

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO  
“SERVILIMPIO”:**

**ESTUDIO DE MERCADO**

**Elaborado por:**

**MARÍA MAGDALENA MARTÍNEZ ZAPATA**

**Tutoría por: VERÓNICA CARRERA DEL RÍO MÁRQUEZ DE LA PLATA**

**GRADO**

**Trabajo previo a la obtención del Título de:**

**Licenciado en Administración de Empresas**

**Guayaquil, Ecuador**

**Agosto, 2023**

## 2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **María Magdalena Martínez Zapata** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Servilimpio: Estudio de Mercado**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Servilimpio**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Angulo Quisirumbay Jorge Luis, Rivadeneira Ayón Jamie Noelia, Ruiz Pinela Shirley Lisbeth y Santos Jaramillo María Isabel.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.



---

**María Magdalena Martínez Zapata**

**0918984014**

Declaro que

**Yo, María Magdalena Martínez Zapata** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Servilimpio: Estudio de Mercado**” de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



---

**María Magdalena Martínez Zapata**

**0918984014**

#### 4. RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto "Servilimpio" surge como una solución innovadora para abordar el problema de propiedades abandonadas y terrenos sin mantenimiento en la provincia de Santa Elena. Con un enfoque en brindar servicios de limpieza y mantenimiento especializados, el objetivo es revitalizar el entorno urbano, mejorar la calidad de vida de los residentes y promover el desarrollo sostenible.

Se dirige a propietarios de viviendas residentes en Santa Elena, dueños de viviendas vacacionales y propietarios de solares sin construcción. Este grupo comparte la necesidad de mantener sus propiedades limpias y bien cuidadas, pero a menudo carecen de tiempo, distancia geográfica o prioridades laborales para hacerlo por sí mismos.

La propuesta de valor de "Servilimpio" se basa en la innovación tecnológica, la confiabilidad en el cumplimiento de compromisos y la meticulosa atención al detalle en cada servicio. A través de una aplicación móvil innovadora, los clientes pueden acceder a información en tiempo real sobre el progreso del equipo de limpieza y mantenimiento en sus propiedades. Esto brinda comodidad y tranquilidad, permitiéndoles controlar el proceso incluso cuando no están presentes físicamente.

Para validar la propuesta, se implementó un Producto Mínimo Viable (PMV) que incluyó un video promocional en redes sociales, destacando los desafíos que resuelve "Servilimpio". Los resultados iniciales indicaron un interés positivo, en plataformas como TikTok, Instagram y Facebook.

El proyecto no solo aborda la problemática de propiedades abandonadas, sino que también tiene un impacto positivo en el medio ambiente y la comunidad. La incorporación de servicios adicionales, como pintura y limpieza de vidrios, así como una plataforma en línea para reservas y seguimiento, son recomendaciones para la evolución futura de "Servilimpio". Además, se recomienda establecer alianzas estratégicas y programas de fidelización para fortalecer la relación con los clientes.

Servilimpio se presenta como una solución que no solo satisface las necesidades de limpieza y mantenimiento, sino que también contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la comunidad. Al innovar en tecnología, brindar un servicio de alta calidad y ser conscientes del impacto ambiental, el

proyecto busca mejorar el entorno urbano y la calidad de vida de los residentes en la provincia de Santa Elena.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Angulo Quisirumbay Jorge Luis, Rivadeneira Ayón Jamie Noelia, Martínez Zapata María Magdalena, Santos Jaramillo María Isabel y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Servilimpio”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

## **5. PALABRAS CLAVE**

Limpieza de propiedades, mantenimiento residencial, Santa Elena, Ecuador, servicios de limpieza personalizados, cuidado de áreas exteriores.

## **6. CONSIDERACIONES ÉTICAS**

En la elaboración de la propuesta de negocio de Servilimpio, hemos dado un enfoque primordial a las consideraciones éticas, asegurando el respeto tanto a la propiedad intelectual de las ideas presentadas como a los asuntos éticos relacionados con las personas involucradas en el proyecto.

**Respeto a la Propiedad Intelectual:** Hemos tomado todas las medidas necesarias para asegurar que la información, ideas y contenido presentados en esta propuesta sean originales y respeten los derechos de propiedad intelectual de terceros. Cualquier referencia, cita o uso de material de terceros se ha realizado de manera adecuada, asegurando que se cumplan las normas de atribución y reconocimiento.

**Transparencia y Veracidad:** Nuestra propuesta de negocio se basa en información precisa y verificable. Nos comprometemos a ser transparentes en nuestras afirmaciones y proporcionar datos respaldados por fuentes confiables.

## 7. ÍNDICE DE CONTENIDO

1. PORTADA.....	1
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	2
4. RESUMEN EJECUTIVO .....	4
5. PALABRAS CLAVE .....	6
6. CONSIDERACIONES ÉTICAS .....	6
7. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7
8. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	9
9. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO .....	11
10. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO .....	12
10.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	13
10.1.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	13
10.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	13
10.2.1. OBJETIVO GENERAL .....	13
10.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	13
10.2.3. POBLACIÓN .....	14
10.2.4. MUESTRA.....	14
10.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
10.3.1. DESARROLLO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTAS, ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD, GRUPOS FOCALES).....	15
10.4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
10.1.2. ANÁLISIS .....	18
10.1.2.1. MERCADO OBJETIVO Y POTENCIAL .....	18
Mapeo de la Competencia .....	19
10.1.2.2. MAPA DE LA COMPETENCIA .....	23
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	24
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	26
13. ANEXOS.....	27
Anexo 1. Diseño de Encuesta .....	27
Gráfico 1. Lugar de residencia de los encuestados.....	28
Gráfico 2. Rango de edad de los encuestados .....	28
Gráfico 3. Género de los encuestados .....	29

Gráfico 4. Cómo está compuesta el núcleo familiar de los encuestados.....	29
Gráfico 5. Personas que laboran en el núcleo familiar de los encuestados .....	30
Gráfico 6. Cómo organizan la gestión de limpieza en la vivienda de los encuestados ..	30
Gráfico 7. Dificultades en la contratación de servicios de limpieza de los encuestados	31
Gráfico 8. Período que realizan la limpieza en la vivienda los encuestados .....	31
Gráfico 9. Rango promedio de inversión que disponen para la limpieza en la vivienda los encuestados .....	32
Gráfico 10. Confianza en la contratación de una empresa especializada que brinde los servicios de limpieza .....	32
Gráfico 11. Conocimiento de empresas que brinden servicio de limpieza.....	33
Gráfico 12. Servicios que podrían requerir los encuestados .....	33
Ilustración 1. Grupo Focal 1 - Plataforma Zoom.....	34
Ilustración 2. Grupo Focal 2 - Plataforma Zoom.....	34
Ilustración 3. Propiedad - Ciudadela La Milina, Salinas.....	35
Ilustración 4. Propiedad – Avenida 11 calle principal La Libertad .....	35
Ilustración 5. Propiedad Ciudadela Costa de Oro, Salinas .....	36
Ilustración 6. Propiedad Ciudadela Las Dunas, Salinas .....	36
Ilustración 7. Propiedad, Barrio San Lorenzo, Salinas.....	37
Ilustración 8. Propiedad Pueblo Nuevo, La Libertad .....	37
Ilustración 9. Propiedad Barrio Francisco Pizarro, Santa Elena.....	38
Ilustración 10. Propiedad Ciudadela La Une, Santa Elena.....	38

## 8. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

En la provincia de Santa Elena, se enfrenta un desafío significativo relacionado con la gran cantidad de terrenos inhabilitados y propiedades abandonadas. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), más del 15% de las propiedades en la provincia de Santa Elena se encuentran en estado de abandono, lo que equivale a más de 500 propiedades que no reciben el mantenimiento adecuado ni cumplen con las normas y regulaciones municipales.

En cumplimiento con la Ordenanza que crea la Dirección de Ambiente Municipal DIAMU, se establece la obligación de mantener limpios, salubres y cuidados los solares privados y/o en arrendamiento en la provincia de Santa Elena para evitar afectar al ambiente. De manera similar, la Ordenanza que Regula y Promueve la Gestión de Manejo de los Residuos Sólidos Comunes y Biopeligrosos menciona que quienes no acaten estas disposiciones serán sancionados.

Además de las implicaciones financieras, el abandono de estas propiedades ha llevado a un deterioro progresivo del entorno urbano en lugares de la península de Santa Elena. La falta de mantenimiento ha resultado en la acumulación de basura y maleza descontrolada, generando preocupaciones de seguridad y afectando la calidad de vida de los residentes. Estos problemas también han propiciado la proliferación de plagas y enfermedades, creando un ambiente insalubre para la comunidad.

Adicionalmente, se ha identificado la presencia de propietarios no residentes que poseen casas en la provincia de Santa Elena. Estos propietarios, en su mayoría provenientes de otras ciudades o incluso de otros países, visitan la península periódicamente y esperan encontrar sus propiedades en buen estado. Sin embargo, debido al abandono y falta de mantenimiento, muchas de estas propiedades se

encuentran en un estado de deterioro, generando insatisfacción y afectando negativamente la experiencia de los propietarios durante su estadía.

Estas cifras y problemáticas respaldan la necesidad de desarrollar un proyecto integral que aborde la revitalización y el mantenimiento de las propiedades en la provincia de Santa Elena. Este proyecto proporcionará asistencia a los residentes locales que necesitan apoyo en la limpieza y cuidado de sus hogares, especialmente aquellos que han debido ausentarse por motivos laborales. Asimismo, garantizará que las propiedades de los propietarios no residentes estén listas para ser disfrutadas cuando visiten, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los residentes y promoviendo el turismo en la región.

El proyecto "Servilimpio" surge como una respuesta innovadora y creativa para abordar el desafío de propiedades abandonadas en la provincia de Santa Elena. La magnitud del problema, respaldada por datos del INEC y la implicación de regulaciones municipales, subraya la necesidad de intervenir de manera activa y efectiva para revitalizar la provincia y mejorar la calidad de vida de los residentes. Al proporcionar servicios de limpieza y mantenimiento, el proyecto busca solucionar los problemas de acumulación de basura, maleza y plagas, y fomentar un ambiente más saludable y seguro para la comunidad. Al mismo tiempo, se pretende involucrar activamente a la comunidad local en la revitalización de las propiedades abandonadas, promoviendo un sentido de pertenencia y orgullo en la región. Con un enfoque integral, el proyecto "Servilimpio" contribuirá a mejorar la estética urbana y a impulsar el turismo, generando beneficios para la provincia y sus residentes a largo plazo.

## **9. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO**

### **Objetivo General:**

Brindar servicios de limpieza y mantenimiento especializados para propiedades abandonadas en la provincia de Santa Elena, con el propósito de revitalizar el entorno urbano, mejorar la calidad de vida de los residentes y promover el desarrollo sostenible.

### **Objetivos Específicos:**

- Diagnosticar y priorizar las propiedades abandonadas que requieren intervención para la revitalización urbana.
- Implementar planes de limpieza personalizados para cada propiedad, abordando desafíos específicos como basura y maleza.
- Aplicar prácticas sostenibles de limpieza y manejo de residuos para contribuir a la conservación del medio ambiente.

## **10. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO**

El modelo de negocio de Servilimpio se fundamentará en la prestación de servicios integrales de limpieza y mantenimiento residencial en la provincia de Santa Elena. Nuestros ingresos surgirán de las tarifas que cobraremos a los clientes por los servicios que proporcionemos, las cuales se ajustarán según la naturaleza y alcance de las tareas realizadas. Nuestra estrategia de precios competitivos y flexibles nos permitirá atender tanto a clientes puntuales como recurrentes, presentando opciones de tarifas por hora y paquetes mensuales.

Nuestra principal ventaja competitiva residirá en la fusión de tecnología avanzada y sostenibilidad en la oferta de servicios. Implementaremos una aplicación móvil para gestionar solicitudes y rastrear en tiempo real, brindando transparencia y conveniencia a nuestros clientes. Asimismo, fomentaremos prácticas de limpieza sostenible y forjaremos alianzas estratégicas para expandir nuestra base de clientes.

La meticulosa selección y formación de nuestro equipo asegurarán calidad y profesionalismo en cada servicio que brindemos. Nuestra cultura organizacional cultivará la excelencia en la atención al cliente y la adaptación a las nuevas tecnologías y enfoques de limpieza.

Enfocados en la promoción a través de branding sólido, marketing digital y eventos comunitarios, aspiramos a incrementar nuestra visibilidad y atraer nuevos clientes. La evidencia física, como una imagen corporativa profesional, imágenes de resultados y acceso a herramientas de seguimiento, reforzarán la confianza de nuestros clientes en nuestros servicios.

Concluimos que nuestro modelo de negocio se fundamentará en la prestación de servicios de limpieza y mantenimiento de calidad y avanzados tecnológicamente, avalados por un equipo altamente capacitado y dedicado, con un enfoque en la sostenibilidad y la satisfacción del cliente.

## **10.1 ESTUDIO DE MERCADO**

### **10.1.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

La limpieza y mantenimiento se caracteriza por ser un servicio personalizado, donde cada cliente tiene necesidades y requerimientos diferentes, por lo que se busca ofertarlo de acuerdo a los gustos y preferencias específicos de cada consumidor potencial.

Este proyecto tiene como propósito ofertar los servicios de limpieza como:  
Limpieza de áreas exteriores: veredas, jardines frontales, jardines o patios internos;  
limpieza de áreas exteriores comunes: veredas y garajes; limpieza y mantenimiento de jardines frontales; limpieza, mantenimiento y pintura de fachadas y techos;  
mantenimiento de cerco eléctrico, eliminación de malezas, mantenimiento de piscinas, mantenimiento de aires acondicionados, limpieza general del interior de la vivienda; cercado de propiedad, eliminación de malezas, erradicación de plagas, señalización de obra en proceso o venta de propiedad.

La ciudadanía exige un servicio de limpieza profesional y de calidad; brindándole la posibilidad de cubrir las necesidades en ese ámbito, por tal motivo, el proyecto se concentrará en ofrecer un servicio oportuno y eficiente a los residentes, propietarios vacacionistas y dueños de terrenos sin construcción o en obra inconclusa.

## **10.2. ESTUDIO DE MERCADO**

### **10.2.1. OBJETIVO GENERAL**

Ingresar al mercado de la provincia de Santa Elena y posicionarnos como una empresa líder y reconocida, que brinde un servicio diferenciado con estándares de calidad y seguridad.

### **10.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Fortalecer el concepto de servicio de limpieza y mantenimiento integral en las propiedades de la provincia de Santa Elena.
- Proponer un modelo de negocio con los más altos estándares, para lograr la fidelización de clientes a través de entrega de valor agregado.
- Desarrollar nuestra actividad, basándonos en una filosofía de calidad, profesionalismo, flexibilidad, solución integral y cumplimiento normativo.

### 10.2.3. POBLACIÓN

Para el presente tema de investigación se obtuvo que, según información del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2010), la provincia de Santa Elena, cuenta con 308.693 habitantes de los cuales 151.831 corresponde a mujeres y 156.862 a hombres. De este grupo existen 176.208 viviendas particulares, ocupadas con personas presentes y 101.754 viviendas particulares temporales en la provincia de Santa Elena.

### 10.2.4. MUESTRA

Para seleccionar el tamaño de la muestra se trabaja con la fórmula de muestreo aleatorio, partiendo de esto, se obtuvo la muestra indicada mediante la fórmula presentada a continuación:

#### Fórmula utilizada:

n= Tamaño de la muestra

N= Universo

p= Probabilidad de éxito 50% - 0.5

Z= Nivel de confianza deseado 90% -1.645

e= Error máximo permitido 8% - 0.08

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * p * (1 - p) * N}{(N - 1) * e^2 + Z^2 * p * (1 - p)}$$
$$n = \frac{(1.645)^2 * 0.5 * (1 - 0.5) * (308693)}{(308693 - 1) * (0.08)^2 + (1.645)^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}$$

n= 104 encuestas

Obtenida una muestra de 104, se realizará el debido estudio y análisis con el instrumento de la encuesta.

### 10.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación fue exploratorio, ya que tienen como objetivo analizar un problema de investigación en la que hay poca información o conocimiento

previo. Esta etapa de investigación busca identificar preguntas relevantes, recopilar datos y generar ideas para desarrollar investigaciones más exhaustivas en el futuro.

### **10.3.1. DESARROLLO DE TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTAS, ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD, GRUPOS FOCALES)**

Las técnicas cuantitativas empleadas para la recopilación de la información fueron:

**10.3.1.1. Encuestas:** Se realizaron 104 encuestas a ciudadanos de la provincia de Santa Elena, para determinar los hábitos, gustos y preferencias sobre los servicios de limpieza.

Las técnicas cualitativas empleadas para la recopilación de la información son:

**10.3.1.2. Grupos Focales:** Se realizaron dos grupos focales, con la participación de: ama de casa, empleada entidad pública, empleada de entidad financiera, presidente barrial y una dueña de empresa. El objetivo fue discutir temas sobre los hábitos y necesidades en materia de limpieza de viviendas, las dificultades que conllevan dichas tareas y la falta de empresas que ofrezcan este servicio en la provincia de Santa Elena. La instancia tuvo una duración de una hora y fue muy enriquecedora.

## **10.4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

**10.4.1. Resultados de las encuestas:** De los 104 encuestados, el 31,7% indicaron que residen en la parroquia General Alberto Enríquez Gallo (Ver gráfico 1).

Las edades recomendadas para el grupo objetivo son desde 35 a 45 años de edad siendo el 63,5% el mayor entre este rango (Ver gráfico 2).

De este rango de edades el 75% indicó que corresponden al género femenino (Ver gráfico 3).

El 82,5% indicó que su núcleo familiar está compuesto por más de dos personas (Ver gráfico 4).

De dicho grupo familiar indicaron que el 79,8% más de dos personas laboran en su núcleo familiar (Ver gráfico 5).

El 87,5% de los encuestados contratan periódicamente a una persona para la gestión de la limpieza del hogar. (Ver gráfico 6)

El 92,3% indicó que si han tenido dificultades en la contratación de una persona de servicio para dicha gestión (Ver gráfico 7).

El 80,8% indicó que realizan diariamente el servicio de limpieza en su domicilio (Ver gráfico 8).

Con respecto al rango promedio de inversión económica que disponen para la limpieza del hogar mensualmente (En servicio e insumos), el 70,2% indicó es más de \$100 (Ver gráfico 9).

El 99% manifestó que sí confiarían en una empresa especializada en servicios de limpieza que facilite el agendamiento y atención para su domicilio (Ver gráfico 10).

El 89,3% indicó que no conocen alguna empresa que brinde este tipo de servicio de limpieza a domicilio (Ver gráfico 11).

Finalmente, de los otros servicios de limpieza, el 25% indicó que podrían requerir limpieza post eventos como otros servicios de limpieza (Ver gráfico 12).

#### **10.4.1. Resultados de los grupos focales:**

Se efectuaron dos grupos focales, conformado por 12 personas en total.

**Grupo focal 1:** Trabajadores a tiempo completo con desafíos en el mantenimiento de sus propiedades en la provincia de Santa Elena.

**Objetivo:** Explorar las dificultades que enfrentan los trabajadores a tiempo completo en la provincia de Santa Elena para mantener sus propiedades limpias y organizadas debido a sus compromisos laborales, y evaluar cómo un servicio de limpieza de propiedades podría solucionar sus problemas y mejorar su calidad de vida.

**Participantes:** Trabajadores a tiempo completo que son propietarios de viviendas o solares en la provincia de Santa Elena.

#### **Observaciones clave:**

1. Los participantes enfrentan dificultades para equilibrar sus horarios laborales con las tareas de limpieza y mantenimiento de sus propiedades, lo que resulta en un entorno descuidado y desorganizado.
2. Existe una necesidad de contar con un servicio de limpieza de propiedades que pueda ocuparse de las tareas de mantenimiento de manera confiable y eficiente.

3. Los participantes expresan interés en un servicio que les brinde tranquilidad y confianza al delegar la limpieza de sus propiedades, permitiéndoles enfocarse en sus responsabilidades laborales.
4. La falta de tiempo y energía para el mantenimiento adecuado afecta la satisfacción de los participantes con sus propiedades y su calidad de vida en general.

**Grupo Focal 2:** Dueños de Negocios y Profesionales con Propiedades en la Provincia de Santa Elena.

**Objetivo:** Evaluar las necesidades específicas de limpieza y mantenimiento de propiedades de los dueños de negocios y profesionales ocupados en la provincia de Santa Elena, explorar cómo un servicio de limpieza de propiedades podría ayudarles a mantener sus propiedades en óptimas condiciones y analizar la importancia de la confianza y seguridad en la elección de un proveedor de servicios.

**Participantes:** Dueños de negocios y profesionales ocupados que son propietarios de viviendas o solares en la provincia de Santa Elena.

**Observaciones clave:**

1. Los participantes enfrentan dificultades para realizar tareas de limpieza y mantenimiento en sus propiedades debido a sus compromisos laborales, lo que afecta la imagen y el valor de sus activos.
2. Existe un deseo de mantener sus propiedades en condiciones impecables para proyectar una imagen profesional y asegurar un entorno agradable para ellos mismos y sus familias.
3. La confianza y la seguridad son factores fundamentales al considerar un servicio de limpieza de propiedades, ya que los participantes buscan proveedores confiables que cuiden sus activos.
4. Los participantes consideran que un servicio de limpieza de propiedades profesional podría aliviar la carga de trabajo y permitirles mantener un entorno limpio y ordenado.

**Conclusiones Generales:**

Los grupos focales resaltan la necesidad de un servicio de limpieza de propiedades en la provincia de Santa Elena para abordar los desafíos de tiempo y garantizar propiedades bien cuidadas.

## 10.1.2. ANÁLISIS

### 10.1.2.1. MERCADO OBJETIVO Y POTENCIAL

#### Mercado objetivo

Un mercado objetivo se refiere al grupo específico de consumidores a los que una empresa dirige sus productos o servicios. Es el conjunto de personas que comparten características similares, como edad, género, ubicación geográfica, intereses, ingresos, entre otros, y que tienen una necesidad o deseo común que puede ser satisfecho por el producto o servicio que la empresa ofrece (questionpro, 2023).

Definiendo el mercado objetivo seleccionado se definen a jóvenes adultos entre los 35 a 45 años de clase media, media-alta. Independientes al momento de tomar decisiones y realizar compras, ya que trabajan y tienen ingresos propios. Viven o comparten tiempo frecuente con sus familias, buscando espacios juntos y quienes toman iniciativas al realizar una actividad que involucre a todos.

El proyecto se enfoca en atender a tres grupos objetivos en la provincia de Santa Elena:

**Residentes:** Este grupo abarca a los residentes locales de la provincia de Santa Elena. Incluye a aquellos que, debido a sus ocupaciones laborales u otras responsabilidades, no tienen suficiente tiempo para realizar las tareas de limpieza en sus hogares. El proyecto ofrece servicios de limpieza profesional y personalizados para satisfacer las necesidades específicas de cada hogar. Ya sea que necesiten ayuda periódica o regular, el proyecto proporcionará soluciones flexibles que se ajusten a sus horarios y preferencias. Esto permitirá a los residentes disfrutar de hogares limpios y ordenados, ahorrándoles tiempo y esfuerzo.

**Propietarios vacacionistas:** Este grupo incluye a los propietarios que cuentan con una propiedad en la provincia de Santa Elena a la que sólo acuden por temporadas para vacacionar y residen en otras provincias. Dado que no pueden estar presentes de manera regular, enfrentan desafíos para mantener y cuidar adecuadamente sus propiedades. El proyecto ofrece servicios de limpieza y mantenimiento personalizados para garantizar que sus propiedades se mantengan en condiciones óptimas durante su ausencia.

**Dueños de terrenos baldíos o en construcción:** Este grupo incluye a los propietarios de terrenos baldíos o propiedades en proceso de construcción y que viven en otras provincias. El proyecto ofrece servicios especializados para la limpieza y mantenimiento de terrenos baldíos y propiedades en construcción, con el objetivo de

mejorar el entorno urbano y prevenir problemas de seguridad y salud. Mediante la limpieza de estos terrenos y la eliminación de desechos, maleza y escombros, se contribuye a la reducción de plagas, se mejora la estética del área y se promueve un ambiente seguro y saludable para la comunidad. El proyecto brinda soluciones eficientes y personalizadas para satisfacer las necesidades específicas de cada terreno o propiedad en construcción, ayudando a los propietarios a cumplir con las normas y regulaciones municipales y a preservar el valor de sus propiedades. Así mismo el proyecto busca mejorar la calidad de vida de las familias, al tiempo que contribuye al desarrollo sostenible y al bienestar de la comunidad.

### **Mercado potencial**

El mercado potencial es el volumen máximo de ventas -en unidades físicas o términos monetarios- que podrían estar disponibles para todas las empresas de un mismo sector y durante un periodo determinado. También hay que tener en cuenta factores como que se dé un nivel de gastos concreto destinado al marketing o las condiciones del entorno (infinitiaresearch, 2022).

### **Mapeo de la Competencia**

**Personas que brindan servicios personales.** Por lo general amas de casa que se encuentran dentro del grupo de trabajadores informales y eventuales, son contactados por los clientes de su mismo sector donde viven o por referencia de la red de relaciones personales.

**Empresas que ofrecen servicios de limpieza.** Emprendimientos que buscan satisfacer las necesidades de los clientes de una manera más organizada y que están en su mayoría sectores aledaños al segmento de estudio.

- ✓ Multiser – Limpieza y mantenimiento
- ✓ LCBO Soluciones – Limpieza de oficinas y lugares de trabajo
- ✓ Multi Services JB – Mantenimiento de casas, departamentos y negocios
- ✓ Clean Star S.A. - Soluciones personalizadas

**Empresas que ofrecen productos de limpieza.** Locales donde expenden productos relacionados a la industria.

- ✓ Master Clean Store – Venta de productos de limpieza

**Empresas que ofrecen productos y servicios relacionados.** Emprendimientos que en su mayoría surgieron a raíz de la pandemia.

- ✓ Carsol - Sanitización, desinfección y mantenimiento.
- ✓ Fumitex – Control integral de plagas
- ✓ Lavanderías de ropa – 25 locales que ofrecen lavado de ropa.

**Plataforma que integra mujeres que ofrecen el servicio de limpieza y clientes.**

- ✓ StarOfService - Página que promociona publicaciones de mujeres que ofrecen servicios de limpieza

### **Análisis competitivo**

La competencia determina la rentabilidad de la industria de la limpieza, cuantos menos competidores en la industria en la que nos enfocamos, mayor será la rentabilidad. Los competidores actuales están formados por las siguientes empresas:

#### **Multiser**

**Multiser** es una empresa peninsular que se dedica a la prestación de servicios de mantenimiento y limpieza en general

Av. Carlos Espinoza Larrea

Contacto: 0988502448 - 0959714420

#### **LCBO SOLUCIONES**

**Servicios:** Limpieza de oficinas y lugares de trabajo, Limpieza profunda, Limpieza estándar

Av. 593, Salinas

Contacto: 0968340392

#### **Cleanstar S.A**

ofrece una amplia gama de soluciones personalizadas para cada industria, permitiendo adaptarlas.

Celular: 0990846569

#### **MULTI SERVICES JB**

Ofrece mantenimiento completo para casas departamento y negocios.

Cdla La Propicia calle 46 avenida 22,  
La Libertad

## Competidores Potenciales:

**Master Clean Store**  
 "VENTA DE INSUMOS DE LIMPIEZA"  
 Santa Paula Av22 Calle 4ta y 5ta, Salinas  
 240205

**FUMIGUEXT C.A.**  
 "EMPRESA PROFESIONAL Y  
 CERTIFICADA DE CONTROL  
 INTEGRAL DE PLAGAS"  
 Salinas, Barrio Santa Paula, Mz 7 y calle 3  
 #13 y 14, Salinas 241506

**CARSOL**  
 "Soluciones Integrales de Limpieza,  
 Sanitización, Desinfección y  
 Mantenimiento"  
 DIRECCIÓN:  
 Modesto Chávez y Alberto Einstein,  
 Quito - Ecuador

**StarOfService**  
 Pagina que se dedica a ofrecer  
 publicaciones de mujeres que ofrecen sus  
 servicios de limpieza  
 Trabajadoras informales  
<https://www.starofservice.ec/dir/santa-elena/salinas/salinas/limpieza-domestica>

Para analizar a la competencia de la empresa de limpieza es necesario aplicar la matriz de evaluación de los competidores, el cual permita identificar al competidor de mayor relevancia en el servicio que ofrece.

### Matriz de evaluación de competidores

Características	Competidores			
	Multiser	LCBO SOLUCIONES	Cleanstar S.A	MULTI SERVICES JB
<b>SERVICIO</b>				
Variedad de servicios	4	5	5	4
Calidad en el servicio	3	4	4	4
Valor agregado al servicio	4	5	4	3
Servicio a domicilio	4	5	5	4
Tendencias de limpieza	4	5	4	4
Servicios adicionales	3	4	4	4
Mejoras del servicio	4	5	4	3
Servicio de atención al cliente	4	4	5	4
<b>PRECIO</b>				
Precios accesibles	4	5	5	4
Formas de pago	4	4	4	5
Descuentos promociones	3	3	2	3

<b>IMAGEN EMPRESARIAL</b>				
Posicionamiento en el mercado	3	5	5	4
Reconocimiento de la marca	2	4	4	3
Lealtad del cliente	3	4	3	3
Prestigio institucional	4	4	4	4
<b>INFRAESTRUCTURA</b>				
Localización adecuada	3	4	4	5
Apertura de sucursales	1	1	1	1
Decoración adecuada	3	4	4	3
Mantenimiento del lugar	4	4	5	4
Ambiente adecuado	3	5	5	4
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>83</b>	<b>81</b>	<b>73</b>
<b>Promedio</b>	<b>3.35</b>	<b>4.15</b>	<b>4.05</b>	<b>3.65</b>

Utilizando la matriz de evaluación de competidores que existente para empresas prestadoras de servicios de limpieza, se determinó que la empresa con la calificación más alta es LCBO SOLUCIONES, debido a que la empresa ofrece una amplia gama de servicios. La empresa que recibió la calificación más baja es MULTISER, debido a que tiene poca visibilidad en el mercado y no tiene una buena infraestructura ni imagen comercial frente a los clientes.

Dentro del análisis de los competidores potenciales también están 15 lavanderías existentes que promocionan sus servicios por redes sociales y mediante su canal de atención física. No se considera un competidor directo ya que su actividad si bien está relacionada con la limpieza se limita al servicio de lavado de ropa y en algunos casos de otras prendas de vestir personal.

El competidor con mayor presencia son las personas particulares que ofrecen servicio de limpieza en cada sector y son personas conocidas por sus clientes quienes de alguna manera tienen más confianza, además, al no requerir de una de una infraestructura y permisos para ofrecer sus servicios pueden abaratar sus costos y muchas veces ofrecen servicios con precios más bajos, por lo que pueden captar una mayor cantidad de clientes. Su desventaja es la disponibilidad e infraestructura tecnológica para ofrecer el servicio que demanda el público al cual enfocamos el proyecto.

## RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES ACTUALES

FACTORES	CALIFICACION
La rivalidad se intensifica cuando hay muchos competidores o igualmente equilibrados	3
Diferenciación de precios entre competidores	4
Diferenciación del servicio	3
Costos cambiantes	3
Promedio	3.25

De acuerdo con el análisis del cuadro, la competencia entre los competidores existentes de empresas de limpieza tiene un impacto medio, debido a que existen empresas que brindan este tipo de servicios, pero su escala es pequeña, es decir, no cubren un gran mercado espacio. Una de las principales características del mercado de la limpieza es la gran pero modesta cantidad de competidores existentes en la industria, que en muchos casos no brindan la gama de servicios ofrecidos.

### 10.1.2.2. MAPA DE LA COMPETENCIA



## **11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

El proyecto de "Servilimpio" demuestra ser viable desde diversos aspectos, como la demanda insatisfecha en la provincia de Santa Elena, la segmentación clara de los clientes y la oferta de servicios especializados.

Además de su viabilidad comercial, "Servilimpio" tiene el potencial de generar un impacto positivo en la comunidad local al mejorar la apariencia urbana, contribuir a la salud pública al controlar plagas y promover prácticas de limpieza sostenibles.

El enfoque integral del proyecto, que aborda tanto propiedades abandonadas como terrenos baldíos y propiedades en uso, proporciona una ventaja competitiva al cubrir múltiples segmentos del mercado de limpieza y mantenimiento.

A medida que "Servilimpio" establece su presencia en la provincia y acumula una base de clientes satisfechos, existe un potencial real para expandirse a otras áreas geográficas y diversificar aún más su gama de servicios.

### **Recomendaciones**

Es fundamental que realicemos un estudio de mercado de manera constante para mantenernos al tanto de las cambiantes preferencias y necesidades de nuestros clientes. A través de encuestas periódicas, podremos evaluar la satisfacción de nuestros clientes actuales y recopilar valiosos comentarios sobre nuestros servicios. También debemos analizar regularmente los datos de ventas y patrones de demanda para descubrir oportunidades de expansión de servicios o para identificar nuevos segmentos de mercado que podamos abordar.

La calidad es crucial para el éxito de nuestro negocio de limpieza. Por lo tanto, debemos establecer rigurosos protocolos de capacitación para nuestro personal, asegurándonos de que estén bien versados en las últimas técnicas de limpieza, medidas de seguridad y habilidades de atención al cliente. Realizar auditorías regulares de calidad nos permitirá garantizar que nuestros estándares de limpieza y mantenimiento se cumplan consistentemente, lo que a su vez nos ayudará a construir una sólida reputación en el mercado.

Como equipo, debemos crear y ejecutar una estrategia de marketing sólida para aumentar la visibilidad de nuestra marca y atraer nuevos clientes. Esto incluye mantener

un sitio web profesional y activo en redes sociales para que los clientes potenciales puedan aprender sobre nuestros servicios y ponerse en contacto con nosotros fácilmente. Además, podemos colaborar con agencias de bienes raíces para asegurar un flujo constante de oportunidades de negocio y considerar la implementación de un programa de referidos para aprovechar el poder del boca a boca.

Entendemos la importancia de construir relaciones sólidas con nuestros clientes. Para lograrlo, debemos implementar un sistema de seguimiento y retroalimentación constante. Podemos establecer comunicación regular a través de correos electrónicos o llamadas para asegurarnos de que estén satisfechos con nuestros servicios. Además, podemos considerar la creación de un programa de lealtad que recompense a los clientes recurrentes con descuentos o beneficios especiales. Esta cercanía con nuestros clientes no solo fortalecerá su confianza en nosotros, sino que también nos proporcionará información valiosa para mejorar continuamente nuestros servicios.

## 12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

*INEC.* (2010).

*infinitiaresearch.* (2022, Febrero).

*questionpro.* (2023).

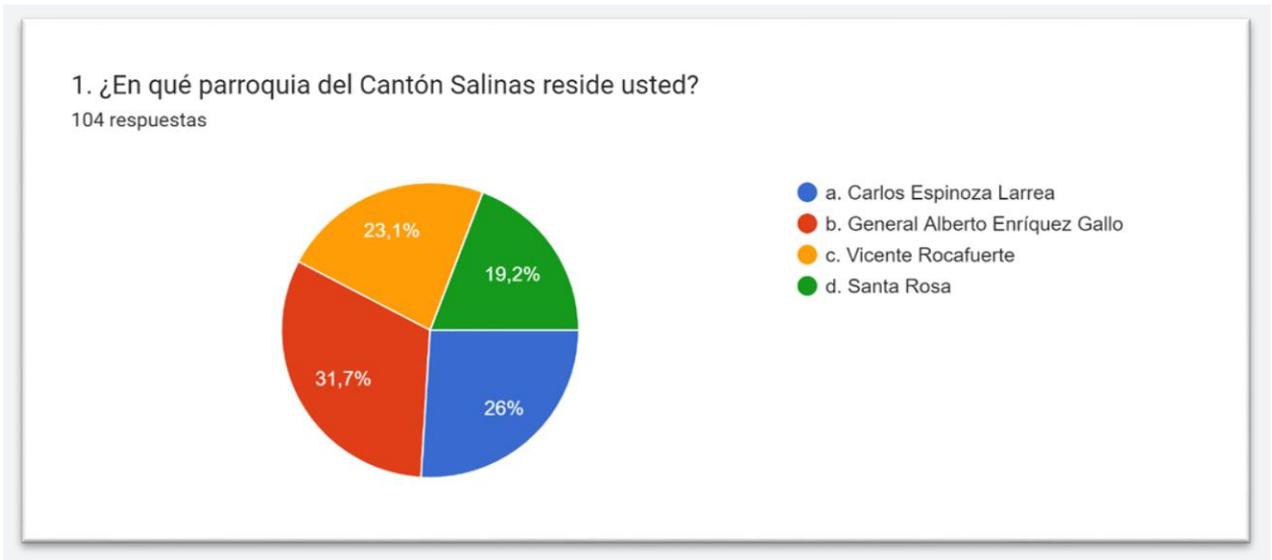
### 13. ANEXOS

#### Anexo 1. Diseño de Encuesta

<b>Sondeo de Servicios de Limpieza - Cantón Salinas</b> Esta encuesta tiene fines únicamente académicos	
<b>1.</b>	<b>¿En qué parroquia del Cantón Salinas reside usted?</b> a. Carlos Espinoza Larrea b. General Alberto Enríquez Gallo c. Vicente Rocafuerte d. Santa Rosa
<b>2.</b>	<b>¿Cuál es su rango de edad?</b> a. 25 - 35 años b. 35 – 45 años c. 45 años o más
<b>3.</b>	<b>Género</b> a. Femenino b. Masculino
<b>4.</b>	<b>¿De cuántas personas está compuesto su núcleo familiar?</b> a. Una persona b. Dos personas c. Más de dos personas
<b>5.</b>	<b>De dicho núcleo familiar ¿Cuántas personas laboran?</b> a. Una persona b. Más de una persona
<b>6.</b>	<b>¿Cómo organizan actualmente la gestión de limpieza del hogar?</b> a. Lo hace uno de los miembros del hogar b. Se contrata una persona externa cada cierto tiempo
<b>7.</b>	<b>¿Han tenido dificultades en la contratación de una persona de servicio para dicha gestión?</b> a. Si b. No
<b>8.</b>	<b>¿Con qué periodicidad realizan el servicio de limpieza en su domicilio?</b> a. Diariamente b. Una vez a la semana c. Más de una vez a la semana
<b>9.</b>	<b>¿Cuál es el rango promedio de inversión económica que disponen para la limpieza del hogar mensualmente? (En servicio e insumos)</b> a. \$100 b. Menos de \$100 c. Más de \$100
<b>10.</b>	<b>¿Confiaría en una empresa especializada en servicios de limpieza que facilite el agendamiento y atención para su domicilio?</b> a. Si b. No
<b>11.</b>	<b>¿Conocen alguna empresa que brinde este tipo de servicio?</b> a. Si b. No
<b>12.</b>	<b>¿Qué otros servicios de limpieza podrían requerir?</b> a. Limpieza profunda de muebles b. Limpieza profunda de colchones y almohadas

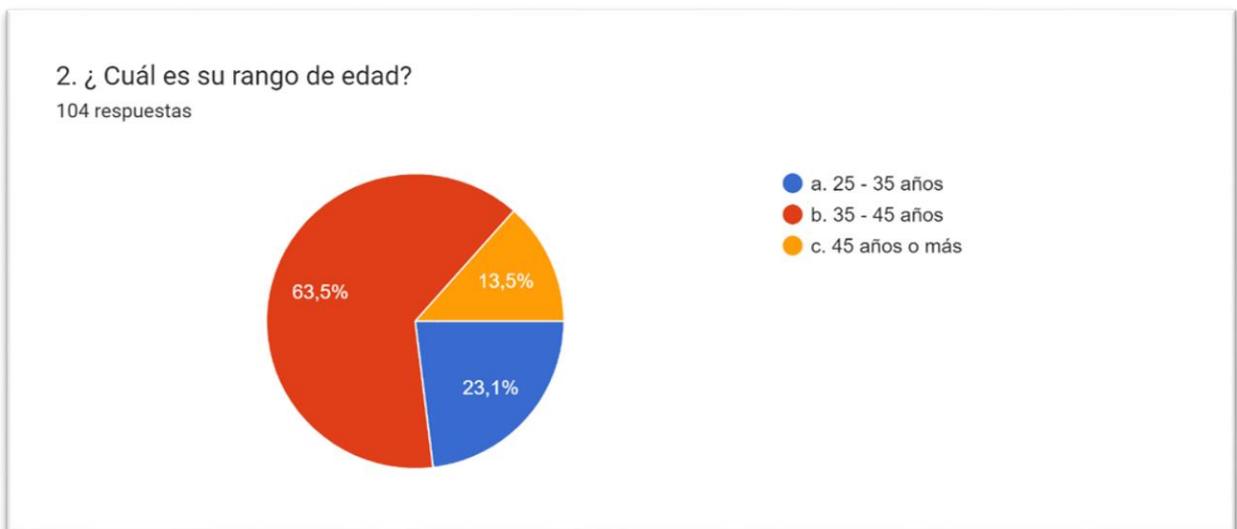
<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Limpieza e impermeabilización de cisternas</li> <li>d. Limpieza y mantenimiento de piscinas</li> <li>e. Eliminación de plagas</li> <li>f. Limpieza post eventos</li> <li>g. Limpieza post construcción</li> <li>h. Limpieza de vehículos</li> <li>i. Limpieza y mantenimiento de electrodomésticos</li> </ul>
---

*Gráfico 1. Lugar de residencia de los encuestados*



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado por: Autora de tesis**

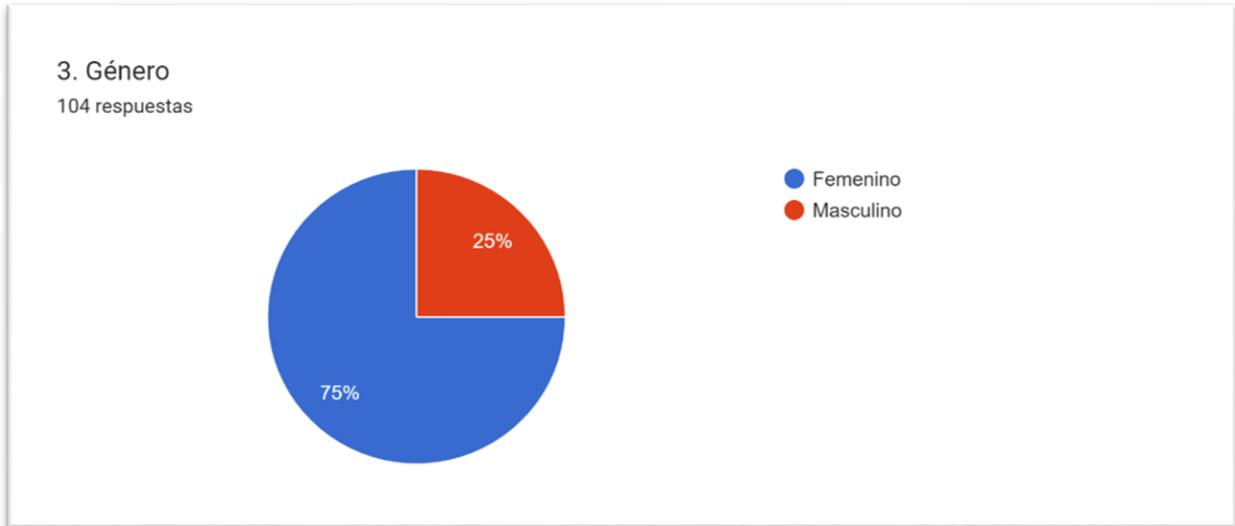
*Gráfico 2. Rango de edad de los encuestados*



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado por: Autora de tesis**

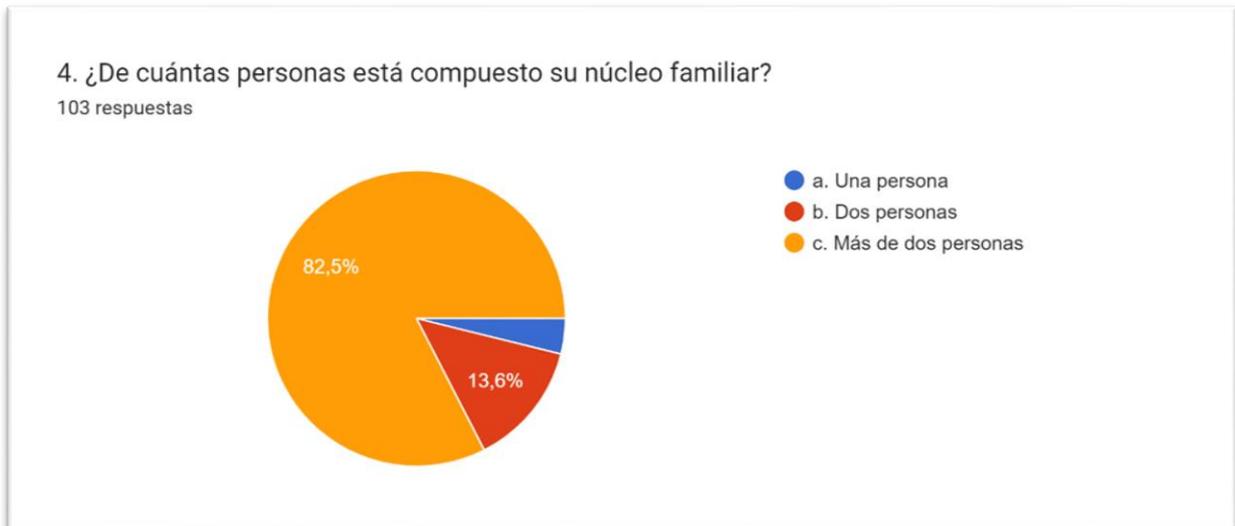
Gráfico 3. Género de los encuestados

**Pregunta 3: Género**



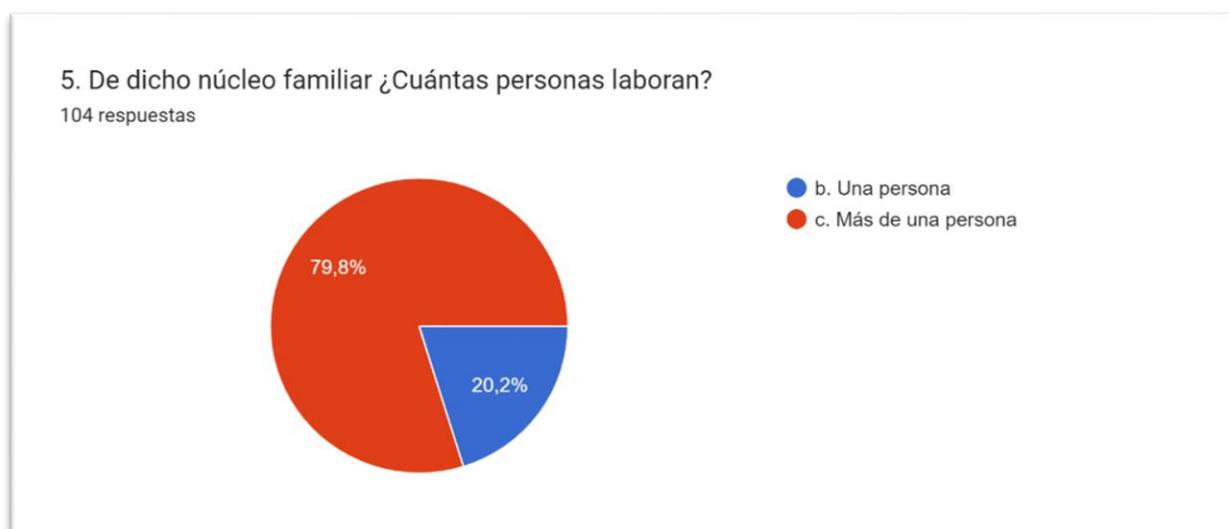
**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado por: Autora de tesis**

Gráfico 4. Cómo está compuesta el núcleo familiar de los encuestados



**Fuente: Encuesta**  
**Elaborado por: Autora de tesis**

Gráfico 5. Personas que laboran en el núcleo familiar de los encuestados



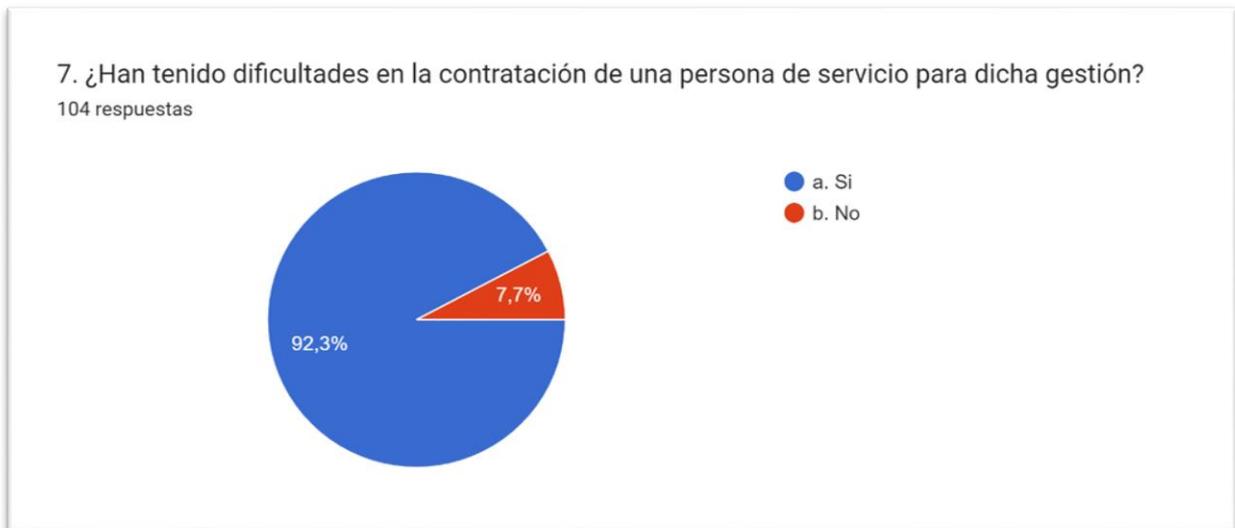
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 6. Cómo organizan la gestión de limpieza en la vivienda de los encuestados



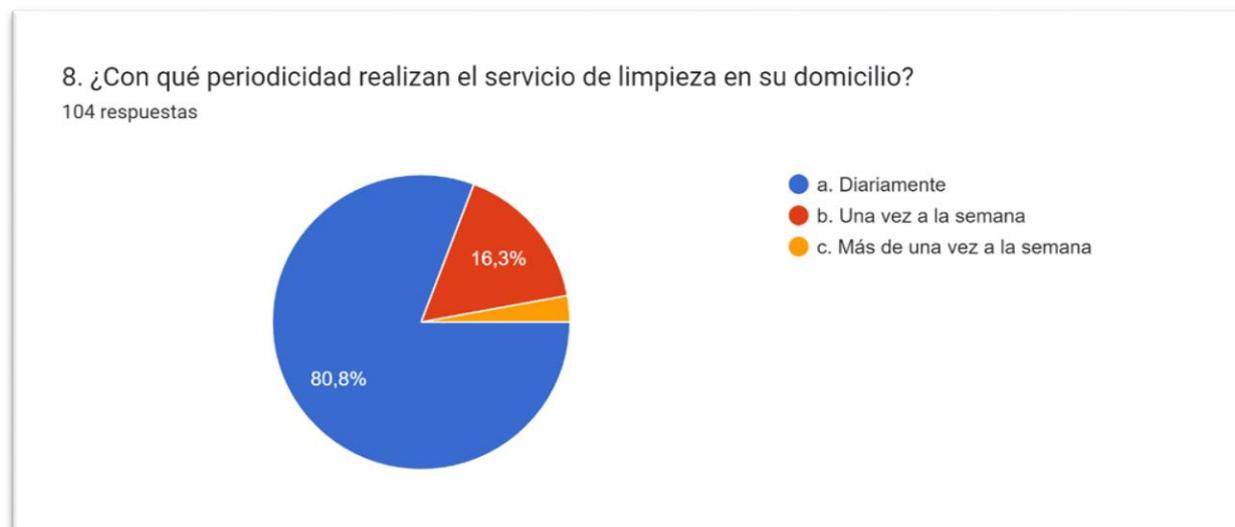
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 7. Dificultades en la contratación de servicios de limpieza de los encuestados



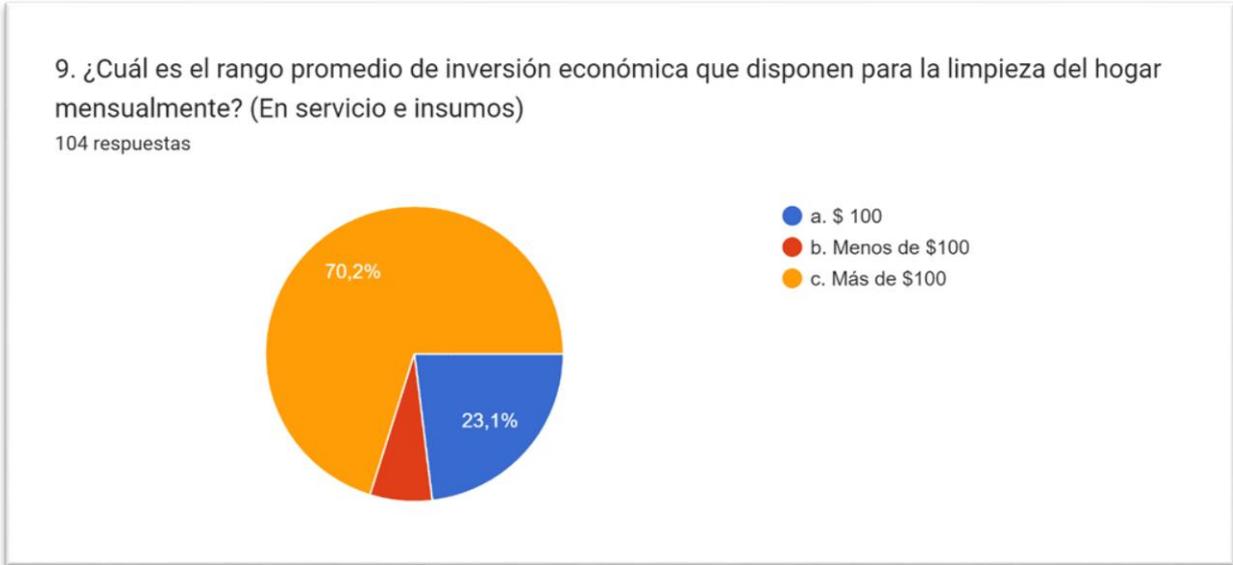
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 8. Período que realizan la limpieza en la vivienda los encuestados



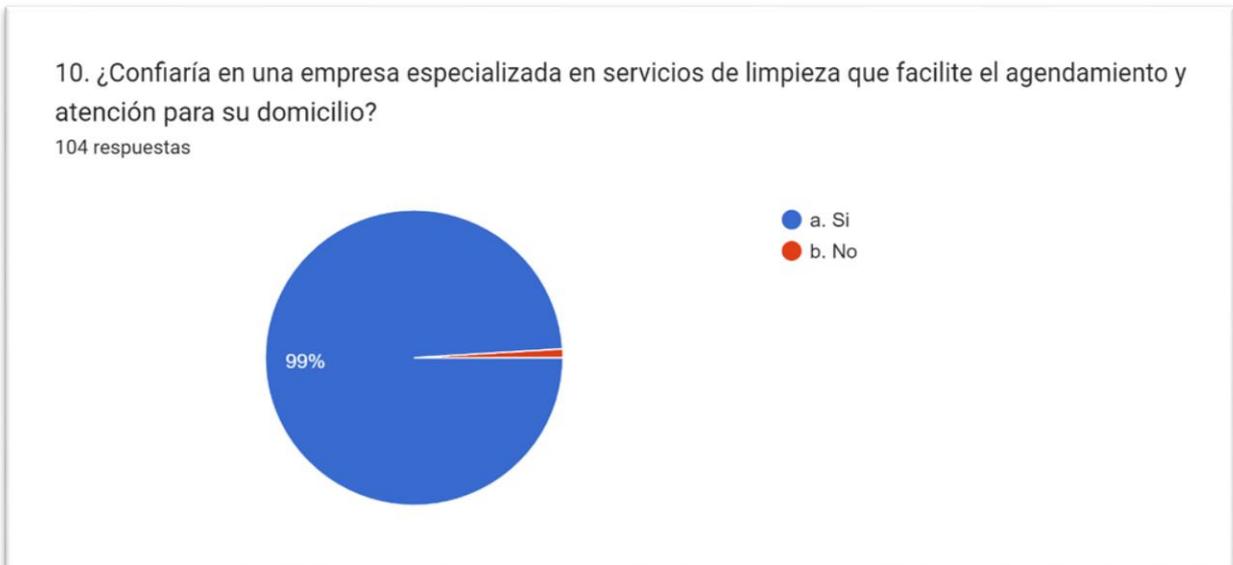
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 9. Rango promedio de inversión que disponen para la limpieza en la vivienda los encuestados



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 10. Confianza en la contratación de una empresa especializada que brinde los servicios de limpieza



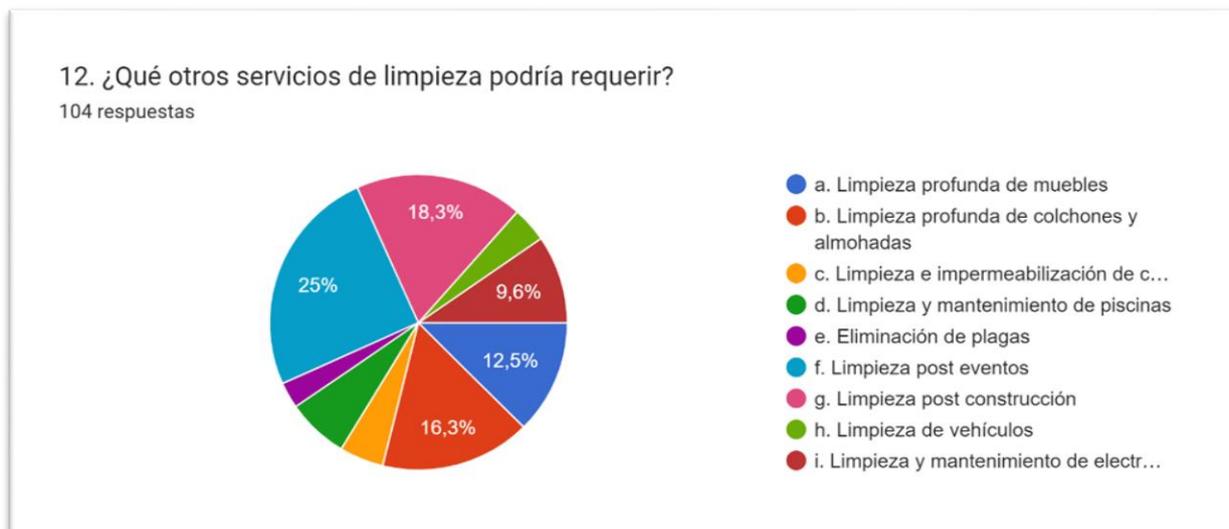
Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 11. Conocimiento de empresas que brinden servicio de limpieza



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Gráfico 12. Servicios que podrían requerir los encuestados



Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autora de tesis

Link de Encuesta:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdSU4EauvFaxcGbtIPDhIXZBw2qWSEiHhi4VitWDV-9\\_nccg/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdSU4EauvFaxcGbtIPDhIXZBw2qWSEiHhi4VitWDV-9_nccg/viewform?usp=sf_link)

*Ilustración 1. Grupo Focal 1 - Plataforma Zoom*



*Ilustración 2. Grupo Focal 2 - Plataforma Zoom*



*Ilustración 3. Propiedad - Ciudadela La Milina, Salinas*



*Ilustración 4. Propiedad – Avenida 11 calle principal La Libertad*



*Ilustración 5. Propiedad Ciudadela Costa de Oro, Salinas*



*Ilustración 6. Propiedad Ciudadela Las Dunas, Salinas*



*Ilustración 7. Propiedad, Barrio San Lorenzo, Salinas*



*Ilustración 8. Propiedad Pueblo Nuevo, La Libertad*



*Ilustración 9. Propiedad Barrio Francisco Pizarro, Santa Elena*



*Ilustración 10. Propiedad Ciudadela La Une, Santa Elena*

