

UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE

EFFECTUADO:

Desde Agosto de 2013 hasta Noviembre de 2013

REALIZADO POR:

Jorge Leonardo Alcívar Sabando

Tutor:

Ing. Marcos Vidal

INFORMACIÓN PERSONAL:

Dirección: Víctor Manuel Rendón 441 y Baquerizo Moreno

Teléfono: 046046300

Celular: 0996508035

Correo: jas.3105@gmail.com

Guayaquil - Ecuador

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE
GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

CERTIFICACIÓN

Certifico que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Jorge Leonardo Alcívar Sabando como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BIINGÜE.

Guayaquil, Octubre de 2013

Ing. Marcos Vidal
Tutor

Ing. G.E.I. Ma. del Rocío Vallejo Fiallos
Lectora

Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño
Lector



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

JORGE LEONARDO ALCIVAR SABANDO

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación denominado “**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, Octubre del 2013

EL AUTOR

Jorge Leonardo Alcívar Sabando



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

INGENIERÍA DE EMPRENDEDORES

AUTORIZACIÓN

Yo, JORGE LEONARDO ALCIVAR SABANDO

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del trabajo titulado: **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, Octubre del 2013

EL AUTOR

Jorge Leonardo Alcívar Sabando

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

DEDICATORIA

A DIOS, por brindarme sabiduría para terminar este proyecto y ayudarme a mantenerme firme en esta lucha por ser alguien mejor el día de mañana.

A MIS PADRES, que son mi apoyo material y moral, y que con su sacrificio han hecho posible la culminación de mis estudios universitarios, sin Uds. nada de esto sería posible, los amo.

A MIS HERMANOS, por la comprensión y ayuda prestada siempre que se los he pedido, sin ellos no sería quien soy.

A MI NOVIA Y MI HIJO, que llegaron a mi vida en el momento exacto y fueron mi motivación para no darme por vencido jamás, los amo.

Jorge Leonardo Alcívar Sabando

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por la vida y porque su voluntad me tiene culminando esta etapa de mis estudios.

A MIS PADRES, por sus consejos, y la paciencia que me han tenido en todo este tiempo de preparación universitaria.

A MIS COMPAÑEROS, porque de cada uno siempre aprendí algo, y son muy gratos los recuerdos impartidos en clases, muchas gracias amigos.

A MIS PROFESORES, faltarían palabras de agradecimientos para los catedráticos que estuvieron conmigo en clases impartíendome conocimiento, he llegado hasta aquí gracias a sus enseñanzas, de corazón muchas gracias.

Jorge Leonardo Alcívar Sabando

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

RESUMEN

Este proyecto tiene como finalidad realizar el estudio para la creación de una empresa dedicada a brindar el servicio de limpieza de trampas de grasa para restaurantes en la ciudad de Guayaquil, cuyo nombre será Bluebee.

En el Ecuador y en especial la ciudad de Guayaquil existen muchos negocios de comida de todo tipo y para toda clase de preferencias los cuales crecen a diario, la actividad de estos negocios causa grandes desperdicios, y uno de estos desechos son los de las trampas de grasa, que causa un gran problema para el ornato de la ciudad y para el medio ambiente.

Mediante el desarrollo de los capítulos de este trabajo de titulación se probará la factibilidad y rentabilidad de implementar este negocio en la ciudad de Guayaquil.

ABSTRACT

This project has as its purpose the study for the creation of a company dedicated to providing cleaning service grease traps for restaurants in the city of Guayaquil, whose name will Bluebee.

In Ecuador and especially the city of Guayaquil there are many food businesses of all types and for all types of preferences, which is growing every day, the activity of these businesses cause great waste, and one of them is that of the traps, that causes a big problem for the embellishment of the city and to the environment.

Through the development of the chapters of this work will prove the feasibility degree and profitability of implementing this business in the city of Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

El presente Trabajo de Titulación cuyo tema es: “ **CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL** ” está dedicado a suplir una necesidad que ha tenido el sector de comidas en la ciudad de Guayaquil en cuanto a un servicio que ellos puedan terciarizar.

Se compone por trece capítulos en su totalidad, el primer capítulo es Descripción de la Investigación, donde encontraremos el problema, objetivos de investigación y justificación del tema; luego en el segundo capítulo denominado Descripción del Negocio se explicará el modelo de negocio, en qué consiste el servicio y los objetivos de la empresa; seguido por el Entorno Jurídico de la compañía donde se establecen el aspecto societario y laboral de la empresa, así como también políticas internas, propiedad intelectual, y presupuesto; Posteriormente, la Auditoría de Mercado que incluye análisis de la industria, análisis de la oferta y de la demanda, técnica de recogida y análisis de datos y la proyección de ventas; el Plan de Marketing donde se facilitan datos del mercado, competencia y situación actual, de igual manera, estrategias y diseño del servicio, MKT mix, e-Commerce y presupuesto; el Plan Operativo donde se explica la puesta en marcha del negocio, capacidad instalada, gestiones de calidad-ambiental-responsabilidad social y presupuesto; el Análisis Económico-Financiero-Tributario, muestran los estados financieros y el entorno fiscal de la empresa; el Plan de Contingencia que prevé los supuestos en posibles circunstancias de riesgo e implementación de acciones correctivas. Por último los demás capítulos restantes abarcan el resumen, conclusiones, fuentes y anexos del proyecto realizado.

INDICE GENERAL

| | |
|--|------------|
| UNIVERSIDAD CATÓLICA DNO DE GUAYAQUIL | I |
| TEMA: | II |
| CERTIFICACIÓN..... | III |
| DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD | IV |
| AUTORIZACIÓN..... | V |
| DEDICATORIA | 6 |
| AGRADECIMIENTO..... | 7 |
| RESUMEN..... | 8 |
| ABSTRACT | 8 |
| INTRODUCCIÓN | 9 |
| INDICE GENERAL | 10 |
| ABREVIATURAS..... | 26 |
| RESUMEN EJECUTIVO | 27 |
| CAPÍTULO 1 | 28 |
| 1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 29 |
| 1.1. Tema – Título..... | 29 |
| 1.2. Justificación..... | 29 |
| 1.3. Planteamiento Y Delimitación Del Tema U Objeto De Estudio..... | 30 |
| 1.4. Contextualización Del Tema U Objeto De Estudio..... | 30 |
| 1.5. Objetivos De La Investigación | 32 |
| 1.5.1. Objetivo General..... | 32 |
| 1.5.2. Objetivos Específicos..... | 32 |

| | |
|--|-----------|
| 1.6. Determinación Del Método De Investigación Y Técnica De Recogida Y Análisis De La Información | 32 |
| 1.7. Planteamiento Del Fenómeno Paradigmático | 32 |
| 1.7.1. Planteamiento Del Problema..... | 32 |
| 1.8. Fundamentación Teórica Del Proyecto | 33 |
| 1.8.1. Marco Referencial | 33 |
| 1.8.2. Marco Teórico | 34 |
| 1.8.3. Marco Conceptual | 37 |
| 1.8.4. Marco Legal | 38 |
| 1.8.5. Marco Lógico | 39 |
| 1.9. Formulación De La Hipótesis Y-O De Las Preguntas De La Investigación De Las Cuáles Se Establecerán Los Objetivos. | 43 |
| 1.10. Cronograma | 43 |
| CAPÍTULO 2 | 44 |
| 2. Descripción Del Negocio..... | 45 |
| 2.1. Análisis De La Oportunidad..... | 45 |
| 2.1.1. Descripción De La Idea De Negocio..... | 45 |
| 2.1.2. Descripción De La Idea De Producto O Servicio..... | 45 |
| 2.2. Misión, Visión Y Valores De La Empresa..... | 45 |
| 2.3. Objetivos De La Empresa | 47 |
| 2.3.1. Objetivo General..... | 47 |
| 2.3.2. Objetivos Específicos..... | 47 |
| 2.4. Estructura Organizacional | 47 |
| 2.4.1. Organigrama..... | 47 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | |
|-------------------------|---|-----------|
| 2.4.2. | Desarrollo De Cargos Y Perfiles Por Competencias..... | 48 |
| 2.4.3. | Manual De Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, Y Derechos..... | 52 |
| CAPÍTULO 3 | | 58 |
| 3. | Entorno Jurídico De La Empresa | 59 |
| 3.1. | Aspecto Societario De La Empresa..... | 59 |
| 3.1.1. | Generalidades (Tipo De Empresa)..... | 59 |
| 3.1.2. | Fundación De La Empresa | 61 |
| 3.1.3. | Capital Social, Acciones Y Participaciones..... | 61 |
| 3.1.4. | Juntas Generales De Accionistas Y-O Socios | 61 |
| 3.1.5. | Compañías Extranjeras (Opcional)..... | 63 |
| 3.1.6. | Compañía Que Cotizan En Bolsa De Valores (Opcional) | 63 |
| 3.2. | Aspecto Laboral De La Empresa | 63 |
| 3.2.1. | Generalidades | 63 |
| 3.2.2. | Mandato Constituyente #8..... | 63 |
| 3.2.3. | Tipos De Contrato De Trabajo | 64 |
| 3.2.4. | Obligaciones Del Empleador | 65 |
| 3.2.5. | Décimo Tercera Y Décimo Cuarta Remuneración | 66 |
| 3.2.6. | Fondo De Reserva Y Vacaciones..... | 67 |
| 3.2.7. | Asociaciones De Trabajadores..... | 67 |
| 3.2.8. | Inserción De Discapacitados A Puestos De Trabajo..... | 67 |
| 3.3. | Contratación Civil | 68 |
| 3.3.1. | Principios Básicos De La Contratación | 68 |
| 3.3.2. | Contratos De Prestación De Servicios..... | 69 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | |
|---------------|--|-----------|
| 3.3.3. | Principales Cláusulas De Los Contratos De Prestación De Servicios..... | 69 |
| 3.3.4. | Soluciones Alternativas Para Solución De Conflictos: Arbitraje Y Mediación .. | 72 |
| 3.3.5. | Contrato De Confidencialidad | 72 |
| 3.3.6. | Generalidades De La Contratación Pública | 72 |
| 3.4. | Políticas De Buen Gobierno Corporativo..... | 74 |
| 3.4.1. | Código De Ética..... | 74 |
| 3.4.2. | Indicadores De Gestión..... | 74 |
| 3.4.3. | Programa De Compensaciones | 75 |
| 3.4.4. | Políticas De Comunicación: Canales Y Frecuencia De Comunicación | 75 |
| 3.5. | Propiedad Intelectual..... | 75 |
| 3.5.1. | Registro De Marca..... | 75 |
| 3.5.2. | Manual De Procesos Productivos..... | 76 |
| 3.5.3. | Derecho De Autor Del Trabajo..... | 76 |
| 3.5.4. | Patente Y-O Modelo De Utilidad | 76 |
| 3.6. | Seguros | 76 |
| 3.6.1. | Incendio..... | 76 |
| 3.6.2. | Robo | 77 |
| 3.6.3. | Fidelidad | 77 |
| 3.6.4. | Buen Uso De Anticipo Y Cumplimiento De Contrato..... | 77 |
| 3.6.5. | Maquinaria Y Equipo..... | 77 |
| 3.6.6. | Materia Prima Y Mercadería | 77 |
| 3.7. | Presupuesto | 77 |
| | CAPÍTULO 4 | 79 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | |
|-----------------|--|------------|
| 4. | Auditoría De Mercado | 80 |
| 4.1. | Pest | 80 |
| 4.2. | Macro, Meso Y Micro | 82 |
| 4.3. | Atractividad De La Industria: Estadísticas De Ventas, Importaciones Y Crecimientos En La Industria..... | 86 |
| 4.4. | Análisis Del Ciclo De Vida Del Mercado | 88 |
| 4.5. | Matriz Bcg | 88 |
| 4.6. | Análisis Del Ciclo De Vida Del Producto En El Mercado | 89 |
| 4.7. | Análisis De Las Cinco Fuerzas Competitivas De Porter: Conclusiones De La Empresa Y Su Poder De Negociación..... | 89 |
| 4.8. | Análisis De La Oferta..... | 91 |
| 4.8.1. | Tipo De Competencia..... | 91 |
| 4.8.2. | Marketshare: Mercado Real Y Mercado Potencial..... | 92 |
| 4.8.3. | Características De Los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales Y Línea De Precio..... | 95 |
| 4.8.4. | Benchmarking: Estrategia De Los Competidores Y Contraestrategia De La Empresa..... | 97 |
| 4.9. | Análisis De La Demanda | 97 |
| 4.9.1. | Segmentación De Mercado | 97 |
| 4.9.1.1. | Criterio De Segmentación | 97 |
| 4.9.1.2. | Selección De Segmentos | 98 |
| 4.9.1.3. | Perfiles De Los Segmentos | 98 |
| 4.10. | Matriz Foda..... | 98 |
| 4.11. | Investigación De Mercado..... | 100 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|--|------------|
| 4.11.1. Método | 100 |
| 4.11.2. Diseño De La Investigación | 100 |
| 4.11.2.1.Objetivos De La Investigación: General Y Específicos (Temas Que Desean Ser Investigados) | 100 |
| 4.11.2.2.Tamaño De La Muestra | 101 |
| 4.11.2.3.Técnica De Recogida Y Análisis De Datos | 102 |
| 4.11.2.3.1.Concluyente (Encuesta) | 102 |
| 4.11.2.4.Análisis De Datos. | 102 |
| 4.11.2.5.Resumen E Interpretación De Resultados | 104 |
| 4.11.3. Conclusiones De La Investigación De Mercado | 111 |
| 4.11.4. Recomendaciones De La Investigación De Mercado | 111 |
| 4.12. Cuantificación De La Demanda | 111 |
| 4.12.1. Identificación Del Mercado Potencial Y La Demanda Potencial Insatisfecha .. | 112 |
| 4.12.2. Proyección De Ventas A Cinco Años O Tiempo Que Establezca El Playback .. | 112 |
| CAPÍTULO 5 | 114 |
| 5. Plan De Marketing | 115 |
| 5.1. Objetivos: General Y Específicos | 115 |
| 5.1.1. Mercado Meta | 115 |
| 5.1.1.1. Tipo Y Estrategias De Penetración | 115 |
| 5.1.1.2. Cobertura | 116 |
| 5.2. Posicionamiento | 116 |
| 5.2.1. Estrategia De Posicionamiento | 116 |
| 5.2.2. Valoración Del Activo De La Marca (Bav) | 116 |
| 5.3. Marketing Mix | 117 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|--|------------|
| 5.3.1. Estrategia De Producto O Servicios | 117 |
| 5.3.1.1. Descripción Del Producto / Servicio. | 118 |
| 5.3.1.2. Adaptación O Modificación Del Producto. | 119 |
| 5.3.1.3. Empaque. | 119 |
| 5.3.1.4. Amplitud Y Profundidad De Línea. | 119 |
| 5.3.1.5. Marcas Y Submarcas. | 119 |
| 5.3.2. Estrategia De Precios. | 119 |
| 5.3.2.1. Precios De La Competencia..... | 120 |
| 5.3.2.2. Poder Adquisitivo Del Mercado Meta. | 120 |
| 5.3.2.3. Expectativa De Los Accionistas. | 120 |
| 5.3.2.4. Políticas De Precio. | 121 |
| 5.3.2.5. Método De Pago..... | 121 |
| 5.3.3. Estrategia De Plaza. | 121 |
| 5.3.3.1. Localización. | 121 |
| 5.3.3.1.1. Macro Localización. | 121 |
| 5.3.3.1.2. Micro Localización..... | 122 |
| 5.3.3.1.3. Ubicación..... | 123 |
| 5.3.3.1.4. Distribución Del Espacio | 124 |
| 5.3.3.2. Sistema De Distribución Comercial..... | 125 |
| 5.3.3.2.1. Canales De Distribución | 125 |
| 5.3.3.2.2. Logística | 125 |
| 5.3.3.2.3. Red De Ventas..... | 126 |
| 5.3.3.2.4. Políticas De Servicio Al Cliente..... | 126 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|---|------------|
| 5.3.4. Estrategias De Promoción | 126 |
| 5.3.4.1. Estrategias Atl Y Btl | 126 |
| 5.3.4.2. Elaboración De Diseño Y Propuesta Publicitaria | 127 |
| 5.3.4.3. Promoción De Ventas..... | 127 |
| 5.3.4.3.1. Venta Personal..... | 128 |
| 5.3.4.3.2. Trading..... | 129 |
| 5.3.4.3.3. Clienting | 129 |
| 5.3.4.4. Publicidad | 129 |
| 5.3.4.4.1. Estrategia De Lanzamiento | 129 |
| 5.3.4.4.2. Plan De Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias De Publicidad..... | 130 |
| 5.3.4.4.3. Mindshare | 131 |
| 5.3.4.4.4. Publicidad Blanca..... | 131 |
| 5.3.4.4.5. Merchandising | 132 |
| 5.3.4.4.6. Relaciones Públicas | 132 |
| 5.3.4.4.7. Marketing Relacional..... | 132 |
| 5.3.4.4.8. Gestión De Promoción Electrónica Del Trabajo | 133 |
| 5.3.4.4.8.1. Análisis De La Promoción Electrónica De Los Competidores..... | 133 |
| 5.3.4.4.8.2. Diseño E Implementación De La Página Web (Inglés-Español-Idioma Del Mercado Meta) 135 | |
| 5.3.4.4.9. Estrategias De Marketing A Través De Redes Sociales..... | 135 |
| 5.3.4.4.9.1. Diseño E Implementación De Fans Pages, En Redes Sociales..... | 136 |
| 5.3.4.4.9.2. Marketing Social | 136 |
| 5.3.5. Presupuesto De Marketing: Costo De Venta, Costo De Publicidad Y Promoción, Costo De Distribución, Costo Del Producto, Otros. | 136 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|--|------------|
| CAPÍTULO 6 | 138 |
| 6. Plan Operativo | 139 |
| 6.1. Producción | 139 |
| 6.1.1. Proceso Productivo | 139 |
| 6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias Y Equipos | 140 |
| 6.1.3. Mano De Obra | 141 |
| 6.1.4. Capacidad Instalada | 142 |
| 6.1.5. Flujogramas De Procesos | 143 |
| 6.1.6. Presupuesto | 143 |
| 6.2. Gestión De Calidad | 145 |
| 6.2.1. Procesos De Planeación De Calidad | 145 |
| 6.2.2. Beneficios De Las Acciones Proactivas | 146 |
| 6.2.3. Políticas De Calidad | 146 |
| 6.2.4. Proceso De Aseguramiento De La Calidad | 147 |
| 6.2.5. Estándares De La Calidad | 148 |
| 6.2.6. Procesos De Control De Calidad | 148 |
| 6.2.7. Certificaciones Y Licencias | 149 |
| 6.2.8. Presupuesto | 150 |
| 6.3. Gestión Ambiental | 151 |
| 6.3.1. Procesos De Planeación Ambiental | 152 |
| 6.3.2. Beneficios De Las Acciones Proactivas | 152 |
| 6.3.3. Políticas De Protección Ambiental | 153 |
| 6.3.4. Proceso De Aseguramiento De La Calidad Ambiental | 154 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | |
|-----------------|--|-----|
| 6.3.5. | Estándares De La Calidad Ambiental..... | 155 |
| 6.3.6. | Procesos De Control De Calidad..... | 156 |
| 6.3.7. | Trazabilidad..... | 156 |
| 6.3.8. | Logística Verde..... | 158 |
| 6.3.9. | Certificaciones Y Licencias | 159 |
| 6.4. | Gestión De Responsabilidad Social..... | 159 |
| 6.4.1. | Procesos De Planeación Del Modelo Empresarial De Responsabilidad Social..... | 159 |
| 6.4.2. | Beneficios De Las Acciones Proactivas..... | 161 |
| 6.4.3. | Políticas De Protección Social | 161 |
| 6.4.4. | Proceso De Aseguramiento De La Responsabilidad Social Y Corporativa | 162 |
| 6.4.5. | Estándares De Responsabilidad Social Aplicables A Corto, Mediano Y Largo Plazo | 163 |
| 6.4.6. | Procesos De Controles Sociales | 163 |
| 6.4.7. | Certificaciones Y Licencias | 164 |
| 6.4.8. | Presupuesto | 164 |
| 6.5. | Balanced Scorecard & Mapa Estratégico | 164 |
| CAPÍTULO 7..... | | 167 |
| 7. | Estudio Económico Y Financiero..... | 168 |
| 7.1. | Inversión Inicial..... | 168 |
| 7.1.1. | Tipo De Inversión | 169 |
| 7.1.1.1. | Fija..... | 169 |
| 7.1.1.2. | Diferida..... | 170 |
| 7.1.1.3. | Corriente | 170 |
| 7.1.2. | Financiamiento De La Inversión..... | 171 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|---|------------|
| 7.1.2.1. Fuentes De Financiamiento | 171 |
| 7.1.2.2. Tabla De Amortización..... | 171 |
| 7.1.3. Cronograma De Inversiones..... | 173 |
| 7.2. Análisis De Costos | 174 |
| 7.2.1. Costos Fijos | 174 |
| 7.2.2. Costos Variables | 175 |
| 7.3. Capital De Trabajo..... | 175 |
| 7.3.1. Costos De Operación..... | 176 |
| 7.3.2. Costos Administrativos | 176 |
| 7.3.3. Costos De Ventas | 177 |
| 7.3.4. Costos Financieros..... | 177 |
| 7.4. Análisis De Variables Críticas..... | 178 |
| 7.4.1. Determinación Del Precio: Mark Up Y Márgenes..... | 178 |
| 7.4.2. Proyección De Costos E Ingresos En Función De La Proyección De Ventas ... | 178 |
| 7.4.3. Análisis De Punto De Equilibrio | 178 |
| 7.5. Entorno Fiscal De La Empresa | 179 |
| 7.5.1. Planificación Tributaria | 179 |
| 7.5.1.1. Generalidades | 179 |
| 7.5.1.2. Minimización De La Carga Fiscal | 179 |
| 7.5.1.3. Impuesto A La Renta | 180 |
| 7.5.1.4. Impuesto Al Valor Agregado | 180 |
| 7.5.1.5. Impuestos, Tasas Y Contribuciones Municipales..... | 180 |
| 7.5.1.6. Impuestos A Los Vehículos Motorizados | 181 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|--|------------|
| 7.6. Estados Financieros Proyectados..... | 182 |
| 7.6.1. Balance General Inicial..... | 182 |
| 7.6.2. Estado De Pérdidas Y Ganancias | 183 |
| 7.6.2.1. Flujo De Caja Proyectado..... | 184 |
| 7.6.2.1.1. Indicadores De Rentabilidad Y Costo Del Capital..... | 184 |
| 7.6.2.1.1.1. Tmar | 184 |
| 7.6.2.1.1.2. Van..... | 184 |
| 7.6.2.1.1.3. Tir | 185 |
| 7.6.2.1.1.4. Payback | 185 |
| 7.7. Análisis De Sensibilidad Multivariable O De Escenarios Múltiples..... | 186 |
| 7.8. Balance General..... | 187 |
| 7.8.1. Razones Financieras..... | 187 |
| 7.8.1.1. Liquidez..... | 188 |
| 7.8.1.2. Gestión..... | 188 |
| 7.8.1.3. Endeudamiento..... | 188 |
| 7.9. Conclusión Financiera | 189 |
| CAPÍTULO 8..... | 190 |
| 8. Plan De Contingencia..... | 191 |
| 8.1. Plan De Administración Del Riesgo..... | 191 |
| 8.1.1. Principales Riesgos..... | 191 |
| 8.1.2. Reuniones Para Mitigar Los Riesgos..... | 191 |
| 8.1.3. Tormenta De Ideas (Brainstorming), Listas De Verificación (Check Lists)..... | 191 |
| 8.2. Planeación De La Respuesta Al Riesgo | 192 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|--|------------|
| 8.2.1. Monitoreo Y Control Del Riesgo..... | 192 |
| 8.2.2. Revisiones Periódicas Y Evaluación Del Riesgo | 192 |
| 8.2.3. Reporte Del Riesgo | 192 |
| 8.2.4. Estrategias De Salida | 192 |
| CAPÍTULO 9 | 194 |
| 9. Conclusiones | 195 |
| CAPÍTULO 10 | 196 |
| 10. Recomendaciones | 197 |
| CAPÍTULO 11 | 198 |
| 11. Fuentes | 199 |
| CAPÍTULO 12 | 202 |
| 12. Anexos | 203 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|--|----|
| Tabla 1 Marco Lógico | 39 |
| Tabla 2 Ficha Manual De Funciones (Gerencia) | 53 |
| Tabla 3 Ficha Manual De Funciones (Contabilidad) | 54 |
| Tabla 4 Ficha De Manual De Funciones (R.R.H.H)..... | 55 |
| Tabla 5 Ficha De Manual De Funciones (Promoción Y Venta) | 56 |
| Tabla 6 Ficha Manual De Funciones (Responsable De Servicio)..... | 57 |
| Tabla 7 Indicadores De Gestión | 74 |
| Tabla 8 Proyección De Pagos De Sueldos Y Salarios Más Beneficios Prorratedos | 78 |
| Tabla 9 Supuesto 1 | 86 |
| Tabla 10 Supuesto 2 | 87 |
| Tabla 11 Supuesto 3 | 87 |
| Tabla 12 Restaurantes De Guayaquil Por Actividad Económica..... | 93 |
| Tabla 13 Matriz Foda | 98 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|--|-----|
| Tabla 14 Estrategias Fo Fa Do Da | 99 |
| Tabla 15 Proyección De Ventas | 113 |
| Tabla 16 Descripción Del Servicio | 118 |
| Tabla 17 Estrategia Btl..... | 126 |
| Tabla 18 Promoción De Ventas | 128 |
| Tabla 19 Venta Personal | 128 |
| Tabla 20 Folletos..... | 129 |
| Tabla 21 Trading | 129 |
| Tabla 22 Estrategia De Lanzamiento | 130 |
| Tabla 23 Plan De Medios | 130 |
| Tabla 24 Materiales De Oficina | 141 |
| Tabla 25 Presupuesto Operativo | 143 |
| Tabla 26 Inversión Inicial | 168 |
| Tabla 27 Inversión Fija | 169 |
| Tabla 28 Inversión Diferida | 170 |
| Tabla 29 Inversión Corriente..... | 171 |
| Tabla 30 Tabla De Amortización | 172 |
| Tabla 31 Cronograma De Inversiones En Periodo Pre-Operacional..... | 174 |
| Tabla 32 Costos Fijos..... | 174 |
| Tabla 33 Costos Variables..... | 175 |
| Tabla 34 Capital De Trabajo | 175 |
| Tabla 35 Costo De Operación | 176 |
| Tabla 36 Costos Administrativos | 177 |
| Tabla 37 Costos De Ventas | 177 |
| Tabla 38 Costos Financiero..... | 177 |
| Tabla 39 Costos En Función De Venta | 178 |
| Tabla 40 Punto De Equilibrio..... | 178 |
| Tabla 41 Impuestos A Los Vehículos Motorizados | 181 |
| Tabla 42 Balance General | 182 |
| Tabla 43 Estado De Pérdidas Y Ganancias | 183 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|---|-----|
| Tabla 44 Flujo De Caja Proyectado | 184 |
| Tabla 45 Tmar | 184 |
| Tabla 46 Van | 185 |
| Tabla 47 Tir..... | 185 |
| Tabla 48 Payback | 186 |
| Tabla 49 Análisis De Sensibilidad Escenario Probable | 186 |
| Tabla 50 Análisis De Sensibilidad Escenario Optimista..... | 187 |
| Tabla 51 Análisis De Sensibilidad Escenario Pesimista | 187 |
| Tabla 52 Razón Financiera-Gestión | 188 |
| Tabla 53 Razón Financiera-Endeudamiento | 188 |
| Tabla 54 Razón Financiera-Endeudamiento | 189 |

INDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|-----|
| Ilustración 1 Cronograma..... | 43 |
| Ilustración 2 Organigrama De La Empresa..... | 47 |
| Ilustración 3 Matriz Boston Consulting Group | 89 |
| Ilustración 4 Análisis 5 Fuerzas De Porter..... | 90 |
| Ilustración 5 Restaurantes En El Ecuador | 92 |
| Ilustración 6 Mercado Potencial..... | 93 |
| Ilustración 7 Restaurantes Mercado Meta..... | 95 |
| Ilustración 8 Logo Aquakleaner | 96 |
| Ilustración 9 Logo Bestnegsa | 96 |
| Ilustración 10 Tamaño De La Muestra..... | 102 |
| Ilustración 11 Pregunta 1..... | 104 |
| Ilustración 12 Pregunta 2..... | 105 |
| Ilustración 13 Pregunta 3..... | 106 |
| Ilustración 14 Pregunta 4..... | 107 |
| Ilustración 15 Pregunta 5..... | 107 |
| Ilustración 16 Pregunta 6..... | 108 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|---|-----|
| Ilustración 17 Pregunta 7..... | 109 |
| Ilustración 18 Pregunta 8..... | 110 |
| Ilustración 19 Pregunta 9..... | 110 |
| Ilustración 20 Cuantificación De La Demanda..... | 112 |
| Ilustración 21 Macro Localización..... | 122 |
| Ilustración 22 Micro Localización..... | 123 |
| Ilustración 23 Ubicación..... | 124 |
| Ilustración 24 Distribución Del Espacio..... | 125 |
| Ilustración 25 Logo Bluebee..... | 127 |
| Ilustración 26 Promoción Electrónica De La Competencia 1..... | 134 |
| Ilustración 27 Promoción Electrónica De La Competencia 2..... | 135 |
| Ilustración 28 Flujogramas De Procesos..... | 143 |
| Ilustración 29 Estándares De Calidad..... | 148 |
| Ilustración 30 Procesos De Control De Calidad..... | 149 |
| Ilustración 31 Beneficios De Las Acciones Proactivas..... | 153 |
| Ilustración 32 Diagrama De Flujo De Tratamiento De Aguas Residuales..... | 156 |
| Ilustración 33 Planeación De Responsabilidad Social..... | 160 |
| Ilustración 34 Beneficios De Las Acciones Proactivas..... | 161 |
| Ilustración 35 Proceso De Aseguramiento De La Responsabilidad Social Y Corporativa..... | 162 |
| Ilustración 36 Proceso De Controles Sociales..... | 164 |
| Ilustración 37 Balanced Scorecard..... | 165 |
| Ilustración 38 Mapa Estratégico..... | 166 |

ABREVIATURAS

AITE: Asociación de Industriales Textiles del Ecuador

ATL: Above the Line

BAV: Brand Asset Valuator

BCG: Boston Consulting Group

BTL: Below The Line.

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas

IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual

IESS: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

ISO: International Organization for Standardization

IVA: Impuesto al Valor Agregado

PIB: Producto Interno Bruto

PEST: Político Económico Social Tecnológico

RUC: Registro Único de Contribuyentes

SRI: Servicio de Rentas Internas del Ecuador

TIR: Tasa Interna de Retorno

TMAR: Tasa Mínima Atractiva de Retorno

UCSG: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

VAN: Valor Actual Neto

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de titulación está basado en el desarrollo de una propuesta para la creación de una empresa que ofrezca un servicio de limpieza de trampas de grasa en restaurantes de la ciudad de Guayaquil.

Esta idea innovadora pretende brindar plazas de trabajos y oportunidades de negocios a emprendedores e inversionistas que busquen un negocio nuevo y con grandes expectativas, además de quedar plasmada para estudios futuros de trabajos similares.

La idea de negocio está diseñada para establecimientos de comida de cualquier tipo, que estén experimentando problemas con la trampa de grasa, como mal olor, rebosamiento, etc. para lo cual se han establecidos procesos de seguridad, de calidad y ambientales; para que los clientes obtengan un servicio de calidad, y así mismo ayudar al ornato de la ciudad de Guayaquil y eliminar esa contaminación que tanto afecta a la ciudad y al medio ambiente.

Para analizar la factibilidad de implementación de este servicio se realizó un estudio de mercado, que demostró una alta aceptación del servicio, los problemas ocasionados por el no control y limpieza de la trampa de grasa y al mismo tiempo se pudo medir la percepción del precio y horarios de los posibles clientes.

Así mismo, se hizo un estudio económico- financiero, mediante el cual se determinó que el negocio generaría una tasa interna de retorno del 74% y se recuperará la inversión en un año y cuatro meses, y algunas variantes con estudio de sensibilidad en el cual el proyecto aún es económicamente rentable.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

El tema de Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe es: “Propuesta para la creación de una empresa de limpieza de trampas de grasa de restaurantes en la ciudad de Guayaquil.”.

1.2. Justificación

En este momento hay una gran preocupación por el cuidado del medio ambiente, en especial con un primordial recurso, el agua.

Uno de los negocios más populares en el Ecuador es el de comidas, por lo tanto hay una gran preocupación por parte de las autoridades en cuanto a que se debe hacer con los desperdicios de grasas y alimentos utilizados en la elaboración del producto, en este caso los alimentos.

El Ministerio de Salud y Medio Ambiente conjunto con los municipios y las empresas de aguas potables de los diferentes rincones del país obligan a los dueños de restaurantes, colocar un dispositivo llamado “trampa de grasa”, la finalidad de este dispositivo es retener la mayor cantidad de residuos de comida y grasa que pasan a las alcantarillas.

Este dispositivo deben tener todos los negocios que tengan como actividad económica la manipulación de grasas y alimentos.

El problema es, ¿qué deben hacer los dueños de estos establecimientos con aquel desperdicio?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La investigación sobre la creación de este servicio pretende incentivar el cuidado del medio ambiente. Además quedará plasmada como un aporte científico para futuros estudios de este tipo ya que hay poca información para este tema.

1.3. Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

El proyecto se llevará a cabo en el territorio ecuatoriano, en la ciudad de Guayaquil, se realizarán investigaciones para la factibilidad de la creación de esta empresa y se realizarán estudios para delimitar los objetivos de la misma.

Entre los estudios e investigaciones estarán partes como, la legal, el marketing, estudio de mercado, preocupación ambiental, procesos, calidad, costos, conclusiones y recomendaciones; también se tomara en cuenta un plan de contingencia.

Se espera que el estudio ayude a la creación la empresa y que la misma perdure en el tiempo, fomente más plazas de trabajo y promueva el cuidado del ambiente y una producción de alimentos más limpia, así como una ayuda a las investigaciones sobre el tema en cuestión.

1.4. Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

Esta investigación va en alineada con la Secretaria Nacional De Planificación y Desarrollo (SENPLADES) la cual con el plan nacional para el buen vivir promueve mejorar la calidad de vida de la población y garantiza los derechos de la naturaleza y de un ambiente sano y sustentable en los objetivos 3 y 4 respectivamente, así como con el Sistema De Investigación y Desarrollo (SINDE) de la Universidad Católica De Santiago De Guayaquil que tiene como misión vincular a la Universidad con la sociedad, a través de la búsqueda de respuestas científicas a los problemas socioeconómicos del Ecuador en su conjunto, así como de las provincias o regiones del país.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Las trampas de grasa, también conocidas como interceptores de grasa, dispositivos de recuperación de grasas y convertidores de grasa, son dispositivos de fontanería diseñados para interceptar la mayor parte de grasa y sólidos antes de que se introduzcan en un sistema de evacuación del agua residual.

El diseño normal de la trampa de grasa es una caja que se encuentra en la línea de drenaje antes de entrar en el sistema de aguas residuales principal y pueden ser de diversos materiales incluyendo acero inoxidable y plástico. Los tamaños varían mucho de tan pequeñas como 45 litros para su uso en una pequeña cocina de un restaurante a tan grande como 45.000 o más, que sería utilizada en una aplicación industrial de gran tamaño, como una organización de elaboración de alimentos. El funcionamiento es en teoría muy simple. Las corrientes de aguas residuales fluyen a la trampa de grasa y contienen materia orgánica y otros sólidos. Los GAS (grasa, aceite y sebo) flotan en la superficie y otros sólidos "pesados" caen al fondo. A través de una serie de deflectores de aguas, el agua "limpia" fluye desde la salida de la trampa a la tubería de aguas residuales. Hay muchos problemas asociados con el funcionamiento de la trampa de grasa, muchas de los cuales son causadas por una acumulación de materia orgánica dentro del sistema que puede dar lugar a obstrucciones y retenciones, así como a cuestiones de malos olores.

(BioAmp, 2011)

La idea de negocio será la recolección de ese desperdicio en los restaurantes de la ciudad de Guayaquil, darle un cuidado responsable del mismo para que no afecte directa o indirectamente al ecosistema ni al ornato de la ciudad.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Analizar la factibilidad y rentabilidad de implementar el servicio de limpieza de trampas de grasa en restaurantes en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2. Objetivos Específicos

Analizar la demanda y aceptación de este servicio de limpieza.

Diseñar una solución para ofrecer la limpieza de trampas de grasa como un servicio.

Evaluar la factibilidad financiera de implementación del servicio.

1.6. Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

Se realizara mediante métodos de exploración tipo mixta.

La técnica de recogida de datos será por medio de entrevistas a profundidad con dueños de establecimientos de comida.

El análisis cuantitativo será realizado por medio de encuestas a dueños y personal que labora en locales de comida.

1.7. Planteamiento del Fenómeno Paradigmático

1.7.1. Planteamiento del Problema

En “El Puerto Principal” como cualquier otra ciudad circulan rumores, y ahora hay dos que se enfrentan. Por un lado, el rumor de que la ciudad está más limpia que nunca y, por otro, que al contrario, da asco pasear por ciertas calles.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Prueba de esto está un reportaje de El Diario Hoy, que se titula “En Guayaquil se quedan alrededor de 700 toneladas de basura sin recoger” Diario Hoy. (08 de 06 de 2011).

Otra muestra del problema lo saca a la luz el diario El Universo con una primera plana de la sección El Gran Guayaquil que se titula “El líquido que destila la basura afecta a sectores” Diario El Universo. (20 de 06 de 2012).

Un problema que acarrea a la ciudad de Guayaquil siempre ha sido su basura y qué hacer con ella, por lo que a través de esta idea se va a contribuir con el cuidado de la ciudad y el control del desperdicio de la misma.

La ciudad de Guayaquil por ser tan comercial día a día deja toneladas de basuras y desperdicios en las calles, recoger todo esto le cuesta una cantidad enorme de dinero al municipio de la misma ciudad.

Esta idea pretende ayudar a deshacerse de una de las más grandes preocupaciones, los desperdicios de las trampas de grasa, encargándose de la limpieza y de un fin responsable de este desperdicio.

1.8. Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1. Marco Referencial

El diario, “El Universo” realizó un reportaje el día Jueves 21 de junio del 2012, titulado “El líquido que destila la basura afecta a sectores” donde evidencia lo mal que esta la ciudad debido a este tipo de desechos y la poca responsabilidad y atención que le dan los dueños de restaurantes para con el mismo, también da a conocer la manera de cómo se debería hacer la respectiva limpieza de este tipo de desecho.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Las multas van desde 20% de la remuneración básica unificada hasta el 125% de la misma y si hay reincidencia podría haber clausura definitiva. Diario El Universo. (20 de 06 de 2012).

Smart cleaning, es una empresa dedicada a la prestación de servicios en sanidad portátil, aseo de pozos sépticos, trampas de grasa, y redes sanitarias de manera profesional, altamente capacitada, responsable con el medio ambiente satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes.

Trabajos:

- Limpieza de Pozos sépticos
- Mantenimiento de Pozos sépticos
- Limpieza de trampas de grasa
- Mantenimiento de trampas de grasa
- Limpieza de Baños portátiles
- Mantenimiento de Baños portátiles
- Desalojo de Aguas Lluvias

(smartcleaning)

1.8.2. Marco Teórico

La teoría de la higiene abarca todo lo que se pretende estudiar en el desarrollo de esta idea ya que la limpieza es la parte fundamental de la higiene, en este caso la limpieza de trampas de grasas para la higiene de locales de venta de comida.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Higiene: Rama de la medicina que tiene por objeto la conservación de la salud y la prevención de enfermedades. (Wordreference)

Hipótesis de la higiene

En 1989, David Strachan propuso la hipótesis de la higiene. Sugirió que la incidencia creciente de la enfermedad alérgica, tal como el asma o las alergias, en realidad se relacionaba con la exposición disminuida a los gérmenes a través de los tamaños en declive de las familias, exposición más limitada a los animales y estándares generales más altos de limpieza. (Medicina joven, 2010)

Higiene pública es la higiene referente a la conservación de la salud de los grupos de individuos, de los pueblos, de los distritos, las ciudades, las provincias, los reinos, etc. Higiene pública es el arte de conservar la salud de los pueblos y de facilitar a estos en general, y a sus moradores en particular, los medios de recuperarla cuando la han perdido. Esta higiene estudia todas las causas de insalubridad pública y consigna los preceptos oportunos para remediarlas.

La observancia de los preceptos de la higiene pública está natural y necesariamente a cargo de los Gobiernos, de la Administración pública, de las Autoridades subalternas o locales, de sus agentes, etc. Por el estado higiénico de un pueblo se puede determinar el grado de seguridad, de libertad y de comodidad de que disfrutan sus habitantes así como por la paz, la libertad y el bienestar de un pueblo se determinará también muy fácilmente la índole de las condiciones higiénicas a que se halla sometido. En su consecuencia, el Gobierno de un país debe:

1. Facilitar a los individuos el cumplimiento de los preceptos de la higiene privada.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

2. Obligar en algunos casos a los individuos al cumplimiento de dichos preceptos, en cuanto su inobservancia pueda afectar más o menos directamente la salud pública.

3. Obviar, y en su caso destruir, todas las causas generales y locales de insalubridad pública.

4. Facilitar a los individuos enfermos todos los auxilios necesarios para que puedan remediar su estado.

5. El Gobierno facilitará a los individuos sanos el cumplimiento de los preceptos de la higiene privada haciendo, por ejemplo, de modo que en los mercados haya víveres de buena calidad, que haya en las poblaciones buenos paseos y gimnasios para el ejercicio, que de noche no se turbe en manera alguna el sueño de los habitantes, etc.

6. El Gobierno obviará, y en su caso destruirá, las causas generales o locales de insalubridad pública no consintiendo focos de infección, mandando purificar éstos, estando atento a las influencias que en los pueblos o en determinadas clases del mismo ejerzan las costumbres, los hábitos, las modas, el régimen alimenticio, los progresos de la fabricación, las instituciones públicas, etc.; modificando previsoramente las leyes generales y los reglamentos particulares correspondientes; y teniendo con oportunidad dispuestos todos los auxilios necesarios para los casos de incendios, inundaciones, naufragios y otros accidentes siniestros o calamidades populares.

7. El Gobierno, por último, facilitará a los individuos enfermos los auxilios necesarios para que puedan remediar su estado, cuidando de que haya el suficiente número de médicos y farmacéuticos aprobados, prohibiendo y castigando con severidad el ejercicio ilegal

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

de la Medicina, examinando la calidad y vigilando el despacho de los medicamentos, estableciendo hospitales públicos, etc.

(Recolvih, 2013)

La higiene pública es un derecho que tenemos los miembros de una sociedad organizada y por la cual se pagan impuestos, y en este caso el gobierno municipal por medio de directivos del departamento de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales ayuda en este problema de las trampas de grasa obligando en este caso a los dueños de establecimientos de todo tipo de comida a limpiar este dispositivo, hacen visitas periódicas y sin previo aviso a los establecimientos, tomando fotos y anotando cualquier anomalía, además pueden multar y clausurar los locales de ser necesario.

1.8.3. Marco Conceptual

Restaurantes

El restaurante representa en la restauración la prestación del servicio de comidas y bebidas en el más amplio sentido de la palabra. Hoy en día el negocio de la restauración está muy extendido por todo el territorio, así se pueden encontrar restaurantes tanto en carreteras, como en plantas bajas de edificios, como en interior de hoteles. (Publicaciones Vértices S.L, 2006)

Para aportar a la comprensión del tema tratado en el siguiente trabajo, se va a incluir definiciones que componen el contexto en el cual se va a desarrollar la actividad de limpieza de trampas de grasas para restaurantes en la ciudad de Guayaquil.

Trampa de grasa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Una trampa de grasas es un dispositivo especial fabricado en acero inoxidable que generalmente se utiliza para separar los residuos sólidos y las grasas que bajan por las pocetas de lavado y de porcionamiento de alimentos en restaurantes, hoteles, negocios de comidas rápidas, plantas de producción y en diferentes aplicaciones y procesos industriales. Esto con el fin de proteger las instalaciones sanitarias. (PALLOMARO S.A, 2013)

Limpieza

El conjunto de operaciones fisicoquímicas que permiten eliminar la suciedad, o material ajeno al objeto a limpiar, visible o microscópica de una superficie. La limpieza realizada de forma regular y periódica tiene además un efecto higienizante ya que reduce la presencia de microorganismos, reduciendo a su vez la necesidad de desinfectar. (Publicaciones Vértice S.L, 2008)

El servicio que se pretende prestar, es el de limpieza de un dispositivo muy importante para los restaurantes y es obligación de cada restaurante tener uno y mantenerlo limpio.

1.8.4. Marco Legal

La ordenanza municipal por medio de Dirección de Aseo Cantonal, Mercados y Servicios Especiales (Dacmse) obliga a los dueños de los locales que vayan a ser destinados para restaurantes, fuentes de soda, bares, cafés, talleres, servicientros, lubricadoras, lavadoras, gasolineras, hoteles y establecimientos comerciales que tengan cocina; y se obtiene en Interagua (sucursal norte: Calle Justino Cornejo y Av. Fco. de Orellana, Edificio Atlas; sucursal sur: Coronel y Calicuchima, Polideportivo Huancavilca).

Hacer cumplir las normas y regulaciones vigentes, es una de las principales tareas que realiza Interagua en coordinación con la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, exigiendo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

a los locales de expendio de comidas u otros, la instalación del respectivo Sedimentador Trampa de Grasas, evitando así, el azolvamiento y la obstrucción de los sistemas de alcantarillado. (Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, 2013)

1.8.5. Marco Lógico

Tabla 1 Marco Lógico

| SINTESIS NARRATIVA | INDICADORES | MEDIO DE VERIFICACION | FACTORES EXTERNOS |
|--|---|--|--|
| <p align="center">OBJETIVO AMPLIO</p> <p>Analizar la factibilidad Y rentabilidad de implementar el servicio de limpieza de trampas de grasa en restaurantes en la ciudad de Guayaquil.</p> | <ul style="list-style-type: none"> Número de empresas que se dediquen a prestar el mismo servicio o similar. | <ul style="list-style-type: none"> Lis tado de empresas que se dediquen a prestar este tipo de servicio, proporcionado por el INEC. | <ul style="list-style-type: none"> Poca oferta del servicio a restaurantes. |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p align="center">OBJETIVO INMEDIATO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar la demanda y aceptación de este servicio de limpieza. • Diseñar una solución para ofrecer la limpieza de trampas de grasa como un servicio. • Evaluar la factibilidad financiera de implementación del servicio. | <ul style="list-style-type: none"> • Número de clientes dispuestos a adquirir este servicio. • Número de empresas que hagan limpieza de aguas negras por medio de extracción con tanques hidrocleaner. | <ul style="list-style-type: none"> • En cuantas realizadas a restaurantes. | <ul style="list-style-type: none"> • Prejuicios de costo y credibilidad de los clientes. |
|---|--|---|---|

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|---|--|--|---|
| <p align="center">ACTIVIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar proveedores y competencia de este tipo de servicios. • Investigar los permisos que se requieren para brindar este servicio • Actividades de marketing y de mercadeo para conocer clientes y ofrecer el servicio. | <ul style="list-style-type: none"> • Obtención de información sobre empresas que vendan equipos hidrocleaner. • Permisos de funcionamiento por obtener. • Desarrollar un plan de marketing que pueda llegar a los potenciales clientes. | <ul style="list-style-type: none"> • Obtener proformas de empresas que ofrecen productos hidrocleaner. • Permisos validados por el municipio de Guayaquil. | <ul style="list-style-type: none"> • Desconfianza de los proveedores. • Contratiempos e impedimento de las autoridades municipales. |
| <p align="center">PRODUCCIÓN</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Selección | <ul style="list-style-type: none"> • Factores | <ul style="list-style-type: none"> • Incremento |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|--|---|--|--|
| <p>CTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adquirir los productos para poder ofrecer el servicio • Obtener los permisos de funcionamiento y operación del negocio • Obtener una demanda favorable para poder brindar el negocio así como el lugar idóneo para empezar. | <p>selección de proveedores.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permisos de funcionamiento obtenidos. • Número de clientes dispuestos a adquirir este servicio. | <p>requisitos del proveedor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permisos en regla validados por el municipio de la ciudad. • El primer año se hará levantamiento de datos sobre el servicio brindado. | <p>entorno de materia prima.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal capacitado para brindar el servicio. |
|--|---|--|--|

Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

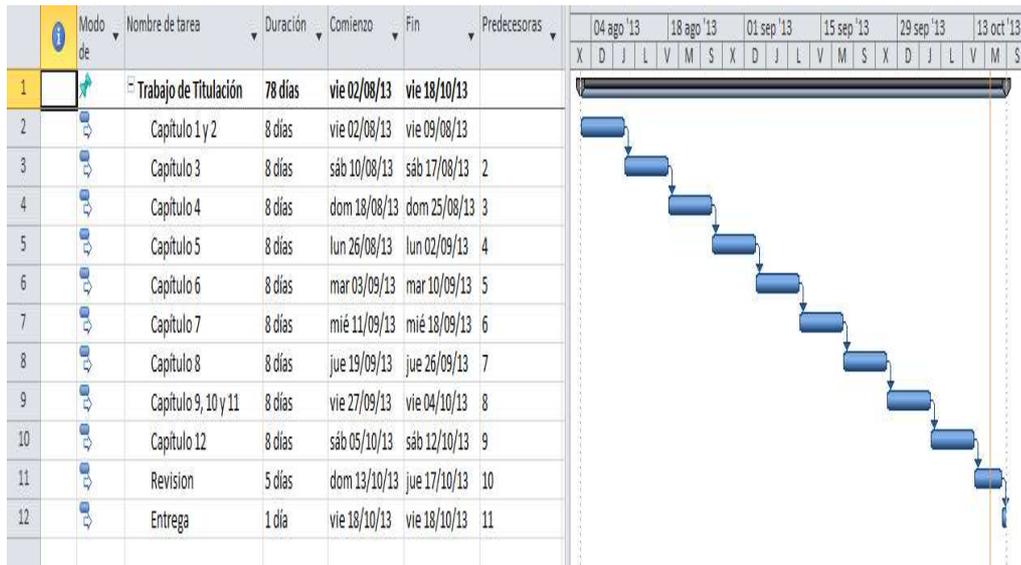
1.9. Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

Preguntas de la Investigación:

1. ¿Es factible crear una empresa que brinde este servicio?
2. ¿Necesitan los restaurantes este servicio?
3. ¿Es rentable esta idea de negocio?
4. ¿Confiaran los restaurantes en este servicio?
5. ¿Este servicio puede suplir esta necesidad?

1.10. Cronograma

Ilustración 1 Cronograma



Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1. Análisis de la Oportunidad

El mercado de la limpieza de trampas de grasa aún no está explotado, se mantiene inexplorado, por esta razón, la creación de una empresa que se dedique a limpiar este dispositivo es necesaria para la ciudad y los dueños de restaurantes.

Es una necesidad que los dueños de restaurantes tienen y una oportunidad de negocio para un emprendedor.

2.1.1. Descripción de la Idea de Negocio

La idea de negocio consiste en hacer limpieza de trampas de grasas por extracción a restaurantes de la ciudad de Guayaquil, con tecnología hidrocleaner adherida a 3 camionetas; se hará por medio de agentes vendedores que visitaran los locales ofreciendo el servicio para luego enviar a los grupos de limpieza.

2.1.2. Descripción de la Idea de Producto o Servicio

El servicio es ofrecer limpieza por medio de extracción con tecnología hidrocleaner, se harán tres grupos de tres personas, 3 choferes, 3 camionetas y 6 personas de limpieza, los mismos que serán repartidos por el norte, centro y sur de la ciudad para brindar el servicio, estos grupos serán guiados por los agentes vendedores los cuales les indicaran los clientes dispuestos a adquirir este servicio.

2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Diferenciarse y ser líderes en los servicios de mantenimientos y limpieza de trampas de grasa dándole un responsable uso de los desechos que esto conlleva, preocupándose por el medio ambiente, y la satisfacción de los clientes para obtener su fidelidad.

Visión

Ser reconocidos a nivel nacional como una empresa que brinda un servicio de limpieza de trampas de grasas de calidad con un personal capacitado y que cumple con sus compromisos apoyándose siempre en sus valores.

Valores de Trabajo

Para que podamos lograr cumplir nuestra misión y visión se han determinado los siguientes valores:

Valores

Respeto: El respeto es la base de todos los valores para nuestra empresa, es por esto que se deberá tratar con respeto a todo el personal que colabore en la empresa (interno y externo) así como a nuestros clientes.

Comunicación: Mantener una comunicación constante y efectiva entre todo el personal interno, así como con proveedores y clientes.

Honestidad: Con el trabajo los clientes la empresas y sus compañeros.

Seguridad: Proteger a todo el personal y a la empresa, así como a los clientes comprometiéndonos con su bienestar y satisfacción en cada uno de los servicios que reciban.

Responsabilidad: Asegurarse de que se cumplan con todos los reglamentos de la empresa así como su misión y visión, y con las metas planteadas para su éxito.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Lealtad: Mantener la confidencia de la información, conducta y compromiso, con la filosofía de la empresa.

Proactividad: Tomar la iniciativa y responsabilidad para desarrollar cualquier actividad en beneficio de la empresa y los clientes.

Trabajo en equipo: Dos cerebros piensan mejor que uno, con un equipo de cerebros trabajando juntos todo trabajo se podrá realizar.

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1. Objetivo General

Ser líderes en el mercado de limpieza de trampas de grasa en la ciudad de Guayaquil, ofreciendo un servicio de calidad fundamentado en los valores de la empresa, para obtener el reconocimiento del mercado y la fidelidad de los clientes.

2.3.2. Objetivos Específicos

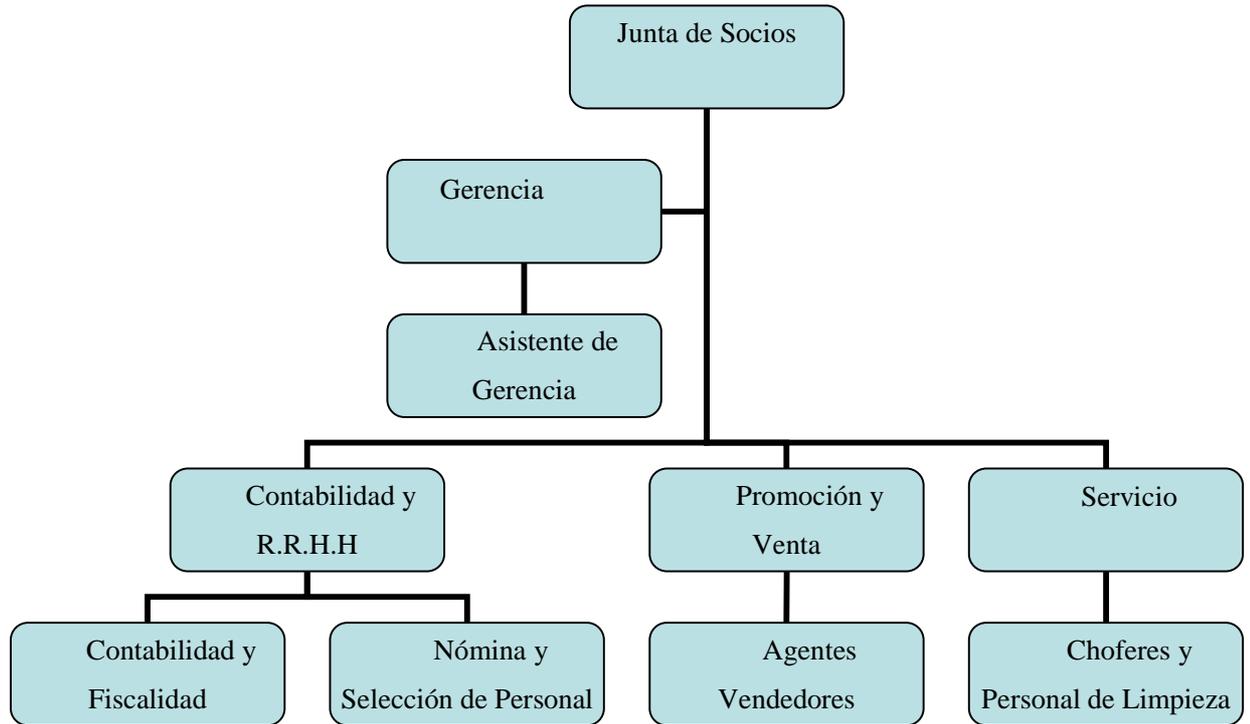
- Crear un estrecho vínculo con los clientes.
- Proveer a los clientes y trabajadores, de productos de calidad y capacitación necesaria para su uso eficiente, en el momento de empezar los negocios
- Garantizar el cumplimiento de los servicios contratados por los clientes en el menor tiempo posible, con el valor de la responsabilidad como pilar fundamental.
- Aumentar las ventas de la prestación de servicios en un 10% anual.

2.4. Estructura Organizacional

2.4.1. Organigrama

Ilustración 2 Organigrama de la Empresa.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: El Autor.

2.4.2. Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

Se llevara a cabo de acuerdo a los siguientes requisitos:

Para:

Asistente de Gerencia:

Nombre del puesto: Asistente de Gerencia – Secretaria.

Empresa: Bluebee.

País: Ecuador.

Provincia: Guayaquil.

Ciudad/Localidad/Barrio: Centro de la ciudad.

Área del puesto: Administración, Finanzas, Contabilidad, Banca.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Experiencia: 1 año.

Tipo de contrato: Jornada laboral completa, indefinido con cláusula de prueba.

Edad: 22-35.

Sexo: Mujer.

Contabilidad y Recursos humanos:

Nombre del puesto: Responsable de Contabilidad.

Empresa: Bluebee.

País: Ecuador.

Provincia: Guayaquil.

Ciudad/Localidad/Barrio: Centro de la ciudad.

Área del puesto:

Contabilidad y fiscalidad

Competencia informática.

Experiencia: 2 años mínimo.

Tipo de contrato: Jornada laboral completa, indefinido con cláusula de prueba.

Edad: 25.

Sexo: Indiferente.

Nombre del puesto: Responsable de Recursos Humanos.

Empresa: Bluebee.

País: Ecuador.

Provincia: Guayaquil.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ciudad/Localidad/Barrio: Centro de la ciudad.

Área del puesto:

Administración General y de Recursos Humanos

Experiencia: 2 años mínimo.

Tipo de contrato: Jornada laboral completa, indefinido con cláusula de prueba.

Edad: 25

Sexo: Indiferente.

Promoción y Venta:

Nombre del puesto: Responsable de Promoción y Venta.

Empresa: Bluebee.

País: Ecuador.

Provincia: Guayaquil.

Ciudad/Localidad/Barrio: Centro de la ciudad.

Área del puesto:

Marketing y venta.

Experiencia: 2 años mínimo.

Tipo de contrato: Jornada laboral completa, indefinido con cláusula de prueba.

Edad: 25

Sexo: Indiferente.

Nombre del puesto: Vendedor.

Empresa: Bluebee.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

País: Ecuador.

Provincia: Guayaquil.

Ciudad/Localidad/Barrio: Centro de la ciudad.

Actitudes para el puesto:

- Imagen: La ropa, el arreglo personal, la postura y la personalidad.
- Actitud: desarrollan un respeto sincero por su cliente
- Conocimientos: profundizan en el conocimiento del producto para comprender la historia y dirección de la industria, y cómo se relaciona con el resto del mundo.
- Sensibilidad: están conscientes y reaccionan a las necesidades de sus clientes.
- Entusiasmo: el cliente siente que el vendedor está convencido de los beneficios del producto
- Madurez: es capaz de manejar desilusiones y contrariedades.

Competencia informática.

Experiencia: 2 años mínimo.

Tipo de contrato: Jornada laboral completa, indefinido con cláusula de prueba.

Edad: 23 en adelante

Sexo: Indiferente

Servicio:

Nombre del puesto: Personal del servicio de limpieza.

Empresa: Bluebee.

País: Ecuador.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Provincia: Guayaquil.

Ciudad/Localidad/Barrio: Centro de la ciudad.

Actitudes para el puesto:

- Receptividad ante las instrucciones recibidas.
- Seguimiento de un plan de trabajo.
- Facilidad de adaptación a las nuevas tecnologías de limpieza.
- Responsabilidad y capacidad de seguir un método de trabajo.
- Actitud discreta ante la documentación de los clientes.
- Organización.
- Atención.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Cuidado y rigor en el manejo de productos y mezclas peligrosas.
- Pulcritud.
- Eficiencia.
- Destreza manual en la utilización de maquinaria e instrumentos.
- Resistencia a largos períodos de pie.

Flexibilidad y agilidad.

Edad: 23 en adelante

Sexo: Indiferente.

2.4.3. Manual de Funciones: Niveles, Interacciones, Responsabilidades, y

Derechos

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se han creado las funciones y procedimiento de la siguiente manera:

Manual de Funciones.

Gerencia.

Tabla 2 Ficha Manual de Funciones (Gerencia)

| | |
|---|--|
| Denominación | Gerente |
| Dependencia | Gerencia |
| Objetivo | Dirigir, Organizar y Controlar los Procesos Administrativos Planeados en la Organización |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none">• Actuar como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por la compañía• Responsabilidad ante los accionistas, por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional• Actuar como soporte de la organización a nivel general, es decir a nivel conceptual y de manejo de cada área funcional• Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinando los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la empresa• Guiar a sus subordinados para volver operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo | |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| Requisitos | |
|-------------|--|
| Educación | Título Profesional en Administración de Empresas |
| Experiencia | Mínimo 24 meses en el cargo |

Fuente: LinkedIn.

Elaborado por: El Autor.

Departamento de Contabilidad y Recursos Humanos.

Tabla 3 Ficha Manual de Funciones (Contabilidad)

| Denominación | Contabilidad |
|--|--|
| Dependencia | Recursos Humanos-Servicio-Promoción y Venta |
| Objetivo | Registro oportuno de las operaciones presupuestarias y contables que inciden en el resultado de los Estados Financieros de cada ejercicio. |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Administrar los sistemas que llevan los registros y anotaciones que configuran la contabilidad. • Elaborar los informes de contabilidad requeridos internamente y por organismos externos. • Elaborar los estados financieros pertinentes consolidando la información financiera que requieren los distintos niveles directivos. • Analizar los aspectos financieros de todas las decisiones • Análisis de los flujos de efectivo producidos en la operación del negocio | |
| Requisitos | |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|-------------|-----------------------------|
| Educación | C.P.A |
| Experiencia | Mínimo 24 meses en el cargo |

Fuente: Buenas tareas-Ensayos

Elaborado por: El Autor.

Tabla 4 Ficha de Manual de Funciones (R.R.H.H)

| | |
|---|--|
| Denominación | Recursos Humanos |
| Dependencia | Contabilidad-Servicio-Promoción y Venta |
| Objetivo | Proveer, mantener y desarrollar un recurso humano altamente calificado y motivado para alcanzar los objetivos de la Institución. |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Planificar, organizar, dirigir y controlar los Programas de Clasificación y Remuneración de Cargos; Reclutamiento y Selección, Evaluación del Desempeño, Acciones de Personal, Capacitación y Desarrollo; Planillas, Bienestar Social y Relaciones Laborales en base a las Leyes • Interpreta y aplica las políticas, normas y reglamentos en lo que respecta a los diferentes programas de Administración de Recursos Humanos. • Atender las consultas y reclamos presentados por el personal, relacionados con la interpretación y aplicación de reglamentos, normas y procedimientos en materia de recursos humanos; a fin de proponer soluciones adecuadas. • Recibir y tramitar las solicitudes de sanciones disciplinarias que acojan suspensiones. • Propicia la realización de estudios y programas que conlleven a establecer el ambiente adecuado, con los implementos necesarios, para que el personal pueda desarrollar sus labores de una manera eficaz y satisfactoria. | |
| Requisitos | |
| Educación | Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos |
| Experiencia | Mínimo 24 meses en el cargo |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fuente: Buenas tareas-Ensayo

Elaborado por: El Autor.

Departamento de Promoción y Venta.

Tabla 5 Ficha de Manual de Funciones (Promoción y Venta)

| | |
|---|--|
| Denominación | Promoción y Venta |
| Dependencia | Vendedores |
| Objetivo | Proveer, mantener y desarrollar un recurso humano altamente calificado y motivado para alcanzar los objetivos de la Institución. |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Manejo del marketing como promocionar el servicio en el ámbito interno y externo de la empresa • Es el responsable de establecer el contacto cuando se realiza una venta, con el objetivo de detectar las necesidades del cliente. • Es responsable de elaborar un bosquejo del proyecto con los datos proporcionados por el cliente para que los dibujantes puedan realizar un CRM que ayude a la empresa. • Proponer a la Gerencia estrategias de comercialización que permitan incrementar las ventas. • Organizar, coordinar y supervisar las actividades de los promotores y agentes de venta. | |
| Requisitos | |
| Educación | Ing. En Administración de Ventas |
| Experiencia | Mínimo 24 meses en el cargo |

Elaborado por: El Autor.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Responsable de Servicio.

Tabla 6 Ficha Manual de Funciones (Responsable de Servicio)

| | |
|---|---|
| Denominación | Responsable de Servicios |
| Dependencia | Personal de Servicio |
| Objetivo | Proveer, mantener y desarrollar un servicio eficiente mediante el personal de servicio. |
| Funciones | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Manejo del departamento de servicio y de choferes para brindar servicio de limpieza a los clientes en la correcta utilización de los productos • Administrar totalmente el uso de materiales y maquinarias de la empresa. • Llevar el registro de los productos y bodega y pasarle un reporte a contabilidad. • Llevar registro de logística de los equipos de limpieza. | |
| Requisitos | |
| Educación | Conocimiento de logística y Recursos Humanos |
| Experiencia | Mínimo 24 meses en el cargo |

Elaborado por: El Autor.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3. ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1. Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1. Generalidades (Tipo de Empresa)

La compañía se denominará: “Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd”, una empresa capaz de brindar un servicio de limpieza de trampas de grasa eficiente, eficaz y muy profesional ya que contara con colaboradores capacitados y con experiencia para obtener este resultado; también proveerá de insumos para el mantenimientos de las mismas así como una debida capacitación a los clientes para su adecuado uso.

Su domicilio principal estará localizado en la ciudad de Guayaquil, pudiendo extenderse dentro o fuera del territorio nacional, de acuerdo a las exigencias y demanda del mercado y por supuesto de los clientes. Dentro del objeto social la compañía se podrá dedicar a las siguientes actividades:

Limpieza y recolección de desperdicios líquidos o semilíquidos, trampas de grasa, pozo séptico, aljibes, cisternas entre otros, que como proceso esencial de limpieza tenga como función principal la extracción y recolección de líquidos o semilíquidos, además de un personal capacitado para su debido aseo. También podrá investigar, crear, comprar y vender insumos (véase como insumos también el uso de bacterias come grasas), implicados para con la limpieza de estos dispositivos. Además podrá hacer usufructo de los desperdicios acaparados en el proceso de limpieza y recolección de los mismos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El plazo de duración de la compañía será de 10 años y será reconocida en el Registro Mercantil. La misma que podrá dar por terminada su actividad por decisión de la Junta de Socios; según los estatutos, en la forma y condiciones señalados en la Ley de Compañías.

La representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía la ejercerá el Gerente General, quien podrá realizar todas las operaciones inherentes al objeto de la sociedad, tendrá un nombramiento cuya duración sea de dos años, además tendrá un suplente, y en caso de su ausencia, este asumirá su puesto y tendrá las mismas obligaciones que el representante legal.

El gobierno de la compañía estará a cargo de la Junta de Socios, su órgano supremo, su administración a cargo del Gerente General. La junta ordinaria se la llevará a cabo dentro de los tres primeros meses del año, se hará un comunicado por prensa, además de un comunicado personal (ya sea por correspondencia, vía mail o cualquier otro medio de comunicación) a cada socio, en la cual el Gerente General presentará los balances de la compañía y los accionistas decidirán el destino de las utilidades. Las juntas ordinarias se llevaran a cabo con la presencia del cincuenta más uno del porcentaje de las acciones, en caso de que en el primer llamado a junta no se encuentre el porcentaje requerido se hará un segundo y último llamado, en el cual se dará comienzo a la junta con quienes estén presentes y se tomaran las decisiones pertinentes como si estuvieran todos los accionistas. Las juntas extraordinarias las convocará el Gerente en el momento que sea conveniente.

Cualquier decisión importante que la empresa requiera, así como la repartición de las utilidades y demás, se tomaran por decisión de la junta de socios la cual se pondrá a votación y ganara la mayoría.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En el caso de que no haya existido una decisión unánime por parte de los socios se llevará a arbitraje para su final veredicto.

En todo lo que no estuviere en los estatutos, se aplicarán las disposiciones de la Ley de Compañías y otras en lo que fuere pertinente.

3.1.2. Fundación de la Empresa

La empresa se constituirá como Compañía Limitada, ya que este tipo de compañías es más de confianza y por lo general es familiar y sus intereses son afines, de esta manera se pretende proteger a la junta de socios y sus intereses, tiene un límite de socios que lo estipula la ley el cual es de 15 y cada socio será dueño de su participación y no podrá vender a cualquier persona que la junta de socios no apruebe. (Superintendencia de Compañías, 2013)

3.1.3. Capital Social, Acciones y Participaciones

El Capital Social de la Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd se iniciara con \$90.580,20USD, dividido en participaciones de acuerdo al capital aportado por cada socio las cuales serán acumulables e indivisibles. Es necesario precisar que no tendrán el carácter de valores, ni podrán incorporarse a títulos negociables o estar representadas por anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones. Las participaciones representan una parte alícuota del capital social y deben de estar numeradas, de igual forma hay que señalar que las participaciones representan un determinado valor nominal. Podrá ser elevado el capital social por acuerdo de la Junta de Socios.

(Crear empresa en Madrid, 2007-2014)

3.1.4. Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La compañía estará decretada por la Junta General de Socios y administrada por el Gerente General, quien tendrá atribuciones que la ley y estatuto interno de la compañía le demande.

La representación legal de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd estará a cargo del Gerente – General en dúo con su suplente el cual lo nombrar la Junta de Socios, en todos los negocios y procedimientos.

El Gerente General de la compañía, accionista o no, será elegido por la Junta General de Accionistas, por un periodo de cuatro años, pudiendo ser reelegido de manera indefinida.

La Junta General estará conformada por los socios, siendo la más alta autoridad de la compañía, sus acuerdos y resoluciones obligarán a todos los socios, Gerente General y demás funcionarios y trabajadores.

Toda convocatoria a los Accionistas se hará mediante aviso suscrito por el Gerente General y con los requisitos que determine la Ley.

La Junta General puede considerarse establecida para deliberar en primera convocatoria si no está representada por los concurrentes a la misma, por lo menos el cincuenta y uno por ciento del capital pagado. Las Juntas Generales se reunirán en segunda convocatoria, con el número de accionistas presentes. Se pronunciará así en la convocatoria que se lleve a cabo. Para establecer el quórum susodicho se tomará en cuenta la nómina de asistentes que deberán proponer, formular y firmar el Gerente General y quien haga las veces de Secretario de la Junta. Toda convocatoria a Junta General se hará de conformidad con la Ley.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los Socios no podrán ser representados en ausencia, salvo motivos de fuerza mayor y solo serán representados por otras personas mediante carta dirigida al Gerente General, pero tanto el Gerente General no podrán hacer uso de esta normativa.

(Superintendencia de Compañías, 2013)

3.1.5. Compañías Extranjeras (opcional)

Este punto no aplica al trabajo de titulación debido a que la compañía es nacional.

3.1.6. Compañía que cotizan en bolsa de valores (opcional)

Este inciso no aplica en el desarrollo del presente trabajo de titulación por ser una compañía de responsabilidad limitada, y uno de los puntos importantes para que una compañía cotice en bolsa, es que sea sociedad anónima.

3.2. Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1. Generalidades

La empresa se acogerá a las leyes que rigen el Código de Trabajo, así como el Ministerio de Relaciones Laborales (MRL) y el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), y se elaborarán contratos laborales con plazos de carácter indefinido y fijo con una cláusula de período de prueba de 90 días. Dado la franja horaria en que se desempeñe el negocio también se considerara el pago de horas extras de acuerdo a las necesidades del negocio.

Así mismo se elaborará un reglamento interno con todas las especificaciones a las que deberían regirse los empleados para un correcto desempeño.

3.2.2. Mandato Constituyente #8

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd efectuará sus actividades de contratación de personal con lo acordado en el Mandato Constituyente No. 8 de la Asamblea Constituyente que resume: la eliminación y prohibición de la tercerización, intermediación laboral, contratación laboral por horas y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo, con la finalidad de promover el trabajo y garantizar estabilidad, protección y derecho a todos los beneficios de ley.

(Ministerio de relaciones Laborales, 2013)

3.2.3. Tipos de Contrato de Trabajo

En Ecuador el contrato de trabajo puede ser expreso o tácito. Se dice expreso cuando hay un acuerdo escrito o de palabra. En cambio, se dice que un contrato es tácito cuando no existe algún acuerdo que lo sustente. El contrato de trabajo se lleva a cabo cuando existe un acuerdo entre trabajador y empresario por el que se presten unos servicios bajo la dirección y organización de éste a cambio de una retribución económica, por lo tanto, la Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd llevara sus contratos de manera expresa para justicia y verificación de las partes.

Tipos de Contratos de Trabajo:

- El contrato de tiempo fijo: Cuando las partes pueden determinar la duración del contrato. La duración mínima de estos contratos es un año. Para dar por terminado el contrato de tiempo fijo, la parte interesada debe avisar por escrito su interés de que el contrato termine, por lo menos un mes antes de la fecha de terminación del contrato original. Sin este aviso, el contrato se prorrogará automáticamente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- El contrato por tiempo indefinido: No tienen duración predeterminada por las partes o por la naturaleza de que se trata. La duración mínima de estos contratos es un año, este contrato podrá renovarse cuantas veces sea necesario.

El Período de Prueba

El período de prueba no podrá ser mayor a 90 días y sólo se podrá realizar por una vez y al principio de una relación de trabajo. Adicionalmente, una empresa no podrá contratar más del 15% de los empleados por un período de prueba.

Con el Mandato 8, vigente desde marzo de 2008, se eliminó y se prohibió la tercerización e intermediación laboral. Por lo que la relación laboral será directa y bilateral entre trabajador y empleador.

Bajo este nuevo marco laboral, se podrán celebrar contratos con personas naturales o jurídicas autorizadas como prestadores de actividades complementarias por el Ministerio de Trabajo y Empleo, cuyo objeto exclusivo sea la realización de actividades complementarias de: vigilancia, seguridad, alimentación, mensajería y limpieza, ajenas a las labores propias o habituales del proceso productivo de la usuaria.

(Camaras de Industrias de Guayaquil, 2013)

El contrato de la Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd será de tiempo fijo con cláusulas de prueba y si no se le notifica un mes antes de la terminación de su contrato, este automáticamente se hará fijo.

(Camaras de Industrias de Guayaquil, 2013)

3.2.4. Obligaciones del empleador

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Bluebee en este caso tendrá como obligaciones por cumplir, las siguientes obligaciones estipuladas por la Ley:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones del Código de Trabajo.
2. Ofrecer un lugar de trabajo que se sujete a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias.
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales.
4. Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd elaborará plantillas de registro de todos sus trabajadores con sus respectivos detalles, garantizando una mejor organización en los procesos y desarrollo de funciones.

(Universida Tecnica Particular de Loja , 2013)

3.2.5. Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

La Décimo Tercera remuneración, es la suma de todos los valores percibidos durante el año, esto es, remuneraciones mensuales, viáticos y emolumentos correspondientes a bonificaciones por trabajos realizados, durante el período del 1° de diciembre del año anterior al 30 de noviembre del siguiente año. El artículo 111 del Código del Trabajo determina que la décimo tercera remuneración es equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren recibido durante el año calendario los trabajadores en general.

La Décimo Cuarta remuneración abarca el período comprendido entre el 1° de abril del año anterior y el 31 de marzo del año en curso para las regiones Costa e Insular y 1° de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

agosto del año anterior hasta el 30 de julio del año en curso para las regiones Sierra y Amazonia. De acuerdo al salario mínimo que actualmente es de \$318.00.

Estos dos rubros serán prorrateados en su pago mensual para mayor comodidad de los trabajadores y para facilidad de Bluebee.

(Universida Tecnica Particular de Loja , 2013)

3.2.6. Fondo de Reserva y Vacaciones

Todos los trabajadores que han cumplido un año con el mismo patrono tienen derecho a los fondos de reserva que equivalen a la doceava parte de lo recibido en el periodo que se calcula o su proporcional, se lo dará al trabajador de forma prorrateada mente a cada uno de los empleados a partir del segundo año.

Tienen derecho a 15 días de vacaciones remuneradas todos los empleados del sector privado luego de un año con el mismo patrono.

(Universida Tecnica Particular de Loja , 2013)

3.2.7. Asociaciones de Trabajadores

Acorde con el Art. 443 del Código de Trabajo, se menciona: “Para efecto de asociaciones de trabajadores o sindicatos con un número no menor de treinta trabajadores”, se deberá remitir al Ministerio de Trabajo y Empleo con la presentación de los documentos pertinentes a dicho artículo.

En el caso de Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd por ser una pequeña empresa que recién empieza cuenta con un número menor de trabajadores, es decir no aplica para formar asociaciones de trabajadores.

3.2.8. Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Acorde con el Art. 42 inciso 33 del Código de Trabajo, en la sección De las Obligaciones del Empleador indica que: “El empleador público o privado que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes, que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad, en el primer año de vigencia de esta Ley, contando desde la fecha de su publicación en el Registro Oficial”.

Bluebee no es apta para contratar personal discapacitado porque no cuenta con el número necesarios de empleados para cumplir con dicho artículo, sin embargo se podrá contratar a cualquier persona con capacidades especiales que postule para algún puesto y demuestre ser apto.

(Universida Tecnica Particular de Loja , 2013)

3.3. Contratación Civil

3.3.1. Principios Básicos de la Contratación

Se entiende por contrato el acuerdo de voluntades en virtud del cual las partes (mínimo dos) que intervienen en él adquieren derechos y contraen obligaciones.

Para celebrar válidamente un contrato, deben cumplirse los siguientes presupuestos:

- Que las partes sean capaces.
- Que consientan en el acto que realizan.
- Que la causa sea lícita.
- Que el objeto sea lícito.
- Que las disposiciones contractuales no contravengan las normas de orden público

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

(Las Letras al erecho, 2013)

3.3.2. Contratos de Prestación de Servicios

En este contrato de prestación de servicios van a interferir 2 partes:

Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd

Aquakleaner S.A

La compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd por su actividad económica necesitara de equipos hidrocleaner para el proceso de extracción de trampas de grasa y va a contratar Aquakleaner S.A para que la provea de estos equipos y que se comprometa a darle mantenimiento a los equipos vendidos de manera constante, a cambio recibirá una remuneración económica por sus servicios.

3.3.3. Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

INTERVINIENTES.

Conste por el presente, el contrato de prestación de servicios que suscriben por una parte La Compañía de Limpieza de Trampa de Grasas Blue Bee Cia.Ltd, con domicilio en Guayaquil, en adelante LA USUARIA y, de la otra parte, LA PRESTADORA Aquakleaner S.A con domicilio en Guayaquil, en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES.

LA USUARIA, empresa cuyo objeto social es Limpieza De Trampa De Grasa, y para su actividad económica necesita de tanques hidrocleaner como instrumento esencial para ejercer sus obligaciones con sus clientes.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

LA PRESTADORA, empresa especializada en brindar servicios de Venta y Mantenimiento De Equipos Hidrocleaner.

LA USUARIA necesita de LA PRESTADORA sus servicios, ya que este es necesario para realizar su actividad y sin él no podría realizarla.

Por esta razón se celebra este con trato entre LA USUARIA y LA PRESTADORA al tenor de las siguientes clausulas.

OBJETO.-

El objeto del presente contrato es que LA PRESTADORA realice a favor de LA USUARIA el servicio específico siguiente:

Venta de equipos hidrocleaner.

Mantenimiento de equipos hidrocleaner.

Venta de repuestos para equipos hidrocleaner.

A cambio LA USUARIA deberá pagarle por cada servicio prestado por LA PRESTADORA.

PROCEDIMIENTO.-

Sin perjuicio de otras obligaciones expresamente estipuladas y/o derivadas del presente contrato, las partes tienen las siguientes obligaciones principales:

A. LA PRESTADORA: se compromete a prestar el servicio en forma diligente, para lo cual podrá valerse de personal calificado, asumiendo respecto de éstos, las responsabilidades laborales y tributarias que de dicha relación se deriven.

B. LA USUARIA, se compromete a cancelar el precio acordado por las partes en los montos y plazos estipulados en el presente contrato.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

PRECIO.-

La contraprestación pactada de común acuerdo que LA USUARIA se compromete a pagar a LA PRESTADORA, es de forma variable ya que el servicio será constante y de acuerdo a lo facturado y los servicios brindados se abonarán de la siguiente forma:

El 100% de lo facturado cada mes se lo pagará en los primeros 5 días laborables del mes siguiente.

CONFIDENCIALIDAD.-

LA PRESTADORA se compromete de manera expresa, tanto durante la vigencia del contrato, como después de su extinción, a no difundir, transmitir, revelar a terceras personas cualquier información de LA USUARIA., a la que tenga acceso como consecuencia del desempeño de su actividad laboral, ni a utilizar tal información en interés propio o de sus familiares o amigos.

La vulneración de este compromiso será considerada como causa justificada de extinción del presente contrato, sin derecho a la percepción de indemnización alguna.

En el supuesto de incumplimiento del compromiso asumido y con independencia de la extinción del contrato, LA USUARIA se reserva el derecho de reclamar el resarcimiento de los daños y perjuicios que le pudieran causar como consecuencia de la vulneración del deber de confidencialidad y secreto profesional pactado en la presente.

LA PRESTADORA devolverá a LA USUARIA toda la documentación que tenga en su poder al vencimiento del plazo del contrato o de la resolución del mismo.

SOLUCION DE CONFLICTOS.-

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Todo litigio o controversia, derivados o relacionados con este acto jurídico, será resuelto mediante arbitraje, de conformidad con los Reglamentos Arbitrales del Centro de Arbitraje de la Cámara de Comercio de Guayaquil, a cuyas normas, administración y decisión se someten las partes en forma incondicional, declarando conocerlas y aceptarlas en su integridad.

Ambas partes declaran su conformidad con las cláusulas que anteceden, suscribiendo el presente documento, en tres ejemplares de igual tenor y valor.

Guayaquil a los ___ días del mes _____ de 20__.

LA PRESTADORA

LA USUARIA

3.3.4. Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

Establecidas en una cláusula del Contrato de Prestación de Servicio.

3.3.5. Contrato de Confidencialidad

Establecidas en una cláusula del Contrato de Prestación de Servicio.

3.3.6. Generalidades de la contratación Pública

Por el principio del negocio Bluebee no estará interesada en participar en contrataciones públicas, pero si en un futuro Bluebee tenga intenciones de participar en contratación pública se debe tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Deberá registrarse en el portal de compras públicas www.compraspublicas.gob.ec y ubicar el link para registrarse como proveedor del estado ecuatoriano, se deberá ingresar toda la información que el sistema solicita en cada uno de los pasos establecidos, en el último paso para finalizar el registro se ingresará el número de registro único de contribuyente (RUC), usuario y contraseña.

Luego deberá imprimir los formularios y acuerdo de responsabilidad y presentar la información solicitada en una de las oficinas del Registro Único de Proveedores (RUP) a nivel nacional.

Adicional a los documentos antes solicitados para estar habilitado deberá presentar lo siguiente:

- Copia certificada o fiel copia de la escritura de constitución, aumentos de capital y reformas al estatuto social, inscritas y/o aprobadas en el Registro Mercantil u órgano competente; en el caso de firmas consultoras, la actividad de consultoría deberá constar expresamente en su objeto social vigente.

- Copia certificada o fiel copia del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.

- Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal, o copia de la cédula de identidad o del pasaporte.

- Copia del certificado de votación vigente, en caso de tener obligación de votar.

- Original y copia simple del RUC de la persona jurídica.

El representante legal de la persona jurídica podrá autorizar a un tercero la realización del proceso de inscripción, presentando la correspondiente autorización escrita, y

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

acompañando a ésta la copia de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación de quien realice el trámite.

Otra documentación que el Instituto Nacional de Contratación Pública (INCOP) considere necesaria para el cumplimiento de cualquier exigencia establecida en el ordenamiento jurídico.

Además será necesario estar al día en las obligaciones tributarias administradas por el SRI. (Instituto Nacional de Contratación Pública, 2011)

3.4. Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1. Código de Ética

En el desarrollo del reglamento interno se establecerán códigos de ética de acuerdo a los valores que tiene la empresa, los cuales fueron puntualizados al principio y abarcan todo lo éticamente profesional con el trabajo, la empresa, los clientes, el medio ambiente y la sociedad entera.

3.4.2. Indicadores de Gestión.

Tabla 7 Indicadores de Gestión

| Gestión | Meta | Puntuación | Descripción |
|----------------------------------|------|---------------------------|---|
| Porcentaje de Clientes Atendidos | 100% | 100% óptimo-95% aceptable | Sirve para mantener un servicio de calidad y que los clientes estén siempre satisfechos |
| Porcentaje de Puntualidad | 100% | 100% óptimo-95% aceptable | Sirve para controlar y medir los tiempos de los grupos de limpieza |
| Porcentaje de | 100% | 100% óptimo-95% aceptable | Sirve para medir la |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|-------------------|--|--|---------------------------------|
| Trabajo Terminado | | | eficiencia del trabajo brindado |
|-------------------|--|--|---------------------------------|

Elaborado por: El Autor.

Bluebee pretende ser una empresa de calidad, por lo tanto no puede bajar del 95% en los indicadores de gestión del servicio.

3.4.3. Programa de Compensaciones

Los trabajadores de Bluebee contarán con todo los beneficios que la ley ecuatoriana ordena además del prorrateo de los mismos para mayor beneficio de ambas partes.

Estos beneficios son:

- Pago de la décimo tercera remuneración
- Pago de la décimo cuarta remuneración
- Pago de las vacaciones
- Pago de los fondos de reserva
- Aporte patronal:

3.4.4. Políticas de Comunicación: Canales y Frecuencia de Comunicación

La comunicación con todo el personal de Bluebee se establecerá mediante Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para por su rapidez y constancia electrónica, además se harán reuniones cuando sea necesario (mínimo una vez al mes) para la comunicación de actividades y cumplimiento de los objetivos de la empresa.

3.5. Propiedad Intelectual

3.5.1. Registro de Marca

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El nombre y logotipo de la empresa estará debidamente registrado y protegido en el Instituto Ecuatoriano De Propiedad Intelectual (IEPI).

El cuál es el organismo máximo de protección intelectual del Ecuador, y tendrá un costo de \$100 USD.

3.5.2. Manual de Procesos Productivos.

Bluebee no tiene procesos productivos que deban ser patentados.

3.5.3. Derecho de Autor del Trabajo.

El trabajo de titulación, se registrará en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, con el fin de proteger la obra, a pesar de estar protegida solo con el hecho de su creación.

3.5.4. Patente y-o Modelo de Utilidad

Bluebee no contará con invenciones que necesiten ser patentadas.

3.6. Seguros

Bluebee contara con un seguro que ofrece ACE INSURED cuyo nombre es SME, que es un seguro hecho para medidas de pequeñas y medianas empresas, cubre los más frecuentes incidentes entre ellos robo e incendio de los activos de la compañía.

Para la capacidad de pago de la compañía la cual recién esta por empezar este es el mejor seguro con el que se puede contar.

Para aplicar a este seguro la empresa debe estar en marcha y establecida ya que dependiendo de eso puede variar el costo. (Acegroup, 2013)

El Seguro se lo tomara en cuenta después del 5 año de funcionamiento de la empresa.

3.6.1. Incendio

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Seguro SME, proporcionado por ACE INSURED

3.6.2. Robo

Seguro SME, proporcionado por ACE INSURED

3.6.3. Fidelidad

Seguro SME, proporcionado por ACE INSURED

3.6.4. Buen uso de anticipo y cumplimiento de contrato

Seguro SME, proporcionado por ACE INSURED

3.6.5. Maquinaria y equipo

Seguro SME, proporcionado por ACE INSURED

3.6.6. Materia prima y Mercadería

Seguro SME, proporcionado por ACE INSURED

3.7. Presupuesto

El presupuesto para la creación de la compañía será de \$1000 incluyendo honorarios del abogado que estará a cargo de la constitución de esta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 8 Proyección de Pagos de Sueldos y Salarios más Beneficios Prorrateados

| Sueldos y Salarios | | | | | | | | | |
|---------------------------------|------------|------------|----------------|------------|----------------|------------------|-------------------|-----------------|-------------------|
| | | | | | | | | 11,15% | |
| Cargos | Salario | Décimo 3° | *Prorrrateo 3° | Décimo 4° | *Prorrrateo 4° | Fondo de Reserva | Salario Total | IESS 11,15 | Vacaciones |
| Gerente General | \$550,00 | \$550,00 | \$45,83 | \$318,00 | \$ 26,50 | \$ 45,82 | \$668,15 | \$61,33 | \$275,00 |
| Asistente de Gerencia | \$330,00 | \$330,00 | \$27,50 | \$318,00 | \$26,50 | \$ 27,49 | \$411,49 | \$36,80 | \$165,00 |
| Recursos Humanos y Contabilidad | \$700,00 | \$700,00 | \$58,33 | \$636,00 | \$53,00 | \$58,31 | \$869,64 | \$78,05 | \$350,00 |
| Promoción y Venta | \$700,00 | \$700,00 | \$58,33 | \$636,00 | \$53,00 | \$58,31 | \$869,64 | \$78,05 | \$350,00 |
| Supervisor de servicio | \$330,00 | \$330,00 | \$27,50 | \$318,00 | \$ 26,50 | \$27,49 | \$411,49 | \$36,80 | \$165,00 |
| Personal de limpieza | \$1.920,00 | \$1.920,00 | \$160,00 | \$1.908,00 | \$159,00 | \$159,00 | \$2.398,94 | \$214,08 | \$960,00 |
| Choferes | \$1.200,00 | \$1.200,00 | \$100,00 | \$954,00 | \$79,50 | \$99,96 | \$1.479,46 | \$133,80 | \$ 600,00 |
| | | | | | | TOTAL | \$7.108,81 | \$638,90 | \$2.865,00 |

Elaborado por: El Autor.

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

Político

El gobierno de turno ha enfocado su desarrollo y el del país en el Plan Nacional del Buen Vivir, el cual en su cuarto objetivo dicta: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable además de prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida. (Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013)

Por otro lado también promueve el emprendimiento con su programa Emprende Ecuador, impulsado por el Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC).

Conclusión: Esta preocupación política por el medio ambiente le da más oportunidades a la idea de limpieza de trampas de grasa ya que apoya indirectamente la idea y tendrá respaldo del gobierno.

Económico

Las últimas publicaciones del Banco Central del Ecuador presentan muy buenas noticias para los ecuatorianos. A falta de revisiones definitivas, Ecuador ha mostrado una tasa de crecimiento económico por encima de la media de lo esperado para América Latina y el Caribe durante el año 2011.

La tasa de crecimiento económico presentada por el BCE es del 6.5%, la cual es ampliamente superior al 4.5% que el Fondo Monetario Internacional (FMI) estimó para América Latina y el Caribe para el año 2011. (Realidad Ecuador, 2012)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Conclusión: El País está en vía de crecimiento económico y esto permite a que se convierte en un mercado prometedor para negocios.

Social

En noviembre del año anterior la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado (Epmapa) ejecutó la limpieza de sumideros y alcantarillas para disminuir los estragos del invierno, sin embargo, la ciudadanía no colaboró con esta iniciativa y otra vez el sistema de alcantarillado se encuentra lleno de basura. Los puntos más críticos son los mercados, sus alrededores y el casco central. (La Hora 20 febrero 2013)

Conclusión: La sociedad ecuatoriana no se preocupa mucho por la limpieza más la de la ciudad de Guayaquil ya que se conoce el Guayaquil antiguo, el cual estaba infestado de basura, pero la preocupación por el medio ambiente está en boga, y esto hace que cada vez más personas tomen conciencia de limpieza y es por eso que la idea que se plantea va a ser bien acogida por la sociedad.

Tecnológico.

El uso de la tecnología en el Ecuador ha sido muy pobre lo cual es un limitante para el desarrollo de un país, ya que hoy en día en este siglo tecnológico todo se basa al uso de la tecnología y el poco conocimiento y uso da desventajas en el mercado mundial.

Todo se basa en la tecnología en estos tiempos; la tecnología ayuda y facilita los procesos de elaboración, y abarata costos de producción.

De 138 países estudiados, según el Reporte Global de Tecnología 2010-2011, Ecuador se ubica en el puesto 108.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Conclusión: el ecuatoriano no está muy familiarizado con la tecnología pero la tecnología de los tanques Hidrocleaner los cuales se utilizaran para la limpieza por extracción es básica y no es difícil de manejar, por lo tanto es posible que con una buena capacitación los trabajadores dominen a la perfección esta tecnología.

4.2. Macro, Meso y Micro

Macro

A partir del 2007, con una economía superada por la crisis económica, una serie de reformas políticas económicas han ayudado a encaminar a la economía ecuatoriana a un desarrollo sostenido, considerable y enfocado a lograr una estabilidad financiera, política y social; basada en la tendencia tomada por la región latinoamericana que ayudó a no verse afectada por la crisis mundial del primer mundo en 2010.

Impuestos enfocados a cambiar hábitos de consumo; desarrollo de sectores estratégicos y prioritarios; construcción, mejoramiento de sectores claves; desarrollo de la industria interna; políticas claras de comercio, competitividad, inversión estratégica, mejoramiento laboral, etc., han ayudado a lograr un crecimiento económico destacado que alcanza por encima del 8% anual en 2011, esto reflejado en una clara disminución de la mendicidad y pobreza extrema, estabilidad de la clase media, disminución de la brecha de las clases sociales, creación de puestos de trabajos, aumento del comercio interno, entre otros.

Todo esto acompañado con nuevos mercados internacionales y de cooperación, principalmente con países asiáticos y latinoamericanos. Un ejemplo es la solicitud formal de convertirse en miembro pleno del Mercosur, creación de nuevas embajadas en Asia, fortalecimiento de organismos como la CELAC, CAN, ALBA, UNASUR, etc.; e

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

implementación de proyectos como el eje Manta-Manaos como alternativa al Canal de Panamá y el proyecto alternativo de navegabilidad por los ríos Morona – Amazonas.

En las zonas rurales, en las que vive más o menos el 40 % de la población del país, se estima que el 40 % de los habitantes de dicha fracción subsiste en condiciones de necesidad. Gran parte de los casos fueron producto de no haber sido considerados por décadas al momento de hacer inversión en educación y de obras de infraestructura, como carecer de tierras adecuadas, regadíos suficientes y falta de vías de acceso en buen estado. Aunque se ha notado un progreso notable en revertir esta situación en los últimos años, desarrollando significativas inversiones en educación e infraestructura, junto con créditos de los de las cuales ha mejorado la vida del campesinado ecuatoriano y ha logrado detener la migración hacia las ciudades lo cual se reflejó en el censo del 2010 donde la población rural llegó al 37.23% frente al 62.77% de urbana.

Los indicadores más destacados en el 2012 han sido la reducción a niveles más bajos que ha tenido el país en su historia en cuanto a desempleo que bajo a situarse en el 4,6%, al mismo tiempo que el subempleo se situó en el 39.66%, según datos del INEC; esto tomando en cuenta que la mayoría de la población ecuatoriana está en edad de trabajar. Le sigue otros datos como haber bajado al 16.3% de pobreza por ingreso. Y una estimación de crecimiento económico por encima de la media latinoamericana del 5,4% para el 2012 según la CEPAL y una previsión para este año de un 5.3%, centrado mayormente en el sector no petrolero. 50

Actualmente, debido a su buen comportamiento económico, Ecuador ha sido nombrado como la segunda economía más dinámica de Sudamérica con un crecimiento del 5.5%, superada solo por la de Perú con un crecimiento del 6.4% y dejando atrás a Chile con un 4%.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Es el ranking más alto que ha tenido Ecuador en los últimos años haciendo que esto motive a inversionistas nacionales y extranjeros a generar nuevos proyectos para el país en los sectores que el gobierno ha visto su enfoque de desarrollo que son infraestructura, educación, desarrollo del potencial existente y cambio de la matriz productiva a una industrializada, así como el turístico, como el nuevo metro de Quito, tranvía de Cuenca, ciudad del conocimiento (Universidad de Investigación, Ciencia y Tecnología) en Imbabura, monorriel de Quito, la creación de la refinería del pacifico etc. Haciendo que se iguale a las grandes potencias mundiales en infraestructura.

(Coyuntura Internacional America, 2013)

Meso

Este servicio a implementar es nuevo, insipiente, por lo cual se obtiene muy poco dato.

Por esta razón se va a denominar esta industria como Industria de Limpieza de Trampas de Grasa de Restaurantes de la ciudad de Guayaquil.

El servicio es totalmente nuevo en el mercado ecuatoriano, por esta razón se va a dar una breve reseña de cuál es la industria, sus clientes y su crecimiento.

En base al censo económico realizado por el INEC y cuyos resultados fueron liberados al público en el año 2010 en su plataforma web sobre el tema arrojo los siguientes datos generales sobre el perfil económico de la ciudad de Guayaquil a nivel general:

- 89913 Establecimientos comerciales
- 35507 Millones en ingresos por ventas
- 441976 Personas empleadas

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los restaurantes, hoteles se encuentran en el sector de servicios, por lo que los datos fueron combinados de manera general, pero se puede destacar que en la provincia de guayas se toma como muestra a 11549 locales de comida (entre primera, segunda, tercera categoría) y que emplean a 37 553 personas

Según el INEC hasta el 2007 este sector de servicios (que aglomera a hoteles, restaurantes, bares, etc.) tuvo una producción total de 111674850.00 millones de dólares.

Las leyes ecuatorianas están pasando por un momento de cambio y uno de esos cambios es el de cuidado de las grasas que bajan hacia la cloaca, es por eso que obligan a los restaurantes a tener trampas de grasa y a hacerle su limpieza muy seguida.

Este sector necesita de este servicio el cual no ha sido implementado hasta el momento, hay servicios de empresas que no son especializadas para ello pero sin embargo por la necesidad del mercado incurren en brindar el servicio.

Como se puede observar, es una industria muy prometedora y en crecimiento lo cual da grandes expectativas para el servicio.

Micro

Al no tener un ejemplo de empresas que brinden este servicio se ha creado la idea de servicio de limpieza de trampas de grasa con personal especializado en el tema.

Esta compañía estará situada en el centro de la ciudad y contara con carros extractores de aguas y personal de limpieza que se encargara de brindarle el servicio a los restaurantes.

Va a tener una estrategia de diferenciación, ya que busca ofrecer lo mejor a un precio elevado dando así más por más, practicando un seguimiento post venta para así crear un vínculo con el cliente y poder llevar una relación más de cooperación que de trabajo.

4.3. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

Por ser una industria nueva y tener muy pocos datos se va a trabajar con ciertos supuestos que se va a detallar más adelante.

El mercado de restaurantes y hoteles está en crecimiento y eso lo demuestra el INEC en sus datos oficiales los cuales revelan que en la ciudad de Guayaquil hay 11549 y que emplean a 441976 personas y con un ingreso por venta de 35507 millones, las leyes ecuatorianas obligan a que cada restaurante tenga su trampa de grasas y que le haga limpiezas periódicas para su buen funcionamiento y evitar problemas y por higiene.

Supuesto 1

Que todos los restaurantes tengan una trampa de grasa, lo cual da 11549 clientes.
(Incremento de la industria de 4%)

Tabla 9 Supuesto 1

| Años | Números de Restaurantes | % de Crecimiento | Trampas de Grasas por Restaurantes |
|------|-------------------------|------------------|------------------------------------|
| 2013 | 11549 | 4% | 11549 |
| 2014 | 12011 | | 12011 |
| 2015 | 12491 | | 12491 |
| 2016 | 12991 | | 12991 |
| 2017 | 13511 | | 13511 |
| 2018 | 14051 | | 14051 |

Fuente: el INEC

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: El Autor

Supuesto 2

Que la limpieza de trampas de grasas sean a \$15, y que se hagan 2 veces por semana, al mes serian \$120.

Tabla 10 Supuesto 2

| Años | Numero de Restaurantes | % de Crecimiento | Trampas de Grasas por Restaurantes | Valor Mensual de la Limpieza | Venta Mensual | Venta Anual |
|------|------------------------|------------------|------------------------------------|------------------------------|---------------|-------------|
| 2013 | 11549 | 4% | 11549 | 120 | 1385880 | 16630560 |
| 2014 | 12011 | | 12011 | 120 | 1441315 | 17295782 |
| 2015 | 12491 | | 12491 | 120 | 1498968 | 17987614 |
| 2016 | 12991 | | 12991 | 120 | 1558927 | 18707118 |
| 2017 | 13511 | | 13511 | 120 | 1621284 | 19455403 |
| 2018 | 14051 | | 14051 | 120 | 1686135 | 20233619 |

Elaborado por: El autor

Supuesto 3

Que la venta media de los restaurantes dividiendo el ingreso de 35507 millones para 11549 es de \$3074 al mes, de los cuales \$120 dedicara para este servicio, dando un porcentaje de 4% destinado solo para la limpieza de este dispositivo.

Conclusión

Tabla 11 Supuesto 3

| Años | Numero de Restaurantes | Venta Mensual por | % de Crecimiento | Venta Anual | Venta Anual Total de Restaurantes | Dinero Destinado para el Servicio Anual |
|------|------------------------|-------------------|------------------|-------------|-----------------------------------|---|
|------|------------------------|-------------------|------------------|-------------|-----------------------------------|---|

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | Restaurante | | | | |
|------|-------|-------------|----|-------|-----------|----------|
| 2013 | 11549 | 3074 | 4% | 36888 | 426019512 | 17040780 |
| 2014 | 12011 | 3197 | | 38364 | 460782704 | 18431308 |
| 2015 | 12491 | 3325 | | 39898 | 498382573 | 19935303 |
| 2016 | 12991 | 3458 | | 41494 | 539050591 | 21562024 |
| 2017 | 13511 | 3596 | | 43154 | 583037119 | 23321485 |
| 2018 | 14051 | 3740 | | 44880 | 630612948 | 25224518 |

Elaborado por: El autor

4.4. Análisis del Ciclo de Vida del Mercado

El servicio de limpieza de trampas de grasas no ha sido explotado aun en la ciudad de Guayaquil.

Es por eso que a pesar de la urgencia del mercado de obtener este servicio no encuentran quien se los brinde, por esta razón este mercado recién está entrando en su fase de introducción

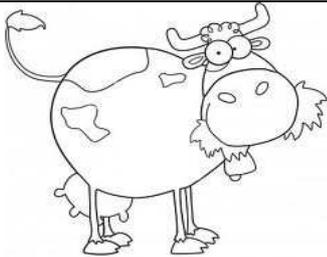
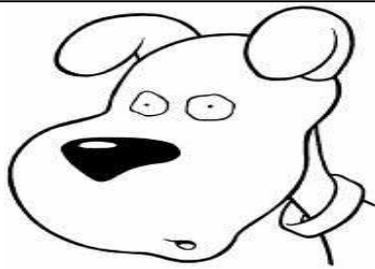
Por esta situación las ventas serán un poco bajas al principio mientras el mercado se acostumbra al servicio, pero por la urgencia de la necesidad del servicio se espera que esta fase pase rápidamente y entre a su etapa de crecimiento donde las ventas aumentaran así como el beneficio

4.5. Matriz BCG

Por estar en su etapa de introducción el servicio de limpieza de trampas de grasa tienen una baja participación en el mercado pero el mercado a su vez tiene una alta tasa de crecimiento, se espera que el servicio evolucione a estrella porque las condiciones son optimistas y así obtener una alta participación en el mercado.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 3 Matriz Boston Consulting Group

| | | | |
|---------------------------|------|---|--|
| CRECIMIENTO DE LA DEMANDA | ALTA |  | Aquí se encuentra el servicio de limpieza de trampas de grasa.  |
| | BAJA |  |  |
| | | ALTA | BAJA |
| | | PARTICIPACION RELATIVA EN EL MERCADO | |

Elaborado por: El Autor.

4.6. Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

Limpiar trampas de grasa es un servicio necesario pero nadie se ha arriesgado a brindar este servicio, por lo tanto está en etapa de introducción en la cual se aplicaran estrategias de marketing para dar a conocer el servicio y esperar que pase rápidamente para aprovechar su etapa de crecimiento.

4.7. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter: Conclusiones de la Empresa y su Poder de Negociación.

Amenaza de nuevos entrantes.

El mercado de limpieza de trampas de grasa es un mercado en exploración, por esta razón la amenaza de nuevos entrantes es alta.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Amenaza de productos sustitutos.

No hay producto sustituto para el mercado, las trampas de grasas se limpian manualmente.

Poder de negociación de proveedores.

Al ser la única compañía del mercado los proveedores no poseen poder de negociación.

Poder de negociación de clientes.

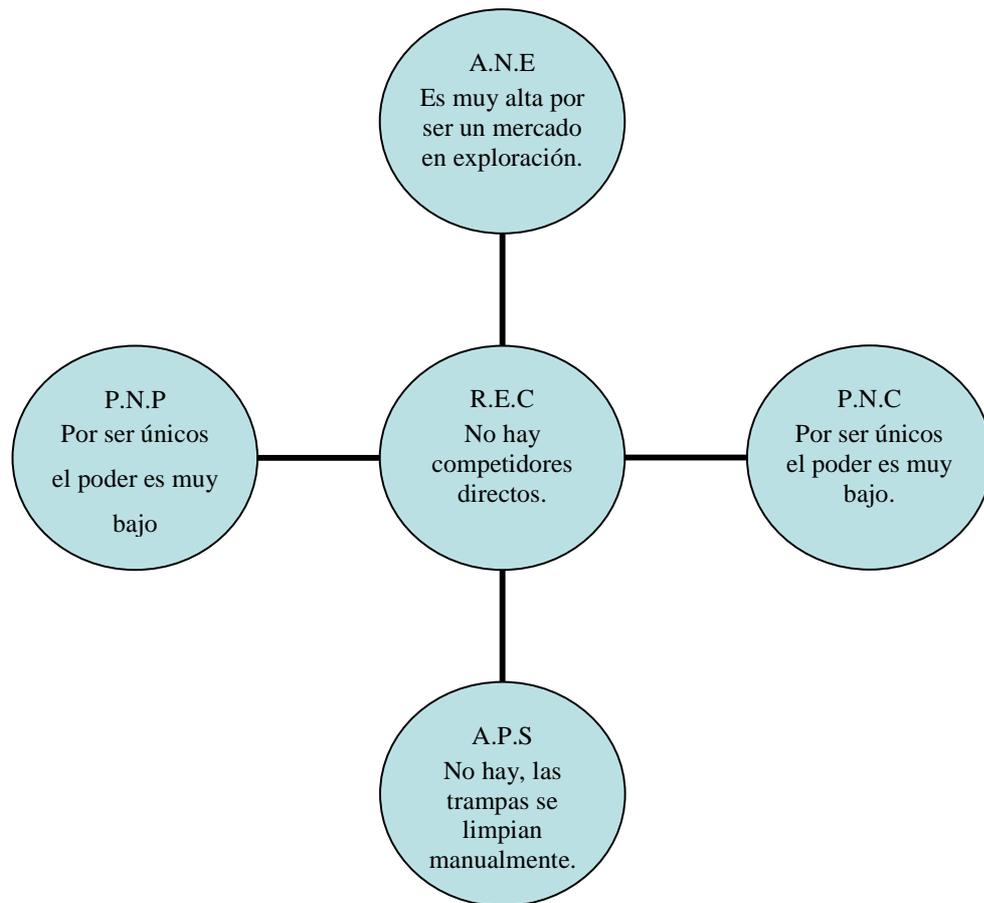
Los clientes no tienen quien les ofrezca este servicio, por lo que el proyecto pretende ser el pionero en el mercado, esto hace que su poder de negociación sea muy bajo.

Rivalidad entre competidores.

Por ser un mercado en exploración no hay competidores.

Ilustración 4 Análisis 5 Fuerzas de Porter

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”



Elaborado por: El Autor

4.8. Análisis de la Oferta

4.8.1. Tipo de Competencia

Bluebee por ser único en el segmento se podría tomar una competencia casi imperfecta ya que los competidores se enfrasan en otro nicho y clientes muy diferentes, así se pretende actuar como un “monopolio” para poder efectivizar la estrategia de precio de desceme de precios.

Para que cuando el mercado ya tenga competidores se le haya sacado el mayor provecho monetario a esta industria.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

4.8.2. Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

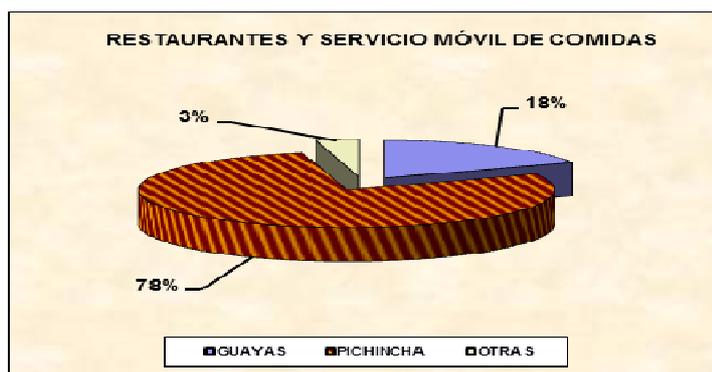
Mercado Total:

Todos y cada uno de los restaurantes, hoteles y centros comerciales entre otros que necesiten de este servicio en Ecuador.

Con datos proporcionados por el INEC, tenemos un total de 342.501.760 establecimientos de comida y que están repartidos de la siguiente manera:

Pichincha ocupa el mayor porcentaje de establecimientos de comida en general con un 78%, seguido por Guayas que tiene el 18% y el resto de las provincias con un 3%.

Ilustración 5 Restaurantes en el Ecuador



Fuente: INEC

Mercado Potencial:

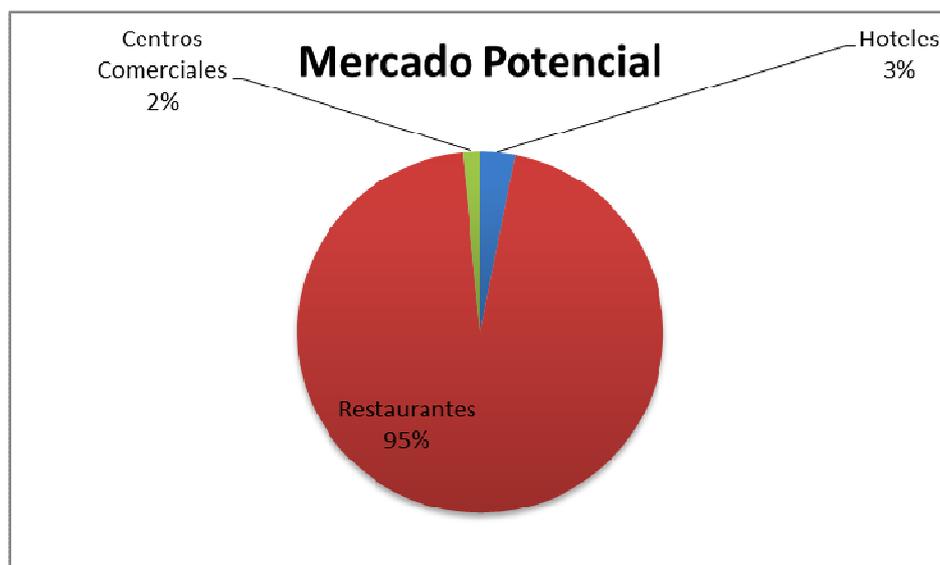
Todos y cada uno de los restaurantes, hoteles y centros comerciales entre otros de la ciudad de Guayaquil.

Guayas cuenta con un total de 8148 locales comerciales que podrían necesitar de este servicio, entre locales de comida, restaurantes y centros comerciales, divididos de la siguiente manera:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Hoteles 247
- Restaurantes 7774
- Centros comerciales 127

Ilustración 6 Mercado Potencial



Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

Mercado Meta:

Guayaquil cuenta con un total de 7774 restaurantes divididos de la siguiente forma:

Tabla 12 Restaurantes de Guayaquil por Actividad Económica

| | |
|---|------|
| Restaurantes, cebicherías, picanterías, cafeterías, etc. | 5868 |
| Restaurantes de comida rápida y puestos de refrigerio; hamburguesas, heladerías, fuentes de sodas, etc. | 1493 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|---|-----|
| Preparación y suministro de comida para su consumo inmediato mediante un vehículo motorizado o carro no motorizado. | 85 |
| Vendedores de helados en carro móviles, carritos ambulantes de comida. | 31 |
| Servicio de comida basados en acuerdos contractuales con el cliente para un evento (banquetes, bodas, fiestas, i otras). | 45 |
| Servicio de concesiones de servicio de comida en instalaciones deportivas o instalaciones similares, cantinas o cafeterías. | 10 |
| Actividades en establecimientos de: bares, tabernas coctelerías, discotecas (con suministros predominantes de bebidas). | 234 |
| Actividades en establecimientos de: cafés, tiendas de jugos de frutas, vendedores ambulantes de bebidas etc. | 8 |

Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

El proyecto pretende abarcar a las dos primeras actividades económicas de restaurantes de la tabla anterior que suman un 95% del total del mercado de restaurantes.

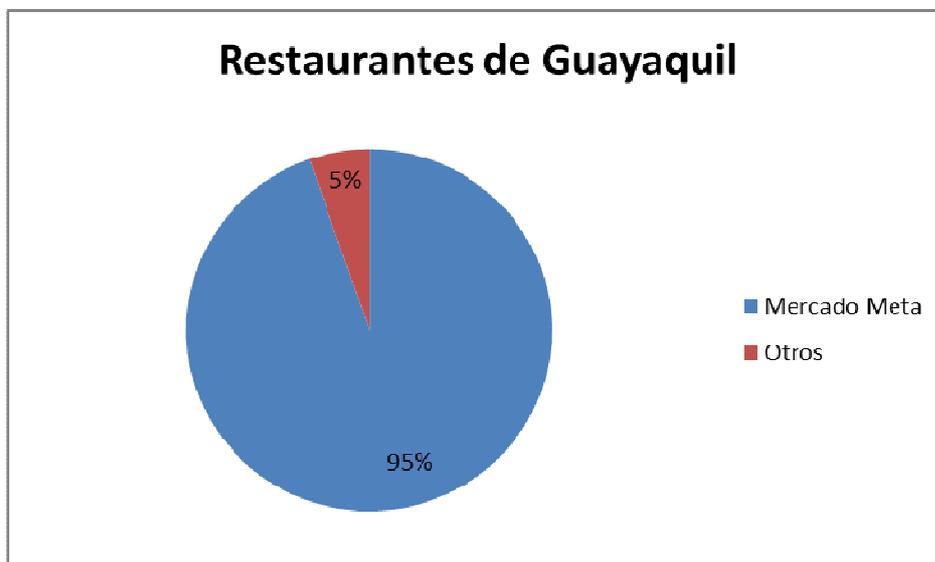
Estos son:

Restaurantes, cebicherías, picanterías, cafeterías, etc.

Restaurantes de comida rápida y puestos de refrigerio; hamburguesas, heladerías, fuentes de sodas, etc. dando un total en números de 7631 locales.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 7 Restaurantes Mercado Meta



Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor

4.8.3. Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio

Este servicio por ser nuevo en el mercado no tiene competidores directos que puedan afectar, pero tienen competidores indirectos, de los cuales se tomaron los dos más importantes y se los detallará a continuación:

AQUAKLEANER

Es una compañía dedicada a la fabricación, diseño y mantenimiento de equipos hidrocleaner de limpieza combinado (succión e hidrojeteo) en camiones y remolques además de fabricación de baterías sanitarias.

Realizan limpiezas y mantenimiento a sistemas de alcantarillado, pozos sépticos a nivel nacional. (AQUAKLEANER, 2013)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 8 LOGO AQUAKLEANER



Elaborado por: (AQUAKLEANER, 2013)

BESTNEGSA S.A.

Es una compañía ecuatoriana constituida en el año 2009. Cuenta con los mejores profesionales, herramientas y equipos para ejecutar la limpieza de alcantarillado, limpieza de pozos sépticos, aguas residuales, tuberías, canales y recolección de desechos bajo un estricto nivel de control para un adecuado tratamiento de desperdicios con los precios más accesibles del mercado. Además de construir sistemas hidráulicos sanitarios, realizan obras civiles y le dan solución a los problemas ambientales integrales.

Colinas de los Ceibos Mz.14 Villa 8 | Telf.: 091510236 / 042857186 |
ventas@bestnegsa.com | Guayaquil-Ecuador (Bestnegsa, 2013).

Ilustración 9 LOGO BESTNEGSA



“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Elaborado por: (BESTNEGSA, 2013)

Estas dos empresas ofrecen servicio pero a mayor escala en la ciudad de Guayaquil, es decir a centros comerciales, pozos sépticos etc., que su dispositivo de atrapar grasas es muy diferente y más costoso.

4.8.4. Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contraestrategia de la Empresa

Se pretende utilizar un benchmarking competitivo, basándose en los competidores indirectos ya que ellos ofrecen su servicio únicamente para compañías o empresas grandes no para restaurantes pequeños.

Para mejorar la forma de trabajar de estas grandes empresas y a aplicar su modo de trabajar limpiando grandes trampas de grasas a hacerlo en pequeñas trampas de grasas de restaurantes, claro que mucho mejor improvisando de la mejor manera y brindando un servicio de calidad.

4.9. Análisis de la Demanda

4.9.1. Segmentación de Mercado

Para segmentar este mercado se debe entender que es un mercado heterogéneo el cual se pretende dividir para convertirlo en homogéneo y así segmentarlo de la mejor manera.

Es heterogéneo ya que tiene varios grupos como por ejemplo, hotel restaurante, bar restaurante, patios de comidas etc.

Lo que se plantea hacer es hacerlo homogéneo, en este caso solo restaurantes, nada más.

4.9.1.1. Criterio de Segmentación

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se ha establecido segmentar el mercado basado en el siguiente criterio: Segmentación por tipo de actividad económica.

Ya que de esta manera se podrá enfocar mejor el marketing y los recursos de la compañía podrá suplir esta demanda.

4.9.1.2. Selección de Segmentos

Segmentación por tipo de actividad económica

Como esta descrito en la parte de mercado meta, de las actividades económicas de los restaurantes solo se enfocará en:

- Restaurantes, cebicherías, picanterías, cafeterías, etc.
- Restaurantes de comida rápida y puestos de refrigerio; hamburguesas, heladerías, fuentes de sodas, etc.

4.9.1.3. Perfiles de los Segmentos

- Restaurantes, cebicherías, picanterías, cafeterías, etc.
- Restaurantes de comida rápida y puestos de refrigerio; hamburguesas, heladerías, fuentes de sodas, etc.

4.10. Matriz FODA

A continuación se ha elaborado el análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para una mejor comprensión.

Tabla 13 Matriz FODA

| Fortaleza | Oportunidades |
|---------------------|----------------------|
| Servicio de calidad | Pocos competidores |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|--|---|
| Capacitación a los clientes Personal especializado Capacidad para diversificar los servicios ofrecidos. Productos fiables y certificados. Aplicación de seguimiento, post-venta | Mercado no explotado Los competidores con productos y servicios pobres. Demanda insatisfecha. Falta de conocimiento por parte de los competidores. |
| Debilidades | Amenazas |
| Falta de personal capacitado para este tipo de servicio. Contar con el personal suficiente para atender la demanda insatisfecha. Ser nuevo en el mercado. | Las nuevas empresas que entran en el negocio. Guerra de precios. Mayor costo de algunas materias primas. |

Elaborado por: El Autor

Se han establecido unas estrategias FO FA DO DA para esta idea de negocio, las cuales están en una tabla a continuación:

Tabla 14 Estrategias FO FA DO DA

| | Oportunidades | Amenazas |
|-------------------|--|---|
| Fortalezas | <ul style="list-style-type: none"> • Con la aplicación y venta de productos de alta calidad se espera provecho de los competidores. • Con la aplicación de una estrategia post-ventaja se espera satisfacer por completo la demanda. | <ul style="list-style-type: none"> • Al ofrecer productos de calidad y el seguimiento de los resultados, se espera que el aumento de precio que debe pagarse se refleje en la calidad del servicio. • Por la calidad del servicio proporcionado se espera no caer en la guerra de precios |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|--|---------------------------|---|--|
| <p><i>Elaborado por:</i> El Autor</p> <p>4.11</p> <p>Investigación</p> | <p>Debilidades</p> | <ul style="list-style-type: none"> La formación continua de los empleados para satisfacer la demanda efectiva. Capacitar a tantos empleados como sea posible para satisfacer la necesidad | <ul style="list-style-type: none"> Capacitar al personal para dar un servicio de primera clase que permita soportar la cantidad cobrada y ganar en la guerra de precios. Motivar a los empleados con buenos salarios y los logros de carrera, lealtad y compromiso con la empresa por no querer abandonar la competencia. esto va a complicar los nuevos |
|--|---------------------------|---|--|

Investigación de Mercado

4.11.1. Método

Ya que el servicio es nuevo aun y no se poseen datos, se plantea hacer la investigación de mercado lo más completa posible, por esta razón se realizara un análisis cuantitativo y cualitativos para poder obtener la mayor cantidad y calidad de información posible.

4.11.2. Diseño de la Investigación

La investigación está diseñada de manera que con el buen manejo de fuentes secundarias confiables, se pueda estimar la demanda potencial de los productos que serán ofrecidos en la tienda de ropa.

Esa información fidedigna y de confianza es obtenida del Instituto Nacional De Estadísticas y Censos, y del sitio web del diario El Universo.

4.11.2.1. Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivo General

Determinar las necesidades de los dueños de restaurantes con respecto a la limpieza de trampas de grasa y el destino de ese desperdicio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Objetivos Específicos

Conocer los problemas que implica a los dueños de restaurantes el no limpiar este dispositivo (multas, aseo, malos olores etc.).

Conocer que tan frecuente debe hacerse la limpieza de este dispositivo.

Determinar el tiempo que se toma limpiar este dispositivo.

Conocer el funcionamiento del dispositivo.

Determinar cuáles son los atributos más relevantes que los clientes prefieren en el momento de buscar una empresa que le brinde este servicio.

Determinar que se debe hacer con ese desperdicio.

Conocer la aceptación del mercado de limpieza de trampas de grasas en restaurantes.

4.11.2.2. Tamaño de la Muestra

Para poder calcular el tamaño de la muestra y realizar las encuestas se ha tomado la fórmula de cálculo para un universo finito, ya que tenemos el universo de los clientes el cual es 7361, que es el número de restaurantes del mercado meta.

A continuación el resultado:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 10 Tamaño de la Muestra

| Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas | | | | | | | | | | |
|--|--------------------------------|---------------------------------------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|
| N [tamaño del universo] | 7.361 | ← Escriba aquí el tamaño del universo | | | | | | | | |
| p [probabilidad de ocurrencia] | 0,5 | ← Escriba aquí el valor de p | | | | | | | | |
| Nivel de Confianza (alfa) | 1-alfa/2 | z (1-alfa/2) | | | | | | | | |
| 90% | 0,05 | 1,64 | | | | | | | | |
| 95% | 0,025 | 1,96 | | | | | | | | |
| 97% | 0,015 | 2,17 | | | | | | | | |
| 99% | 0,005 | 2,58 | | | | | | | | |
| Fórmula empleada $n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde: } n_o = p^*(1-p)^* \left[\frac{z (1-\frac{\alpha}{2})}{d} \right]^2$ | | | | | | | | | | |
| Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 7361 con una p de 0,5 | | | | | | | | | | |
| Nivel de Confianza | d [error máximo de estimación] | | | | | | | | | |
| | 10,0% | 9,0% | 8,0% | 7,0% | 6,0% | 5,0% | 4,0% | 3,0% | 2,0% | 1,0% |
| 90% | 67 | 82 | 104 | 135 | 182 | 259 | 398 | 678 | 1.368 | 3.514 |
| 95% | 95 | 117 | 147 | 191 | 257 | 365 | 555 | 932 | 1.810 | 4.167 |
| 97% | 116 | 143 | 179 | 233 | 313 | 443 | 669 | 1.111 | 2.102 | 4.529 |
| 99% | 163 | 200 | 251 | 325 | 435 | 610 | 911 | 1.478 | 2.658 | 5.104 |

Elaborado por: El Autor

El número de encuestas a realizar es de 365

4.11.2.3. Técnica de recogida y análisis de datos

Exploratoria

La recogida de datos se hará mediante técnicas cualitativas y cuantitativas.

Entrevistas a profundidad a dueños de locales de comida.

Encuestas a los dueños de los locales de comida.

4.11.2.3.1. Concluyente (Encuesta)

Para realizar el estudio de mercado se eligió realizar varias entrevistas a dueños de restaurantes y unas encuestas dedicadas a dueños de los establecimientos.

En el [Anexo 1](#) se encuentra la guía de preguntas de la entrevista a los dueños de restaurantes y las preguntas de las encuestas.

4.11.2.4. Análisis de Datos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El análisis de las entrevistas a los dueños de los restaurantes se logró obtener la siguiente información:

En “El Rincón de Juanita” se entrevistó a Lenin encargado del lugar, ellos se dedican a la venta de almuerzos platos típicos y a la carta, él comentó que antes había tenido muchos problemas con la limpieza de la trampa de grasas y que ahora lo hacen todos los días los trabajadores y demoran entre 10 y 15 minutos, además que si dejan pasar un día se les acumula y eso les complica más limpiarla y demoran más y el desperdicio es en más cantidad, dice que hacen lo que dice el municipio que hagan con el desperdicio, esto es mezclarla con cal o arena y dejarla en el lugar donde recogen la basura que el basurero se lleva el desperdicio.

También comento que los carros de Interagua también hacen ese servicio pero solo del pozo séptico.

Nunca le han ofrecido un servicio de limpieza de su trampa de grasas y que estaría dispuesto a probar el servicio si no es muy costos, costos para él es \$30 ya que los colaboradores lo pueden hacer.

(\$15 le parece un precio razonable)

Otro de los restaurantes entrevistados es el restaurante Mi Cronchito, se dedica a la venta de almuerzos y pollo asado, en la cual la dueña dice haber tenido muchos problemas al principio del negocio con la trampa de grasas, incluso se le llevo a tapar el dispositivo y a rebosarse el líquido.

La limpieza la realizan los empleados pasando un día y el desperdicio lo sacaban en fundas plásticas para que se lo lleven los chicos de la basura que limpian por las calles del

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

centro a los cuales les daba \$2 más 2 platos de comida y eso hacían los vecinos también hasta que los descubrieron a los chicos y amenazaron con botarlos del trabajo y ya no quisieron hacerse cargo del desperdicio.

Menciona también que todos los restaurantes reciben visitas de los encargados por el municipio de aseo cantonal y toman fotos a las trampas de grasas y han llegado a multar a vecinos y que ellos deben tener cal o arena con lo que demuestran que limpian la trampa.

Dice que nadie les ha ofrecido el servicio nunca y que no sabe de empresas que se dediquen a esto pero que ella está dispuesta a pagarle a una que le quite de encima ese problema y que \$15 dólares le parece bien por la limpieza unas 2 veces por semana.

4.11.2.5. Resumen e interpretación de resultados

¿Ha tenido problemas con el funcionamiento de la trampa de grasa de su local?

Ilustración 11 Pregunta 1



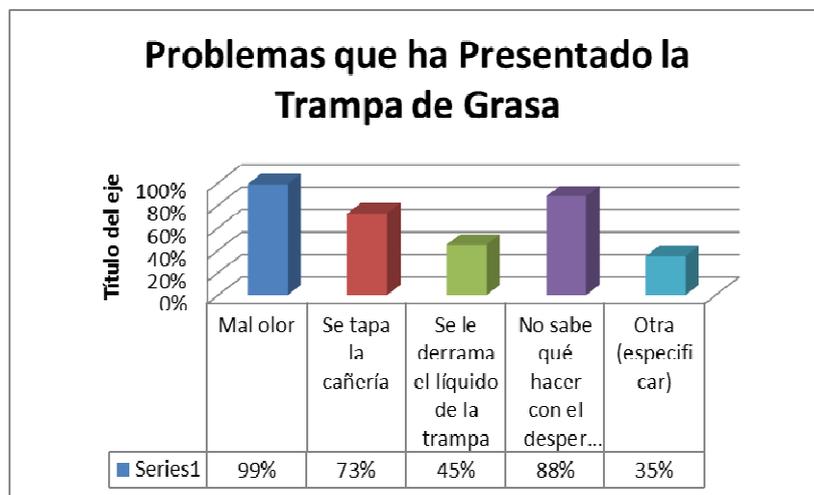
Elaborado por: El Autor

Esta era la pregunta filtro para empezar a encuestar a los restaurantes, de ahí por eso el 100%

¿Qué problemas le ha presentado la trampa de grasa?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 12 Pregunta 2



Elaborado por: El Autor

Esta pregunta era para saber qué tipos de problemas habían tenido con la trampa de grasa, y saber si había otros problemas que el servicio de limpieza no podría ayudar a solucionar.

En el literal otros se encontraron los siguientes problemas:

Quien se la limpia

Multas

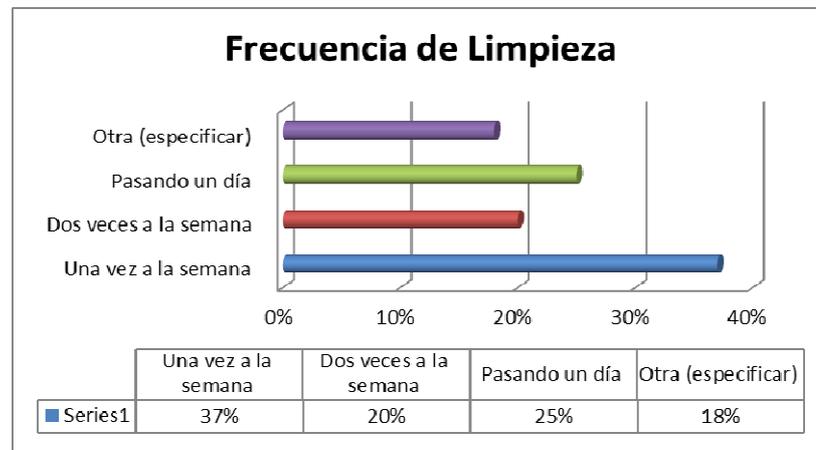
Llamadas de atención

Como se puede apreciar en el grafico todos esos problemas desaparecerían al contratar el servicio, incluso las que no estaban tomadas en cuenta.

¿Con qué frecuencia se limpia la trampa de grasa de su local?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 13 Pregunta 3



Elaborado por: El Autor

La frecuencia de limpieza es muy importante para saber qué tan a menudo podrían contratar el servicio.

Si se une las de mayor frecuencia que son pasando un día y dos veces por semana dan un total de 45% que es aceptable para la cantidad de clientes que existen.

En la opción otros, se obtuvo respuestas como de:

Hacen limpiezas todos los días.

Limpieza no muy a menudo (de vez en cuando, cuando se acuerdan, etc.)

¿Quién le hace el trabajo de limpieza de la trampa de grasa?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 14 Pregunta 4

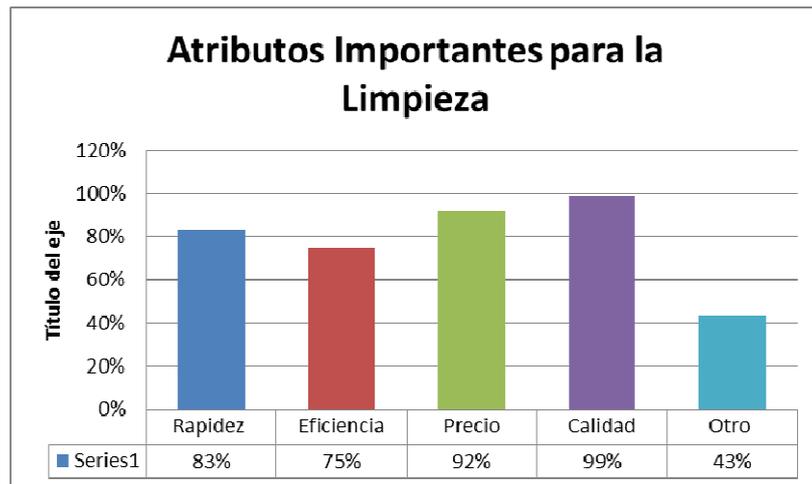


Elaborado por: El Autor

Esta pregunta era para saber si existía competencia en el mercado; no se había tomado en cuenta que los dueños también hacen la limpieza, ya que como ellos dicen hay empleados que no colaboran con esa limpieza y ellos tienen que hacerlo, y se ha añadido a la tabulación.

¿Qué atributos son importantes a la hora de la limpieza de la trampa de grasa?

Ilustración 15 Pregunta 5



Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los atributos más importantes para los clientes siempre serán calidad y precio, pero en este caso la rapidez es muy importante ya que es un negocio en el cual hay que estar activo y vendiendo a cada momento.

Se ha colocado el ítem otros para observar si los clientes tienen otra preferencia aparte de las que se han tomado en cuenta, y se obtuvo lo siguiente:

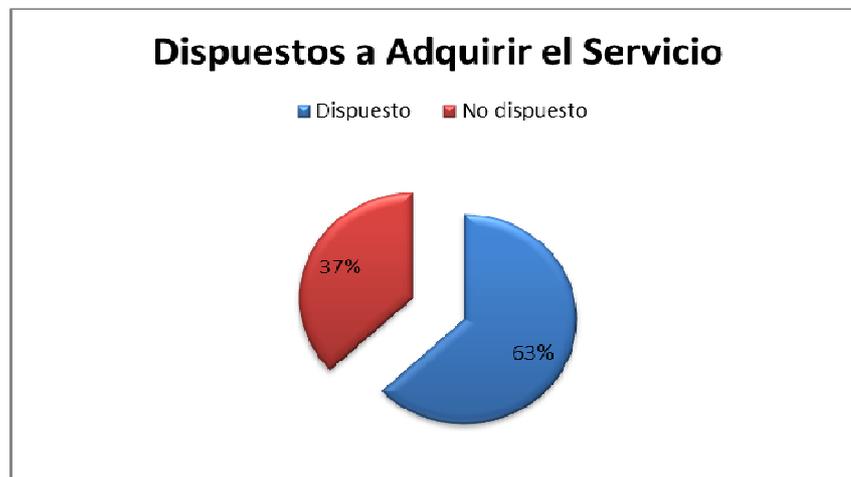
Horario

Disponibilidad

Se puede concluir que aparte de los atributos tomados en cuenta la disponibilidad y el horario son muy importantes ya que algunos tienen su negocio abierto la mayor parte del tiempo.

¿Estaría dispuesto a adquirir este servicio?

Ilustración 16 Pregunta 6



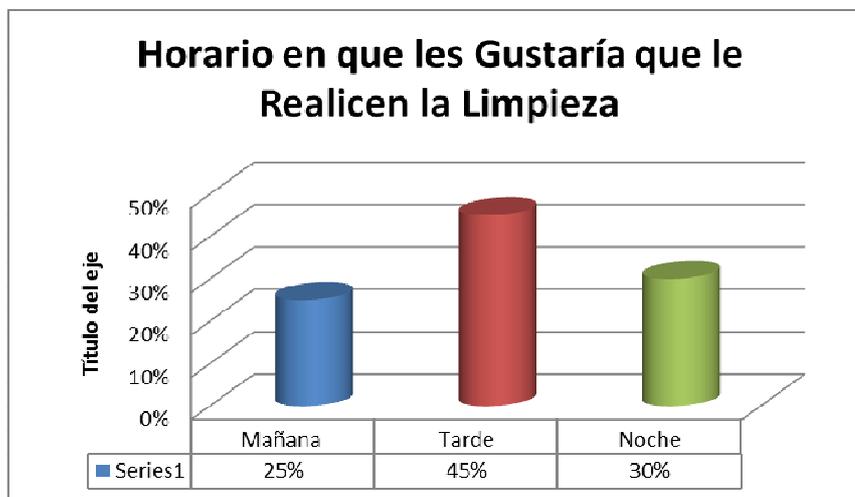
Elaborado por: El Autor

Se ha obtenido una aceptación muy favorable de parte de los clientes con el 63%.

¿En qué horario le gustaría que le brinden este servicio?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 17 Pregunta 7



Elaborado por: El Autor

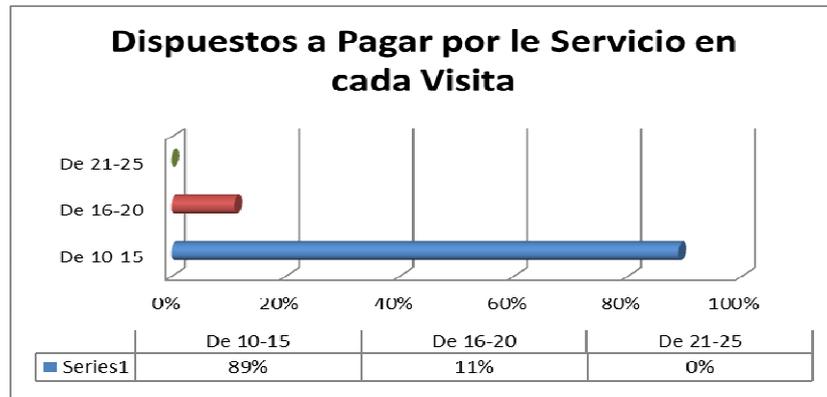
Esta pregunta y las siguientes fueron hechas solo al 63% de los encuestados que estarían dispuestos a adquirir el servicio.

El horario es muy variado ya que hay restaurantes que venden desayunos otros almuerzos y otros todo el día, pero se obtuvo que haya un tiempo en la tarde después del almuerzo en el cual se dedican a hacer la limpieza y que prefieren que en ese momento se les brinde el servicio, a la mayoría.

¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a pagar por este servicio en cada visita?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 18 Pregunta 8

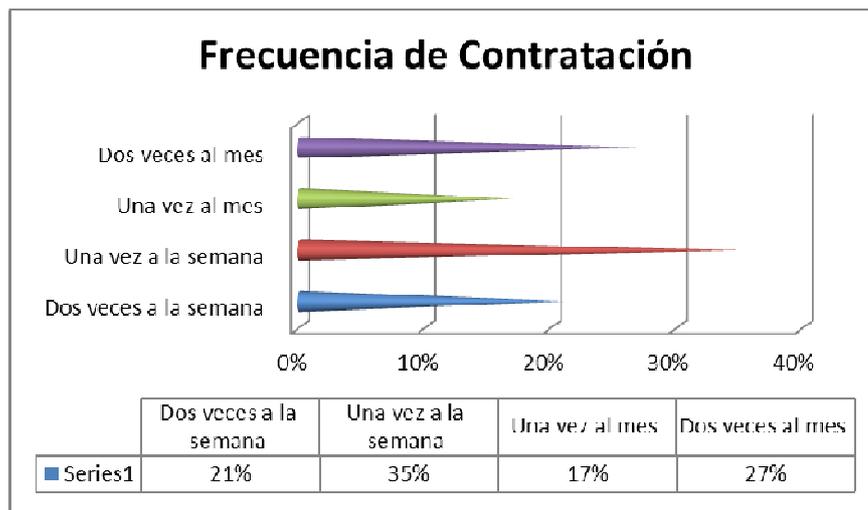


Elaborado por: El Autor

Se puede observar que en esta pregunta del 63% dispuesto a adquirir este servicio el 89% han escogido la primera opción que es de 10 a 15 dólares la limpieza, y en esta propuesta de negocio se plantea trabajar con una estrategia de descreme de precio, se utilizara el máximo que es \$15 para los puntos futuros.

¿Con qué frecuencia contrataría el servicio?

Ilustración 19 Pregunta 9



Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La frecuencia de contratación cambia mucho con la frecuencia en que los clientes hacen la limpieza, ya que en esta deberán tener un costo adicional, pero del 63% dispuestos a contratar el servicio lo harían por lo menos una vez al mes.

4.11.3. Conclusiones de la Investigación de Mercado

En esta investigación de mercado se puede observar que el 63% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir el servicio por lo menos una vez al mes por un precio de 10 a 15 dólares y con una disponibilidad de horario a conveniencia de los mismos, y que debe de ser rápido y de buena calidad.

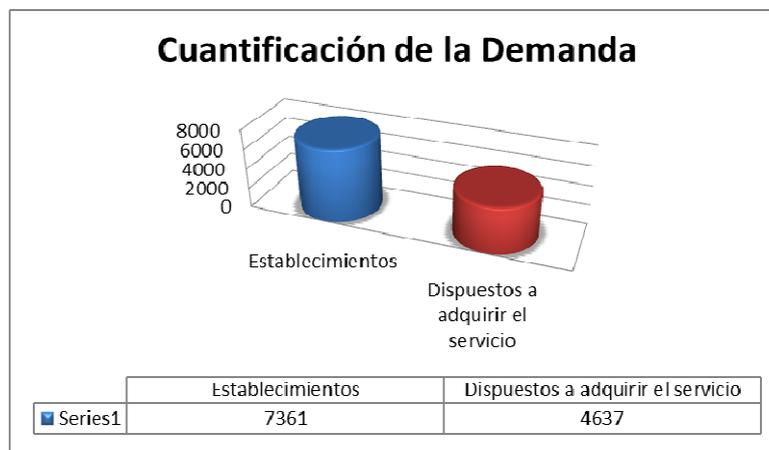
4.11.4. Recomendaciones de la Investigación de Mercado

Se recomienda tener flexibilidad de horario para los clientes, además de tener un personal capacitado para realizar la limpieza.

4.12. Cuantificación de la Demanda

Dado que el total de establecimientos es de 7631 locales y que de este número solo el 63% está dispuesto a adquirir el servicio se obtiene una demanda de 4637 locales en el mercado.

Ilustración 20 Cuantificación de la Demanda



Elaborado por: El Autor

4.12.1. Identificación del Mercado Potencial y la Demanda Potencial

Insatisfecha

Ya que el mercado es nuevo y no se posee dato alguno, se puede decir que el mercado potencial y la demanda potencial insatisfecha son la misma demanda con la cual se pretenderá trabajar.

4.12.2. Proyección de Ventas a Cinco Años o Tiempo que Establezca el Playback

Por ser un mercado en exploración, no poseer experiencia, logística y capacidad de la empresa se pretenderá trabajar con un total de 464 locales al comienzo, ya que se pretende dividir esta demanda para 6 días de la semana y para los 3 grupos de limpieza dando un total de 26 locales diarios a cada grupo de limpieza; esto dado que el negocio recién empieza y se pretende hacer un servicio de calidad no de cantidad.

Hay que tomar en cuenta que los objetivos de la compañía es crecer en un 10% anual.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ya que no se posee datos acerca de que tan frecuente se contrata este servicio se va a SUPONER de acuerdo a las encuestas realizadas que se contrata una vez por semana ya que ese fue el porcentaje más alto de contratación y a un valor de \$60 mensual.

Con esta introducción se va a obtener lo siguiente:

Tabla 15 Proyección de Ventas

| Años | Numero de Restaurantes | Porcentaje de Crecimiento | Valor Mensual | Valor Anual |
|------|------------------------|---------------------------|---------------|-------------|
| 2014 | 464 | 10% | 27840 | 334080 |
| 2015 | 510,4 | | 30624 | 367488 |
| 2016 | 561,44 | | 33686,4 | 404236,8 |
| 2017 | 617,584 | | 37055,04 | 444660,48 |
| 2018 | 679,3424 | | 40760,544 | 489126,53 |

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

Objetivo General:

Posicionar la empresa en mente de los consumidores y ganar participación en el mercado.

Objetivos Específicos:

Elaborar una estrategia de lanzamiento para introducir el servicio al mercado.

Crear estrategias BTL para dar a conocer el servicio.

Preparar promociones electrónicas para posicionar la empresa.

Aplicar estrategias de Clienting para fidelizar a los clientes.

Aplicar estrategias de trading para introducir el servicio al público.

Análisis y aplicación del marketing mix para el servicio.

5.1.1. Mercado Meta

5.1.1.1. Tipo y Estrategias de Penetración

Dada la particularidad del servicio el cual entra a un mercado sin explorar, es decir que no ha sido saturado por competidores y la tasa de uso del servicio se puede elevar de manera significativa, lo que se pretende es hacer ofertas y promociones a gran escala para captar la mayor parte del mercado, dar descuentos promocionales por apertura, visitas de vendedores a la mayor cantidad de restaurantes posibles para ofrecer el servicio.

Campaña de marketing electrónico constante, mailing a la mayor cantidad de clientes posibles.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

De esta manera se entrará al mercado con publicidad intensiva para captar gran cantidad de clientes y maximizar las ventas.

5.1.1.2. Cobertura

La distribución selectiva es cuando dentro de un área geográfica se escoge un número determinado de puntos de venta para los productos o servicios.

Dado esta introducción se establece que la cobertura es la ciudad de Guayaquil ya que los clientes están dispersos en cada rincón de la misma (Norte, Sur, Centro).

5.2. Posicionamiento

5.2.1. Estrategia de Posicionamiento

La estrategia de este servicio para llegar a ganar a una parte en la mente del consumidor se va a basar en la calidad brindada, ya que el costo del servicio es constante, lo que se pretende es que ese costo se vea reflejado en la calidad del servicio, ya que el cliente percibirá que está obteniendo un servicio de primera, además del seguimiento post venta que dará la seguridad y la sensación de que este servicio en realidad se preocupa por sus clientes.

5.2.2. Valoración del Activo de la Marca (BAV)

El valor de la marca es un plus para las compañías, ya que es la forma por la que el consumidor conoce a la marca y da valor.

Hay 5 pilares para conocer el BAV. (Diferenciación, Energía, Relevancia, Estima, Conocimiento).

El BAV de la empresa tiene estos 5 pilares bien establecidos para que el cliente pueda valorar la marca.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Diferenciación: Bluebee se va a distinguir de otros ya que tiene como imagen una abeja, y dará la connotación de que es trabajadora y responsable con el ecosistema, por ser un servicio que trata con el agua da énfasis en la diferenciación.

Energía. Este servicio pretende brindarse a todos los restaurantes de la ciudad además de hoteles y centros comerciales en el futuro, Bluebee va a poder satisfacer las necesidades futuras.

Relevancia. Por ser una abeja de color azul llamara la atención de las personas además de que será una sensación nueva de servicio de calidad con responsabilidad social y ambiental.

Estima: Bluebee se ganara el cariño de los clientes y del resto del mercado por su preocupación ambiental y social.

Conocimiento: Dado que una de las estrategias del servicio es crear vínculos con el cliente, podrá ser conocida y conocer a los clientes.

5.3. Marketing Mix

5.3.1. Estrategia de Producto o Servicios

Con el cambio del mercado se crean nuevos segmentos con nuevas necesidades; una demanda capaz de exigir a la oferta un cambio o una actualización.

Eso es lo que está pasando en el mercado de las trampas de grasas, antes eran exigencias de locales muy grandes, ahora todos los locales que tengan manipulación de grasas deben tener una dispositivo de estos.

Por esta razón se pretende ofrecer la limpieza y mantenimiento de trampas de grasa para restaurantes, efectuado por personas con experiencia y capacitados para ello ya que este

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

problema es de carácter urgente y tiene implicado el aseo, la limpieza debe ser lo más impecable y continuo posible (ej. dos veces por semana) utilizando productos de calidad y que aseguren una satisfacción a los clientes, es decir que ellos puedan percibir que es un servicio de primerísima calidad, para que el costo del servicio se vea reflejado en la operación realizada.

El cliente se va a dar cuenta que ha obtenido un servicio de primera y que le quitará esa preocupación diaria de qué hacer con ese desperdicio.

Se medirá este servicio de acuerdo a la satisfacción y fidelidad del cliente y se hará un seguimiento post venta para tomar correctivos y mejoras.

5.3.1.1. Descripción del Producto / Servicio.

Consiste en brindar una limpieza de trampas de grasa efectiva y confiable ofreciendo siempre lo mejor para su mantenimiento, realizando así un vínculo con el cliente para hacer que esa relación sea más de cooperación que de trabajo.

Tabla 16 Descripción del Servicio

| Descripción del servicio | |
|---------------------------|--|
| SERVICIO ESENCIAL | Limpieza de trampas de grasa realizada por extracción y saneamiento del dispositivo. |
| SERVICIO REAL | Limpieza de trampas de grasa efectuado por un personal capacitado para ofrecer un servicio de primera. |
| SERVICIO AUMENTADO | Limpieza de trampas de grasa con un seguimiento post venta a los clientes para saber sus inquietudes además de capacitarlos para que utilicen de manera eficiente los productos. |

Elaborado por: El Autor

5.3.1.2. Adaptación o Modificación del Producto.

El servicio de limpieza de trampas de grasa no podrá adaptarse mucho a los requerimientos del cliente, excepto a los días que requiera el servicio; pero el costo será el mismo.

5.3.1.3. Empaque.

Es un servicio el cual no aplica el empaque, pero el logo de la empresa estará situado en cada carro recolector y cada trabajador de la empresa.

5.3.1.4. Amplitud y Profundidad de Línea.

El servicio solo tendrá una línea, la cual será la limpieza de trampas de grasas, va a variar solo en los requerimientos de los clientes en cuanto a la frecuencia de limpieza.

5.3.1.5. Marcas y Submarcas.

La marca del servicio es solo una, la cual será el nombre comercial de la empresa que es:

Bluebee

5.3.2. Estrategia de Precios.

Se utilizara la estrategia de desceme de precios ya que las características del mercado ayudan favorablemente para su aplicación.

Entonces, esta estrategia de descremado de precios consiste en fijar el precio más alto que los clientes puedan pagar por el servicio para que sea adquirido por aquellos compradores que realmente desean el producto y tienen la capacidad económica para hacerlo.

Esta estrategia de precios tiene varios propósitos, por ejemplo: Proveer márgenes de utilidad sanos (para recuperar los costos de investigación y desarrollo), connotar alta calidad,

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

restringir la demanda a niveles que no rebasen las capacidades de producción de la compañía, proporcionar flexibilidad a la empresa.

5.3.2.1. Precios de la Competencia.

La competencia de este negocio se ha fijado en clientes muy grandes como centros comerciales y hoteles y pozos sépticos, se ha olvidado de este nicho y el precio que ellos le cobran a estos locales comerciales y clientes es elevado.

Esto hace que se pueda poner un precio a este servicio sin preocuparse de los competidores y se pueda aplicar el descreme de precio con éxito.

El precio que circula en el mercado por pozos sépticos es de \$250 y con una capacidad de 10 metros cúbicos.

5.3.2.2. Poder Adquisitivo del Mercado Meta.

Por ser una empresa dedicada a ofrecer sus servicios a otra empresa, el costo de la limpieza sería un gasto de operación de estos locales comerciales, entonces se deduce que el poder adquisitivo estaría en el presupuesto de los mismos ya que se brindara el servicio a restaurantes ya establecidos.

5.3.2.3. Expectativa de los Accionistas.

Las expectativas de las accionistas son:

- Crecer un 10 por ciento en lo que respecta a ventas en cada año.
- Incrementar el número de carros recolectores a un número de 8 después del 5 año y acaparar más mercado y poder expandirse rápidamente.
- Implementar, después del quinto año, la limpieza para hoteles y centros comerciales.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Además de en el futuro poder hacer abono con el material recolectado.

5.3.2.4. Políticas de Precio.

Para la política de precio se podrá establecer que el precio no se tocara y que será de \$15.

5.3.2.5. Método de pago

El pago se realizara mediante el respaldo de un deposito en cuentas de la empresa, este será el único requisito para realizar la limpieza.

5.3.3. Estrategia de Plaza.

5.3.3.1. Localización.

La empresa estará ubicada en Ecuador, específicamente en la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a las exigencias de los clientes se podrá esparcir por todo el territorio ecuatoriano poniendo sucursales en donde se necesite del servicio.

5.3.3.1.1. Macro Localización.

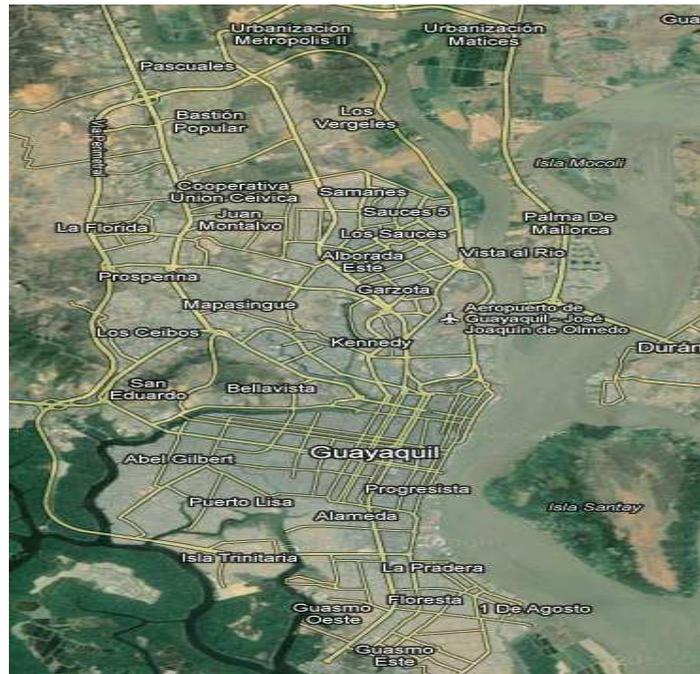
Guayaquil, oficialmente Santiago de Guayaquil, es la ciudad más poblada y más grande de la República del Ecuador, es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, político, cultural, y de entretenimiento.

La ciudad de Guayaquil está compuesta de 344,5 km² de superficie, de los cuales 316,42 km y se destaca entre las ciudades ecuatorianas por su elevado uso de tránsito masivo, y por su densidad total y la diversidad de su población. El puerto de la ciudad es uno de los más importantes de la costa del Pacífico oriental. El 70% de las exportaciones privadas del país sale por sus instalaciones, ingresando el 83% de las importaciones. Además, por su

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

posición de centro comercial, se ha denominado a la ciudad como la "capital económica del país" esto es debido a la cantidad de empresas, fábricas, y locales comerciales que existen en toda la ciudad.

Ilustración 21 Macro Localización



Fuente: Google Maps

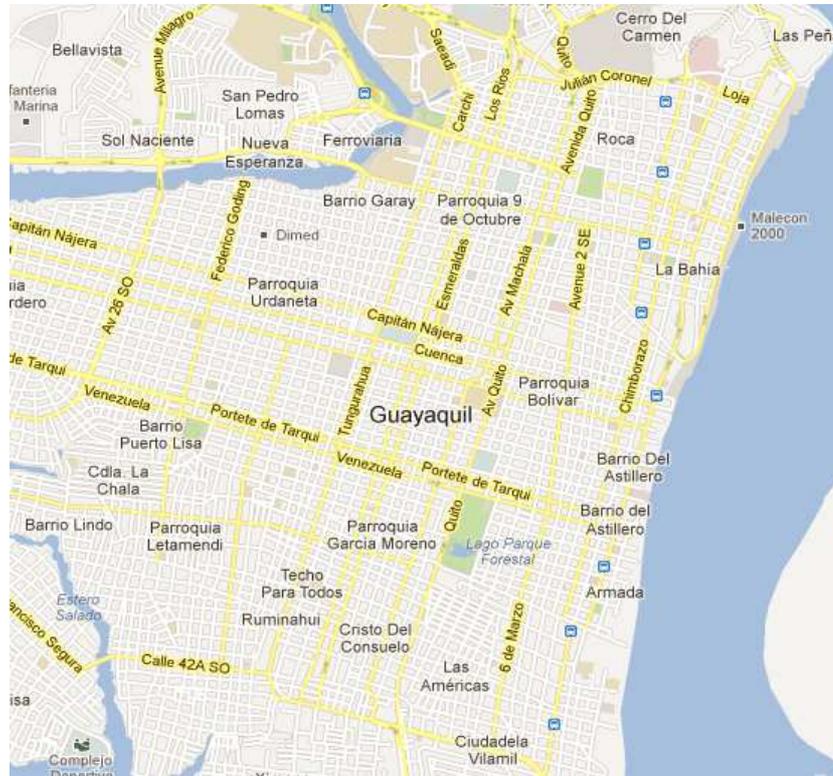
Elaborado por: El Autor

5.3.3.1.2. Micro Localización

En la ciudad de Guayaquil específicamente en el centro de la ciudad estará ubicada la compañía, es un lugar estratégico ya que es zona comercial bancaria.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 22 Micro Localización



Fuente: Google Maps

Elaborado por: El Autor

5.3.3.1.3. Ubicación

La empresa estará ubicada exactamente en las calles Víctor Manuel Rendón y General Córdoba, un edificio esquinero que se especializa en el alquiler de oficinas. Esta parte pertenece a la regeneración urbana de la ciudad y cuenta con acceso por todos los sectores de la ciudad, sumado a esto se encuentra en el centro del sector bancario.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 23 Ubicación



Fuente: Google Maps

Elaborado por: El Autor

5.3.3.1.4. Distribución del Espacio

El espacio será una oficina muy grande, la cual se dividirá en 4 oficinas, los baños, recepción y una sala de espera.

Los detalles se muestran continuación:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 24 Distribución del Espacio



Fuente: Floor Plan

Elaborado por: El Autor

5.3.3.2. Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1. Canales de Distribución

Por ser un servicio que se prestara para otras empresas no se va a tener canales de distribución, pero se va a tener agentes de ventas que se encargaran de ofrecerle el servicio a cada cliente.

5.3.3.2.2. Logística

La logística del servicio será establecida con los choferes y los agentes vendedores los cuales escogerán las mejores rutas para realizar el servicio de la forma más óptima, ya que el servicio se va a brindar a toda la ciudad.

La logística se dividirá en 3 zonas:

Zona norte: Se encargara de brindar servicio a los restaurantes del norte de la ciudad.

(Alborada Sauces, Garzota, etc.)

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Zona centro: Se encargara de brindar el servicio a los restaurantes del centro de la ciudad. (Junín, Boyacá, Bahía, etc.)

Zona sur: Se encargara de brindar servicio a los restaurantes del sur de la ciudad.

5.3.3.2.3. Red de Ventas

La red de ventas de la compañía se llevara a cabo por los agentes vendedores que serán los encargados de dar a conocer el servicio.

Se encargaran de llevar un registro por cada establecimiento y de un seguimiento post venta.

5.3.3.2.4. Políticas de Servicio al Cliente

Los agentes vendedores estarán a cargo de esta política de servicio al cliente, en la cual con el registro tomado de cada cliente se podrá hacer cada corrección y se tomaran conclusiones al respecto.

Los agentes se encargaran de brindarles la confianza necesaria a los clientes para que puedan dar sus quejas y reclamos con toda la confianza

5.3.4. Estrategias de Promoción

5.3.4.1. Estrategias ATL y BTL

Por la naturaleza del servicio, la mejor opción sería una actividad de promoción y publicidad BTL ya que estas impactan directamente en el público objetivo, será transmitido de una manera diferente y poco convencional para enganchar al cliente.

Tabla 17 Estrategia BTL

| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | FECHA DE REALIZACION | COSTO |
|------------------------|--|---------------------------------|---------------|
| Campaña de expectativa | Se creara en la ciudad de Guayaquil una serie de 3 | En el primer mes de iniciada la | \$2000 USD |

| | | |
|---------------------|--|---------|
| mediante dibujos 3d | dibujos en 3d para causar la expectativa de todos y de los medios de comunicación para dar a conocer el servicio | empresa |
|---------------------|--|---------|

Elaborado por: El Autor.

5.3.4.2. Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria

La propuesta publicitaria de Bluebee es posicionar la calidad del servicio como de primera, para que el cliente pueda reconocer el servicio y se sienta satisfecho.

El slogan de la empresa es:

Tu elección más confiable, por un entorno más limpio. Bluebee

Ilustración 25 Logo Bluebee



Elaborado por: El Autor

5.3.4.3. Promoción de Ventas

Se pretende dar demostraciones en donde los clientes puedan observar el funcionamiento del servicio (en el lanzamiento se sortearan 3 limpiezas donde podrán asistir los clientes, una en el norte otra en el sur y en el centro de la ciudad). Del nicho de mercado se

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

sorteara en donde se hará la demostración del servicio y que participen la mayoría de los clientes sin compromiso.

Tabla 18 Promoción de Ventas

| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | FECHA DE REALIZACION | COSTO |
|--|---|---|-----------|
| Demostración del funcionamiento del servicio | Se sorteara entre los clientes del nicho a 4 clientes para ir a hacerle una demostración del servicio mientras los demás clientes pueden observar | En las cuatro primeras semanas de iniciada la empresa | \$300 USD |

Elaborado por: El Autor

5.3.4.3.1. Venta Personal

La venta y promoción de este servicio se hará personalmente, en donde los vendedores darán a conocer el servicio de forma directa con el cliente.

Tabla 19 Venta Personal

| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | FECHA DE REALIZACION | COSTO |
|----------------|---|----------------------|--|
| Venta personal | Se llevara a cabo por los agentes vendedores, los cuales explicaran y estarán capacitados para cada pregunta de los clientes. | Permanente | Dependerá de la cantidad de vendedores |

Elaborado por: El Autor

Los agentes vendedores irán a visitar preparados con toda la información sobre el servicio y adicionalmente llevaran unos folletos en los que se detallara el servicio e información importante.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 20 Folletos

| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | FECHA DE REALIZACION | COSTO |
|----------------|-------------|----------------------|-------|
| Venta personal | Folleto. | Permanente | 100 |

Elaborado por: El Autor

5.3.4.3.2. Trading

Por única vez en el año se llevara a cabo en la feria de Durán una demostración del servicio la cual se presentara para todo el público en general

Tabla 21 Trading

| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | FECHA DE REALIZACION | COSTO |
|-----------|--|----------------------|-------|
| Trading | Se llevara a cabo en la feria de Durán | Una sola vez | 5000 |

Elaborado por: El Autor

5.3.4.3.3. Clienting

El Clienting está especificado en puntos anteriores, los cuales serán de forma limitada.

5.3.4.4. Publicidad

5.3.4.4.1. Estrategia de Lanzamiento

Bluebee pretende organizar una reunión con los dueños de los restaurantes para presentarles el servicio, darles un pequeño coffee break y conversar con ellos sobre la importancia de este servicio y de la solución propuesta.

El propósito de la reunión muy aparte de la presentación de la empresa y lo que brinda, es obtener información sobre los clientes.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 22 Estrategia de Lanzamiento

| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | FECHA DE REALIZACION | COSTO |
|-------------|--|----------------------|-------|
| Lanzamiento | Se llevara a cabo en un salón de Guayaquil en el que se invitaran a medios de comunicación y dueños de restaurantes. | Una sola vez | 1000 |

Elaborado por: El Autor

5.3.4.4.2. Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

Dado que los clientes son restaurantes, y este tipo de negocio tiene como características ser “esclavizante” por la cantidad de tiempo que toma administrarlo la compañía utilizara el internet como medio ya que tiene bajos costos y los clientes podrán revisarlo a través de una computadora desde su hogar. Se tomara un presupuesto para efectuar marketing online, posicionando la página de la compañía e invirtiendo en enlaces patrocinados. Además, dentro de esta página se diseñará un video donde va a estar una muestra del servicio el tiempo que toma y el concepto del mismo. Este video también estará en YouTube para que lo puedan apreciar personas que busquen palabras claves como trampa de grasa, limpieza etc.

El plan publicitario tendrá mayor énfasis en el marketing online, promocionando la tienda en las redes sociales, website, Google Adwords, y mailing. Sin dejar a un lado la publicidad de medios impresos como son los flyers que se los entregara el agente vendedor a la hora de las visitas.

Tabla 23 Plan de Medios

| ACTIVIDAD | DESCRIPCION | FECHA DE REALIZACION | COSTO |
|-----------|-------------|----------------------|-------|
|-----------|-------------|----------------------|-------|

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|----------------|---|------------|--------------------------------------|
| Plan de medios | Se enfocara en el marketing electrónico | Permanente | 300 de la pagina 100 por actividades |
|----------------|---|------------|--------------------------------------|

Elaborado por: El Autor

5.3.4.4.3. Mindshare

Mindshare es el porcentaje del total del conocimiento o recuerdo publicitario (o de marca) que posee un producto dentro de una categoría.

En el caso de este servicio no se puede pensar en Mindshare ya que en este mercado no hay empresas consolidadas que brinde este servicio como para compararse porcentualmente, lo que si se espera en el mercado es ser un top off mind.

Top off mind concepto: Primera marca que responde un encuestado al preguntarle por una categoría de productos o servicios. (J, Mondría; Diccionario De La Comunicación Comercial)

Bluebee espera obtener al preguntarles a los clientes sobre este servicio de respuesta es su nombre comercial

¿Cómo se hará? La empresa se enfocara en dar un servicio de primera y fidelizar a los clientes para quedarse gravado es sus mentes.

5.3.4.4.4. Publicidad Blanca

Concepto: Publicidad indirecta o no comercial, lograda por procedimientos de relaciones públicas e información periodística. (J, Muños; Nuevo Diccionario De Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Corporativa)

Invitar en el evento de lanzamiento a medios de comunicación para que puedan cubrir la nota gratuitamente.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Por ejemplo a la revista Lideres, el periódico la metro etc.

5.3.4.4.5. Merchandising

Concepto: Es el conjunto de técnicas que facilitan la comunicación entre fabricantes, distribuidor y consumidor en el punto de venta y, a la vez, potencia la venta del producto. (H, Salen; Los Secretos Del Merchandising Activo O Como Ser El Numero Uno En El Punto De Venta)

Por la naturaleza de este servicio no se va a tener un punto de venta fijo, todo será realizado por agentes vendedores.

Por esta razón no aplica el Merchandising.

5.3.4.4.6. Relaciones Públicas

Esta se dará a conocer por medio de la página de la compañía, en donde se invitara al público en general a observar cómo se hace el servicio, los materiales utilizados etc., por medio de videos en YouTube.

5.3.4.4.7. Marketing Relacional

Este se llevara a cabo por parte de los agentes vendedores que se encargaran de hacer un seguimiento post venta para establecer una relación de confianza con ellos, en donde se tendrá un documento con todos los datos de cada cliente en caso de que el agente vendedor ya no trabaje en la empresa.

Estos datos estarán plasmados en un CRM que la empresa utilizara para poder implementar estrategias por clientes y ofrecerles promociones de lo que les hace falta del servicio.

5.3.4.4.8. Gestión de Promoción Electrónica del Trabajo

E-marketing

La idea es de tratar de introducir el servicio al mercado de manera intensiva, esto se llevara a cabo por medio de: Posicionamiento en buscadores, para que de esta manera cada que una persona ponga palabras claves (como por ejemplo trampas de grasas) entre las opciones principales aparezca la empresa y su servicio.

Convenio con los clientes, se harán convenio con clientes a los cuales se les dará un descuento a cambio de que dejen publicar un pequeño anuncio de la compañía en su página web para dar a conocer más al servicio.

Mailing, se tomaran los datos de los clientes para tener un CRM en el cual mandaremos mail dando promociones descuentos e información sobre el servicio.

5.3.4.4.8.1. Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Bluebee tiene competidores indirectos que están enfocados en otro segmento y en sus pag webs son información básica, lo que hacen, los productos y servicios y una portal para contactarse.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 26 Promoción Electrónica de la Competencia 1

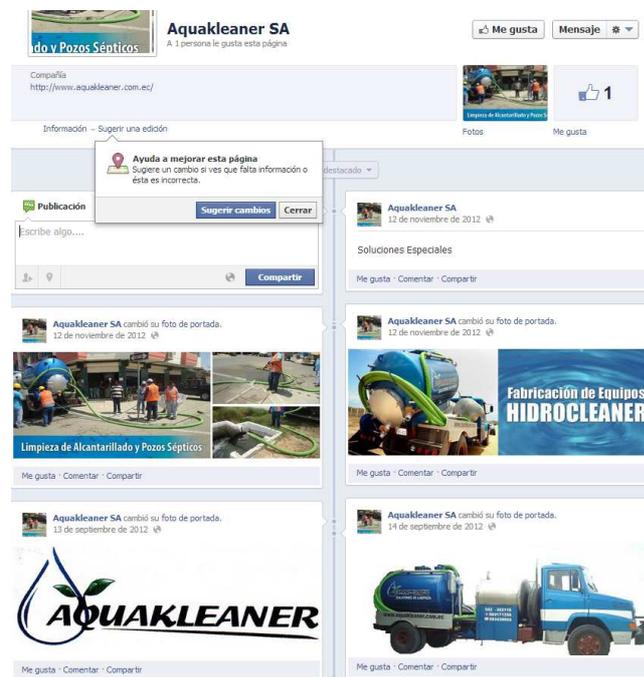


Fuente: Bestnegsa S.A

Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 27 Promoción Electrónica de la Competencia 2



Fuente: AQUAKLEANER S.A

Elaborado por: El autor

5.3.4.4.8.2. Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La Página Web de Bluebee será en español y constará de un menú con 6 páginas, las cuales son: Inicio, información de la empresa (Misión, Visión), servicios y productos, en el caso de ser clientes puede ver su consumo también valores a pagar y recomendaciones que hace la empresa (solo podrá ingresar con clave y es solo para la empresa) y por ultimo como contactar a la empresa, chats, información, preguntas.

5.3.4.4.9. Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

Bluebee tendrá fanscuentas en las principales redes sociales como Facebookpages, Twitterpages, donde se enfocara en sus clientes, los restaurantes que tengan cuentas para que

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

puedan conocer a la empresa y sus servicios. En YouTube, con el objetivo de mostrar mediante videos la calidad de servicio ofrecido, buscando con palabras claves como limpieza, trampas de grasas etc.

En las páginas sociales la empresa publicara novedades sobre el servicio además de datos interesantes sobre limpieza y promociones para captar la atención de los clientes y de esta manera posicionar a la compañía en mente de los consumidores.

5.3.4.4.9.1. Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales

Bluebee tendrá fanscuentas en las principales redes sociales como Facebookpages, Twitterpages, donde se enfocara en sus clientes, los restaurantes que tengan cuentas para que puedan conocer a la empresa y sus servicios. En YouTube, con el objetivo de mostrar mediante videos la calidad de servicio ofrecido, buscando con palabras claves como limpieza, trampas de grasas etc.

En las páginas sociales la empresa publicara novedades sobre el servicio además de datos interesantes sobre limpieza y promociones para captar la atención de los clientes y de esta manera posicionar a la compañía en mente de los consumidores.

5.3.4.4.9.2. Marketing Social

Bluebee buscará y diseñará un plan de marketing social que beneficie a todas las partes involucradas a la empresa. Para ello, es necesario realizar un exhaustivo análisis que será mencionado en los siguientes capítulos.

5.3.5. Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Estos costos están empleados en cada actividad en los puntos anteriores, Dando un total de \$10000.

Los únicos valores del presupuesto que serán fijos y que dependerán del negocio son:

- Ventas personales
- Actividades del E-marketing

Que van a variar de acuerdo a las actividades del negocio.

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

6. PLAN OPERATIVO.

6.1. Producción.

6.1.1. Proceso Productivo.

Visita de los agentes vendedores.

Es el comienzo del proceso productivo del negocio, en esta parte del proceso el vendedor deberá ofrecer el servicio, los beneficios y persuadir al cliente de contratar el servicio.

Contratación del servicio.

Si el cliente acepta la prestación del servicio, se procede a recolectar los datos necesarios para poder prestarle el servicio, estos datos serán enviados a la oficina para planear la visita a los clientes.

Planeamiento de visita para la limpieza.

En esta parte del proceso se ingresan los datos del cliente, la disponibilidad de su tiempo y su dirección para escoger la mejor manera de hacer la visita y que convenga a las dos partes, y tomar las mejores opciones para coordinar la visita con el cliente.

Coordinar la visita con el cliente.

Con la llamada al cliente se ofrecerán las más las opciones más convenientes para ambos, de ahí se verifican los datos y se le explica cómo se debe hacer el pago y por último se planea la visita con hora y fecha.

Visita y recolección de datos y pago.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En la visita va un grupo de limpieza listo para ofrecer el servicio, y recoge datos para llevar un registro de ese cliente para tener un CRM, se recolecta el pago que debe estar hecho en un depósito para poder proceder a la prestación del servicio.

Prestación del servicio.

El personal de limpieza procede a hacer la extracción de la trampa de grasa, seguido por la limpieza manual que se encargará de dejar el dispositivo en óptimas condiciones para su funcionamiento, el equipo de limpieza tomará foto del dispositivo antes y después de la limpieza para el registro de la empresa y el seguimiento post venta. Cabe recalcar que en este punto después de brindar el servicio y los carros estén llenos de este desperdicio se los llevara a descargar a una planta de tratamiento de aguas residuales.

Seguimiento post venta.

En este paso los agentes vendedores visitaran a los clientes para hacerle un seguimiento al servicio prestado y obtener información sobre la percepción de los clientes y para saber si es que existe un problema o desconformidad y hacer las respectivas correcciones.

Correcciones.

En caso de que existiera desconformidad y se necesite hacer correcciones se las hará en la posterior visita para luego archivar.

Archivado.

Se archiva la visita de cada cliente con todos los datos para llevar un registro interno de los clientes.

6.1.2. Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La compañía para poder funcionar tendrá un período pre-operacional en el que se desarrollarán diferentes actividades necesarias para la apertura del negocio, tales como: el alquiler de un local para funcionamiento de las oficinas, adecuaciones, ubicación de los equipos, archivadores, etc.

Para todo esto se necesitarán los siguientes equipos y enseres:

Tabla 24 Materiales de Oficina

| MATERIALES DE OFICINA | |
|----------------------------|----------|
| Ítem | Cantidad |
| Aire acondicionado | 5 |
| Archivadores | 6 |
| Computadora de escritorio | 3 |
| Computadora portátil | 1 |
| Copiadora, impresora y fax | 1 |
| Impresora | 4 |
| Dispensador de agua | 1 |
| Escritorio para oficina | 5 |
| Lámparas | 5 |
| Línea de teléfono | 5 |
| Sillas de espera | 6 |
| Sillas de oficina | 7 |
| Tacho de basura | 5 |
| Otros | 1 |

Elaborado por: El autor

Se tomara en cuenta el gasto de alquiler del local y el pago de servicios básicos además se necesita la contratación de un experto en diseño de interiores.

6.1.3. Mano de Obra.

Mano de obra directa: Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio.

En este caso como mano de obra directa la Bluebee contará con:

- Agente Vendedor.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Supervisor.
- 3 Choferes.
- 6 Personas dedicadas a la limpieza.

Mano de obra indirecta: Es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y al comercio.

Bluebee contará con la siguiente mano de obra indirecta:

- Gerente.
- Asistente de gerente.
- Responsable de Contabilidad y R.R.H.H: Dos personas encargadas, una de contabilidad y fiscalidad y la otra de recursos humano.
- Responsable de Promoción y venta: Persona encargada de hacer las promociones y de supervisar al agente vendedor.

6.1.4. Capacidad Instalada

Bluebee contará con una capacidad de 3 equipos extractores y encargados de limpiezas de trampas de grasa, cada uno estará conformado por:

- Carro.
- Tanque de hidrocleaner.
- Implementos de limpieza.

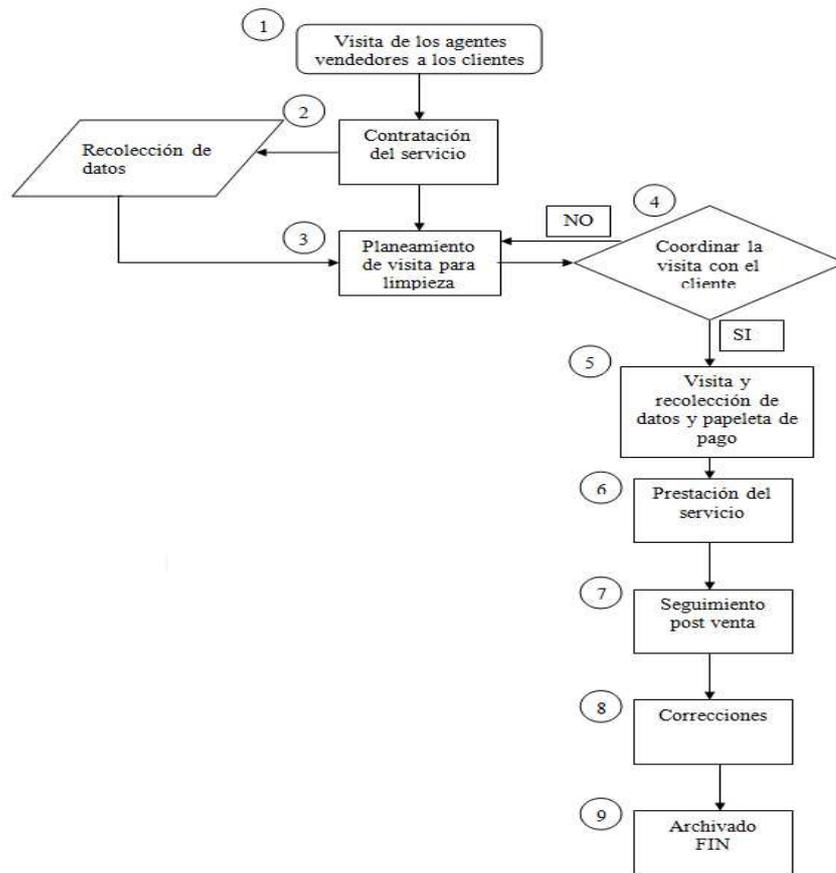
De esta manera se podrá repartir el trabajo por sectores, norte, centro, sur.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La capacidad de los equipos será de 26 restaurantes diarios, ya que se va a trabajar con 464 restaurantes que es su capacidad y se dividirá para 6 días de la semana, dando un total de 78 restaurantes diarios los cuales serán divididos para los 3 grupos de limpieza.

6.1.5. Flujogramas de Procesos

Ilustración 28 Flujogramas de Procesos



Elaborado por: El autor

6.1.6. Presupuesto.

A continuación se presente el presupuesto tentativo para el primer año de labores:

Tabla 25 Presupuesto Operativo

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| Presupuesto | | | | |
|-------------------------------------|----------|-------------|-------------|---------------------|
| CUENTA | CANTIDAD | COSTO TOTAL | TOTAL | VALOR TOTAL |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | \$11.917,70 |
| Renta de Oficinas | | \$3.000,00 | \$3.000,00 | |
| Parqueo | 2 | \$35,00 | \$70,00 | |
| Sueldos y Salarios | | \$7.747,70 | \$7.747,70 | |
| Servicios Básicos | | \$200,00 | \$200,00 | |
| Varios (combustible) | | \$500,00 | \$500,00 | |
| Insumos de limpieza | | \$300,00 | \$300,00 | |
| Suministros de Oficina | | \$100,00 | \$100,00 | |
| MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA | | | | \$11.490,00 |
| Aire acondicionado | 5 | \$500,00 | \$2.500,00 | |
| Archivadores | 6 | \$100,00 | \$600,00 | |
| Computadora de escritorio | 3 | \$700,00 | \$2.100,00 | |
| Computadora portátil | 1 | \$500,00 | \$500,00 | |
| Copiadora, impresora y fax | 1 | \$1.350,00 | \$1.350,00 | |
| Impresora | 4 | \$100,00 | \$400,00 | |
| Dispensador de agua | 1 | \$200,00 | \$200,00 | |
| Escritorio para oficina | 5 | \$500,00 | \$2.500,00 | |
| Lámparas | 5 | \$50,00 | \$250,00 | |
| Línea de teléfono | 5 | \$60,00 | \$300,00 | |
| Sillas de espera | 6 | \$40,00 | \$240,00 | |
| Sillas de oficina | 7 | \$70,00 | \$490,00 | |
| Tacho de basura | 5 | \$12,00 | \$60,00 | |
| EQUIPO DE TRABAJO | | | | \$136.500,00 |
| Vehículos | 3 | \$20.000,00 | \$60.000,00 | |
| Tanques Hidrocleaner | 3 | \$25.000,00 | \$75.000,00 | |
| Implementos de limpieza | 1 | \$1.500,00 | \$1.500,00 | |
| GASTOS PRE-OPERACIONALES | | | | \$16.000,00 |
| Diseño de interiores | 1 | \$5.000,00 | \$5.000,00 | |
| Constitución de la Compañía | 1 | \$800,00 | \$800,00 | |
| Registro de Marca | 1 | \$100,00 | \$100,00 | |
| Permiso de Funcionamiento | 1 | \$500,00 | \$500,00 | |
| Evento Pre-operacional | 1 | \$1.000,00 | \$1.000,00 | |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | | |
|--------------------------|---|------------|------------|---------------------|
| Publicidad | 1 | \$8.600,00 | \$8.600,00 | |
| TOTAL PRESUPUESTO | | | | \$175.907,70 |

Elaborado por: El Autor

6.2. Gestión de Calidad.

6.2.1. Procesos de planeación de calidad.

La calidad es el conjunto de características de un elemento, producto o servicio, que le confieren la aptitud de satisfacer una necesidad implícita y explícita. Esto significa que la calidad de un producto o servicio, es equivalente al nivel de satisfacción que le ofrece a su consumidor, y está determinado por las características específicas del producto o servicio.

Para los procesos de planeación de calidad de este servicio se va a aplicar el seguimiento post venta continuamente, y hacer las respectivas correcciones y mejorar el servicio para que sea de la mejor calidad posible.

Los encargados de este proceso serán los agentes vendedores, ellos receptaran toda la información que el cliente brinde para hacer correcciones en caso de que se necesite y las llevara a los archivos de la empresa, para su debida revisión con el personal de limpieza.

En reunión con el personal de limpieza se revisara y se hará feedback de las visitas y las respectivas correcciones en la posterior visita.

Este proceso se repetirá siempre que se lo amerite.

Además de los procesos internos de calidad que la empresa exige para su personal, como por ejemplo la higiene, la puntualidad etc.

Otro de los procesos de planeación de calidad será el del control de los desperdicios acaparados en el proceso de prestación del servicio.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Para asegurarse de que este desperdicio este entregado en las mejores manos, se contratara a las futuras nuevas plantas de tratamiento de agua de Guayaquil Las Esclusas (al sur de Guayaquil) y Los Merinos (Terminal Terrestre-Pascuales), las cuales según se expresó el presidente del directorio de Ecapag Andrés Mendoza, serán las únicas de sus características que existirán en todo el Ecuador y tendrán un impacto extraordinario en el medio ambiente porque se trata del tratamiento de aguas residuales más avanzado del mundo.

(Guías empresariales 12, Abril)

6.2.2. Beneficios de las acciones proactivas.

Aplicando estas normas y políticas de calidad en cada proceso y por parte de cada personal de la empresa sin importar el cargo, se obtendrá un mejor ambiente lleno de compromisos y mejoras continuas para con la empresa y los clientes, ofreciendo un servicio de calidad y creando lazos de confianza con los clientes ya que uno de los puntos más importantes será el lazo de confianza que se espera crear con los clientes y así obtener su fidelidad.

6.2.3. Políticas de calidad.

Bluebee cuenta con los siguientes puntos como guía interna de calidad:

La empresa Bluebee se dedica a brindar un servicio de limpieza de trampas de grasas para restaurantes. Este servicio será de alta calidad en el cual se creará un lazo de confianza con los clientes.

- Satisfacer al cliente mediante un servicio brindado de manera responsable y siempre brindando más de lo que el cliente espera.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Siguiendo todos los procesos de calidad de la empresa y cumpliéndolos de manera puntual para la excelencia de nuestro servicio
- Con el seguimiento post venta se espera tener una cultura de mejora continua en la cual el servicio estará siempre actualizado a los requerimientos del cliente.
- En todo momento debe pensar primero en la satisfacción de los requerimientos de los clientes.
- Capacitación continua de los colaboradores y de los clientes para ofrecer un servicio de calidad.
- El mejoramiento de la calidad es logrado mediante la corrección de los procesos a la hora de brindar el servicio. Esto conduce a mejorar el servicio y obtener un proceso de calidad.
- Para mejorar un sistema es mejor trabajar en equipo que individualmente.
- Responsable uso de los desechos acaparados en la actividad de limpieza, para no dañar al medio ambiente.

6.2.4. Proceso de aseguramiento de la calidad

Un proceso no es lo mismo si no lo aplican todos, es por esto que Bluebee exigirá que todo su personal y en especial a sus directivos a que cumpla con los siguientes puntos:

- Decir lo que se hace.
- Hacer lo que se dice.
- Demostrar la efectividad de las acciones para alcanzar la calidad.
- Hacer los cambios que sean necesarios para lograr la eficacia.
- Informar a los empleados sobre sus actividades y responsabilidades.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Informar a los clientes los propósitos de la empresa y el compromiso que se tiene hacia la calidad.

Además de seguir estos puntos Bluebee se asegurará de capacitar a su personal para que siempre estén actualizados en métodos y formas de mejorar la calidad.

Lo hará por medio del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) ya que con las aportaciones patronales de los trabajadores un porcentaje del mismo va para esta institución y así la empresa ahorrara costos en capacitación.

6.2.5. Estándares de la calidad

Los estándares de calidad que Bluebee necesita para su servicio son los siguientes:

Ilustración 29 Estándares de Calidad



Elaborado por: El Autor

6.2.6. Procesos de control de calidad

Para poder ofrecer este servicio de calidad se empezara a controlar cada proceso de la siguiente manera:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 30 Procesos de Control de Calidad



Elaborado por: El Autor

Con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad y que cumpla con las expectativas y satisfacción del cliente, cada departamento deberá estar vinculado con los procesos y las correcciones de los mismos

6.2.7. Certificaciones y Licencias

Las certificaciones y licencias son documentos que acreditan a las compañías, patrones y normas de calidad como las normativas y certificaciones ISO.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Bluebee por ser una empresa que recién empieza no va a necesitar estas normas de calidad por el momento, después de su sexto año de funcionamiento y si hay la posibilidad de hacerlo se aplicara para tener certificaciones ISO.

- La certificación ISO que Bluebee necesitaría es la ISO9001:2008.
- La ISO 9001:2008 es el pilar de un sistema de gestión de calidad ya que es una norma internacional y que se centra en la administración efectiva para ofrecer un servicio de calidad

(International Organization for Standardization, 2013)

6.2.8. Presupuesto

Para presupuesto de Gestión de Calidad, Ambiental y de Responsabilidad social se tomara como ejemplo este punto ya que se va a explicar por qué no se puede presupuestar las certificaciones y licencias que se piensa obtener para la empresa.

Bluebee tiene pensado utilizar normas ISO para ofrecer un servicio de calidad, pero esto está pensado hacérselo a futuro (sexto año) además el costo de las normas ISO varían de acuerdo a los siguientes factores:

- El tamaño de la compañía
- Tipo de sistema de calidad en uso por la compañía
- La disponibilidad de tiempo que tiene la compañía para dedicarle al proyecto de implementación de la norma.

Además del factor tiempo que es en 6 años y que la compañía no está en marcha no se puede presupuestar las normas ISO.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Para las capacitaciones continuas que Bluebee tiene pensado hacer a sus empleados se va a tomar la ley del SECAP, la cual ayuda a este punto.

LEY DEL SERVICIO ECUATORIANO DE CAPACITACION PROFESIONAL.
SECAP Decreto Supremo No. 2829

Art. 13.- Es obligación del Estado y del sector privado del país, en los términos señalados por la Ley, el contribuir a financiar las actividades de capacitación profesional de los trabajadores.

Art. 14.- El SECAP contará, para su funcionamiento, con las siguientes rentas:

a. La contribución del 0.5% sobre el valor de los roles de pago por los sueldos y salarios en las empresas públicas, de economía mixta y privadas, que realicen actividades industriales, comerciales y de servicios, que será recaudada en forma gratuita por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, IESS. Dichos valores serán depositados mensualmente por el IESS en la cuenta especial que mantiene el SECAP en el Banco Central del Ecuador. Los sujetos de esta contribución son todos los empleadores de las empresas que realizan actividades industriales, comerciales y de servicios públicos, mixtas o privadas según la definición contemplada en el artículo décimo del Código de Trabajo;

Con la aportación de los colaboradores ya se tiene una cantidad de dinero para la capacitación, es decir que esto será un “ahorro” para la compañía y en caso de que este dinero no sea suficiente para la capacitación Bluebee desembolsara el faltante sacándolo de la cuenta de imprevistos.

(Universidad Técnica Particular de Loja, 2013)

6.3. Gestión Ambiental

6.3.1. Procesos de planeación ambiental

Bluebee por ser una empresa dedicada a la limpieza y estar vinculada con el medio ambiente, va a enfocarse mucho en el medio ambiente y el impacto que causa con su actividad.

Identificar productos de utilización para limpieza que tengan el menor impacto posible para el ambiente.

Los desechos acaparados de esta limpieza deben tener un destino que no impacte negativamente al ambiente, por ejemplos las baterías sanitarias utilizadas para este tipo de desperdicio sería el destino de los desechos, ya que le darán un tratamiento para su posterior desagüe al mar o río.

Para este punto se va a contratar a empresas del Gobierno Municipal de Guayaquil, las cuales cuentan con la tecnología más avanzada del mundo en tratamientos de aguas residuales.

Bluebee destinará para este proceso el 25% de sus ingresos mensuales y así asegurar un proceso de calidad ambiental efectivo.

Se implementaran Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) verde, para el desarrollo administrativo e interno de la empresa, para esto se trabajara con archivos digitales, se utilizara papel estrictamente en caso necesario.

Se ahorrará energía en la oficina utilizando focos ahorradores y cerciorarse de que los equipos queden apagados.

Además se utilizaran capacitaciones continuas para la optimización de recursos y de calidad ambiental.

6.3.2. Beneficios de las acciones proactivas

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

El tener una planeación ambiental ayudará a la imagen de la empresa, además los clientes verán que los desperdicios de su dispositivo de limpieza tendrán un destino responsable y con el menor impacto ambiental posible.

Ilustración 31 Beneficios de las Acciones Proactivas



Elaborado por: El Autor

6.3.3. Políticas de protección ambiental

Como política de protección ambiental se tomara como prioridad el destino final del desperdicio acaparado por esta limpieza, es decir, si bien está pensado poner el desperdicio en las baterías sanitarias locales también se buscará otro destino diferente, por ejemplo venderle a una empresa de reciclaje de materiales orgánicos o hacer abono con este desperdicio y así la compañía se extiende verticalmente, haciéndose no solo una empresa de limpieza si no también una empresa dedicada a la fabricación de abono (A FUTURO).

6.3.4. Proceso de aseguramiento de la calidad ambiental

Ya que la mayor preocupación de contaminación de la empresa es el destino final de los desechos acaparados en el proceso habitual de la empresa, Bluebee se encargará de verificar que estas aguas residuales pasen por un proceso de tratamiento para su posterior envío hacia el mar o ríos.

El destino de este desperdicio está asegurado, de acuerdo al siguiente informe de la alcaldía de Guayaquil:

Firman contrato para los estudios de las plantas de tratamiento de aguas residuales Las Esclusas y Los Merinos

En un acto realizado el miércoles 6 de diciembre, a las 11h00, en el Salón de la Ciudad, del Palacio Municipal de Guayaquil, la concesionaria Interagua y el consorcio Hanze and Sawyer y ConsulAmbiente, suscribieron los Estudios de Factibilidad de Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales en Las Esclusas (al sur de Guayaquil) y Los Merinos (Terminal Terrestre-Pascuales).

El acto fue presidido por el alcalde de Guayaquil, Jaime Nebot; y contó con la presencia de la vicealcaldesa, Doménica Tabacchi; del director general de Interagua, Óscar García; del presidente del Directorio de Empresa Cantonal de Agua Potable de Guayaquil (ECAPAG), Andrés Mendoza; del gerente general de ECAPAG, José Luis Santos; y del procurador común del consorcio Hanze and Sawyer ConsulAmbiente, Fernando Chiriboga.

El contrato para los estudios fue suscrito por el procurador común del consorcio Hanze and Sawyer ConsulAmbiente, Fernando Chiriboga, y el director general de Interagua, Óscar García. Dichos estudios son pagados por ECAPAG con recursos del Cabildo porteño, responsable del servicio de agua potable y del alcantarillado pluvial y sanitario de la ciudad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Los Estudios de Factibilidad de Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales en Las Esclusas, al sur de la ciudad, y Los Merinos, al norte, permitirán establecer las bases para la construcción de los sistemas de tratamiento de aguas residuales, de mayor importancia para la ciudad de Guayaquil.

Dichas plantas proporcionarán un mejor entorno ecológico entre la naturaleza y el hombre permitiendo que las aguas residuales de casi toda la ciudad lleguen a su destino en los ríos Daule y Guayas, y el estero Salado, con un tratamiento definitivo y así beneficiar a la población presente y futura.

Con los estudios se logrará la formulación integral de las soluciones requeridas para el sistema de recolección y transporte final de las aguas residuales domésticas y negras de Guayaquil a las plantas de tratamiento de Las Esclusas y Los Merinos, que incluye el refuerzo de los sistemas de bombeo existentes, así como las líneas de conducción desde las estaciones de bombeo hacia las plantas de tratamiento.

“Estas plantas de tratamientos serán las únicas de sus características que existirán en todo el Ecuador y tendrán un impacto extraordinario en el medio ambiente porque se trata del tratamiento de aguas residuales más avanzado del mundo”, señaló el presidente del Directorio de Ecapag, Andrés Mendoza.

(Alcaldía de Guayaquil, 2011)

6.3.5. Estándares de la calidad ambiental

Para lograr un estándar de calidad ambiental se debe demostrar que el uso de ese desperdicio no tendrá un fin dañino para el ambiente, y seguir la trazabilidad de este

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

desperdicio desde que llega a las baterías sanitarias hasta su futuro tratamiento para que no vayan al mar sin ser tratadas.

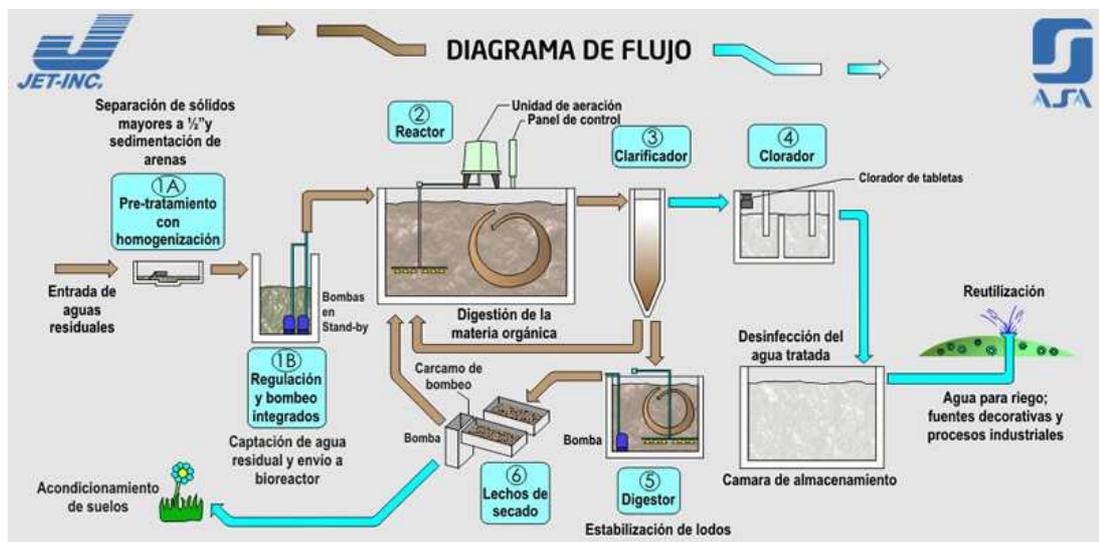
6.3.6. Procesos de control de calidad

Para asegurarse de que este desperdicio no vaya directamente al mar hay un proceso por el cual deben pasar las aguas servidas, en el cual serán tratadas para posteriormente si enviarlas al mar.

Bluebee deberá cerciorarse de que los desechos sean enviados a lugares donde pasen por el proceso de tratamiento adecuado y efectivo.

El siguiente diagrama de flujo sacado de Agua y Saneamiento Ambiental S.A. de C.V. México, muestra un ejemplo del proceso a seguir por parte de las empresas de tratamiento de estas aguas:

Ilustración 32 Diagrama de Flujo de Tratamiento de Aguas Residuales.



Elaborado por: Agua y Saneamiento Ambiental S.A. de C.V. México

6.3.7. Trazabilidad

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

La trazabilidad de este desperdicio tiene tres etapas:

- Recolección
- Tratamiento
- Salida

Recolección: La recolección es la naturaleza de este negocio el cuales un servicio brindado para limpieza de trampas de grasas, en donde un grupo de limpieza visitará a los restaurantes y limpiara su trampa de grasa recolectando aguas servidas o negras.

Estas aguas serán llevadas a baterías sanitarias en donde pasara a la siguiente etapa.

Tratamiento: El tratamiento de estas aguas es muy importante ya que de lo contrario causaría un impacto en el ecosistema marino.

El tratamiento de las aguas servidas se divide en cuatro fases principales:

1°. FASE DE PRETRATAMIENTO. Se eliminan los residuos de mayor tamaño, las grasas flotantes y las arenas y sólidos de mayor grosor.

2°.- TRATAMIENTO PRIMARIO. Se deja reposar el agua en grandes estanques (decantadores). En la superficie se acumulan los residuos flotantes y en el fondo los más pesados (fangos). Todos ellos serán retirados de forma automática.

3°.- TRATAMIENTO SECUNDARIO. El agua, siguiendo su camino, pasa a unas grandes balsas pobladas por millones de diferentes tipos de bacterias (un tipo de seres vivos). Las bacterias se alimentan de los restos orgánicos que aún llevan las aguas residuales. Durante este proceso las aguas son removidas constantemente por unas potentes "batidoras" para que las bacterias dispongan de la mayor cantidad posible de oxígeno.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Después, las aguas pasan a otros estanques decantadores donde se siguen retirando los lodos que aún permanecen en el agua.

Finalmente, el agua es devuelta de nuevo a su curso natural, el río, o bien se canaliza para otros usos.

4°.- TRATAMIENTO DE FANGOS. Todos los fangos retirados de los decantadores pasan a otra instalación (digestor) donde son tratados antes de ser almacenados o destinados a otros usos. En esta fase se produce gas que es utilizado como combustible en la propia instalación (para la calefacción de los edificios o para producir energía eléctrica).

(Proyectos del Agua, 2013)

Hoy en día existen tecnologías muy adecuadas para estos tratamientos. Para poblados pequeños bastan tres lagunas contiguas, en lugares especiales y seguros. En esas lagunas se dejan crecer plantas (totora, carrizo, lirio de agua) que ayudan a purificar el agua.

(Yaku Peru, 2010)

Salida: el agua ya tratada y sin contaminación es enviada al mar o a ríos.

6.3.8. Logística Verde

Dentro de la logística verde hay dos procesos en los cuales Bluebee se va a enfocar y poner más empeño, estos son:

Gestión de la información verde: Con la implementación de TICS verdes, se va a limitar el uso de papel, y se tendrá planificación eficiente y total control de la utilización de electricidad para no consumir mucha electricidad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Uso intensivo de recursos y reciclaje: Reciclar plástico, papel etc. utilizado en tareas auxiliares, además el reciclaje se lo hará con el desecho acaparado en la actividad del negocio en el cual las aguas servidas se trataran y se reciclaran, esto será a futuro.

6.3.9. Certificaciones y Licencias

Bluebee no va a necesitar estas normas de calidad por el momento, a partir del sexto año si hay la posibilidad aplicar una norma ISO se aplicara.

La certificación ISO que Bluebee necesitaría en la gestión ambiental es la ISO14001.

La ISO 14001: Esta ISO está dirigida a las personas, a la manera en que éstas se relacionan con los dispositivos que las rodean, con las herramientas necesarias para su tarea en el entorno laboral, con los residuos (no siempre directos y evidentes) que se generan, etc... Y para ello debemos detectar y aislar los elementos de impacto ambiental.

(International Organization for Standardization, 2013)

6.4. Gestión de Responsabilidad Social

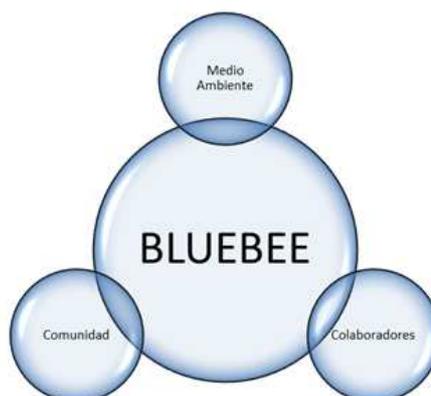
6.4.1. Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

Para una planeación efectiva de responsabilidad social se debe enfocar en los sectores más prioritarios para la compañía en los cuales esta inmiscuido la misma, de los cuales se ha escogido 3 sectores que serían los pilares de todo en lo que a social se refiere, y serán controlados mediante normas puestas en los estatutos de la compañía en el que cada departamento y personal de la compañía se comprometes a cumplir.

Los sectores prioritarios son:

Ilustración 33 Planeación de Responsabilidad social.

PLANEACION DE RESPONSABILIDAD SOCIAL BLUEBEE
(SECTORES PRIORITARIOS)



Elaborado por: El Autor

- **Comunidad:** La planeación para la responsabilidad social en la comunidad va a asegurar que esta misma no sea afectada por la actividad del negocio, más bien que sirva de ayuda y apoyo para la comunidad, respetando las leyes del país y pagando los impuestos que ayudan al desarrollo de la comunidad.
- **El medio ambiente:** El enfoque ambiental de la responsabilidad social está enfocado en los desperdicios que cause la actividad del negocio y su impacto en el ambiente ya que puede causar un efecto negativo a vista de los clientes, proveedores y el resto de la comunidad.
- **Colaboradores:** La responsabilidad social con los colaboradores es muy importante ya que ellos son el motor del negocio, y estará enfocado más en la estabilidad que la empresa ofrecerá y los beneficios que encontraran en la misma.

6.4.2. Beneficios de las acciones proactivas

Las acciones proactivas en una empresa le permiten tener ventajas y evitar contratiempos futuros.

Ilustración 34 Beneficios de las Acciones Proactivas.



Elaborado por: El Autor

6.4.3. Políticas de protección social

Bluebee tendrá las responsabilidades internas de cada sector:

Responsabilidad con la comunidad

- Pago de los permisos de funcionamiento
- Pago de los impuestos
- Cuidado con la comunidad, es decir que la actividad motora del negocio no afecte a la comunidad.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Responsabilidad con el medio ambiente

- Responsable uso de los desechos
- Usar TIC para ahorrar innecesarios recursos
- La actividad del negocio debe causar el menor impacto ambiental
- El uso de los implementos de limpieza debe ser efectivo

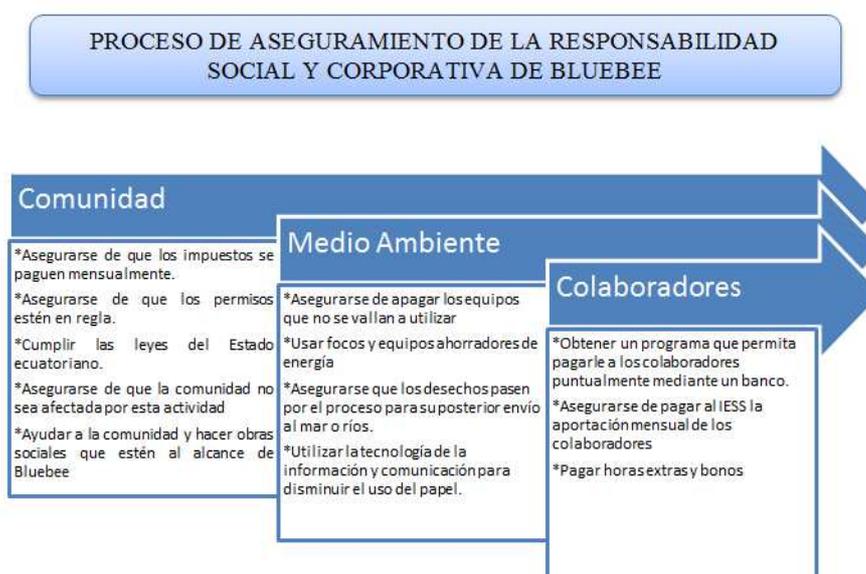
Responsabilidades con los colaboradores

- Pago puntual de salarios
- Pago de sus beneficios según la ley
- Motivaciones

6.4.4. Proceso de aseguramiento de la Responsabilidad Social y Corporativa

Bluebee se basara en el siguiente proceso para asegurarse de la Responsabilidad Social y Corporativa:

Ilustración 35 Proceso de Aseguramiento de la Responsabilidad social y Corporativa.



Elaborado por: El Autor

6.4.5. Estándares de Responsabilidad Social Aplicables a Corto, Mediano y Largo Plazo

Bluebee contará con un solo Estándar de Responsabilidad Social a

Largo Plazo y este será la ISO 26000

ISO 26000: Es una guía sobre responsabilidad social, ofrece armonizadamente una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo.

(International Organization for Standardization, 2013)

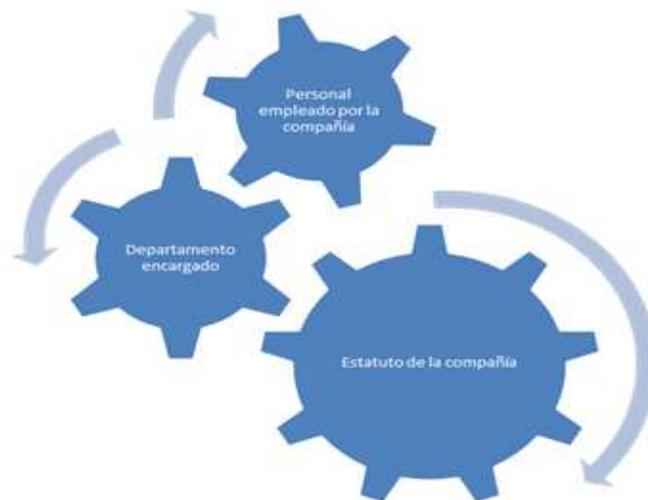
6.4.6. Procesos de controles sociales

En el caso de Bluebee para los procesos de controles sociales se encargaran los estatutos de la compañía, los departamentos y cada colaborador de la misma.

En caso de incumplimiento se sancionara con las sanciones puestas en los estatutos de la empresa.

Ilustración 36 Proceso de Controles Sociales

PROCESOS DE CONTROLES SOCIALES DE BLUEBEE



Elaborado por: El Autor

6.4.7. Certificaciones y Licencias

Bluebee solo obtendrá en el futuro después de su sexto año de operaciones una certificación y esta será la ISO 26000.

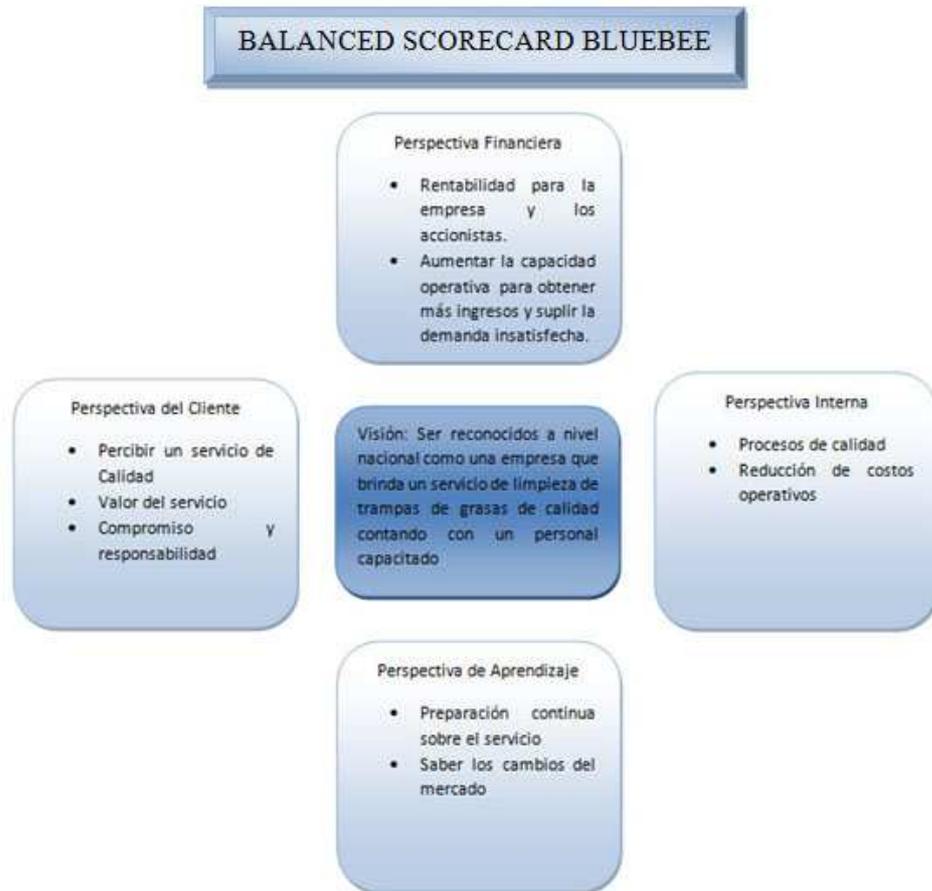
6.4.8. Presupuesto

Explicado en el punto 6.2.9

6.5. Balanced Scorecard & Mapa Estratégico

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

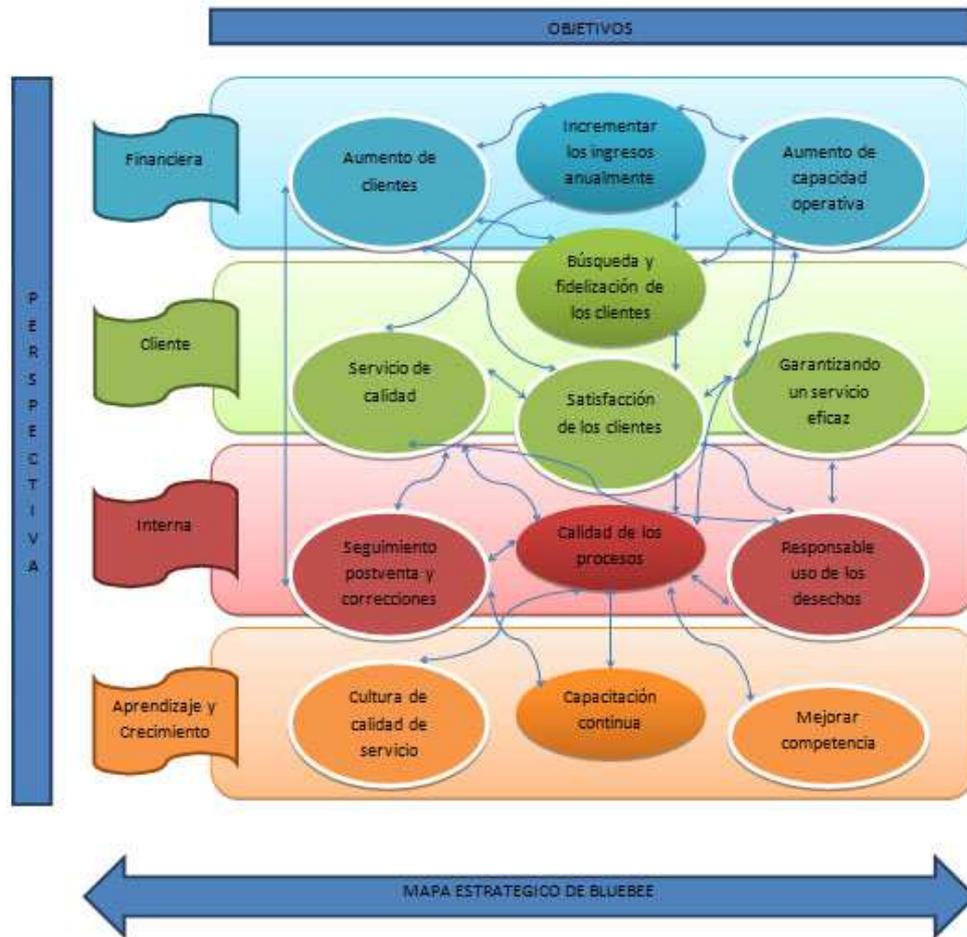
Ilustración 37 Balanced Scorecard.



Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Ilustración 38 Mapa Estratégico.



Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial de Bluebee está calculada en \$177.496,70 + 1 meses de capital de trabajo 13.083,50 dando así un total de \$190.580,20.

(La diferencia de capital de trabajo son los gastos financieros no tomados en cuenta y los dos meses de garantía por la renta de oficinas)

La cual se detalla a continuación:

Tabla 26 Inversión Inicial

| INVERSION INICIAL | | | | |
|-------------------------------------|----------|-------------|------------|-------------|
| CUENTA | CANTIDAD | COSTO TOTAL | TOTAL | VALOR TOTAL |
| ACTIVO CORRIENTE | | | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | \$13.706,70 |
| Renta de Oficinas | 3 | \$1.000,00 | \$3.000,00 | |
| Parqueo | 3 | \$35,00 | \$105,00 | |
| Sueldos y Salarios | 1 | \$7.747,70 | \$7.747,70 | |
| Servicios Básicos | 1 | \$200,00 | \$200,00 | |
| Varios | 1 | \$1.154,00 | \$1.154,00 | |
| Insumos de Limpieza | 1 | \$1.300,00 | \$1.300,00 | |
| Suministros de Oficina | 1 | \$200,00 | \$200,00 | |
| ACTIVO FIJO | | | | |
| MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA | | | | \$11.490,00 |
| Aire Acondicionado | 5 | \$500,00 | \$2.500,00 | |
| Archivadores | 6 | \$100,00 | \$600,00 | |
| Computadora de Escritorio | 3 | \$700,00 | \$2.100,00 | |
| Computadora Portátil | 1 | \$500,00 | \$500,00 | |
| Copiadora, Impresora y Fax | 1 | \$1.350,00 | \$1.350,00 | |
| Impresora | 4 | \$100,00 | \$400,00 | |
| Dispensador de Agua | 1 | \$200,00 | \$200,00 | |
| Escritorio para Oficina | 5 | \$500,00 | \$2.500,00 | |
| Lámparas | 5 | \$50,00 | \$250,00 | |
| Línea de Teléfono | 5 | \$60,00 | \$300,00 | |
| Sillas de Espera | 6 | \$40,00 | \$240,00 | |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | | |
|---------------------------------|---|-------------|-------------|---------------------|
| Sillas de Oficina | 7 | \$70,00 | \$490,00 | |
| Tacho de Basura | 5 | \$12,00 | \$60,00 | |
| EQUIPO DE TRABAJO | | | | \$136.300,00 |
| Vehículos | 3 | \$20.000,00 | \$60.000,00 | |
| Tanques Hidrocleaner | 3 | \$25.000,00 | \$75.000,00 | |
| Implementos de Limpieza | 1 | \$1.300,00 | \$1.300,00 | |
| ACTIVOS DIDERIDO | | | | |
| GASTOS PRE-OPERACIONALES | | | | \$16.000,00 |
| Diseño de interiores | 1 | \$5.000,00 | \$5.000,00 | |
| Constitución de la Compañía | 1 | \$800,00 | \$800,00 | |
| Registro de Marca | 1 | \$100,00 | \$100,00 | |
| Permiso de Funcionamiento | 1 | \$500,00 | \$500,00 | |
| Evento Pre-operacional | 1 | \$1.000,00 | \$1.000,00 | |
| Publicidad | 1 | \$8.600,00 | \$ 8.600,00 | |
| TOTAL INVERSION INICIAL | | | | \$177.496,70 |

Elaborado por: El Autor

7.1.1. Tipo de Inversión

7.1.1.1. Fija

Los activos fijos de Bluebee dan un total de \$147.796.00 detallados en la siguiente tabla:

Tabla 27 Inversión Fija

| INVERSION FIJA | | | | |
|-------------------------------------|----------|-------------|------------|--------------------|
| CUENTA | CANTIDAD | COSTO TOTAL | TOTAL | VALOR TOTAL |
| MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA | | | | \$11.490,00 |
| Aire acondicionado | 5 | \$500,00 | \$2.500,00 | |
| Archivadores | 6 | \$100,00 | \$600,00 | |
| Computadora de escritorio | 3 | \$700,00 | \$2.100,00 | |
| Computadora Portátil | 1 | \$500,00 | \$500,00 | |
| Copiadora, Impresora y Fax | 1 | \$1.350,00 | \$1.350,00 | |
| Impresora | 4 | \$100,00 | \$400,00 | |
| Dispensador de Agua | 1 | \$200,00 | \$200,00 | |
| Escritorio para Oficina | 5 | \$500,00 | \$2.500,00 | |
| Lámparas | 5 | \$50,00 | \$250,00 | |
| Línea de Teléfono | 5 | \$60,00 | \$300,00 | |
| Sillas de Espera | 6 | \$40,00 | \$240,00 | |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | | |
|--------------------------|---|-------------|-------------|---------------------|
| Sillas de Oficina | 7 | \$70,00 | \$490,00 | |
| Tacho de Basura | 5 | \$12,00 | \$60,00 | |
| EQUIPO DE TRABAJO | | | | \$136.300,00 |
| Vehículos | 3 | \$20.000,00 | \$60.000,00 | |
| Tanques Hidrocleaner | 3 | \$25.000,00 | \$75.000,00 | |
| Implementos de Limpieza | 1 | \$1.300,00 | \$1.300,00 | |

Elaborado por: El Autor

7.1.1.2. Diferida

Bluebee tendrá un gasto diferido de \$16000 detallados a continuación:

Tabla 28 Inversión Diferida

| INVERSION DIFERIDA | | | | |
|---------------------------------|----------|-------------|------------|--------------------|
| CUENTA | CANTIDAD | COSTO TOTAL | TOTAL | VALOR TOTAL |
| GASTOS PRE-OPERACIONALES | | | | \$16.000,00 |
| Diseño de interiores | 1 | \$5.000,00 | \$5.000,00 | |
| Constitución de la Compañía | 1 | \$800,00 | \$800,00 | |
| Registro de Marca | 1 | \$100,00 | \$100,00 | |
| Permiso de Funcionamiento | 1 | \$500,00 | \$500,00 | |
| Evento Pre-operacional | 1 | \$1.000,00 | \$1.000,00 | |
| Publicidad | 1 | \$8.600,00 | \$8.600,00 | |

Elaborado por: El Autor

7.1.1.3. Corriente

El capital de trabajo son aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios, y contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al ciclo productivo del proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras es el capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar la empresa, en este caso como no existe una producción sino un

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

servicio, es financiar los costos fijos antes de percibir ingresos, los cuales asciende a un monto de \$13.706,70 detallados a continuación:

Tabla 29 Inversión Corriente

| INVERSION CORRIENTE | | | | |
|---------------------------|----------|-------------|------------|-------------|
| CUENTA | CANTIDAD | COSTO TOTAL | TOTAL | VALOR TOTAL |
| CAPITAL DE TRABAJO | | | | \$13.706,70 |
| Renta de Oficinas | 1 | \$3.000,00 | \$3.000,00 | |
| Parqueo | 3 | \$35,00 | \$105,00 | |
| Sueldos y Salarios | 1 | \$7.747,70 | \$7.747,70 | |
| Servicios Básicos | 1 | \$200,00 | \$200,00 | |
| Varios (combustible) | 1 | \$1.154,00 | \$1.154,00 | |
| Insumos de limpieza | 1 | \$1.300,00 | \$1.300,00 | |
| Suministros de oficina | 1 | \$200,00 | \$200,00 | |

Elaborado por: El Autor

Cabe recalcar que el rubro de Alquiler del local comercial es de \$3000 por concepto de los dos meses de garantía, el precio del arriendo es de \$1000.

7.1.2. Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1. Fuentes de Financiamiento

Para financiar a Bluebee se contara con financiamiento propio y ajeno, el total de la inversión inicial es de \$190.580,20

Bluebee contará con una inversión propia de los accionistas la cual da un total de \$90.580,20

Se incurrirá en un préstamo bancario de \$100.000 a una tasa de interés del 15%.

7.1.2.2. Tabla de Amortización

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En la tabla de amortización mostrada a continuación se detalla el préstamo de los \$100.000 USD que Bluebee incurrirá a un interés de banca privada de 15% y a un plazo de 5 años pagando mensualmente 60 pagos de \$2.876,80.

Tabla 30 Tabla de Amortización

| CONDICIONES | | AÑO | | MES | |
|-------------|-------------------|------------|---------------|-------------|-------------------------|
| PRESTAMO | | K | \$ 100.000,00 | | |
| INTERES | | i | 0,15 | 0,02 | |
| PERIODO | | m | 5 | 60 | |
| PAGO | | | \$ 29.831,56 | \$ 2.876,80 | |
| PERIODOS | SALDO DE LA DEUDA | PAGOS | CAPITAL | INTERES | SALDO FINAL DE LA DEUDA |
| 0 | \$ - | \$ - | \$ - | \$ - | \$100.000,00 |
| 1 | \$100.000,00 | \$2.876,80 | \$876,80 | \$2.000,00 | \$99.123,20 |
| 2 | \$99.123,20 | \$2.876,80 | \$894,33 | \$1.982,46 | \$98.228,87 |
| 3 | \$98.228,87 | \$2.876,80 | \$912,22 | \$1.964,58 | \$97.316,65 |
| 4 | \$97.316,65 | \$2.876,80 | \$930,46 | \$1.946,33 | \$96.386,19 |
| 5 | \$96.386,19 | \$2.876,80 | \$949,07 | \$1.927,72 | \$95.437,12 |
| 6 | \$95.437,12 | \$2.876,80 | \$968,05 | \$1.908,74 | \$94.469,06 |
| 7 | \$94.469,06 | \$2.876,80 | \$987,42 | \$1.889,38 | \$93.481,65 |
| 8 | \$93.481,65 | \$2.876,80 | \$1.007,16 | \$1.869,63 | \$92.474,48 |
| 9 | \$92.474,48 | \$2.876,80 | \$1.027,31 | \$1.849,49 | \$91.447,18 |
| 10 | \$91.447,18 | \$2.876,80 | \$1.047,85 | \$1.828,94 | \$90.399,32 |
| 11 | \$90.399,32 | \$2.876,80 | \$1.068,81 | \$1.807,99 | \$89.330,51 |
| 12 | \$89.330,51 | \$2.876,80 | \$1.090,19 | \$1.786,61 | \$88.240,33 |
| 13 | \$88.240,33 | \$2.876,80 | \$1.111,99 | \$1.764,81 | \$87.128,34 |
| 14 | \$87.128,34 | \$2.876,80 | \$1.134,23 | \$1.742,57 | \$85.994,11 |
| 15 | \$85.994,11 | \$2.876,80 | \$1.156,91 | \$1.719,88 | \$84.837,19 |
| 16 | \$84.837,19 | \$2.876,80 | \$1.180,05 | \$1.696,74 | \$83.657,14 |
| 17 | \$83.657,14 | \$2.876,80 | \$1.203,65 | \$1.673,14 | \$82.453,48 |
| 18 | \$82.453,48 | \$2.876,80 | \$1.227,73 | \$1.649,07 | \$81.225,76 |
| 19 | \$81.225,76 | \$2.876,80 | \$1.252,28 | \$1.624,52 | \$79.973,48 |
| 20 | \$79.973,48 | \$2.876,80 | \$1.277,33 | \$1.599,47 | \$78.696,15 |
| 21 | \$78.696,15 | \$2.876,80 | \$1.302,87 | \$1.573,92 | \$77.393,28 |
| 22 | \$77.393,28 | \$2.876,80 | \$1.328,93 | \$1.547,87 | \$76.064,34 |
| 23 | \$76.064,34 | \$2.876,80 | \$1.355,51 | \$1.521,29 | \$74.708,83 |
| 24 | \$74.708,83 | \$2.876,80 | \$1.382,62 | \$1.494,18 | \$73.326,21 |
| 25 | \$73.326,21 | \$2.876,80 | \$1.410,27 | \$1.466,52 | \$71.915,94 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | | | |
|----|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| 26 | \$71.915,94 | \$2.876,80 | \$1.438,48 | \$1.438,32 | \$70.477,46 |
| 27 | \$70.477,46 | \$2.876,80 | \$1.467,25 | \$1.409,55 | \$69.010,22 |
| 28 | \$69.010,22 | \$2.876,80 | \$1.496,59 | \$1.380,20 | \$67.513,63 |
| 29 | \$67.513,63 | \$2.876,80 | \$1.526,52 | \$1.350,27 | \$65.987,10 |
| 30 | \$65.987,10 | \$2.876,80 | \$1.557,05 | \$1.319,74 | \$64.430,05 |
| 31 | \$64.430,05 | \$2.876,80 | \$1.588,20 | \$1.288,60 | \$62.841,85 |
| 32 | \$62.841,85 | \$2.876,80 | \$1.619,96 | \$1.256,84 | \$61.221,89 |
| 33 | \$61.221,89 | \$2.876,80 | \$1.652,36 | \$1.224,44 | \$59.569,53 |
| 34 | \$59.569,53 | \$2.876,80 | \$1.685,41 | \$1.191,39 | \$57.884,13 |
| 35 | \$57.884,13 | \$2.876,80 | \$1.719,11 | \$1.157,68 | \$56.165,01 |
| 36 | \$56.165,01 | \$2.876,80 | \$1.753,50 | \$1.123,30 | \$54.411,52 |
| 37 | \$54.411,52 | \$2.876,80 | \$1.788,57 | \$1.088,23 | \$52.622,95 |
| 38 | \$52.622,95 | \$2.876,80 | \$1.824,34 | \$1.052,46 | \$50.798,61 |
| 39 | \$50.798,61 | \$2.876,80 | \$1.860,82 | \$1.015,97 | \$48.937,79 |
| 40 | \$48.937,79 | \$2.876,80 | \$1.898,04 | \$978,76 | \$47.039,75 |
| 41 | \$47.039,75 | \$2.876,80 | \$1.936,00 | \$940,79 | \$45.103,75 |
| 42 | \$45.103,75 | \$2.876,80 | \$1.974,72 | \$902,07 | \$43.129,02 |
| 43 | \$43.129,02 | \$2.876,80 | \$2.014,22 | \$862,58 | \$41.114,81 |
| 44 | \$41.114,81 | \$2.876,80 | \$2.054,50 | \$822,30 | \$39.060,31 |
| 45 | \$39.060,31 | \$2.876,80 | \$2.095,59 | \$781,21 | \$36.964,72 |
| 46 | \$36.964,72 | \$2.876,80 | \$2.137,50 | \$739,29 | \$34.827,22 |
| 47 | \$34.827,22 | \$2.876,80 | \$2.180,25 | \$696,54 | \$32.646,96 |
| 48 | \$32.646,96 | \$2.876,80 | \$2.223,86 | \$652,94 | \$30.423,11 |
| 49 | \$30.423,11 | \$2.876,80 | \$2.268,33 | \$608,46 | \$28.154,77 |
| 50 | \$28.154,77 | \$2.876,80 | \$2.313,70 | \$563,10 | \$25.841,07 |
| 51 | \$25.841,07 | \$2.876,80 | \$2.359,98 | \$516,82 | \$23.481,09 |
| 52 | \$23.481,09 | \$2.876,80 | \$2.407,17 | \$469,62 | \$21.073,92 |
| 53 | \$21.073,92 | \$2.876,80 | \$2.455,32 | \$421,48 | \$18.618,60 |
| 54 | \$18.618,60 | \$2.876,80 | \$2.504,42 | \$372,37 | \$16.114,18 |
| 55 | \$16.114,18 | \$2.876,80 | \$2.554,51 | \$322,28 | \$13.559,66 |
| 56 | \$13.559,66 | \$2.876,80 | \$2.605,60 | \$271,19 | \$10.954,06 |
| 57 | \$10.954,06 | \$2.876,80 | \$2.657,72 | \$219,08 | \$8.296,35 |
| 58 | \$8.296,35 | \$2.876,80 | \$2.710,87 | \$165,93 | \$5.585,48 |
| 59 | \$5.585,48 | \$2.876,80 | \$2.765,09 | \$111,71 | \$2.820,39 |
| 60 | \$2.820,39 | \$2.876,80 | \$2.820,39 | \$56,41 | \$ -0,00 |

Elaborado por: El Autor

7.1.3. Cronograma de Inversiones

El cronograma de inversiones iniciales de Bluebee va a durar 3 meses en los cuales se dividirán las actividades y los costos:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 31 Cronograma de Inversiones en Periodo Pre-operacional

| ACTIVIDADES | TIEMPO | | | TOTAL DE LA INVERSIÓN |
|---------------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------------|
| | PRIMER MES | SEGUNDO MES | TERCER MES | |
| Registro de Marca | \$100,00 | | | \$100,00 |
| Constitución de la Compañía | \$800,00 | | | \$800,00 |
| Renta de Oficinas | \$2.000,00 | \$1.000,00 | | \$3.000,00 |
| Adecuación de las Oficinas | \$16.490,00 | | | \$16.490,00 |
| Compra de Equipos de Trabajo | | \$136.300,00 | | \$136.300,00 |
| Evento Pre-operacional | | | \$1.000,00 | \$1.000,00 |
| Permisos de Funcionamiento | | \$500,00 | | \$500,00 |
| Publicidad | | | \$1.700,00 | \$1.700,00 |
| TOLTA A INVERTIR POR MES | \$19.390,00 | \$137.800,00 | \$2.700,00 | \$159.890,00 |

Elaborado por: El Autor

7.2. Análisis de Costos

7.2.1. Costos Fijos

Los costos fijos de Bluebee son:

Tabla 32 Costos Fijos

| Costos Fijos | | | | | | |
|-----------------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Descripción | Valor Mensual | Valor Anual | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
| Gastos Administrativos | \$10.171,70 | \$122.060,45 | \$134.923,13 | \$149.170,41 | \$164.954,04 | \$182.442,70 |
| Sueldos y Salarios | \$7.747,70 | \$92.972,45 | \$102.269,69 | \$112.496,66 | \$123.746,33 | \$136.120,96 |
| Renta de Oficinas | \$1.000,00 | \$12.000,00 | \$13.560,00 | \$15.322,80 | \$17.314,76 | \$19.565,68 |
| Parqueo | \$105,00 | \$1.260,00 | \$1.423,80 | \$1.608,89 | \$1.818,05 | \$2.054,40 |
| Servicios Básicos | \$200,00 | \$2.400,00 | \$2.496,00 | \$2.595,84 | \$2.699,67 | \$2.807,66 |
| Varios | \$1.154,00 | \$13.848,00 | \$15.648,24 | \$17.682,51 | \$19.981,24 | \$22.578,80 |
| Deuda Bancaria | \$2.876,80 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 |
| Costos Fijos Totales | \$13.083,50 | \$157.002,01 | \$169.919,29 | \$184.228,27 | \$200.081,61 | \$217.649,06 |

Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Se ha utilizado tasa de incremento anual de 13% para Renta de Oficina, Parqueo y Varios, tasa del 10% anual para Sueldos y Salarios y tasa del 4% anual para Servicios Básicos.

El rubro denominado varios, que es de \$1.154,00 estará como costo fijo porque cada mes se ocupara combustible y mantenimiento de los carros y los tanques, aunque no se gasten completamente todos los meses esa cantidad deberá estar fija y con un aumento de 13% anual.

7.2.2. Costos Variables

Bluebee tendrá pocos costos variables, estos rubros van a incrementar anualmente a una tasa del 13%.

Tabla 33 Costos Variables

| Costos Variables | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Descripción | Valor Mensual | Valor Anual | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
| Suministros de Oficina | \$100,00 | \$1.200,00 | \$1.356,00 | \$1.532,28 | \$1.731,48 | \$1.956,57 |
| Insumos de limpieza | \$300,00 | \$3.600,00 | \$4.068,00 | \$4.596,84 | \$5.194,43 | \$5.869,70 |
| Costos de limpieza | \$6.960,00 | \$83.520,00 | \$91.872,00 | \$101.059,20 | \$111.165,12 | \$122.281,63 |
| Marketing (Folletos, e-marketing) | \$100,00 | \$1.200,00 | \$1.356,00 | \$1.532,28 | \$1.731,48 | \$1.956,57 |
| Costos Variables Totales | \$7.460,00 | \$89.520,00 | \$101.157,60 | \$114.308,09 | \$129.168,14 | \$145.960,00 |

Elaborado por: El Autor

7.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo de Bluebee será proyectado a 2 meses de costos fijos ya que son los que se necesita para que el negocio funcione dando un total de \$26.167,00.

Tabla 34 Capital de Trabajo

| Capital de Trabajo | | | |
|--------------------|------------|-------------|-------------|
| Descripción | Primer mes | Segundo mes | Total |
| Sueldos y Salarios | \$7.747,70 | \$7.747,70 | \$15.495,41 |
| Renta de Oficinas | \$1.000,00 | \$1.000,00 | \$2.000,00 |
| Parqueo | \$105,00 | \$105,00 | \$210,00 |
| Servicios Básicos | \$200,00 | \$200,00 | \$400,00 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|--------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Varios (combustible y mantenimiento) | \$1.154,00 | \$1.154,00 | \$2.308,00 |
| Deuda Bancaria | \$2.876,80 | \$2.876,80 | \$5.753,59 |
| Total | \$13.083,50 | \$13.083,50 | \$26.167,00 |

Elaborado por: El Autor

7.3.1. Costos de Operación

Los costos operativos de Bluebee son: Costo de Venta, Gasto de Administración y Gastos Financieros, estos dan una suma de \$10751.38 mensuales el primer año, de ahí tendrán un incremento de 15%, 10% y 4% explicados en los costos fijos y variables

Tabla 35 Costo de Operación

| Costos Operacionales | Mensual | Anual | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
|-------------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Costo de venta | | \$103.428,00 | \$114.368,04 | \$126.479,73 | \$139.890,31 | \$154.741,10 |
| Folletos y E-marketing | \$100,00 | \$1.200,00 | \$1.356,00 | \$1.532,28 | \$1.731,48 | \$1.956,57 |
| Parqueo | \$105,00 | \$1.260,00 | \$1.423,80 | \$1.608,89 | \$1.818,05 | \$2.054,40 |
| Insumos de Limpieza | \$300,00 | \$3.600,00 | \$4.068,00 | \$4.596,84 | \$5.194,43 | \$5.869,70 |
| Costos de Limpieza | \$6.960,00 | \$83.520,00 | \$91.872,00 | \$101.059,20 | \$111.165,12 | \$122.281,63 |
| Varios | \$1.154,00 | \$13.848,00 | \$15.648,24 | \$17.682,51 | \$19.981,24 | \$22.578,80 |
| Gasto de Administración | | \$108.572,45 | \$119.681,69 | \$131.947,58 | \$145.492,24 | \$160.450,87 |
| Sueldos y Salarios | \$7.747,70 | \$92.972,45 | \$102.269,69 | \$112.496,66 | \$123.746,33 | \$136.120,96 |
| Renta de Oficina | \$1.000,00 | \$12.000,00 | \$13.560,00 | \$15.322,80 | \$17.314,76 | \$19.565,68 |
| Servicio Básico | \$200,00 | \$2.400,00 | \$2.496,00 | \$2.595,84 | \$2.699,67 | \$2.807,66 |
| Suministros de Oficina | \$100,00 | \$1.200,00 | \$1.356,00 | \$1.532,28 | \$1.731,48 | \$1.956,57 |
| Gasto financiero | | | | | | |
| Deuda Bancaria | \$2.876,80 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 |
| Total Costos OP | \$20.543,50 | \$246.522,01 | \$176.699,29 | \$191.889,67 | \$208.738,99 | \$227.431,90 |

Elaborado por: El Autor

7.3.2. Costos Administrativos

Los costos administrativos que incurrirá Bluebee son los siguientes: Sueldos y Salarios, Renta de Oficina, Servicios Básicos, Alquiler de Oficina, Suministros de Oficina, detallados a continuación, con el incremento anual indicado en costos de operación:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 36 Costos Administrativos

| Gasto de Administración | Mensual | Anual | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
|-------------------------|------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Sueldos y Salarios | \$7.747,70 | \$92.972,45 | \$102.269,69 | \$112.496,66 | \$123.746,33 | \$136.120,96 |
| Renta de Oficina | \$1.000,00 | \$12.000,00 | \$13.560,00 | \$15.322,80 | \$17.314,76 | \$19.565,68 |
| Servicio Básico | \$200,00 | \$2.400,00 | \$2.496,00 | \$2.595,84 | \$2.699,67 | \$ 2.807,66 |
| Suministros de Oficina | \$100,00 | \$1.200,00 | \$1.356,00 | \$1.532,28 | \$1.731,48 | \$ 1.956,57 |

Elaborado por: El Autor

7.3.3. Costos de Ventas

Los costos de venta de Bluebee son los costos incurridos para la prestación del servicio. Con el incremento anual indicado en costos de operación:

Tabla 37 Costos de Ventas

| Costo de venta | Mensual | Anual | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
|------------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Folletos y E-marketing | \$100,00 | \$1.200,00 | \$1.356,00 | \$1.532,28 | \$1.731,48 | \$1.956,57 |
| Parqueo | \$70,00 | \$840,00 | \$949,20 | \$1.072,60 | \$1.212,03 | \$1.369,60 |
| Insumos de Limpieza | \$300,00 | \$3.600,00 | \$4.068,00 | \$4.596,84 | \$5.194,43 | \$5.869,70 |
| Varios | \$1.154,00 | \$13.848,00 | \$15.648,24 | \$17.682,51 | \$19.981,24 | \$22.578,80 |

Elaborado por: El Autor

Mas el 25% de los ingresos por deshacerse de los desechos de la trampa de grasa.

7.3.4. Costos Financieros

Los gastos financieros de Bluebee son los del préstamo hecho para iniciar la empresa.

Este tiene un pago anual de \$34.521,56 por 5 años

Tabla 38 Costos Financiero

| Gasto financiero | Mensual | Anual | Año2 | Año3 | Año4 | Año5 |
|------------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Deuda Bancaria | \$2.876,80 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 | \$34.521,56 |

Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.4. Análisis de Variables Críticas

7.4.1. Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

El margen de ganancia de Bluebee será del 75% de los valores ya que el otro 25% se destinara para deshacerse de los desperdicios acaparados en el proceso.

7.4.2. Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

Este punto es muy importante ya que hay un costo que implica hacer la limpieza de estos dispositivos, ese costo es el implicado en deshacerse de estos desperdicios.

Para este costo se ha destinado el 25% del ingreso neto, ya que ese más o menos es el valor que le cuesta a la competencia deshacerse de este desecho, esto quiere decir que si:

Tabla 39 Costos en Función de Venta

| % Costo en Función de las Ventas | 25% | | | | | |
|----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Mes | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 |
| Restaurantes | 400 | 430 | 380 | 464 | 500 | 280 |
| Precio | \$60,00 | | | | | |
| Ventas | \$24.000,00 | \$25.800,00 | \$22.800,00 | \$27.840,00 | \$30.000,00 | \$16.800,00 |
| Costo en Función de las Ventas | \$6.000,00 | \$6.450,00 | \$5.700,00 | \$6.960,00 | \$7.500,00 | \$4.200,00 |
| Total | \$18.000,00 | \$19.350,00 | \$17.100,00 | \$20.880,00 | \$22.500,00 | \$12.600,00 |

Elaborado por: El Autor

7.4.3. Análisis de Punto de Equilibrio

Para Bluebee el punto de equilibrio son 302 clientes ya que con estos llega a cubrir todos sus gastos es decir ni pierde ni gana.

Tabla 40 Punto de Equilibrio

| PUNTO DE EQUILIBRIO | | | | |
|------------------------|-------------|--------------|-----------|---------|
| CUENTA | MES | AÑO | CLIENTES | PAGO |
| INGRESOS | | | 301,85557 | \$60,00 |
| Prestación de Servicio | \$18.111,33 | \$217.336,01 | | |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | |
|--------------------------------------|-------------|--------------|
| Total de Ingresos | \$18.111,33 | \$217.336,01 |
| EGRESOS | | |
| Sueldos y Salarios | \$7.747,70 | \$92.972,45 |
| Renta de Oficinas | \$1.000,00 | \$12.000,00 |
| Parqueo | \$105,00 | \$1.260,00 |
| Servicios Básicos | \$200,00 | \$2.400,00 |
| Costo de Limpieza | \$4.527,83 | \$54.334,00 |
| Varios (combustible y mantenimiento) | \$1.154,00 | \$13.848,00 |
| Suministros de Oficina | \$100,00 | \$1.200,00 |
| Insumos de limpieza | \$300,00 | \$3.600,00 |
| Marketing (Folletos, e-marketing) | \$100,00 | \$1.200,00 |
| Deuda Bancaria | \$2.876,80 | \$34.521,56 |
| Total de Egresos | \$18.111,33 | \$217.336,01 |
| RESULTADO | \$0,00 | \$0,00 |

Elaborado por: El Autor

7.5. Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1. Planificación tributaria

7.5.1.1. Generalidades

El Art. 6 del Código Tributario del Estado Ecuatoriano dice lo siguiente: “los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y progreso sociales y procurarán una mejor distribución de la renta nacional”.

La planificación tributaria de la Bluebee se regirá por la Ley de Régimen Tributario Interno, se cumplirán todas las obligaciones fiscales reguladas por el Servicio de Rentas Internas (SRI), y evitar posibles inconvenientes por el incumplimiento de la ley.

7.5.1.2. Minimización de la carga fiscal

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Para minimizar la carga fiscal Bluebee va a tomar en cuenta los gastos de amortización y depreciación de esta manera se podrá recuperar el dinero invertido.

Otra manera de minimizar la carga fiscal es invertir en activos de acuerdo a la necesidad del negocio, pero eso se verá en el futuro y en caso de que sea necesario.

7.5.1.3. Impuesto a la Renta

“El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre”.

“Las sociedades constituidas en el Ecuador así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas que obtengan ingresos gravables, estarán sujetas a la tarifa impositiva del 22% sobre su base imponible para el año 2013.”(Impuesto a la Renta, 2013)

7.5.1.4. Impuesto al Valor Agregado

“El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%”.(Impuesto al Valor Agregado, 2013). Por la naturaleza del negocio, se cobrarán los servicios con tarifa 12%.

7.5.1.5. Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

- Tasa de Habilitación: Valor a pagar de \$2 USD.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Tasa por Servicio Contra Incendios: Certificado otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Impuestos Prediales: Valor varía dependiendo del avalúo del bien inmueble.

7.5.1.6. Impuestos a los Vehículos Motorizados

El Impuesto a la Propiedad de los Vehículos motorizados de transporte Terrestre y de carga, es un impuesto que debe ser pagado en forma anual por los propietarios de estos vehículos, independiente de la validez que tenga la matrícula del vehículo.

Una vez establecido el avalúo se calcula el impuesto de acuerdo a la siguiente tabla:

Tabla 41 Impuestos a los Vehículos Motorizados

| BASE IMPONIBLE (AVALUO) | | TARIFA | |
|---------------------------------|----------------|-------------------------------------|--|
| DESDE US\$ (FRACCION BÁSICA) | HASTA US\$ | SOBRE LA RACCION BÁSICA (USD) | SOBRE LA FRACCION EXCEDENTE (%) |
| 0 | 4000 | 0 | 0,5 |
| 400,1 | 8000 | 20 | 1 |
| 800,1 | 12000 | 60 | 2 |
| 1200,1 | 16000 | 140 | 3 |
| 1600,1 | 20000 | 260 | 4 |
| 2000,1 | 24000 | 420 | 5 |
| 2400,1 | EN ADELANTE | 620 | 6 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Fuente: CTG

Elaborado por: El Autor

Bluebee contara con 3 vehículos de trabajo valorados en \$20000 USD, entonces su cálculo es:

| | BASE IMPONIBLE (AVALUO) | TARIFA |
|--------------------------------|----------------------------|----------|
| SOBRE LA FRACCION BÁSICA | 16001 | 260 |
| SOBRE LA FRACCION EXCEDENTE | $20000-16001=3999*4\%$ | 159,96 |
| | | \$419,96 |

El valor a pagar anual por cada vehículo es de \$419.96USD

Este impuesto se encuentra incluido en el valor a pagar por concepto de matrícula y debe ser cancelado en las instituciones financieras autorizadas presentando la última matrícula si el vehículo es usado o la factura si es nuevo. (Servicio de Rentas Internas.2013)

7.6. Estados Financieros proyectados

7.6.1. Balance General Inicial

El Balance General Inicial muestra la situación inicial del proyecto una vez constituido.

Tabla 42 Balance General

| BALANCE INICIAL | | | |
|-----------------|-------------|----------------------|--------------|
| ACTIVO | | PASIVO Y PATRIMONIO | |
| CAJA Y BANCOS | \$26.790,20 | DEUDAS A LARGO PLAZO | \$100.000,00 |

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | | | |
|---|--------------|-----------------------------|--------------|
| MUEBLES, EQUIPO DE OFICINA Y DE TRABAJO | \$147.790,00 | TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | \$100.000,00 |
| GASTOS PRE-OPERACIONALES | \$16.000,00 | TOTAL PASIVO | \$100.000,00 |
| | | | |
| | | PATRIMONIO | \$90.580,20 |
| | | TOTAL PATRIMONIO | \$90.580,20 |
| | | | |
| TOTAL ACTIVO | \$190.580,20 | TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO | \$190.580,20 |

Elaborado por: El Autor

7.6.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancias de Bluebee está proyectado a 5 años de la siguiente manera:

Tabla 43 Estado de Pérdidas y Ganancias

| CUENTAS | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|------------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| INGRESO | | \$334.080,00 | \$367.488,00 | \$404.236,80 | \$444.660,48 | \$489.126,53 |
| TOTAL DE INGRESOS | | \$334.080,00 | \$ 367.488,00 | \$404.236,80 | \$444.660,48 | \$ 489.126,53 |
| EGRESOS | | | | | | |
| GASTOS DE ADMINISTRACION | | \$(108.572,45) | \$(119.681,69) | \$(131.947,58) | \$(145.492,24) | \$(160.450,87) |
| GASTOS DE VENTA | | \$(103.428,00) | \$(114.368,04) | \$(126.479,73) | \$(139.890,31) | \$(154.741,10) |
| DEPRECIACION | | \$(21.377,00) | \$(21.377,00) | \$(21.377,00) | \$(20.519,00) | \$(20.519,00) |
| TOTAL DE EGRESOS | | \$(233.377,45) | \$(255.426,73) | \$(279.804,31) | \$(305.901,56) | \$(335.710,97) |
| UTILIDAD OPERATIVA | | \$100.702,55 | \$112.061,27 | \$124.432,49 | \$138.758,92 | \$153.415,55 |
| GASTOS FINANCIEROS | | \$(22.761,88) | \$(19.607,45) | \$(15.606,86) | \$(10.533,15) | \$(4.098,45) |
| UART | | \$77.940,67 | \$92.453,82 | \$108.825,63 | \$128.225,78 | \$149.317,10 |
| REP. DE UTILIDADES | | \$(11.691,10) | \$(13.868,07) | \$(16.323,84) | \$(19.233,87) | \$(22.397,57) |
| UAI | | \$66.249,57 | \$78.585,75 | \$92.501,79 | \$108.991,91 | \$126.919,54 |
| IMP. A LA RENTA | | \$(14.574,90) | \$(17.288,86) | \$(20.350,39) | \$(23.978,22) | \$(27.922,30) |
| UTILIDAD NETA | | \$51.674,66 | \$61.296,88 | \$72.151,39 | \$85.013,69 | \$98.997,24 |
| DEPRECIACION | | \$21.377,00 | \$21.377,00 | \$21.377,00 | \$20.519,00 | \$20.519,00 |
| PAGO DE CAPITAL | | \$(11.759,67) | \$(14.914,11) | \$(18.914,70) | \$(23.988,41) | \$(30.423,11) |
| RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO | | | | | | \$26.167,00 |
| RECUPERACION DE ACTIVOS | | | | | | \$42.595,00 |
| FLUJO NOMINAL | \$(90.580,20) | \$61.291,99 | \$67.759,77 | \$74.613,70 | \$81.544,28 | \$157.855,13 |

Elaborado por: El Autor

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

7.6.2.1. Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja muestra el movimiento real del dinero en contraste a la inversión, Bluebee obtiene flujos positivos durante los 5 años proyectados.

Tabla 44 Flujo de Caja Proyectado

| FLUJO DE CAJA | | | | | | |
|------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| UTILIDAD NETA | | \$51.674,66 | \$61.296,88 | \$72.151,39 | \$85.013,69 | \$98.997,24 |
| DEPRECIACION | | \$21.377,00 | \$21.377,00 | \$21.377,00 | \$20.519,00 | \$20.519,00 |
| PAGO DE CAPITAL | | \$(11.759,67) | \$(14.914,11) | \$(18.914,70) | \$(23.988,41) | \$(30.423,11) |
| RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO | | | | | | \$26.167,00 |
| RECUPERACION DE ACTIVOS | | | | | | \$42.595,00 |
| FLUJO NOMINAL | \$(90.580,20) | \$61.291,99 | \$67.759,77 | \$74.613,70 | \$81.544,28 | \$157.855,13 |

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1. Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1. TMAR

Para obtener esta tasa para el proyecto Bluebee se hicieron los siguientes procesos:

Tasa de Inflación (4.58%) + Costo Oportunidad Bancaria (4.6%) + Riesgo (0.21%).

Tabla 45 TMAR

| Tasa de Descuento | | | |
|-------------------|-------------------------------|--------|-------|
| Inflación | Costo de oportunidad Bancaria | Riesgo | TMAR |
| 4,58% | 4,60% | 0,0021 | 9,39% |

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1.2. VAN

El Valor Actual Neto es un indicador que permite calcular el valor presente de varios flujos de caja utilizados para una inversión de un proyecto, en este caso el proyecto de

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

implementación de limpieza de trampas de grasa, se obtiene descontando mediante tasas todos los flujos proyectados y restándole la inversión inicial del proyecto.

Tabla 46 VAN

| Periodos | Flujo Nominal | VA | Tiempo de Recuperación | Tiempo descontado de Recuperación |
|---------------------------------------|---------------|---------------|------------------------|-----------------------------------|
| 0 | \$ -90.580,20 | | | |
| 1 | \$ 61.291,99 | \$ 56.030,36 | \$ 61.291,99 | \$ 56.030,36 |
| 2 | \$ 67.759,77 | \$ 56.625,40 | \$ 129.051,76 | \$ 112.655,76 |
| 3 | \$ 74.613,70 | \$ 57.000,36 | \$ 203.665,46 | \$ 169.656,12 |
| 4 | \$ 81.544,28 | \$ 56.947,18 | \$ 285.209,73 | \$ 226.603,29 |
| 5 | \$ 157.855,13 | \$ 100.776,00 | \$ 443.064,87 | \$ 327.379,29 |
| Valor Actual Neto \$236.799,08 | | \$ 327.379,29 | | |

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1.3. TIR

La Tasa Interna de Rentabilidad es la que indica cuan rentable es el proyecto, mientras mayor sea la TIR más rentable es el proyecto.

Bluebee es una idea innovadora y que no existe en el mercado, además de que por su naturaleza y su cobro constante le da una TIR de 74% lo cual es muy rentable.

Tabla 47 TIR

| | |
|-----|-----|
| TIR | 74% |
|-----|-----|

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1.4. PAYBACK

El Payback es un método por el cual los inversionistas pueden darse cuenta en que tiempo recuperan su dinero invertido.

En el caso de Bluebee el dinero se recupera en 1 año 4 meses.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 48 PAYBACK

| Periodos | Flujo Nominal | VA | Tiempo de Recuperación | Tiempo descontado de Recuperación |
|----------|---------------|---------------|------------------------|-----------------------------------|
| 0 | \$ -90.580,20 | | | |
| 1 | \$ 61.291,99 | \$ 56.030,36 | \$ 61.291,99 | \$ 56.030,36 |
| 2 | \$ 67.759,77 | \$ 56.625,40 | \$ 129.051,76 | \$ 112.655,76 |
| 3 | \$ 74.613,70 | \$ 57.000,36 | \$ 203.665,46 | \$ 169.656,12 |
| 4 | \$ 81.544,28 | \$ 56.947,18 | \$ 285.209,73 | \$ 226.603,29 |
| 5 | \$ 157.855,13 | \$ 100.776,00 | \$ 443.064,87 | \$ 327.379,29 |
| | | | | |
| | | | | |

1,4 AÑOS

Elaborado por: El Autor

7.7. Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

El análisis de sensibilidad es aquel que indica cómo va a fluctuar la factibilidad del proyecto por causa de eventos considerados probables en cualquier negocio, para esto se analizará sus efectos reflejándose en los medidores financieros evaluados anteriormente como el VAN, TIR y Payback.

A continuación la evaluación de tres posibles eventos:

- **ESCENARIO NORMAL**

Los indicadores acordes a las ventas y los gastos proyectados son los siguientes:

Tabla 49 Análisis de Sensibilidad Escenario Probable

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| <i>TMAR</i> | <i>9.39</i> |
| <i>VAN</i> | <i>\$ 236.799,08</i> |
| <i>TIR</i> | <i>74%</i> |
| <i>PAYBACK</i> | <i>1.4 AÑOS</i> |

Elaborado por: El Autor

- **ESCENARIO OPTIMISTA**

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Suponiendo un escenario optimista donde las ventas proyectadas no sean de un 464 restaurantes si no de un 15% del mercado; se puede observar que el TIR aumenta considerablemente y el VAN en casi 200%.

Tabla 50 Análisis de Sensibilidad Escenario Optimista

| | |
|-----------------------|-----------------------------|
| <i>TMAR</i> | <i>9.39</i> |
| <i>VAN</i> | <i>\$ 620.703,48</i> |
| <i>TIR</i> | <i>169%</i> |
| <i>PAYBACK</i> | <i>Antes del año</i> |

Elaborado por: El Autor

▪ **ESCENARIO PESIMISTA**

Suponiendo un escenario pesimista y que el costo de deshacerse de estos desperdicios sea el 40% del ingreso y no del 25% como estaba previsto, se ve una disminución de la TIR de más del 50% y del VAN de más del 100%, pero aun así el negocio resulta prospero:

Tabla 51 Análisis de Sensibilidad Escenario Pesimista

| | |
|-----------------------|--|
| <i>TMAR</i> | <i>9.39</i> |
| <i>VAN</i> | <i>\$ 83.237,33</i> |
| <i>TIR</i> | <i>33%</i> |
| <i>PAYBACK</i> | <i>Al finalizar el cuarto año</i> |

Elaborado por: El Autor

7.8. Balance General

7.8.1. Razones Financieras

Las Razones Financieras son indicadores contables que sirven para medir el desempeño de la empresa y saber si puede estar de acorde a los objetivos de la misma.

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En el caso de Bluebee no se pueden medir todas las razones financieras ya que es una empresa que recién va a introducirse al mercado, por lo que no posee varias de las cuentas para realizar la evaluación correctamente.

7.8.1.1. Liquidez

Por la particularidad del proyecto, y recién está empezando no se puede calcular la liquidez del mismo.

7.8.1.2. Gestión

Rotación de activos totales: Ventas/Act. Totales

Tabla 52 Razón financiera-Gestión

| | | |
|-----------------|---------------|------|
| Ventas | \$ 172.800,00 | 1,24 |
| Activos Totales | \$ 139.391,33 | |

Elaborado por: El Autor

En este caso, esta razón mide la eficiencia de producir el servicio de Bluebee, es decir que 1,24 veces se han obtenido ingresos semejantes a la inversión en activo.

7.8.1.3. Endeudamiento

Razón de endeudamiento: Deudas Totales/Act. Totales

Tabla 53 Razón Financiera-Endeudamiento

| | | |
|-----------------|---------------|------|
| Deudas Totales | \$ 80.000,00 | 0,57 |
| Activos totales | \$ 139.391,33 | |

Elaborado por: El Autor

Esta razón mide que tanto de los activos fijos ha sido financiado por fuentes externas, en el caso de Bluebee se ha financiado con un 0.57% de fuente externa.

Rotación del interés ganado: U.A.I./Cargos por Interés

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Tabla 54 Razón Financiera-Endeudamiento

| | | |
|----------------------|--------------|------|
| UAI | \$ 32.567,03 | 1,79 |
| Cargos por intereses | \$ 18.209,51 | |

Elaborado por: El Autor

Esta razón evalúa la capacidad que tiene una compañía para cumplir con sus deudas financieras, la capacidad que posee Bluebee para cumplir con sus compromisos financieros es de 1,79.

7.9. Conclusión Financiera

Bluebee es una empresa que genera utilidades del 15% de sus ventas, con un 57% de sus activos fijos financiados por fuentes externas, además de poder cumplir con estas obligaciones en 1.79 veces.

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1. Plan de administración del riesgo

En este plan de contingencia de Bluebee se va a plasmar unas acciones proactivas en caso de que sucedan riesgos que pongan en peligro el funcionamiento de la empresa a fin de saber controlar y sobrellevar estos riesgos.

8.1.1. Principales riesgos

Estos son algunos de los riesgos que pueden amenazar con el desarrollo y el funcionamiento de Bluebee:

- Horario para realizar la limpieza
- Precio de materiales
- Guerra de precios
- No tener la capacidad de funcionamiento para la demanda futura

8.1.2. Reuniones para mitigar los riesgos

Se realizaran reuniones mensuales con los responsables de cada departamento para dialogar sobre los riesgos o los problemas que se han tenido en el mes o se podrán tener en el futuro, y entre todos poder buscar la solución más óptima, mediante ideas que no afecten a otros departamentos, es por eso que cada departamento deberá estar presente.

8.1.3. Tormenta de ideas (brainstorming), listas de verificación (check lists)

En caso de que exista un problema que necesite de todos para la solución, se llevara a cabo una reunión en donde:

- Se expondrá el problema
- Causa y efecto

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Las soluciones
- Y con qué recursos cuenta la empresa para su solución

Se someterá a votación y se escogerá la solución más eficaz a realizar, se escogerá a un responsable de llevar a cabo la solución, el cual reportará y estará pendiente del problema.

8.2. Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1. Monitoreo y control del riesgo

Cada responsable de su departamento deberá pasar un comunicado al Gerente cuando se enfrente a un problema grande que no solo afecte a su departamento y lo que opina el departamento de acuerdo a la causa del mismo.

8.2.2. Revisiones periódicas y evaluación del riesgo

Después de que se hallan tomadas las soluciones de los problemas, el responsable de la solución deberá redactar un reporte en donde comunique cómo va el problema, si va bien o mal y por qué, para de esta manera seguir aplicando la solución o buscar una nueva.

8.2.3. Reporte del riesgo

El reporte del riesgo será llevado a cargo por el responsable de la solución ya que el mismo estará pendiente del proceso y la evolución del mismo, cabe recalcar que el encargado no siempre será el mismo por ejemplo, si el problema es financiero lo llevara a cabo el departamento financiero y es el que llevará el reporte, pero si el problema es de recursos humanos lo llevará el responsable de recursos humanos.

8.2.4. Estrategias de Salida

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

En el plan de Bluebee se tienen previstas algunas estrategias de salidas, pero para dar a conocer el servicio, porque el servicio es una necesidad que tienen la mayoría de los restaurantes solo que no hay quien le ofrezca la solución.

Hay 2 estrategias de salidas para dar a conocer el servicio de Bluebee:

- Marketing en la feria de Duran: esta actividad esta detallada en el plan de marketing, con esta actividad se plantea dar a conocer el servicio y que las personas hagan publicidad de boca a boca que es lo que se espera con esta estrategia.
- Marketing en páginas web de los clientes: Esta estrategia es hacer un cambio de limpieza por un espacio en las páginas web de los clientes.

Otra manera de hacer conocer el servicio es mediante stickers pegados en las trampas de grasa de todos los clientes visitados así los entes reguladores de este tipo de dispositivos harán publicidad y nos recomendaran.

Lo que se pretende con estas estrategias es contrarrestar los riesgos mediante la captación de clientes a través de este tipo de marketing y posicionar la marca en el mercado ecuatoriano

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

9. CONCLUSIONES

Bluebee es una empresa que va a brindar un servicio innovador y así espera poder hacer la diferenciación en el mercado.

La ciudad de Guayaquil posee alrededor de 7631 locales de comida los cuales son clientes potenciales para brindar el servicio.

El servicio que Bluebee pretende ofrecer es una solución tanto como para los restaurantes como para el ornato de la ciudad y el medio ambiente.

Un factor muy importante para el éxito de este negocio es la disponibilidad de horario para los diferentes restaurantes.

Hay gran oportunidad para esta idea de negocio ya que en el entorno y política del Ecuador hay gran preocupación por el medio ambiente y su cuidado.

La rentabilidad de este proyecto es muy alentadora gracias al estudio de mercado y la aceptación de los clientes, se puede observar también que el mercado no ha sido explorado en su totalidad y que hay clientes que si bien perciben que no tienen la necesidad, con este servicio se la puede crear.

Gracias al estudio de mercado se puede observar un amplio nicho de mercado el cual está insatisfecho y esperando porque alguien supla su demanda, además de una solución eficaz y que puede solucionar el problema de ese nicho.

Monetariamente, el proyecto es muy rentable, invirtiendo una aproximado de \$190.000 el proyecto ofrece una TIR muy elevada con el 74%, además de una recuperación del capital en 1.5 años y una VAN de \$237.000 aproximadamente.

Para Grandes Negocios, grandes inversiones.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

10. RECOMENDACIONES

- Una de las recomendaciones más importantes es cumplir con todas las obligaciones sociales que implica tener un negocio, como por ejemplo los pagos de impuestos, la afiliación del personal de trabajo y el cuidado del medio ambiente.

- Hay aseguradoras que están incursionando en seguros especiales para PYMES, hechos a la medida y el presupuesto de pequeñas y medianas empresas y de acuerdo a sus activos y el negocio al que se dedica, asegurarse de encontrar una aseguradora idónea para este tipo de negocio.

- Direccionar bien las estrategias para asegurar el éxito del negocio.

- Capacitar a los colaboradores para brindar un servicio de calidad y seguridad ya que ellos son la presentación de la empresa frente al resto.

- Tener una disponibilidad de horario muy flexible ya que el servicio es para otros negocios los cuales tienen muy poco tiempo libre.

- Dado que la idea es nueva y el mercado de clientes es extenso, se debería buscar más crédito para aumentar la capacidad de recolección de la empresa y así ganar más clientes.

- Investigar qué uso se le puede dar a los desechos acaparados en el proceso de limpieza, ya que el mismo puede ser más rentable si ese desperdicio se convirtiera en abono por ejemplo, así se tendría una expansión horizontal en la cartera de los accionistas y Bluebee podría vender abono.

CAPÍTULO 11

FUENTES

11. FUENTES

Bibliografía

- Alcaldía de Guayaquil. (6 de 12 de 2011). *www.guayaquil.gob.ec*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://noticias.guayaquil.gob.ec/2011/12/firman-contrato-para-los-estudios-de.html>
- acegroup. (2013). <http://www.acegroup.com/>. Recuperado el 24 de 4 de 2013, de <http://www.acegroup.com/ec-es/empresas/seguro-de-pequena-y-mediana-empresa.aspx?ht=>
- Agua y Saneamiento Ambiental S.A. de C.V. México. (2013). *www.plantasdetratamiento.com.mx*. Recuperado el 14 de 5 de 2013, de <http://www.plantasdetratamiento.com.mx/index.php?funcionamiento>
- AQUAKLEANER. (2013). *www.aquakleaner.com.ec*. Recuperado el 13 de 05 de 2013, de <http://www.aquakleaner.com.ec/>
- Bestnegsa. (2013). *www.bestnegsa.com*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.bestnegsa.com/>
- BioAmp. (2011). *www.bioamp.es*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.bioamp.es/applications/grease-traps>
- CAmaras de Industrias de Guayaquil. (2013). <http://industrias.ec/>. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de http://industrias.ec/archivos/documentos/____tipos_de_contratos.pdf
- Camaras de Industrias de Guayaquil. (2013). *www.cig.org.ec*. Recuperado el 14 de 5 de 2013, de http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/____tipos_de_contratos.pdf
- Consortio Univerde. (2013). *univerde.consorciouniverde.org/*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://univerde.consorciouniverde.org/guia-agua/>
- Coyuntura Internacional America. (2013). <http://coyunturainternacionalamerica.wordpress.com/>. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://coyunturainternacionalamerica.wordpress.com/>

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

Crear empresa en Madrid. (2007-2014). *www.crearempresamadrid.com*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://crearempresamadrid.com/crear-empresa-archivos/participaciones-sociales.html>

Diario El Universo. (20 de 06 de 2012). Recuperado el 15 de 05 de 2013, de *www.eluniverso.com*: <http://www.eluniverso.com/2012/06/21/1/1445/liquido-destilabasura-afecta-sectores.html>

Diario Hoy. (08 de 06 de 2011). Recuperado el 15 de 05 de 2013, de <http://www.hoy.com.ec>: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/en-guayaquil-se-quedan-alrededor-de-700-toneladas-de-basura-sin-recoger-479573.html>

iesgaroe. (2012). *www.iesgaroe.org*. Recuperado el 16 de 05 de 2013, de <http://iesgaroe.org/4esoalumnos/patricia/>

International Organization for Standardization. (2013). <http://www.iso.org/>. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.iso.org/iso/home.html>

Las Letras al derecho. (2013). <http://letrasalderecho.info/>. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de http://letrasalderecho.info/principios_contratacion.html

medicinajoven. (02 de 2010). *medicinajoven.com*. Recuperado el 18 de 04 de 2013, de <http://www.medicinajoven.com/2010/02/hipotesis-de-la-higiene.html>

Ministerio de relaciones Laborales. (2013). *relacioneslaborales.gob.ec*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Mandato-Constituyente-No.-8.pdf>

Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil. (2013). <http://www.guayaquil.gov.ec/>. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.guayaquil.gov.ec/content/requisitos-para-obtener-la-tasa-de-habilitaci%C3%B3n>

PALLOMARO S.A. (2013). *www.pallomaro.com*. Recuperado el 22 de 09 de 2013, de http://www.pallomaro.com/disen%C3%B3_cocinas_industriales/trampa-de-grasas-ideal-para-proteger-instalaciones-sanitarias-en-su-restaurante/

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

- Proyectos del Agua. (2013). *proyectodelaguacdc.blogspot.com*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de 0: <http://proyectodelaguacdc.blogspot.com/2012/11/el-agua-potable.html> 100%
- Publicaciones Vértice S.L. (2008). *Gestión medioambiental: manipulación de residuos y productos químicos*. Málaga: Editorial Vértice.
- Publicaciones Vértices S.L. (2006). *Hotelería y Turismo (elaboración de platos combinados y aperitivos)*. Malaga: Editorial Vértice.
- Realidad Ecuador. (s.f.). *www.realidadecuador.com*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.realidadecuador.com/2012/01/gran-exito-del-ecuador-en-crecimiento.html>
- Recolvih. (2013). *www.recolvih.org*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://www.recolvih.org/glosario/h>
- smartcleaning. (s.f.). <http://www.smartcleaning.com.ec>. Recuperado el 24 de 05 de 2013, de <http://www.smartcleaning.com.ec/smartcleaning/index.php>
- Superintendencia de Compañías. (2013). *www.supercias.gob.ec*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf
- Universida Tecnica Particular de Loja . (2013). *www.utpl.edu.ec*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de Asesoría Jurídica Virtual: http://www.utpl.edu.ec/consultoriojuridico/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=17
- Universidad Técnica Particular de Loja. (2013). *eva.utpl.edu.ec*. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://eva.utpl.edu.ec/door/uploads/77/77/indice.html>
- wikipedia. (1 de 07 de 2013). *es.wikipedia.org*. Recuperado el 22 de 09 de 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Higiene_p%C3%BAblica
- wordreference. (s.f.). *wordreference.com*. Recuperado el 20 de 05 de 2013, de <http://www.wordreference.com/definicion/higiene>
- Yaku Peru. (6 de 07 de 2010). <http://yakuperu.blogspot.com/>. Recuperado el 14 de 05 de 2013, de <http://yakuperu.blogspot.com/2010/07/las-aguas-servidas.html>

CAPÍTULO 12

ANEXOS

12. ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

Establecimiento: _____

Sector: _____

Encuesta realizada a los dueños y administradores de restaurantes.

- I. ¿Ha tenido problemas con el funcionamiento de la trampa de grasa de su local?
Si () No ()
- II. ¿Qué problemas le ha presentado la trampa de grasa?
- | | |
|---------------------------------------|--------------------------|
| Mal olor | <input type="checkbox"/> |
| Se tapa la cañería | <input type="checkbox"/> |
| Se le derrama el líquido de la trampa | <input type="checkbox"/> |
| No sabe qué hacer con el desperdicio | <input type="checkbox"/> |
| Otra (especificar) _____ | |
- III. ¿Con qué frecuencia se limpia la trampa de grasa de su local?
- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| Una vez a la semana | <input type="checkbox"/> |
| Dos veces a la semana | <input type="checkbox"/> |
| Pasando un día | <input type="checkbox"/> |
| Otra (especificar) _____ | |
- IV. ¿Quién le hace el trabajo de limpieza de la trampa de grasa?
- | | |
|------------------|--------------------------|
| Sus trabajadores | <input type="checkbox"/> |
| Una empresa | <input type="checkbox"/> |
- V. ¿Estaría dispuesto a adquirir este servicio?
- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| Muy dispuesto | <input type="checkbox"/> |
| Dispuesto | <input type="checkbox"/> |
| Ni dispuesto ni indisposto, | <input type="checkbox"/> |
| Poco dispuesto, | <input type="checkbox"/> |
| No dispuesto | <input type="checkbox"/> |
- VI. ¿Qué atributos son importantes a la hora de la limpieza de la trampa de grasa?
- | | |
|--------------------|--------------------------|
| Rapidez | <input type="checkbox"/> |
| Eficiencia | <input type="checkbox"/> |
| Precio | <input type="checkbox"/> |
| Calidad | <input type="checkbox"/> |
| Otro (especificar) | |
- VII. ¿En qué horario le gustaría que le brinden este servicio?

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA DE TRAMPAS DE GRASA DE RESTAURANTES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

| | |
|-------------------|----------------------|
| Mañana (8am-12am) | <input type="text"/> |
| Tarde (1pm-5pm) | <input type="text"/> |
| Noche (6pm-10pm) | <input type="text"/> |

VIII. ¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a pagar por este servicio?

IX. ¿Con qué frecuencia contrataría el servicio?

Entrevista a Dueños de locales de Comida

¿Tipo de establecimiento (comida rápida, cebicherías, almuerzos, etc.)?

¿Cómo realizan la limpieza en el establecimiento?

¿Con qué frecuencia realizan la limpieza?

¿Qué tiempos les toma realizar la limpieza?

¿Qué hacen con los desperdicios?

¿Estaría Ud. dispuesto a contratar este servicio?

¿Con que frecuencia?

¿A qué precio?