

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

**MODELO DE NEGOCIO  
“SERVILIMPIO”:**

**ANALISIS INTERNO Y EXTERNO**

**Elaborado por:**

**MARIA ISABEL SANTOS JARAMILLO**

**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**

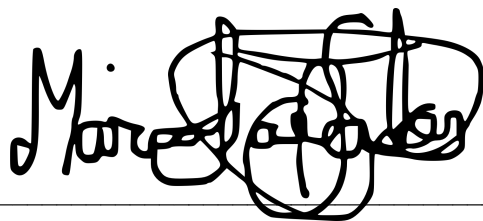
**Agosto, 2023**

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

Yo, **María Isabel Santos Jaramillo** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy el/la autor/a del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Servilimpio: Análisis interno y externo**”, 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 María Magdalena Martínez Zapata.

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.



---

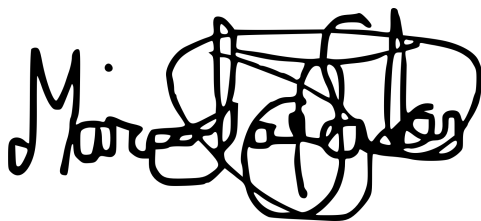
**María Isabel Santos Jaramillo**

**0928729896**

Declaro que

**Yo, María Isabel Santos Jaramillo** en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Servilimpio: Análisis interno y externo**” 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 Isabel Santos Jaramillo**

**0928729896**

### 3. 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, Ruiz Pinela Shirley Lisbeth 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.

#### **4. PALABRAS CLAVE**

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

#### **5. 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.

## 6. ÍNDICE DE CONTENIDO

2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	2
3. RESUMEN EJECUTIVO .....	4
4. PALABRAS CLAVE .....	6
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS .....	6
6. ÍNDICE DE CONTENIDO .....	7
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	9
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO .....	11
9. BREVE DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO COMPLETO.....	12
1. Análisis de la industria.....	13
1.1 Análisis PESTEL.....	13
1.1.1. <i>Político</i> .....	13
1.1.2. <i>Legal</i> .....	13
1.1.3. <i>Económico</i> .....	14
1.1.4. <i>Social</i> .....	14
1.1.5. <i>Cultural</i> .....	14
1.1.6. <i>Demográfico</i> .....	14
1.1.7. <i>Tecnológico</i> .....	14
2. Análisis de las 5 fuerzas de PORTER.....	15
2.1. <i>Rivalidad entre competidores existentes.</i> .....	15
2.2. <i>Amenaza de nuevos competidores.</i> .....	15
2.3. <i>Amenaza de productos o servicios sustitutos.</i> .....	16
2.4. <i>Poder de negociación de los clientes.</i> .....	16
2.5. <i>Poder de negociación de los Proveedores.</i> .....	16
3. Matriz FODA.....	17
3.1. Fortalezas. ....	17
3.2. Debilidades.....	17
3.3. Oportunidades .....	18
3.4. Amenazas. ....	18
3.5. Conclusiones del análisis FODA.....	18
4. Estrategia Genérica .....	19
4.1. Justificación de la estrategia de diferenciación para "Servilimpio":.....	19
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	21

Referencias bibliograficas ..... 23

Figura 1 ..... 13

Figura 2 ..... 15



## **7. 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.

## **8. 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.

## **9. 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.

## Análisis interno y externo

### 1. Análisis de la industria

#### 1.1 Análisis PESTEL

Factores externos	Descripción
<b>Político</b>	Estabilidad política
<b>Legal</b>	Marco legal y regulaciones
<b>Económico</b>	Crecimiento económico
<b>Social</b>	Desigualdad social y pobreza
<b>Cultural</b>	Valores y creencias culturales
<b>Demográfico</b>	Tendencias demográficas
<b>Tecnológico</b>	Avances tecnológicos

*Figura 1*

Elaborado por la autora

**1.1.1. Político.** En 2023, Ecuador enfrentó una crisis política debido al juicio contra el presidente Guillermo Lasso. Lasso disolvió la Asamblea Nacional alegando "grave crisis política y conmoción interna", activando la "muerte cruzada", lo que contribuye a la inestabilidad política en el país. Sin embargo, el gobierno ecuatoriano ha implementado programas de desarrollo sostenible y ha destinado recursos para proyectos ambientales, como parte de su compromiso con la conservación del medio ambiente.

**1.1.2. Legal.** Ecuador cuenta con la Ley Orgánica del Ambiente, que establece políticas y regulaciones para la gestión de residuos sólidos y la protección del medio ambiente. Las empresas en Ecuador deben cumplir con la Ordenanza Municipal y las regulaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado que exigen el mantenimiento adecuado de propiedades y la disposición adecuada de los residuos.

**1.1.3. Económico.** En 2022, el Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador experimentó un crecimiento del 4,1%, lo que indica un avance en la economía del país y puede influir en el consumo y generación de residuos. El turismo en Ecuador representa una parte significativa del PIB, y la mejora del entorno urbano a través de proyectos de limpieza y conservación podría atraer más turistas y generar ingresos adicionales para la comunidad local.

**1.1.4. Social.** Iniciativas como jornadas de limpieza voluntaria han logrado la participación de cientos de ciudadanos en diversas comunidades de Ecuador. Campañas en redes sociales y medios locales han alcanzado a miles de personas en el país, generando una mayor conciencia sobre la importancia de proteger el medio ambiente.

**1.1.5. Cultural.** Encuestas muestran que más del 70% de los ecuatorianos consideran importante proteger los recursos naturales locales y adoptar prácticas sostenibles. En algunas provincias de Ecuador, como Santa Elena, se realizan tradiciones anuales de limpieza de playas y ríos como una muestra de la actitud favorable hacia la conservación del entorno.

**1.1.6. Demográfico.** En 2022, la población de Ecuador superó los 18 millones de habitantes, con una alta concentración en áreas urbanas, lo que puede influir en la cantidad de residuos generados. Según datos recientes, se estima que más de 500 propiedades en Ecuador están en estado de abandono, lo que representa un desafío para el manejo de residuos.

**1.1.7. Tecnológico.** Ecuador ha implementado tecnologías modernas en la gestión de residuos, como la incorporación de camiones recolectores de basura con tecnología de baja emisión para reducir el impacto ambiental. El país está evaluando la posibilidad de implementar tecnologías de reciclaje y energías

renovables para mejorar la eficiencia en la gestión de residuos y reducir su impacto en el entorno.

## 2. Análisis de las 5 fuerzas de PORTER



Figura 2

Elaborado por la autora

**2.1. Rivalidad entre competidores existentes.** La rivalidad entre competidores existentes en el mercado de servicios de limpieza en la provincia de Santa Elena es moderada. Si bien hay varias empresas que ofrecen servicios de limpieza y mantenimiento, la competencia no es extremadamente intensa debido a que algunos competidores se destacan en ciertos aspectos, como variedad de servicios, calidad, valor agregado y servicio a domicilio. Sin embargo, los competidores también enfrentan desafíos en términos de diferenciación de precios y costos cambiantes, lo que podría contribuir a mantener la rivalidad en un nivel equilibrado.

**2.2. Amenaza de nuevos competidores.** La amenaza de nuevos competidores es moderada. Si bien el mercado presenta una variedad de servicios de limpieza, la

presencia de empresas establecidas y bien reconocidas, como LCBO Soluciones, puede actuar como una barrera de entrada para nuevos competidores. Además, el hecho de que los servicios de limpieza a domicilio sean predominantemente proporcionados por personas particulares y no por empresas organizadas podría limitar la entrada de nuevos competidores.

**2.3. Amenaza de productos o servicios sustitutos.** La amenaza de productos o servicios sustitutos es baja. Aunque existen algunas empresas que ofrecen productos y servicios relacionados, como control de plagas y lavanderías, estos servicios tienen enfoques distintos y no reemplazan directamente los servicios de limpieza a domicilio.

**2.4. Poder de negociación de los clientes.** El poder de negociación de los clientes es moderado. Los clientes tienen opciones y pueden cambiar fácilmente de proveedores de servicios de limpieza si no están satisfechos con la calidad o los precios. Sin embargo, las empresas que ofrecen servicios de limpieza a domicilio tienen la ventaja de establecer relaciones sólidas con los clientes y brindarles servicios personalizados, lo que puede fomentar la lealtad.

**2.5. Poder de negociación de los Proveedores.** El poder de negociación de los proveedores de productos de limpieza y equipos es moderado. Las empresas de limpieza dependen de estos proveedores para obtener los suministros necesarios para realizar su trabajo. Si bien existen múltiples proveedores de productos de limpieza, las empresas pueden comparar precios y condiciones para obtener las mejores ofertas y mantener un cierto grado de control sobre los costos.



### 3. Matriz FODA

#### 3.1. Fortalezas.

- 3.1.1. *Experiencia y conocimiento del mercado local:*** Conocimiento profundo de las necesidades y desafíos específicos que enfrenta la provincia de Santa Elena en cuanto a la limpieza y mantenimiento de propiedades abandonadas, lo que permite diseñar soluciones adaptadas a las demandas locales.
- 3.1.2. *Variiedad de servicios especializados:*** Ofrecer una amplia gama de servicios de limpieza y mantenimiento que abordan problemas específicos como la limpieza de áreas exteriores, el control de maleza y el mantenimiento de cercos eléctricos, lo que permite atender las necesidades integrales de los clientes.
- 3.1.3. *Cumplimiento de normativas y regulaciones:*** Capacidad para asegurarse de que las propiedades cumplan con las ordenanzas municipales y normativas legales, evitando multas y problemas legales para los clientes.
- 3.1.4. *Enfoque en la satisfacción del cliente:*** Nuestra organización se destaca por ofrecer un servicio altamente personalizado y de calidad excepcional, que se traduce en la plena satisfacción de nuestros usuarios. Esta dedicación a brindar experiencias sobresalientes genera una fuerte lealtad por parte de nuestros clientes, quienes, además, nos recomiendan de manera entusiasta a otros. Consideramos esta capacidad para superar las expectativas del cliente como una valiosa fortaleza que impulsa nuestro crecimiento y éxito continuo en el mercado.
- 3.1.5. *Equipo especializado y capacitado:*** Contar con personal capacitado y profesional que pueda realizar trabajos adicionales especializados, lo que brinda confianza y seguridad a los clientes.

#### 3.2. Debilidades.

- 3.2.1. *Competencia de trabajadores informales:*** La competencia con personas particulares que ofrecen servicios de limpieza puede generar desafíos, ya que algunos clientes pueden optar por servicios más baratos, aunque menos profesionales.
- 3.2.2. *Falta de reconocimiento de marca:*** En comparación con algunos competidores, la marca "Servilimpio" puede ser menos reconocida, lo que puede dificultar la captación inicial de clientes.

**3.2.3. Dependencia de la localización:** La operación se centra en la provincia de Santa Elena, lo que podría limitar el alcance y crecimiento geográfico.

### **3.3. Oportunidades.**

**3.3.1. Creciente conciencia ambiental y sanitaria:** El aumento de la conciencia sobre la importancia de mantener un ambiente limpio y saludable puede generar una mayor demanda de servicios de limpieza y mantenimiento.

**3.3.2. Turismo y propietarios no residentes:** El crecimiento del turismo en la región y la presencia de propietarios no residentes que requieren servicios de mantenimiento pueden representar una oportunidad de negocio adicional.

**3.3.3. Diversificación de servicios:** La posibilidad de ampliar la oferta de servicios para incluir trabajos especializados, como reparaciones menores o mejoras en el hogar, puede atraer a una clientela más amplia.

### **3.4. Amenazas.**

**3.4.1. Competencia en el mercado local:** La presencia de competidores establecidos y trabajadores informales puede generar una competencia intensa y dificultar la captación de nuevos clientes.

**3.4.2. Fluctuaciones económicas:** La economía en la región puede afectar la disposición de los clientes para gastar en servicios de limpieza y mantenimiento.

**3.4.3. Cambios en las regulaciones municipales:** Modificaciones en las normativas locales pueden afectar los requisitos y estándares para el mantenimiento de propiedades, lo que puede requerir ajustes en el negocio.

**3.4.4. Avances tecnológicos:** La adopción de tecnologías avanzadas por parte de competidores o la aparición de nuevas plataformas tecnológicas pueden modificar la dinámica del mercado y la forma en que los clientes acceden a los servicios.

### **3.5. Conclusiones del análisis FODA**

El análisis FODA realizado muestra que "Servilimpio" cuenta con diversas fortalezas, como el conocimiento del mercado local, la variedad de servicios especializados y el enfoque en la satisfacción del cliente. Sin embargo, también se enfrenta a desafíos, como la competencia de trabajadores informales y la falta de reconocimiento de marca.

Las oportunidades identificadas, como el crecimiento de la conciencia ambiental y el turismo en la región, pueden ser aprovechadas para impulsar el negocio y diversificar la oferta de servicios. Por otro lado, existen amenazas como la competencia en el mercado local y los cambios en las regulaciones municipales que requieren una gestión efectiva para mantener la competitividad y la adaptabilidad del proyecto.

En general, el proyecto tiene un potencial significativo para abordar el desafío de las propiedades abandonadas en la provincia de Santa Elena y mejorar la calidad de vida de los residentes. La estrategia debe centrarse en destacar las fortalezas, aprovechar las oportunidades y abordar las debilidades y amenazas de manera proactiva para lograr el éxito a largo plazo. Además, una estrategia de marketing efectiva y la construcción de una sólida reputación y reconocimiento de marca pueden ser clave para atraer y retener clientes en un mercado competitivo.

#### **4. Estrategia Genérica**

Para el proyecto "Servilimpio", la estrategia genérica que aplicaríamos es la Diferenciación. La diferenciación es una de las cinco estrategias genéricas propuestas por Michael Porter en su modelo de ventaja competitiva. El enfoque central consiste en desarrollar y proporcionar productos o servicios que sean genuinos y se diferencien notablemente, generando una percepción de singularidad entre los clientes en comparación con lo que se encuentra en el mercado.

##### **4.1. Justificación de la estrategia de diferenciación para "Servilimpio":**

La estrategia de diferenciación permitirá a "Servilimpio" enfocarse en las necesidades específicas de sus clientes. Al identificar las propiedades abandonadas que requieren intervención y diseñar planes de limpieza personalizados, el negocio podrá brindar soluciones precisas y adaptadas a cada situación. Esto generará una mayor satisfacción entre los clientes, ya que verán que sus necesidades particulares son atendidas de manera integral.

Al aplicar la estrategia de diferenciación, "Servilimpio" puede ofrecer una amplia gama de servicios especializados que aborden problemas específicos. Por ejemplo, además de la limpieza y el control de maleza, podrían incluir servicios de reparaciones menores, mantenimiento de piscinas o implementación de sistemas de riego. Esta diversificación de servicios especializados le permitirá atender una mayor variedad de clientes y ampliar su base de clientes potenciales.

La diferenciación también se basa en el conocimiento profundo del mercado objetivo. Como "Servilimpio" tiene experiencia en la provincia de Santa Elena, comprende las necesidades locales, las regulaciones municipales y las características específicas del entorno urbano en la península. Este conocimiento especializado es una ventaja que le permitirá desarrollar soluciones más efectivas y adaptadas al contexto local.

La estrategia de diferenciación puede incorporar tecnología avanzada y prácticas sostenibles en los servicios ofrecidos. "Servilimpio" podría invertir en equipos y tecnologías modernas para la limpieza y el manejo de residuos, lo que no solo mejoraría la eficiencia de sus servicios, sino que también demostraría un compromiso con la protección del medio ambiente, lo que podría atraer a clientes conscientes del impacto ambiental.

Al enfocarse en la diferenciación, "Servilimpio" puede desarrollar una imagen de marca única y reconocible en el mercado. El nombre "Servilimpio" mismo sugiere un enfoque especializado en servicios de limpieza. La consistencia en la calidad y la oferta especializada ayudará a construir una reputación positiva en la mente de los clientes y establecer la marca como un referente confiable en el sector.

La estrategia de diferenciación puede fomentar relaciones a largo plazo con los clientes. Al proporcionar servicios altamente personalizados y satisfacer sus necesidades específicas, "Servilimpio" puede generar confianza y lealtad entre los clientes. Esto resultará en una mayor retención de clientes y posibles recomendaciones boca a boca, lo que puede ser una poderosa fuente de crecimiento para el negocio.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **1. Conclusiones**

Servilimpio, presenta una sólida factibilidad tanto técnica como económica y social para abordar el desafío de las propiedades abandonadas en la provincia de Santa Elena. La combinación de un enfoque especializado en limpieza y mantenimiento, junto con la aplicación de prácticas sostenibles, permite satisfacer las necesidades específicas de los clientes y contribuir a la revitalización urbana y mejora de la calidad de vida en la región.

La demanda de servicios de limpieza y mantenimiento especializados se encuentra en aumento, impulsada por la creciente conciencia ambiental, el turismo y la presencia de propietarios no residentes en la provincia. La estrategia de diferenciación adoptada por "Servilimpio" le brinda una ventaja competitiva al centrarse en las necesidades locales y ofrecer una amplia gama de servicios adaptados a las demandas específicas de los clientes.

La empresa cuenta con varias ventajas competitivas, como el conocimiento profundo del mercado local, la variedad de servicios especializados, el enfoque en la satisfacción del cliente y el uso de tecnologías avanzadas y prácticas sostenibles. Estas ventajas le permiten diferenciarse de la competencia y atraer a usuarios que valoran la calidad, el servicio personalizado y el compromiso con el cuidado del medio ambiente.

El proyecto no solo contribuirá a mejorar la estética urbana y la calidad de vida de los residentes, sino que también tendrá un impacto positivo en el medio ambiente al abordar la acumulación de basura y maleza, así como al promover prácticas sostenibles de limpieza y manejo de residuos. Además, el proyecto tiene el potencial de generar empleo local y fomentar un sentido de pertenencia y orgullo en la comunidad al involucrar a los residentes en la revitalización de las propiedades abandonadas.

### **2. Recomendaciones**

Es recomendable establecer alianzas estratégicas con instituciones locales, autoridades municipales y empresas turísticas para promover el proyecto y obtener apoyo en términos de promoción, financiamiento y acceso a clientes potenciales. Asociarse con entidades afines permitirá ampliar el alcance del negocio y fortalecer su presencia en el mercado.

Para aumentar el reconocimiento de marca y atraer nuevos clientes, es fundamental desarrollar una estrategia de marketing efectiva. Esto incluye la creación de un sitio web profesional, la participación en ferias y eventos locales, la distribución de folletos y la

implementación de campañas de marketing digital y redes sociales. La promoción del compromiso ambiental y el enfoque en la satisfacción del cliente deben ser pilares clave de la estrategia de marketing.

Es importante invertir en la capacitación continua del personal para mantener altos estándares de calidad en los servicios ofrecidos. Capacitar al equipo en prácticas sostenibles, el uso adecuado de equipos y técnicas de limpieza avanzadas garantizará la satisfacción del cliente y el cumplimiento de las regulaciones ambientales.

Se debe realizar evaluaciones periódicas de su desempeño y solicitar retroalimentación de los clientes para identificar áreas de mejora. La retroalimentación de los clientes puede ser una valiosa fuente de información para adaptar y mejorar los servicios, así como para mantener la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado.

Como parte de su compromiso con el desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad, se puede considerar iniciativas de responsabilidad social empresarial, como programas de limpieza comunitaria, donaciones a instituciones locales o la promoción de prácticas ambientalmente responsables en la comunidad. Estas acciones fortalecerán la imagen de marca y generarán una mayor conexión emocional con los clientes.

## Referencias bibliográficas

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2021). Censo Nacional de Población y Vivienda 2020. Ecuador. Disponible en:  
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Santa Elena. (2023). Ordenanzas Municipales. Santa Elena, Ecuador.

Ley Orgánica del Ambiente de Ecuador. (Año actual). Publicada en el Registro Oficial No. 98 de 10 de febrero de 2000. Disponible en: <https://www.asambleanacional.gob.ec/es>

Porter, M. E. (1980). Estrategia Competitiva: Técnicas para el Análisis de Industrias y de la Competencia. Editorial CECSA.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principios de Marketing. 14ª edición. Pearson.

Carrol, A. B., & Shabana, K. M. (2010). El caso de negocio de la responsabilidad social corporativa: Una revisión de conceptos, investigación y práctica. *Revista Internacional de Evaluación del Management*, 12(1), 85-105.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Hacer el máximo bien para su empresa y su causa. John Wiley & Sons.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluación de modelos de ecuaciones estructurales con variables no observables y error de medición. *Revista de Investigación de Marketing*, 39-50.