividades y responsabilidades que implica ser cabezas de hogar, tanto para hombres como para mujeres se ha visto limitado por el ritmo de vida acelerado, ya que las múltiples actividades que se realizan en el día a día, reducen el tiempo para mantener la limpieza del hogar en óptimas condiciones, situación que ha generado que un segmento de la población de la clase media alta y alta busque un proveedor de este servicio que genere confianza, seguridad y calidad.

En la ciudad de Quito existen varios tipos de empresas de limpieza y desinfección que prestan servicios individualizados con precios elevados, considerando esta situación es importante atender a este nicho de mercado para cubrir las necesidades y brindar un servicio diferenciado.

El desarrollo de este proyecto de investigación tiene como finalidad crear una empresa de limpieza para el hogar en el sector Iñaquito, aplicando el modelo de negocios canvas que permita fomentar fuentes de empleo y de ingresos para el crecimiento económico

Finalmente, la elaboración de esta investigación permite plasmar los conocimientos adquiridos a lo largo del periodo de estudios, desarrollando las habilidades profesionales y enfrentando situaciones reales que pongan en práctica la capacidad para solucionar los problemas.

Idea a defender

La creación de la empresa de limpieza para el hogar City Clean – Iñaquito basado en el modelo de negocio Canvas, permitirá satisfacer las necesidades de un segmento de mercado poco explotado, garantizando la prestación de un servicio integral para el hogar.

Objetivo general

Desarrollar el modelo de negocio canvas para la creación de la empresa de limpieza City Clean en el sector Iñaquito del DMQ que permita satisfacer las necesidades del hogar, mediante investigación bibliográfica y de campo.

Objetivos específicos

- Argumentar teóricamente la ejecución del modelo de negocio canvas para la creación de la empresa de limpieza City Clean en el sector de Iñaquito, mediante la investigación de fuentes de referencia actualizada.
- Realizar un diagnóstico situacional del mercado actual, condiciones y necesidades de los hogares respecto al servicio de limpieza para el hogar, utilizando diferentes herramientas de recopilación de datos.
- Elaborar la propuesta del modelo de negocio canvas para la creación de la empresa de limpieza City Clean, considerando la estructura planteada por otros autores y el uso de los datos recopilados en la investigación de campo.

Líneas y sub líneas de investigación de la carrera

Tabla 1.

Líneas y sub líneas de investigación

| | |
|----------------------------------|---|
| Tema de Investigación | Modelo de negocio canvas para la creación de la empresa limpieza City Clean Iñaquito |
| Línea de Investigación | Promover una sociedad participativa. |
| Sublínea de Investigación | Administración y diseño de procesos de generación de empleos. |

Nota: Información Recopilada en el ITSHCPP

Ejes de formación

Tabla 2.

Eje de formación

| | MATERIAS INTEGRADORAS | RESULTADOS DE APRENDIZAJES |
|--------------------------|--|---|
| Eje de formación. | Metodología de la investigación y desarrollo de emprendimiento. | <p>Analiza la utilidad del manejo de fuentes de información.</p> <p>Desarrolla la capacidad de análisis y síntesis para el tratamiento del conocimiento científico y aplica al a solución de un problema de investigación en el campo de la Administración.</p> |
| | Métodos de producción para economía popular y solidaria y talleres artesanales. | <p>Está en la capacidad de aplicar los conocimientos para la creación y gestión de la producción en empresas pequeñas y de economía popular y solidaria.</p> <p>Puede desarrollar sistemas de producción de bienes o generación de servicios.</p> |
| | Administración de Presupuestos. | <p>Entiende la importancia de los presupuestos como reflejo cuantitativo de los objetivos y herramienta de evaluación del actuar empresarial, así como técnica de planeación financiera.</p> <p>Planea las actividades de la empresa de acuerdo a los objetivos propuestos, a través de la recolección de información financiera dependiendo del tipo de empresa.</p> |

Marketing para emprendedores.

Elabora y aplica los elementos del marketing que se diseñan en los emprendimientos con el fin de proyectar una gestión de excelencia en la pyme.

Aplica de manera práctica las estrategias genéricas y alternativas a fin de generar alternativas de competitividad en el mercado a cualquier tipo de organismo económico – social.

Gestión de la Calidad.

Analiza, identifica y comprende problemas administrativos de manufactura y servicios locales para realizar investigaciones de nivel exploratorio, con enfoque prospectivo para el uso adecuado de métodos que conserven el ecosistema, a fin de promover el desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y Economía Popular y Solidaria.

Finanzas Corporativas.

Aplica técnicas de análisis financiero y planeación para comprender la situación financiera actual de la organización y proyectarla a futuro de acuerdo a la capacidad y estructura.

Calcula la viabilidad y rentabilidad de inversiones, mediante la valoración de diferentes indicadores que administran el riesgo y el rendimiento

Nota: Información Recopilada en el ISTHCPP

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACION TEÓRICA

1.1 Marco teórico

1.1.1 Modelo de negocio

El modelo de negocio de una empresa es una herramienta previa al plan de negocio, cuyo objetivo es permitir conocer con claridad el tipo de negocio que se va a crear e introducir en el mercado, a quién va dirigido, cómo se va a vender y cómo se van a conseguir los ingresos. (Peiró, Economipedia, 2020)

Se entiende que un modelo de negocio es una herramienta que permite establecer como se va a estructurar las actividades mediante una propuesta que genere valor y que defina el mecanismo propicio para ingresar y mantenerse en un segmento de mercado, generando rentabilidad.

1.1.1.1 Importancia modelo de negocio

Un modelo de negocios es de suma importancia debido a que se convierte en una ventaja competitiva donde se plasma y desarrolla cada nueva idea enfocada en un plan de crecimiento para el negocio, presentando las necesidades a satisfacer y cuál es el camino para poner en marcha el mismo y generar rentabilidad.

1.1.2 Modelo Canvas

De acuerdo a los autores (Santandreu, M., & Canos, L.), mencionan que “El modelo de negocio Canvas es una plantilla de gestión que ayuda analizar de una manera sencilla los diferentes componentes que forman parte de una idea de negocio. Está compuesto por nueve

elementos que se encuentran interconectados entre sí, que permite realizar cambios antes de ejecutar un proyecto, garantizando a los negocios éxito y rentabilidad.” (Business Model Canvas y redacción del Plan de Negocio, 2014)

El modelo canvas es una herramienta muy utilizada en la actualidad que permite plasmar en un lienzo de forma rápida y precisa la estructura de un negocio sea este nuevo o en funcionamiento, la finalidad de este modelo es reducir el tiempo y crear de forma concreta un plan que permita tener rentabilidad, brindando un servicio o producto con valor agregado.

1.1.2.1 Importancia del Modelo Canvas

El empleo del modelo canvas permite tener una interpretación rápida y simple de la distribución de la organización del proyecto o negocio de cualquier índole, que mediante un análisis estratégico se crea alternativas para crear la viabilidad y rentabilidad.

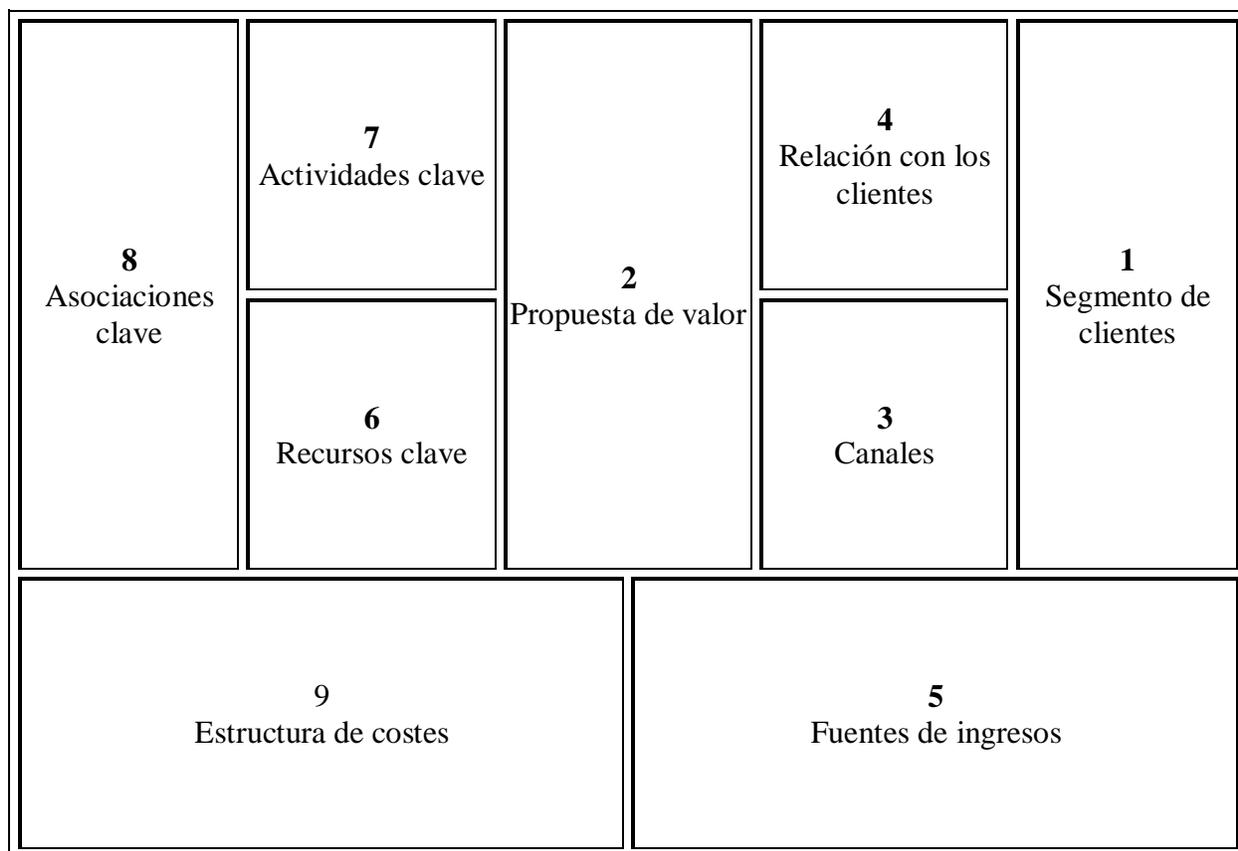
Es importante tener en cuenta que este modelo de negocios permite tener una visión global e innovadora, que puede ser moldeada para generar los resultados deseados.

1.1.2.2 Estructura del Modelo Canvas

La estructura del modelo canvas está compuesta de la siguiente manera:

1. Segmento de mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales
4. Relación con clientes
5. Fuente de ingresos
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Asociaciones clave
9. Estructura de costes

Esta estructura está plasmada en un lienzo donde se va esbozando el modelo de negocio y se tiene una visión general y en conjunto que permite analizar cada una de las características integrantes del proyecto.

Figura 2*Lienzo canvas***Elaborado por:** Apunte, I.

A continuación, se definen cada uno de los componentes de la estructura del modelo de negocios canvas.

1.1.2.2.1 *Segmento de mercado*

En un negocio, emprendimiento o una empresa es importante definir cuál es el público objetivo al que se va a dirigir para recolectar datos y establecer cuáles son las necesidades, gustos y preferencias de este segmento, de esta manera se conoce de forma apropiada y efectiva a los potenciales clientes.

1.1.2.2.2 Propuesta de valor

Según (Osterwalder, A., & Pigneur, Y) indican que “La propuesta de valor es el factor que hace que un cliente se decante por una u otra empresa; su finalidad es solucionar un problema o satisfacer una necesidad del cliente. Las propuestas de valor son un conjunto de productos o servicios que satisfacen los requisitos de un segmento de mercado determinado. En este sentido, la propuesta de valor constituye una serie de ventajas que una empresa ofrece a los clientes.” (Business Model Canvas, 2016)

La propuesta de valor es el plus que la empresa brinda al cliente para diferenciarse de la competencia, con la finalidad de crear fidelización satisfaciendo las necesidades de los clientes.

1.1.2.2.3 Canales

“Los canales de comunicación, distribución y venta establecen el contacto entre la empresa y los clientes”. (Osterwalder, A., & Pigneur, Y, 2016)

La importancia de los canales, radica en crear un medio para mantener una comunicación eficiente con el cliente, dando a conocer los productos y servicios que se ofertan, así también para resolver dudas o inquietudes. Estos canales deben ser viables y de fácil adaptación y comprensión.

1.1.2.2.4 Relaciones con clientes

Los autores (Osterwalder, A., & Pigneur, Y, 2016), mencionan que “Las empresas deben definir el tipo de trato a establecer con cada segmento de mercado, la relación puede ser personal o automatizada. Están basadas en los fundamentos siguientes:

- Captación de clientes
- Fidelización de clientes
- Estimulación de las ventas”

La relación que se forma con el cliente determina el crecimiento o estancamiento de la empresa, por este motivo es importante contar con estrategias que permitan fidelizar a los

clientes y establecer buenas relaciones, además de contar con el personal capacitado que brinde una atención de calidad.

1.1.2.2.5 Fuente de ingresos

“Los clientes constituyen el centro de un modelo de negocio, los ingresos son el sustento. La empresa puede crear una o varias fuentes de ingresos en cada segmento de mercado, (...) con mecanismo de fijación de recaudación diferente como: lista de precios fijos, negociaciones, subastas, según mercado, según volumen o gestión de la rentabilidad”. (Osterwalder, A., & Pigneur, Y, 2016)

La fuente de ingresos es el punto angular para que la empresa se mantenga en el mercado, por lo tanto, es importante establecer estrategias en el ámbito económico que brinden al cliente facilidades para acceder a los productos o servicios de la empresa, considerando los métodos de pago que se ajusten a las necesidades de los clientes.

1.1.2.2.6 Recursos clave

Permiten a las empresas crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con segmentos de mercado y percibir ingresos. Cada modelo de negocio requiere recursos clave diferentes como: físicos, económicos, intelectuales o humanos. La empresa puede tener en propiedad, alquilarlos u obtenerlos de sus socios. (Osterwalder, A., & Pigneur, Y, 2016)

Los recursos con los que va a contar o cuenta la empresa son importantes porque permiten tener una mejor organización para brindar el valor agregado que marque la diferencia con la competencia y que contribuya a entregar un producto o servicio de calidad.

1.1.2.2.7 Actividades clave

“Son acciones importantes que emprende una empresa para tener éxito, son necesarias para crear y ofrecer una propuesta de valor, llegar a los mercados, establecer relaciones con clientes y percibir ingresos”. (Osterwalder, A., & Pigneur, Y, 2016)

Las actividades clave son las que permitirán dar el plus al negocio, por lo cual es importante establecer de forma inicial cuales son las acciones que tomará la empresa para el correcto funcionamiento a corto, mediano y largo plazo, estableciendo planes de acción y controlando que se cumplan a cabalidad.

1.1.2.2.8 Asociaciones clave

Para los autores (Osterwalder, A., & Pigneur, Y) existen cuatro tipos de asociaciones:

- “Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras.
- Competición: asociaciones estratégicas entre empresas competidoras.
- Joint Ventures: (empresas conjuntas) para crear nuevos negocios
- Relaciones cliente-proveedor para garantizar la fiabilidad de los suministros”. (Business Model Canvas, 2016)

Crear relaciones claves con socios permite dinamizar el negocio estableciendo alianzas encaminadas al crecimiento en conjunto, de esta manera se incrementa la propuesta de valor y se brinda un servicio integral a los clientes.

1.1.2.2.9 Estructura de costes

“La creación, la entrega de valor, el mantenimiento de las relaciones con los clientes y la generación de ingresos tienen un coste. Una vez que se han definido los recursos, las actividades y las asociaciones clave son relativamente fáciles de calcular. Algunos modelos de negocio implican más costes que otros”. (Osterwalder, A., & Pigneur, Y, 2016)

La estructura de costes permite establecer cuáles son los montos económicos necesarios para poner en marcha un negocio, donde se establecerá de forma propicia el destino del dinero para la producción de un servicio o bien, cumpliendo con los requisitos establecidos por los entes de control y regulación, esto permitirá el correcto funcionamiento de la empresa.

1.1.3 Empresa

De acuerdo a los autores (Julio García del Junco y Cristóbal Casanueva Rocha) mencionan que una empresa es una "entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados". (Prácticas de la Gestión Empresarial, pág. 3)

Una empresa es la unión de personas que tienen un fin común y que cuentan con recursos materiales y económicos para producir un bien o servicio para satisfacer las necesidades de las personas con la finalidad de tener utilidad.

1.1.3.1 Importancia de la empresa

La importancia de las empresas radica en que están creadas con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes y mediante la prestación de un servicio o producción de un producto generar dinamización de la economía, impulsando el desarrollo social. Es necesario que las empresas cumplan con toda la normativa de ley de acuerdo al giro del negocio de esta manera se no se verán involucradas en acciones ilegales y que puedan perjudicar a la sociedad.

1.1.3.2 Tipos de empresas

En el Ecuador existen algunos tipos de empresas tanto de origen nacional como extranjero, sin embargo, la Ley de Compañías del Ecuador reconoce 5 tipos distintos de empresas que pueden establecerse en el país, mismas que responden a distintos giros de negocio.

Los principales tipos son:

- Compañía en nombre colectivo.
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- Compañía de responsabilidad limitada Cía. Ltda.
- Sociedad anónima S.A.
- Compañía de economía mixta
- Sociedad de acciones simplificada S.A.S.

1.1.4 Limpieza

“Limpieza es la acción y efecto de limpiar (quitar la suciedad, las imperfecciones o los defectos de algo; sacar las hojas secas o vainas de las hortalizas y legumbres; hacer que un lugar quede sin aquello que le es perjudicial)”. (Pérez Porto, 2022)

La limpieza permite suciedad de cualquier tipo de superficie empleando químicos u otros insumos.

1.1.4.1 Importancia de la limpieza

La limpieza es una de las actividades de mayor importancia y necesarias para el ser humano, ya que garantiza y evita estar en contacto con virus y bacterias que ocasionan daño y enfermedades, por lo cual es una actividad que se debe realizar en todos los espacios que se tiene contacto.

1.1.4.2 Tipos de limpieza

Existen varios tipos de limpieza, entre los más conocidos están:

- Limpieza manual
- Limpieza por inmersión o remojo
- Limpieza con espuma
- Limpieza por aspersion
- Limpieza in situ

1.2 Marco conceptual

- **Actividad:** Son las diferentes acciones que se desarrollan a lo largo de un proyecto. Tienen durabilidad, costo, y asignación de recursos. Se dividen en tareas. (Aranda, 2016)
- **Aseo:** es la acción de realizar limpieza o higiene a un objeto, área o persona, que permite mantener cuidado y prolijidad.
- **Calidad:** es la capacidad de cumplir con los requisitos o estándares establecidos para que un bien o servicio contenga las mejores condiciones con la finalidad de satisfacer las necesidades de las personas.
- **Desechos:** son los restos de materiales, insumos u objetos destinados a la eliminación.
- **Desinfección:** es el proceso mediante el cual se elimina los virus o bacterias de un objeto, lugar o persona, con el empleo de químicos o medicamentos.
- **Emprendimiento:** es un negocio que se pone en marcha y va creciendo de forma independiente, este puede estar constituido por una o varias personas.
- **Higiene:** son las practicas que se emplean para realizar la limpieza o el aseo de un objeto, lugar o persona, con la finalidad de preservar el adecuado cuidado de la salud.
- **Innovación:** es un proceso mediante el cual se mejora o crea con un valor agregado para sobresalir ya sea esto en bienes o servicios, procesos o protocolos que permiten crear un impacto en el mercado.
- **Producción:** son las actividades que se desarrollan para la elaboración de bienes o servicios con la utilización de materias primas u otros recursos, con la finalidad de satisfacer las necesidades.

- **Servicio:** son las actividades que permiten satisfacer las necesidades de las personas y que brindan una solución.

1.3 Marco legal

Ley de Compañías

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, tales como: "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirlos, no adquieren la calidad de comerciantes.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince; si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante, las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. (Ley de compañías, 2020)

Ley de Régimen Tributario Interno

Art. 19.- Obligación de llevar contabilidad. - Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares.

Art. 20.- Principios generales. - La contabilidad se llevará por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos de América, tomando en consideración los principios contables de general aceptación, para registrar el movimiento económico y determinar el estado de situación financiera y los resultados imputables al respectivo ejercicio impositivo.

Art. 21.- Estados financieros. - Los estados financieros servirán de base para la presentación de las declaraciones de impuestos, así como también para su presentación a la Superintendencia de Compañías y a la Superintendencia de Bancos y Seguros, según el caso. Las entidades financieras, así como las entidades y organismos del sector público que, para cualquier trámite, requieran conocer sobre la situación financiera de las empresas, exigirán la presentación de los mismos estados financieros que sirvieron para fines tributarios. (Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno, 2014)

CAPÍTULO II

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Diagnóstico situacional

La investigación es concluyente causal porque es de tipo cuantitativa que está orientada a descubrir posibles relaciones entre variables y que proporciona una explicación de la relación causa efecto, permitiendo establecer conclusiones del tema que se está estudiando.

2.2 Diseño de la investigación

2.2.1 *Enfoque cuantitativo*

En esta investigación se aplica el enfoque cuantitativo porque permite cuantificar un fenómeno, estableciendo la frecuencia con que ocurre, además de establecer los factores que influyen en las preferencias de los clientes. Para esta investigación se va a utilizar como técnica de investigación la encuesta.

2.2.2 *Método científico*

La aplicación del método científico permite emplear técnicas y procedimientos para recolectar y formular análisis para resolver problemas de investigación, por lo tanto, es el camino que permite alcanzar un objetivo.

2.3 Investigación de campo

Para la investigación de campo se emplea los métodos inductivo y deductivo porque permiten establecer un razonamiento de lo general a lo particular y viceversa obteniendo una conclusión general y una específica. Y el método analítico y sintético porque permite el análisis de un todo y lo descompone en partes determinando la relación causa y efecto, y posterior realizar una síntesis del estudio.

2.4 Investigación descriptiva

La investigación es descriptiva porque permite establecer las variables de estudio para formular el modelo de negocios canvas para la creación de la empresa de limpieza City Clean en Ñaquito, mediante la determinación del diseño, la estructura, el proceso y los recursos a utilizar, que sean fuente de crecimiento para la empresa.

2.5 Unidad de análisis

La unidad de análisis utilizada en la investigación comprende a la población económicamente activa de la parroquia Ñaquito de la ciudad de Quito.

2.5.1 Población y/o muestra

La parroquia Ñaquito se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad de Quito y de acuerdo al Censo 2022 la población de la parroquia está compuesta por 42.492 habitantes.

Para el cálculo de la muestra se trabajará con la población económicamente activa de la parroquia Ñaquito que está conformada de 29.735 habitantes. (INEC, 2010)

Fórmula de la Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra y emplear la encuesta para la investigación, se utiliza la fórmula para calcular la muestra de una población finita ya que se conoce el tamaño de la población, siendo la fórmula la siguiente: (Torres, M & Paz, K, 2020)

$$n = \frac{N * PQ}{\left[(N - 1) \left\{ \frac{E^2}{k^2} \right\} \right] + PQ}$$

Dónde:

n = muestra

N = universo

PQ = cuartil 0,25

E² = margen de error 8 %

k² = constante 2²

La aplicación de la fórmula se realiza con el total de habitantes que conforman la población económicamente activa de la parroquia Iñaquito que consta de 29.735 personas. Además, se considera un margen de error del 8%.

$$n = \frac{29.735 * 0,25}{\left[(29.735 - 1) \left\{ \frac{0,08^2}{2^2} \right\} \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{7433.75}{\left[(29.734) \left\{ \frac{0,0064}{4} \right\} \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{7433.75}{\left[(29.734) \{0,0016\} \right] + 0,25}$$

$$n = \frac{7433.75}{[47,5744] + 0,25}$$

$$n = \frac{7433.75}{47,5744}$$

$$n = 155,44$$

$$n = 155$$

De acuerdo al resultado obtenido con la aplicación de la fórmula se tiene que la encuesta debe realizarse a 155 personas, siendo este el tamaño de la muestra.

2.6 Técnicas de investigación

Para esta investigación se va a utilizar como técnica de investigación la encuesta que permite recolectar datos significativos en el ámbito interno y externo del negocio.

En el ámbito externo se realiza la investigación con el objetivo de determinar la percepción de los posibles clientes de la empresa de limpieza City Clean para la satisfacción de sus necesidades

2.6.1 Encuesta

La aplicación de una encuesta permite recolectar información relevante para el tema de estudio mediante la cuantificación y cualificación de datos. Se diseña una encuesta con el objetivo de investigar los gustos y preferencias de los consumidores.

2.7 Instrumento

La encuesta se realizará vía online al número total de personas que establece la muestra y se tabulará los resultados para establecer el análisis respectivo.



Instrucciones:

Marque con una X en el paréntesis según considere su elección.

Género: Masculino ()
 Femenino ()

1. ¿Cuál es su nivel de ingresos aproximadamente?

- Menos de 450 dólares ()
- 451 a 600 dólares ()
- 601 a 800 dólares ()
- 801 a 1.000 dólares ()
- 1.001 dólares en adelante ()

2. ¿Cuál es la frecuencia con que realiza la limpieza de su hogar?

- Diaria ()
Semanal ()
Quincenal ()
Mensual ()

3. ¿Consideraría usted contratar servicio de limpieza para su hogar?

- SI () NO ()

4. ¿Con que frecuencia le gustaría que la empresa de limpieza brindara sus servicios para el mantenimiento de su hogar?

- Diaria ()
Semanal ()
Quincenal ()
Mensual ()

5. ¿En qué horario preferiría que se realice el servicio de limpieza para su hogar?

- 7:00 am – 10:00 am ()
10:00 am – 13:00 pm ()
13:00 pm – 16:00 pm ()
16:00 pm – 19:00 pm ()

6. ¿Qué día o días preferiría usted que se realice el servicio de limpieza en su hogar?

- Lunes ()
Martes ()
Miércoles ()
Jueves ()
Viernes ()
Sábado ()
Domingo ()

7. ¿En cuál de las siguientes actividades de limpieza estaría interesado(a) para adquirir un servicio?

- Limpieza dormitorio ()
- Lavado y aspirado de alfombras ()
- Limpieza y desinfección de baños ()
- Limpieza de ventanas ()
- Limpieza total de cocina ()
- Lavado de cortinas ()
- Abrillantamiento de pisos ()
- Todos ()

8. ¿Qué servicio adicional le interesaría?

- Eliminación de plagas (ácaros, roedores, insectos) ()
- Lavado de vehículos ()
- Mantenimiento de jardín ()
- Limpieza de muebles y enseres ()
- Plomería ()

9. ¿Qué rango de valores consideraría pagar por el servicio de limpieza para su hogar?

- \$50 a \$100 ()
- \$101 a \$150 ()
- \$151 a \$200 ()
- \$201 en adelante ()

10. ¿Qué exigiría usted para contratar una empresa de limpieza?

- Rapidez ()
- Seguridad ()
- Calidad ()
- Confianza ()

Gracias por su colaboración.

2.8 Análisis y resultados

De la aplicación de la encuesta al tamaño de la muestra establecido se obtuvo los siguientes resultados que se presentan en el detalle de la tabulación:

Género

Tabla 3.

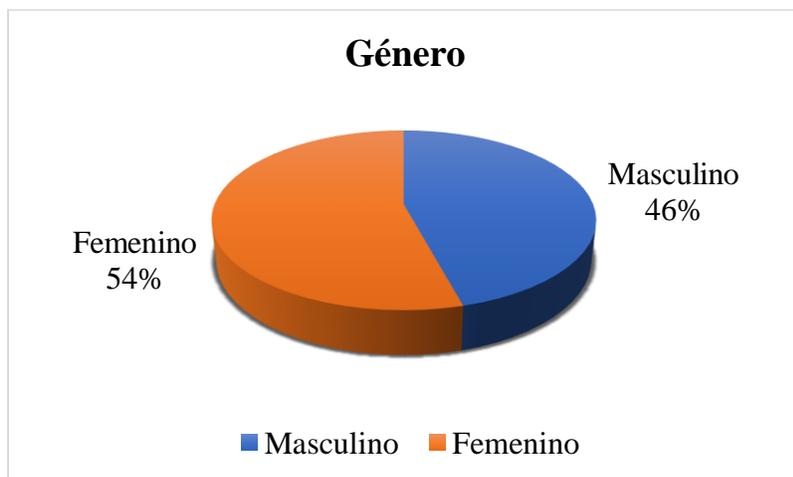
Encuesta – Género

| Género | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------|-------------------|-------------------|
| Masculino | 71 | 46% |
| Femenino | 84 | 54% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 3

Encuesta – Género



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que de los encuestados el 54% pertenece al género femenino, mientras que, el 46% pertenece al género masculino.

1. ¿Cuál es su nivel de ingresos aproximadamente?

Tabla 4.

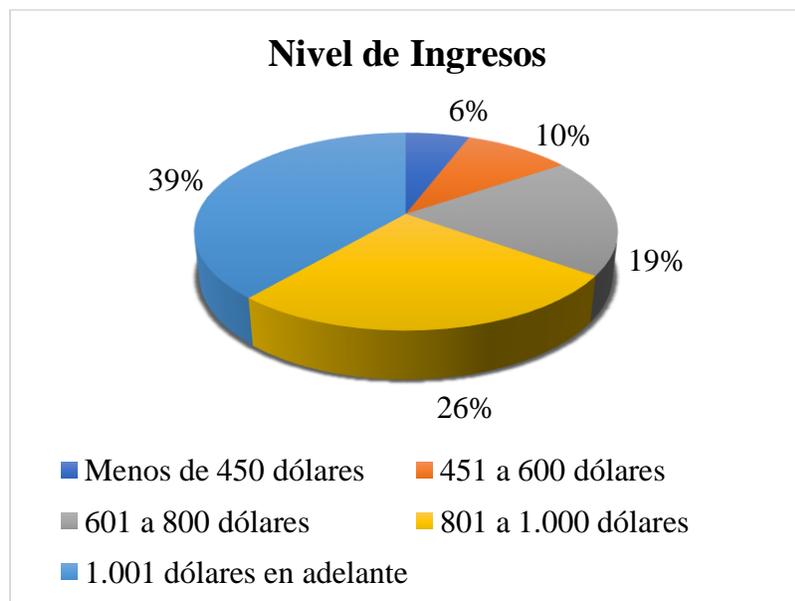
Encuesta – Pregunta 1 Nivel de ingresos

| Nivel de ingresos | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------------|-------------------|-------------------|
| Menos de 450 dólares | 9 | 6% |
| 451 a 600 dólares | 15 | 10% |
| 601 a 800 dólares | 30 | 19% |
| 801 a 1.000 dólares | 41 | 26% |
| 1.001 dólares en adelante | 60 | 39% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 4

Encuesta – Pregunta 1 Nivel de ingresos



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que de los encuestadas el 39% tiene un nivel de ingresos superior a \$1.001, el 26% gana de \$801 a \$1.000, el 19% gana de \$601 a \$800, el 10% gana de \$451 a \$600, y finalmente el 6% gana menos de \$450.

2. ¿Cuál es la frecuencia con que realiza la limpieza de su hogar?

Tabla 5.

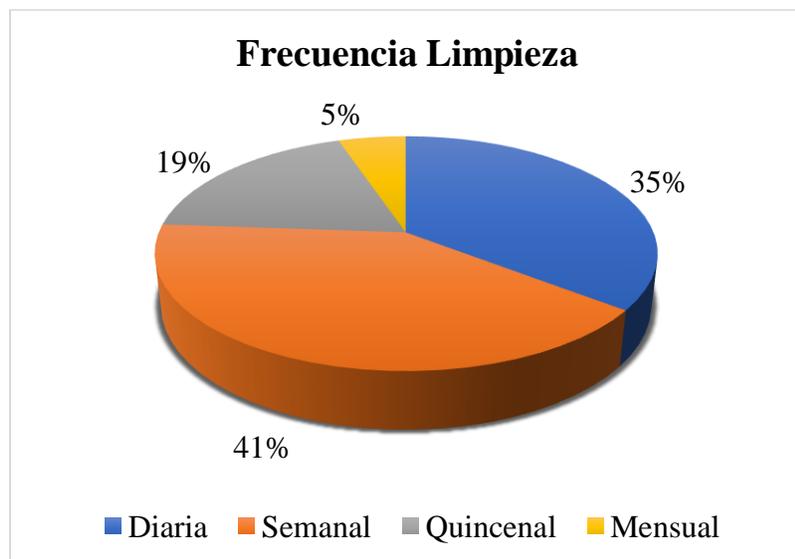
Encuesta – Pregunta 2 Frecuencia Limpieza

| Frecuencia Limpieza | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|-------------------|-------------------|
| Diaria | 55 | 35% |
| Semanal | 63 | 41% |
| Quincenal | 29 | 19% |
| Mensual | 8 | 5% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 5

Encuesta – Pregunta 2 Frecuencia Limpieza



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que del 41% de los encuestados realiza la limpieza de forma semanal, el 35% de forma diaria, el 19% de forma quincenal y finalmente el 5% de forma mensual.

3. ¿Consideraría usted contratar servicio de limpieza para su hogar?

Tabla 6.

Encuesta – Pregunta 3 Contratación servicio

| Contratación servicio | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------------|-------------------|-------------------|
| SI | 114 | 74% |
| NO | 41 | 26% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 6

Encuesta – Pregunta 3 Contratación servicio



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que el 74% considera que si contrataría el servicio de limpieza, mientras que, el 26% no consideraría la contratación.

4. ¿Con que frecuencia le gustaría que la empresa de limpieza brindara sus servicios para el mantenimiento de su hogar?

Tabla 7.

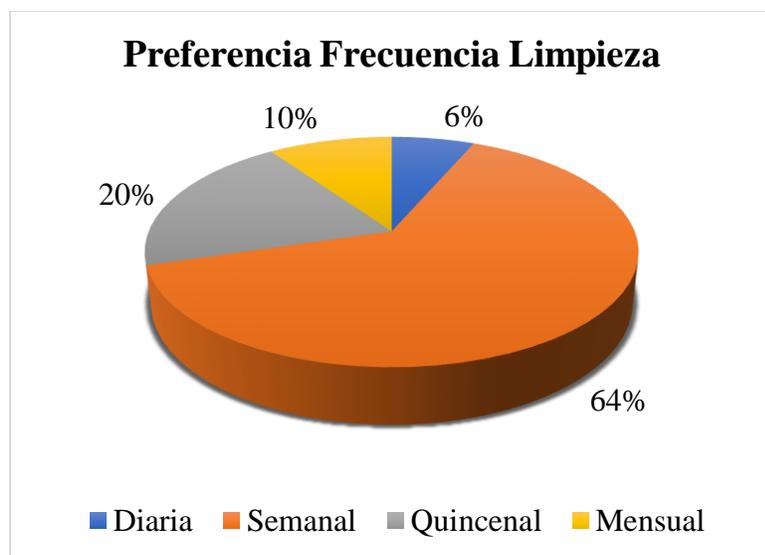
Encuesta – Pregunta 4 Preferencia Frecuencia Limpieza

| Preferencia Frecuencia Limpieza | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Diaria | 10 | 6% |
| Semanal | 99 | 64% |
| Quincenal | 31 | 20% |
| Mensual | 15 | 10% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 7

Encuesta – Pregunta 4 Preferencia Frecuencia Limpieza



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que al 64% de los encuestados prefiere realizar la limpieza de forma semanal, el 20% de forma quincenal, el 10% de forma mensual y el 6% prefiere que se realice a diario.

5. ¿En qué horario preferiría que se realice el servicio de limpieza para su hogar?

Tabla 8.

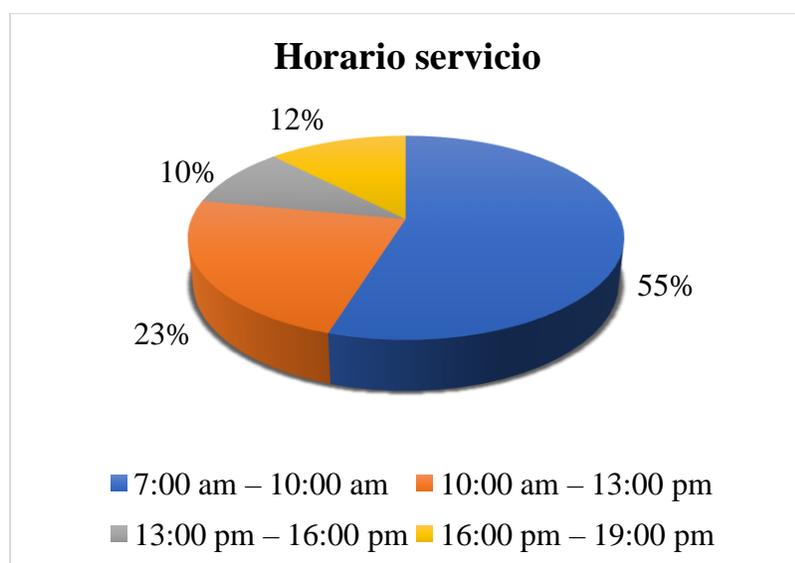
Encuesta – Pregunta 5 Horario servicio

| Horario servicio | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------|-------------------|-------------------|
| 7:00 am – 10:00 am | 85 | 55% |
| 10:00 am – 13:00 pm | 36 | 23% |
| 13:00 pm – 16:00 pm | 15 | 10% |
| 16:00 pm – 19:00 pm | 19 | 12% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 8

Encuesta – Pregunta 5 Horario servicio



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que el 55% considera que el horario propicio para el servicio es de 7h00 a 10h00, el 23% de 10h00 a 13h00, el 10% de 13h00 a 16h00 y por último, el 12% de 16h00 a 19h00.

6. ¿Qué día o días preferiría usted que se realice el servicio de limpieza en su hogar?

Tabla 9.

Encuesta – Pregunta 6 Día preferencia

| Día preferencia | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------------|-------------------|-------------------|
| Lunes | 9 | 6% |
| Martes | 30 | 19% |
| Miércoles | 13 | 8% |
| Jueves | 38 | 25% |
| Viernes | 11 | 7% |
| Sábado | 46 | 30% |
| Domingo | 8 | 5% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 9

Encuesta – Pregunta 6 Día preferencia



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que el 30% de los encuestados considera al día sábado como día de preferencia para el servicio de limpieza, seguido del 25% que considera al día jueves, el 19% el día martes, el 8% el día miércoles, el 7% el día viernes, el 6% el día lunes y finalmente el 5% el día domingo.

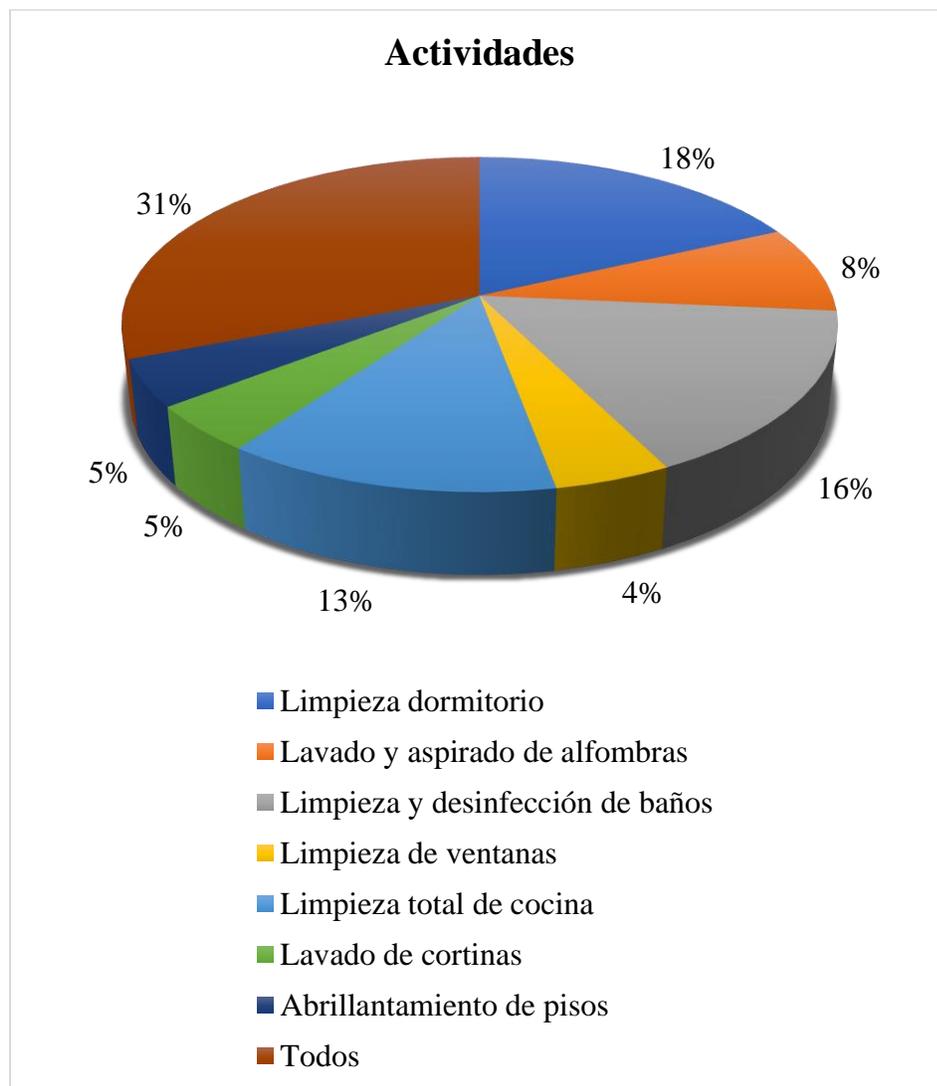
7. ¿En cuál de las siguientes actividades de limpieza estaría interesado(a) para adquirir un servicio?

Tabla 10.

Encuesta – Pregunta 7 Actividades

| Actividades | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------------|-------------------|-------------------|
| Limpieza dormitorio | 28 | 18% |
| Lavado y aspirado de alfombras | 13 | 8% |
| Limpieza y desinfección de baños | 25 | 16% |
| Limpieza de ventanas | 7 | 5% |
| Limpieza total de cocina | 20 | 13% |
| Lavado de cortinas | 7 | 5% |
| Abrillantamiento de pisos | 7 | 5% |
| Todos | 48 | 31% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 10*Encuesta – Pregunta 7 Actividades***Elaborado por:** Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que el 31% de los encuestados consideran que están interesados en todas las actividades de limpieza, seguido por el 18% que se interesa por la limpieza de dormitorios, el 16% por la limpieza y desinfección de baños, el 13% por la limpieza total de cocina, el 8% por el lavado y aspirado de alfombras y finalmente el 5% considera que le interesan la limpieza de ventanas, lavado de cortinas y el abrillantamiento de pisos.

8. ¿Qué servicio adicional le interesaría?

Tabla 11.

Encuesta – Pregunta 8 Servicio adicional

| Servicio adicional | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Eliminación de plagas (ácaros, roedores, insectos) | 10 | 6% |
| Lavado de autos | 17 | 11% |
| Mantenimiento de Jardinería | 25 | 16% |
| Limpieza y mantenimiento de muebles y enseres | 58 | 37% |
| Plomería | 45 | 29% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 11

Encuesta – Pregunta 8 Control digital



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que el 37% considera que como servicio adicional estaría interesado en la limpieza y mantenimiento de muebles y enseres, seguido del 29% que le interesa la plomería, al 16% le interesa el mantenimiento de jardinería, al 11% le interesa el lavado de autos y, por último, al 6% eliminación de plagas (ácaros, roedores, insectos).

9. ¿Qué rango de valores consideraría pagar por el servicio de limpieza para su hogar?

Tabla 12.

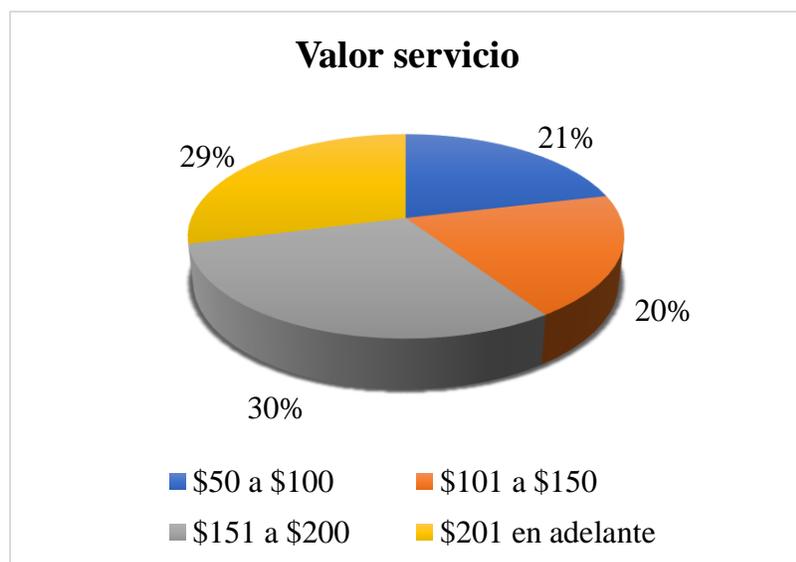
Encuesta – Pregunta 9 Valor servicio

| Valor servicio | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------|------------|-------------|
| \$50 a \$100 | 33 | 21% |
| \$101 a \$150 | 30 | 19% |
| \$151 a \$200 | 47 | 30% |
| \$201 en adelante | 45 | 29% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 12

Encuesta – Pregunta 9 Valor servicio



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que el 30% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$151 a \$200 por el servicio de limpieza, seguido del 29% que pagaría de \$201 en adelante, el 21% pagaría de \$50 a \$100 y finalmente, el 19% pagaría de \$101 a \$150.

10. ¿Qué exigiría usted para contratar una empresa de limpieza?

Tabla 13.

Encuesta – Pregunta 10 Cualidades servicio

| Cualidades servicio | Frecuencia | Porcentaje |
|---------------------|------------|-------------|
| Rapidez | 21 | 14% |
| Seguridad | 56 | 36% |
| Calidad | 56 | 36% |
| Confianza | 22 | 14% |
| TOTAL | 155 | 100% |

Elaborado por: Apunte, I.

Figura 13

Encuesta – Pregunta 10 Cualidades servicio



Elaborado por: Apunte, I.

Análisis: Se puede observar que el 36% de los encuestados consideran importante la seguridad y la calidad del servicio, mientras que, el 14% consideran que es importante la confianza y rapidez.

2.9 Conclusión del diagnóstico situacional

De acuerdo con los resultados obtenidos se ha determinado las preferencias y gustos del consumidor, además de conocer que, si estarían dispuestos a contratar el servicio de limpieza para el hogar, definiendo de la frecuencia del servicio, el día y hora de preferencia, valor a pagar, y las características dl servicio en sí.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Propuesta del proyecto

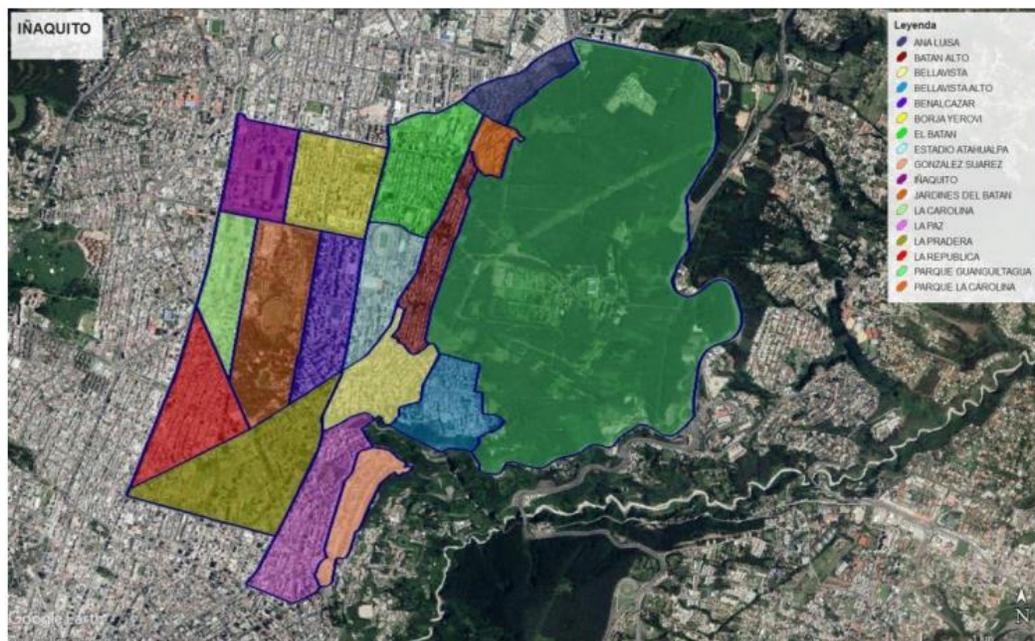
Modelo de negocio canvas para la creación de la empresa limpieza City Clean Iñaquito.

3.1.1 Segmentación de mercado

La parroquia Iñaquito pertenece a una de las 32 parroquias que constituyen el Distrito Metropolitano de Quito, se encuentra ubicada al noroeste de la ciudad en el centro financiero bancario y la plataforma Gubernamental Norte, considerado como el polo comercial de la ciudad.

Figura 14

Parroquia Iñaquito



Fuente: https://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Administraci%C3%B3n%202019-2023/Sesiones%20de%20Concejo/2020/Sesi%C3%B3n%20110%20Extraordinaria%202020-12-04/II.%20Delimitaci%C3%B3n%20Barrios/Informes%20t%C3%A9cnicos%20y%20legales/Informe%20favorable%20STHV/Eugenio%20Espejo/informe_tecnico_.pdf

Elaborado por: Apunte, I.

Los servicios que brindara la empresa de limpieza estarán dirigidos para los habitantes del norte de Quito, sector Ñaquito, considerando de suma importancia el poder adquisitivo de los consumidores, centrándose en un nivel económico medio-alto y alto, hombres y mujeres que busquen un servicio de limpieza integral para el hogar.

Tabla 14.

Segmentación de mercado

| | | |
|----------------------|-------------------------|---|
| GEOGRÁFICAS | Ciudad | Quito |
| | Parroquia | Ñaquito |
| | Extensión | 1505,75 ha km ² |
| | Densidad | 26,9 Hab/km ² |
| DEMOGRÁFICAS | Población | 42,492 habitantes |
| | Sexo | La población económicamente activa es de 29.735 habitantes. |
| | Profesión | Indistinta |
| | Estado civil | Indistinto |
| | Ingresos | El promedio de ingresos fluctúa desde USD \$ 450,00 y sigue en aumento. |
| | Estilo de vida | Indistinto en función de los ingresos familiares. |
| PSICOGRÁFICAS | Personalidad | Conforme a la investigación exploratoria realizada las personas les gustaría contar con el servicio de limpieza integral para el hogar. |
| | Uso del servicio | El servicio se adapta conforme a las necesidades de cada hogar, brindando un servicio especializados.es. |

Elaborado por: Apunte, I.

3.1.2 Propuesta de valor

De acuerdo con la información recolectada en las encuestas que permitió conocer los gustos y preferencias de los potenciales clientes se determina que el servicio de limpieza para el hogar tiene acogida en el sector, por lo tanto, como estrategias de diferenciación se brindará las siguientes opciones:

- Se establecerá tipos de limpieza para el hogar, determinado como mantenimiento preventivo y correctivo, de esta manera el cliente tendrá la opción de programar los servicios que desea adquirir para cada mantenimiento.
- Seleccionar la frecuencia del servicio, esto comprende el número de veces del servicio ya sea por semana, quincena o mensual, día y hora de atención.
- Se proveerá de la entrega de información para el manejo de los desechos, realizando la clasificación de los mismos, de este modo se contribuye al cuidado del medio ambiente.
- Se podrá seleccionar el tipo de insumos a utilizar en cada uno de los servicios con la finalidad de contribuir al cuidado de la salud.
- Se empleará técnicas de limpieza actualizadas que permitan marcar la calidad del servicio de brinda la empresa, además de contar con la tecnología apropiada para el servicio.
- Se cumplirá con todas las normas de higiene y seguridad para cada una de las actividades.
- El personal que brindará el servicio se mantendrá en preparación continua que permita mejorar continuamente el servicio.

3.1.3 Canales

Los canales a utilizar para la difusión y comercialización de los servicios que ofrece la empresa será mediante medios tecnológicos que permitirá tener una comunicación directa y más ágil con el cliente y se utilizará:

- Redes sociales: Facebook, Instagram, tiktok.
- Página web.
- WhatsApp.
- Publicidad pagada por redes sociales.

El uso de estos canales permitirá llegar al cliente de forma directa y se facilitará la asesoría necesaria para que escoja el plan de limpieza que se ajuste a las necesidades que presenta considerando el valor a pagar por el servicio.

3.1.4 Relación con clientes

Es importante recalcar que, para establecer una relación directa, propicia y eficiente con los clientes es necesario establecer una atención personalizada que permita entender las necesidades y requerimientos de los clientes.

Cabe señalar que durante la atención brindada el personal de la empresa siempre mantendrá las siguientes características:

- Se enfocará en las necesidades del comprador.
- Se brindará un servicio diligente con la finalidad de encontrar soluciones.
- Se preverá el surgimiento de posibles problemas.
- Se mantendrá una comunicación asertiva.
- Se brindará atención personalizada de acuerdo a sus necesidades.

El empleo de estas características permitirá la fidelización del cliente, además es importante mencionar que se asesorará de forma clara al cliente para que se familiarice con todos los servicios que brinda la empresa.

Finalmente se realizará encuestas de satisfacción tanto del servicio como de la atención brindada por parte del personal de la empresa, para tener una retroalimentación y mejorar el servicio continuamente.

3.1.5 Fuente de ingresos

La fuente de ingresos principal para el negocio proviene de los servicios que se ofrecen sean estos por planes de servicios personalizados o por servicios individuales.

Se considera que para facilitar las formas de pago que dispone el cliente, se promocionará las siguientes opciones:

- Efectivo
- Transferencias
- Depósitos
- Tarjeta de débito o crédito
- Aplicación De Una (Banco Pichincha)
- PayPal

3.1.6 Recursos clave

Para la gestión adecuada y optima de la empresa de limpieza se contará con los siguientes recursos como talento humano preparado, maquinaria, equipos, tecnología y el recurso económico.

3.1.6.1 Humanos

Para el inicio de las operaciones de la empresa se contará con el siguiente personal:

Tabla 15.

Personal necesario

| Departamento | Cargo | Número de empleados |
|-------------------------|--------------------------|----------------------------|
| Gerencia General | Gerente General | 1 |
| Administrativo | Asistente administrativa | 1 |
| | Contador | 1 |
| Producción | Jefe de Servicios | 1 |
| | Auxiliares de limpieza | 3 |
| Comercialización | Vendedor | 1 |
| Total, personal | | 8 |

Elaborado por: Apunte, I.

La estructura organizativa de la empresa está estructurada de la siguiente manera:

Figura 15

Organigrama



Elaborado por: Apunte, I.

Se detallan las funciones del personal:

Tabla 16.

Funciones del personal

| CARGO | FUNCIONES |
|---------------------------------|---|
| Gerente General | <ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto, mediano y largo plazo. • Organizar la estructura de la empresa; como también de las funciones y los cargos. • Controlar las actividades planificadas y los resultados obtenidos. • Toma de decisiones y elaboración de informes gerenciales. • Organizar e impartir acciones formativas para el personal, mediante cursos de capacitación con expertos. |
| Asistente administrativa | <ul style="list-style-type: none"> • Atención a los clientes y recepción de llamadas telefónicas. • Administración del personal, elaboración de informes a gerencia. • Control de proveedores, coordinación de compras de suministros e insumos y pagos. • Mantener actualizado el archivo de la empresa. |

| | |
|-------------------------------|--|
| Contador | <ul style="list-style-type: none"> • Registrar y mantener el manejo contable de la empresa. • Elaborar estados financieros para fines contables, fiscales y financieros. • Asesorar en materia contable, fiscal y financiera. • Verificar los documentos contables y realizar la declaración de impuestos. • Velar por que la contabilidad se lleve de acuerdo a la legislación actual. |
| Jefe de servicios | <ul style="list-style-type: none"> • Organización y control de las actividades de los auxiliares de limpieza, para la prestación del servicio. • Planificación para mantenimiento de equipos y herramientas. • Elaboración del requerimiento de compra de insumos y control de calidad de los servicios. |
| Auxiliares de limpieza | <ul style="list-style-type: none"> • Limpieza de superficies (suelos, muebles y cristales). • Barrer, trapear y limpiar polvos. • Lavar, planchar. • Dotación de insumos (jabón, papel higiénico o servilletas). • realizar las actividades encomendadas para cada tipo de servicio contratado. • Control de los suministros de limpieza. |
| Vendedor | <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el plan de marketing, publicidad y promoción. • Mantener actualizadas las redes sociales de la empresa. • Ejecutar las ventas, facturación y cobranzas. • Presentación de informe de ventas mensual. |

Elaborado por: Apunte, I.

3.1.6.2 *Financieros*

Para la puesta en marcha del negocio se contará con los siguientes recursos financieros:

- Capital de inversión
- Muebles, equipos e insumos
- Capital de trabajo

Para el financiamiento se consultó en BanEcuador que ofrece créditos para pequeñas y medianas empresas con una tasa de interés del 9,76% y con forma de pago anual y a un plazo máximo de tres años.

3.1.6.3 *Físicos*

De acuerdo con las necesidades de la empresa para el funcionamiento se necesitará:

- Local comercial
- Escritorios
- Sillas
- Sala de espera
- Mesa
- Computadores
- Impresora
- Teléfonos
- Archivadores
- Estanterías
- Aspiradoras
- Abrillantadoras
- Hidro lavadoras
- Fumigadoras
- Vehículo

3.1.7 Actividades clave

Las actividades clave que se consideran para que la empresa logre mantenerse en el mercado y conseguir la rentabilidad deseada, son las siguientes:

- Establecimiento claro de los servicios a brindar, ya sea de forma individual, paquetes y/o promociones.
- Adecuada administración de la segmentación de ventas.
- Cumplimiento de horario de atención.
- Personal capacitado, motivado y fidelizado.
- Diseñar promociones para que los consumidores conozcan el servicio e identifiquen su calidad y precio.
- Compra de insumos de buena calidad.
- Mantenimiento adecuado de los equipos y maquinaria.
- Establecer estrategias de publicidad y recomendación de los servicios.

- Realizar reuniones periódicas que permitan hacer un análisis y retroalimentación de la calidad del servicio que se brinda.

3.1.8 Asociaciones clave

Las relaciones que se deben establecer para crear asociaciones clave para el correcto funcionamiento y crecimiento de la empresa son:

- **Proveedores:** establecer una relación de compra continua que beneficie la compra al por mayor de insumos, equipos y maquinaria de excelente calidad.
- **Instituciones financieras:** mantener buenas relaciones financieras permite crear lazos y confianza para el otorgamiento de financiamiento para el negocio.
- **Cliente:** es importante brindar un excelente servicio que cumpla con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, ya que un cliente satisfecho es la mejor estrategia de un negocio porque crea fidelización.

3.1.9 Estructura de costes

Para la creación y puesta en marcha de la empresa de limpieza City Clean se debe considerar los siguientes costos y gastos:

Fijos

- Arriendo local
- Servicios básicos
- Telefonía e internet
- Sueldos y salarios
- Honorarios

Variables

- Materia Prima
- Insumos
- Beneficios sociales
- Suministros de oficina
- Publicidad

- Capacitación
- Combustible
- Gastos de constitución
- Uniformes

Adicional es importante establecer el precio de los servicios que brinda la empresa:

Tabla 17.

Precio de los servicios

| SERVICIO | Límite mínimo Costos | Límite máximo Precios del mercado | Precios de “City Clean” |
|----------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| SERVICIOS PRINCIPALES | | | |
| Limpieza dormitorio | 20,41 | 42,50 | 26,53 |
| Lavado y aspirado de alfombras | 28,65 | 45,00 | 37,25 |
| Limpieza y desinfección de baños | 19,35 | 47,50 | 25,15 |
| Limpieza total de cocinas | 24,99 | 52,50 | 32,49 |
| Abrillantamiento de pisos | 27,55 | 47,50 | 35,82 |
| Lavado de ventanas | 17,69 | 25,00 | 23,00 |
| Lavado de cortinas | 23,37 | 35,00 | 30,38 |
| SERVICIOS ADICIONALES | | | |
| Eliminación de plagas | 18,95 | 30,00 | 24,64 |
| Lavado de vehículos | 30,81 | 55,00 | 40,06 |
| Mantenimiento de jardinería | 22,65 | 50,00 | 29,44 |
| Limpieza de muebles y enseres | 35,37 | 42,50 | 45,98 |
| Plomería | 28,15 | 30,00 | 36,60 |

Elaborado por: Apunte, I.

Se establece los presupuestos para el estudio financiero:

Tabla 18.

Presupuesto de Ventas

| Presupuesto proyectado en años | | | | | |
|---|------------------|-------------------|------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| Años | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Servicios de limpieza | 85.800,00 | 102.960,00 | 123.552,0 | 148.262,4 | 177.914,8 |
| | | | 0 | 0 | 8 |
| Inflación anual proyectada promedio | | 2,49% | 2,49% | 2,49% | 2,49% |
| Total, Ingresos Presupuestados | 85.800,00 | 102.960,00 | 123.552,0 0 | 148.262,4 0 | 177.914,8 8 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 19.

Costo de Ventas

| COSTO DE VENTAS | | | | | |
|-------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Años | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Insumos | 19.800,00 | 20.394,00 | 21.005,82 | 21.635,99 | 22.285,07 |
| Total, Costo De Ventas | 19.800,00 | 20.394,00 | 21.005,82 | 21.635,99 | 22.285,07 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 20.

Mano de Obra y Costos Administrativos

| Presupuesto proyectado anual de sueldos y salarios colaboradores | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Asistente administrativa | 5.400,00 | 5.508,00 | 5.618,16 | 5.730,52 | 5.845,13 |
| Contador | 6.000,00 | 6.120,00 | 6.242,40 | 6.367,25 | 6.494,59 |
| Jefe de servicios | 6.600,00 | 6.732,00 | 6.866,64 | 7.003,97 | 7.144,05 |

| | | | | | |
|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Auxiliares de limpieza | 16.200,00 | 16.524,00 | 16.854,48 | 17.191,57 | 17.535,40 |
| Vendedor | 6.000,00 | 6.120,00 | 6.242,40 | 6.367,25 | 6.494,59 |
| Total, sueldos y salarios | 40.200,00 | 41.004,00 | 41.824,08 | 42.660,56 | 43.513,77 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 21.

Beneficios sociales

| Presupuesto proyectado anual de beneficios sociales | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Aporte patronal IESS | 4.562,70 | 4.653,95 | 4.747,03 | 4.841,97 | 4.938,81 |
| Décimo Tercero | 3.350,00 | 3.417,00 | 3.485,34 | 3.555,05 | 3.626,15 |
| Décimo Cuarto | 2.250,00 | 3.417,00 | 3.485,34 | 3.555,05 | 3.626,15 |
| Vacaciones | 1.675,00 | 1.708,50 | 1.742,67 | 1.777,52 | 1.813,07 |
| Fondos de Reserva | | 3.415,63 | 3.483,95 | 3.553,62 | 3.624,70 |
| Total, beneficios sociales | 11.837,70 | 16.612,09 | 16.944,33 | 17.283,22 | 17.628,88 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 22.

Gastos Administrativos

| Presupuesto proyectado anual de gastos administrativos | | | | | |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Arriendo de local | 600,00 | | | | |
| | | 612,00 | 624,24 | 636,72 | 649,46 |
| Luz | 420,00 | | | | |
| | | 428,40 | 436,97 | 445,71 | 454,62 |

| | | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Agua | 360,00 | | | | |
| | | 367,20 | 374,54 | 382,03 | 389,68 |
| Teléfono | 300,00 | | | | |
| | | 306,00 | 312,12 | 318,36 | 324,73 |
| Total, gastos administrativos | 1.680,00 | 1.713,60 | 1.747,87 | 1.782,83 | 1.818,49 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 23.*Gastos varios*

| | Presupuesto anual de gastos varios | | | | |
|-----------------------------|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Suministros de oficina | 200,00 | 206,00 | 212,18 | 218,55 | 225,10 |
| Varios | 65,00 | 66,95 | 68,96 | 71,03 | 73,16 |
| Publicidad | 300,00 | 309,00 | 318,27 | 327,82 | 337,65 |
| Capacitación | 150,00 | 154,50 | 159,14 | 163,91 | 168,83 |
| Total, gastos varios | 715,00 | 736,45 | 758,54 | 781,30 | 804,74 |

Elaborado por: Apunte, I.**Tabla 24.***Activos fijos*

| Activo Fijo | Valor Inicial |
|--------------------|----------------------|
|--------------------|----------------------|

| | | | | | | | | | |
|---|---|-----|-----|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Mínuta de constitución, actas | 1 | 448 | 448 | 5 | 89,60 | 89,60 | 89,60 | 89,60 | 89,60 |
| Obtención permiso de funcionamiento | 1 | 100 | 100 | 5 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Patentes | 1 | 250 | 250 | 5 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| Total | | | 798 | | | | | | |
| Amortización gasto de constitución | | | | | 159,60 | 159,60 | 159,60 | 159,60 | 159,60 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 27.

Estructura inicial de inversión

| Estructura inicial de la inversión | |
|---|------------------|
| Concepto | Valor |
| Inversión fija | |
| Planta y equipo | 8.520,00 |
| Capital de trabajo | |
| Efectivo | 13.608,18 |
| Garantía por arrendamientos | 1.200,00 |
| Activo diferido | |
| Gastos de constitución | 159,60 |
| TOTAL | 23.487,78 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 28.

Financiamiento de inversión

| DETALLE | FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN | | | | |
|----------------|---------------------------------------|-------------------------|--------------|------------------------|--------------|
| | VALOR TOTAL | RECURSOS PROPIOS | | RECURSOS AJENOS | |
| | | % | VALOR | % | VALOR |
| Inversión fija | 8.520,00 | 25% | 2.130,00 | 75% | 6.390,00 |

| | | | | | |
|--------------------|------------------|-------------|------------------|------------|-----------------|
| Capital de trabajo | 14.808,18 | 100% | 14.808,18 | 0,0% | - |
| Inversión diferida | 159,60 | 100% | 159,60 | 0,0% | - |
| TOTAL | 23.487,78 | 225% | 17.097,78 | 75% | 6.390,00 |
| | | % EMPRESA | 73% | % AJENOS | 27% |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 29.

Estado de Resultados

| Estado de Resultados Presupuestado. | | | | | |
|--|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Años | | | | |
| | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 |
| Servicios de limpieza | 85.800,00 | 102.960,00 | 123.552,00 | 148.262,40 | 177.914,88 |
| VENTAS POR SERVICIOS | 85.800,00 | 102.960,00 | 123.552,00 | 148.262,40 | 177.914,88 |
| (-) Costos de ventas | 19.800,00 | 20.394,00 | 21.005,82 | 21.635,99 | 22.285,07 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | 66.000,00 | 82.566,00 | 102.546,18 | 126.626,41 | 155.629,81 |
| (-) Honorarios anuales del Gerente General | 7.200,00 | 7.344,00 | 7.490,88 | 7.640,70 | 7.793,51 |
| (-) Sueldos | 40.200,00 | 41.004,00 | 41.824,08 | 42.660,56 | 43.513,77 |
| (-) Beneficios Sociales | 11.837,70 | 16.612,09 | 16.944,33 | 17.283,22 | 17.628,88 |
| (-) Gastos administrativos | 1.680,00 | 1.713,60 | 1.747,87 | 1.782,83 | 1.818,49 |
| (-) Gastos varios | 715,00 | 736,45 | 758,54 | 781,30 | 804,74 |
| (-) Depreciación | 1.094,44 | 1.094,44 | 1.094,44 | 630,00 | 630,00 |
| (-) Amortización | 31,92 | 31,92 | 31,92 | 31,92 | 31,92 |
| (-) Gastos financieros / intereses | 623,66 | 415,78 | 207,89 | - | - |
| (-) Gastos constitución | 440,00 | 440,00 | 440,00 | 440,00 | 440,00 |
| (-) Comisiones | - | - | - | - | - |

| | | | | | |
|--|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| COSTOS Y GASTOS | 63.822,73 | 69.392,28 | 70.539,96 | 71.250,52 | 72.661,31 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES | 2.177,27 | 13.173,72 | 32.006,22 | 55.375,88 | 82.968,50 |
| (-) 15% Participación trabajadores | 326,59 | 1.976,06 | 4.800,93 | 8.306,38 | 12.445,27 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 1.850,68 | 11.197,66 | 27.205,29 | 47.069,50 | 70.523,22 |
| (-25%) Impuesto a la renta | 462,67 | 2.799,42 | 6.801,32 | 11.767,37 | 17.630,81 |
| UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | 1.388,01 | 8.398,25 | 20.403,97 | 35.302,12 | 52.892,42 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 30.

Balance General

| BALANCE GENERAL INICIAL | | | | | |
|--------------------------------|-----------|------------------|----------------------------|-----------|------------------|
| ACTIVOS | | | PASIVOS | | |
| Activos Corriente | | 13.608,18 | Pasivo Corriente | | - |
| Bancos | 13.608,18 | | Pasivo L/P | | 6.390,00 |
| Activo Fijo | | 9.720,00 | Préstamo Bancario | 6.390,00 | |
| Planta y equipo | 8.520,00 | | PATRIMONIO | | 17.097,78 |
| Garantía por arrendamientos | 1.200,00 | | Capital | 17.097,78 | |
| Activos Diferidos | | 159,60 | | | |
| Acta de Constitución | 89,60 | | | | |
| Permiso de funcionamiento | 20,00 | | | | |
| Patentes | 50,00 | | | | |
| ACTIVOS | | 23.487,78 | PASIVO + PATRIMONIO | | 23.487,78 |

Elaborado por: Apunte, I.

Tabla 31.

Flujos actualizados

| Años | FLUJOS ACTUALIZADOS | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|
| | Flujos del Proyecto | | Flujos del Inversionista | |
| | Tasa de descuento | Valor presente | Tasa de descuento | Valor presente |
| | 26,64% | | 15,09% | |
| Inversión Inicial | -23.487,78 | | -23.487,78 | |
| 2024 | 440,46 | | 2.968,04 | |

| | | | | |
|------|------------------------------------|------------------|------------------------------------|------------------|
| 2025 | 7.450,69 | | 9.845,75 | |
| 2026 | 19.456,41 | | 21.718,94 | |
| 2027 | 36.020,12 | | 36.020,12 | |
| 2028 | 53.610,42 | | 53.610,42 | |
| | Suma de Flujos Actualizados | 45.036,17 | Suma de Flujos Actualizados | 71.339,21 |

Elaborado por: Apunte, I.

VAN Proyecto: 21.548,40

VAN Inversionista: 47.851,43

TIR Proyecto: 50,10%

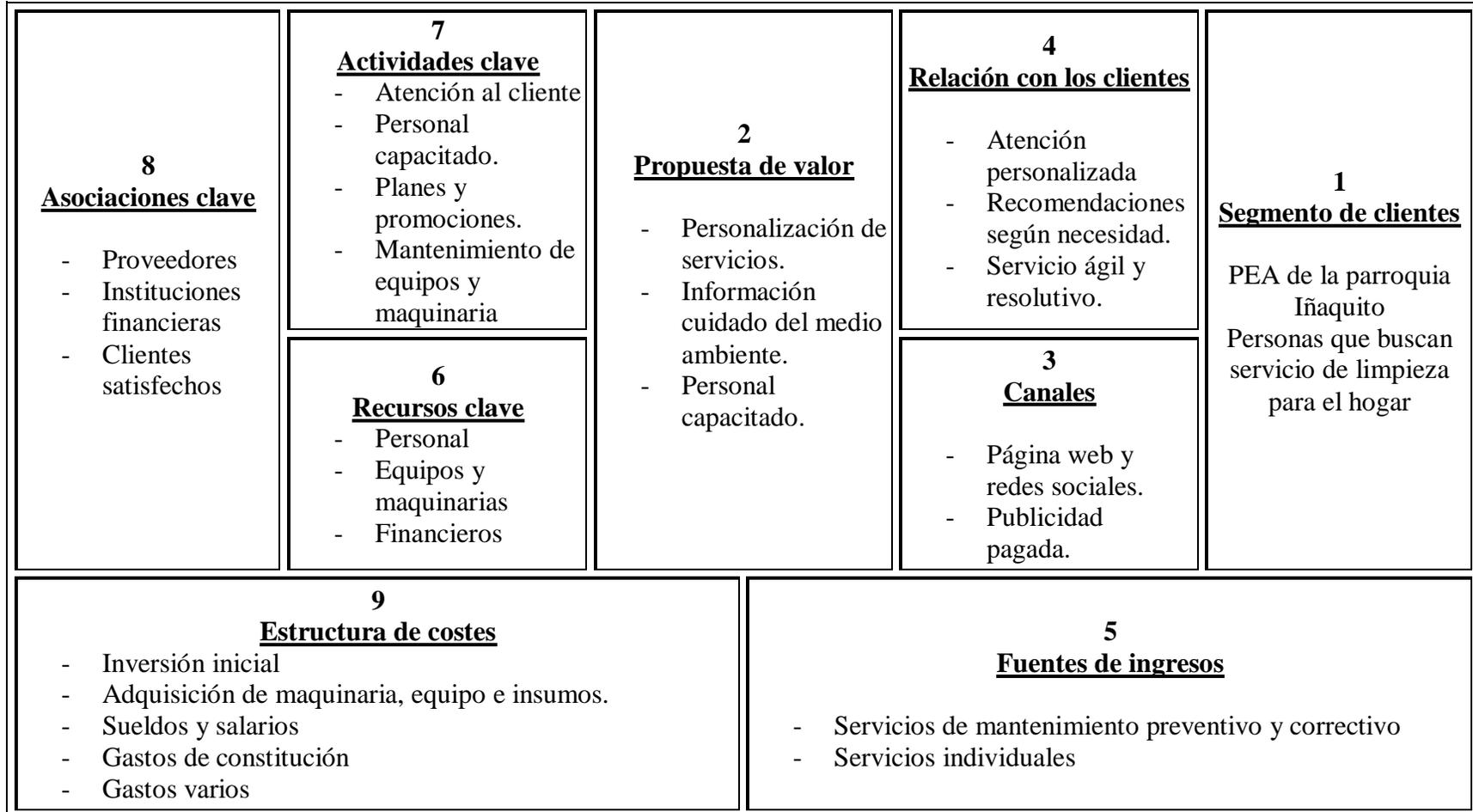
TIR Inversionista: 56,13%

Los resultados obtenidos del VAN y la TIR demuestran que el proyecto es viable y establece la rentabilidad del mismo, permitiendo satisfacer el mercado consumidor y generando fuentes de ingresos y empleo.

3.1.10 Lienzo

Figura 16

Lienzo canvas



Elaborado por: Apunte, I.

CONCLUSIONES

- Las referencias bibliográficas permitieron conocer la estructura del del modelo canvas y mediante su aplicación se ha podido establecer de forma clara, ordenada y precisa los pasos a seguir para la puesta en marcha de la empresa de limpieza City Clean Iñaquito.
- El diagnóstico situacional permitió determinar mediante la recopilación de datos de la encuesta cuales son los gustos y preferencias de los potenciales clientes, de esta manera se establece las características de los consumidores y los servicios a ofertar en cuanto a la limpieza integral del hogar.
- La creación de la empresa de limpieza City Clean en el sector Iñaquito de acuerdo a la estructura del modelo de negocio canvas presenta que el proyecto financieramente es viable y rentable, permitiendo satisfacer el mercado consumidor y generando fuentes de ingresos y empleo.

RECOMENDACIONES

- Implementar la creación de la empresa de limpieza City Clean en el sector de Iñaquito mediante el modelo de negocios canvas conforme a los resultados obtenidos en el estudio y teniendo en cuenta la estructura establecida para la puesta en marcha de la empresa.
- Considerar las preferencias y gustos del consumidor a la hora de adquirir servicios de limpieza, puesto que es el mercado objetivo para el crecimiento de la empresa, también es importante establecer contacto con proveedores que entreguen insumos de excelente calidad que permitan brindar el servicio deseado por el cliente.
- Aplicar las estrategias de marketing para la difusión publicitaria de la empresa mediante redes sociales y pagina web, manteniendo de manera constante la actualización de contenido que permita que el cliente conozca los servicios que brinda la empresa de limpieza para el hogar y de esta manera se amplíe el mercado meta.

BIBLIOGRAFÍA

Ley de compañías. (2020). *Ley de Compañías*. Número Libro I.

Aranda, C. (2016). *Aranda web Ingeniería de Proyectos*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/temasdeingenieriadeproyectos/actividades/conceptos-basicos-de-ingenieria-de-proyectos-1>

Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro oficial 449 de 20 Oct. 2008. www.lexis.com.ec.

INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de Población Censo 2010: https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/osticket_uac/tickets.php?id=3000

Julio García del Junco y Cristóbal Casanueva Rocha. (s.f.). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Mc Graw Hill.

Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno. (2014). *Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno*.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2016). *Business Model Canvas*. Obtenido de <https://www.monempresarial.com/2020/07/17/alexander-osterwalder-y-el-businessmodel->

Peiró, R. (1 de 03 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-negocio.html>

Pérez Porto, J. G. (21 de 02 de 2022). *Definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/limpieza/>

Sánchez, L. (24 de 05 de 2021). *Rankia*. Obtenido de Rankia S.L.: <https://www.rankia.com/blog/autonomos-y-emprendedores/2766918-que-modelo-canvas#:~:text=Podemos>

Santandreu, M., & Canos, L. (26 de 06 de 2014). *Business Model Canvas y redacción del Plan de Negocio*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10251/38381>

Torres, M & Paz, K. (2020). *Tamaño de una Muestra para una investigación de mercado*. Obtenido de Boletín electrónico 02: URL_02_BAS02.doc

Vera, A. (29 de 11 de 2021). *Imcrese*. Obtenido de Impulso creativo y con sentido:
<https://www.imcrese.com/post/el-modelo-de-negocio>

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta**Instrucciones:**

Marque con una X en el paréntesis según considere su elección.

Género: Masculino ()
 Femenino ()

1. ¿Cuál es su nivel de ingresos aproximadamente?

Menos de 450 dólares ()
451 a 600 dólares ()
601 a 800 dólares ()
801 a 1.000 dólares ()
1.001 dólares en adelante ()

2. ¿Cuál es la frecuencia con que realiza la limpieza de su hogar?

Diaria ()
Semanal ()
Quincenal ()
Mensual ()

3. **¿Consideraría usted contratar servicio de limpieza para su hogar?**

SI ()

NO ()

4. **¿Con que frecuencia le gustaría que la empresa de limpieza brindara sus servicios para el mantenimiento de su hogar?**

Diaria ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

5. **¿En qué horario preferiría que se realice el servicio de limpieza para su hogar?**

7:00 am – 10:00 am ()

10:00 am – 13:00 pm ()

13:00 pm – 16:00 pm ()

16:00 pm – 19:00 pm ()

6. **¿Qué día o días preferiría usted que se realice el servicio de limpieza en su hogar?**

Lunes ()

Martes ()

Miércoles ()

Jueves ()

Viernes ()

Sábado ()

Domingo ()

7. **¿En cuál de las siguientes actividades de limpieza estaría interesado(a) para adquirir un servicio?**

Limpieza dormitorio ()

Lavado y aspirado de alfombras ()

Limpieza y desinfección de baños ()

Limpieza de ventanas ()

- Limpieza total de cocina ()
- Lavado de cortinas ()
- Abrillantamiento de pisos ()
- Todos ()

8. ¿Qué servicio adicional le interesaría?

- Eliminación de plagas (ácaros, roedores, insectos) ()
- Lavado de vehículos ()
- Mantenimiento de jardín ()
- Limpieza de muebles y enseres ()
- Plomería ()

9. ¿Qué rango de valores consideraría pagar por el servicio de limpieza para su hogar?

- \$50 a \$100 ()
- \$101 a \$150 ()
- \$151 a \$200 ()
- \$201 en adelante ()

10. ¿Qué exigiría usted para contratar una empresa de limpieza?

- Rapidez ()
- Seguridad ()
- Calidad ()
- Confianza ()

Gracias por su colaboración.

Anexo 2



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
 magister

Proyecto de titulación Apunte Ivan-1

7%
 Similitudes



3% Texto entre comillas
 1% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

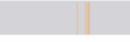
| | | |
|--|---|--|
| Nombre del documento: Proyecto de titulación Apunte Ivan-1.pdf ID del documento: c1d70ecf3584b952ecea24e18b118df02ff2d752 Tamaño del documento original: 668,17 ko | Depositante: Gladys Barragan Fecha de depósito: 30/3/2023 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 30/3/2023 | Número de palabras: 11.627 Número de caracteres: 90.064 |
|--|---|--|

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes

Fuentes principales detectadas

| Nº | Descripciones | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales |
|----|---|-------------|--|--|
| 1 | www.audifirm.com https://www.audifirm.com/uploads/documento/CUANTOS SOCIOS PUEDE O DEBE TENER UNA COMPA... 17 fuentes similares | 2% |  | Palabras idénticas : 2% (262 palabras) |
| 2 | www.studocu.com Ensayo compañía limitada - Introducción La compañía de respo... https://www.studocu.com/ec/document/universidad-estatal-de-bolivar/historia-del-derecho-ii/ensayo-c... 17 fuentes similares | 2% |  | Palabras idénticas : 2% (220 palabras) |
| 3 | www.sri.gob.ec https://www.sri.gob.ec/o/sri-portlet-biblioteca-alfresco-Internet/descargar/e48abc39-3dee-49d2-93d7-... 7 fuentes similares | 2% |  | Palabras idénticas : 2% (206 palabras) |
| 4 | www.leadersummaries.com Resumen de 'Generación de modelos de negocio', de ... https://www.leadersummaries.com/es/libros/resumen/detalle/generacion-de-modelos-de-negocio#~:~... 9 fuentes similares | 1% |  | Palabras idénticas : 1% (165 palabras) |
| 5 | repositorio.espe.edu.ec https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1897/2/T-ESPE-026774.pdf 15 fuentes similares | 1% |  | Palabras idénticas : 1% (156 palabras) |

Fuentes con similitudes fortuitas

| Nº | Descripciones | Similitudes | Ubicaciones | Datos adicionales |
|----|--|-------------|--|---|
| 1 | digitalmarketingtrends.es Modelo CANVAS, como hacer un plan de negocio en 9 p... https://digitalmarketingtrends.es/modelo-canvas-plan-de-negocio-en-9-pasos/ | < 1% |  | Palabras idénticas : < 1% (40 palabras) |
| 2 | www.slideshare.net COMPAÑÍAS O SOCIEDADES DEL ECUADOR https://www.slideshare.net/wilsonvelas/sociedades-o-compaas | < 1% |  | Palabras idénticas : < 1% (36 palabras) |
| 3 | www.bizlatinhub.com Principales tipos de compañías en Ecuador - Biz Latin Hub https://www.bizlatinhub.com/es/principales-tipos-de-companias-en-ecuador-2/ | < 1% |  | Palabras idénticas : < 1% (26 palabras) |
| 4 | www.dspace.espol.edu.ec Proyecto de evaluación del leasing financiero como una ... http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/6799/4/D-39336.pdf.txt | < 1% |  | Palabras idénticas : < 1% (23 palabras) |
| 5 | oscarauza.com Lo que NO SABES del Modelo Canvas - Invitado: Muricio Reyes https://oscarauza.com/proyectos/modelo-de-negocio-canvas-como-aplicarlo-a-un-proyecto-de-empre... | < 1% |  | Palabras idénticas : < 1% (16 palabras) |

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

-  <https://sites.google.com/site/temasdeingenieriadeproyectos/actividades/conceptos>
-  https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/osticket_uac/tickets.php?id=3000
-  <https://www.monempresarial.com/2020/07/17/alexander-osterwalder-y-el>