UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

Repositorio Digital USM **https://repositorio.usm.cl**

Tesis USM TESIS de Pregrado de acceso ABIERTO

2021

ESTUDIO TÉCNICO – ECONÓMICO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE SANITIZACION Y LIMPIEZA INTEGRAL ORIENTADO A FAENAS DE CONSTRUCCION

ALARCON ALMENDRA, RODRIGO

https://hdl.handle.net/11673/53554

Repositorio Digital USM, UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

UNIVERSIDAD TECNICA FEDERICO SANTA MARIA

SEDE CONCEPCION REY BALDUINO DE BELGICA

CONCEPCION

ESTUDIO TÉCNICO – ECONÓMICO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE SANITIZACION Y LIMPIEZA INTEGRAL ORIENTADO A FAENAS DE CONSTRUCCION.

RODRIGO ALFONSO ALARCON ALMENDRA

2021

UNIVERSIDAD TECNICO FEDERICO SANTA MARIA
SEDE DE CONCEPCION – REY BALDUINO DE BELGICA

ESTUDIO TÉCNICO – ECONÓMICO DE CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE SANITIZACION Y LIMPIEZA INTEGRAL ORIENTADO A FAENAS DE CONSTRUCCION.

PROYECTO PARA OPTAR A TITULO DE ING. EN CONSTRUCCION CON LICENCIATURA EN INGENIERIA

ALUMNO: **RODRIGO ALARCON ALMENDRA**

PROFESOR GUIA: **SERGIO HERNANDEZ ARAVENA**

DEDICATORIA

Este trabajo de título se lo dedico a mi hijo Demian Alarcón Sánchez y mi pareja Yenifer Sánchez Ervet, quienes han sido mi fuente de inspiración y superación durante todo este tiempo gracias a el siempre me e propuesto superarme como profesional y como persona, te amo con todo mi corazón y espero en el futuro que tú también te conviertas en una gran persona, y gracias a ti Yenifer que estuviste cuando más te necesite dándome tu cariño y paciencia en los momentos más difíciles.

RESUMEN

En el presente trabajo de título se analizará la propuesta de creación de una empresa que entregue servicios de limpieza y sanitizacion integral en la comuna de Talcahuano región del bio-bio, actualmente la situación del mercado empresarial en Talcahuano es muy diversificado existiendo empresas tanto de comercio, farmacias, hospitalarias y constructoras siendo un mercado muy favorable para la inserción de empresas que entreguen servicios. En los últimos años se ha visto un aumento en la tercerización de estos servicios por parte de las firmas que actualmente residen en la localidad. En la comuna actualmente existe solo 2 empresas que entregan este servicio. La recopilación de datos del sector nos permitirá saber de manera más precisa lo que nuestros potenciales clientes requieren para sus empresas entregando un servicio especializado además de evaluar la propuesta técnica y económica para entregar los fundamentos necesarios a nuestro inversionista y de esta manera que pueda tomar la decisión que el estime más conveniente.

INDICE

RESUMEN 4
INDICE DE GRAFICOS 7
INDICE DE DIAGRAMAS 8
SIGLA Y SIMBOLOGIA 9
INTRODUCCIÓN 10
CAPÍTULO 1: Antecedentes 11
1.1. OBJETIVO GENERAL 12
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 12
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 13
1.4. JUSTIFICACIÓN 13
1.5. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO 13
1.6. DELIMITACIÓN CAMPO DE ACCIÓN DEL NEGOCIO 14
1.7. ESTRUCTURA DEL PROBLEMA 14
1.8. DESARROLLO DEL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR 15
1.8.1. PROPUESTA DE VALOR 15
1.8.2. SEGMENTO DE MERCADO 15
Capítulo 2: Productos y Servicios 16
2.1. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS 17
2.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO 17
2.3. PRODUCCIÓN 18
2.4. ORGANIZACIÓN DE TAREAS 19
2.4.1. ORGANIZACIÓN DE TAREAS EN OFICINAS ADMINISTRATIVAS 19
2.4.2. ORGANIZACIÓN DE TAREAS PARA CASOS ESPECIALES 19
2.5. PROTOCOLOS DE EJECUCION DE TAREAS 20
2.5.1 PISOS 20
2.5.2 RECOLECCION DE RESIDUOS COMUNES 21
2.5.3 LIMPIEZA DE MOBILIARIO 21
2.5.4. LIMPIEZA DE VIDRIOS 22
2.5.5. SANITIZACION Y DESINFECCIÓN DE ESPACIOS 22
2.5.6. REPOSICIÓN DE ELEMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD 23

2.5.7. FUMIGACIÓN 24
2.5.8. INSTALACIÓN DE TÓTEM U INSTALACIÓN DE PASARELA 24
Capítulo 3: Descripción del Sector 25
3.1. ESTUDIO DE MERCADO 26
3.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO 26
3.2.1. RESULTADO DE ENCUENTAS 27
3.3. CONDUCTAS DE COMPRAS DE LOS CLIENTES 29
3.4. VISIÓN DEL SECTOR 30
Capítulo 4: 31
Estrategia de Comercialización 31
4.1. MERCADO 32
4.2. ESTRATEGIAS DE COBERTURA DE MERCADO Y POSICIONAMIENTO 32
4.3. CANALES DE COMUNICACION 33
Capítulo 5: Gestión y personal 34
5.1. ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN 35
5.2. GERENCIA 35
5.3. PRODUCCIÓN 35
5.3.1. SUPERVISIÓN Y ADMINISTRACIÓN 35
5.3.2. PERSONAL OPERARIO 35
5.3.3. JERARQUÍA DEL PERSONAL 36
Capítulo 6: Normativa 37
6.1. NORMATIVAS 38
Capítulo 7: Estudio Económico 39
7.1. FLUJO DE CAJA 40
7.2. CÁLCULO DEL VAN 42
7.3. CÁLCULO DE TIR 43
CONCLUSIONES 44
BIBLIOGRAFIA 45

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1-Tareas de Limpieza _____ 27
Grafico 2-Empresas Contratadas de alcance local _____ 28
Grafico 3-Calidad del Servicio_____ 28
Grafico 4-Prioridades Del Cliente _____ 29

INDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1- Estructura del Problema _____ 14
Diagrama 2-Diferenciacion de Producto _____ 32
Diagrama 3-Jerarquia de Personal _____ 36

SIGLA Y SIMBOLOGIA

SIGLA

INE	:	Instituto Nacional de Estadísticas
MINSAL	:	Ministerio de Salud de Chile
MINTRAB	:	Ministerio del Trabajo y Previsión Social
CCHC	:	Cámara Chilena de la Construcción
VAN	:	Valor Actual Neto
TIR	:	Tasa Interna de Retorno

SIMBOLOGIA

$	:	Peso Chileno
m2	:	Metro Cuadrado

INTRODUCCIÓN

Desde hace aproximadamente 1 año, se ha observado un incremento en la demanda de servicios de limpieza. Originalmente en las organizaciones locales, las tareas de aseo eran realizadas por el personal propio. Si bien hoy esta modalidad subsiste en empresas pequeñas y medianas, el ingreso de compañías al medio con nuevas modalidades de trabajo, donde la tercerización de ciertos servicios resulta rentable y eficiente para los empresarios, a creando una tendencia de cambio en el sector servicios. Es así como poco a poco las instituciones y empresas de mayor envergadura están en la búsqueda de una mejor imagen y mayor calidad en la higiene de sus instalaciones, consecuentemente se han inclinado por externalizar las tareas de limpieza a firmas especializadas en ello

En el último año se han presentado aumentos en la demanda de servicios de aseo según el reporte del INE (31 de diciembre de 2021) en su informe expone lo siguiente "El Índice de Ventas de Actividades de Servicios Administrativos y de Apoyo a precios corrientes anotó un alza en doce meses de 8,4%. En tanto Seis de las siete actividades que componen este sector crecieron interanualmente. Las principales incidencias provinieron de alquiler y arrendamiento de vehículos automotores (2,237pp.), actividades de servicios de apoyo a las empresas n.c.p.2 (2,223pp.), actividades de empleo (1,509pp.), alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria, equipo y bienes tangibles (1,410pp.) y actividades de seguridad e investigación (1,183pp.).

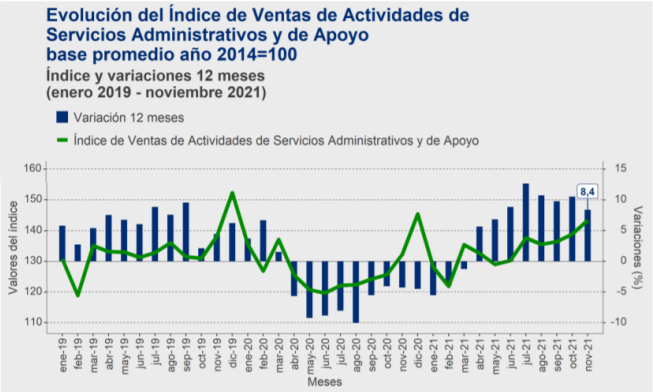

Imagen 1-Boletin Sectores Económicos Índice de ventas de servicio diciembre 2021

Los indicadores nos presentan buen panorama para la creación de empresas relacionadas al rubro, y cabe destacar que debido a la presente crisis sanitaria la demanda e implementación de este servicio se ha hecho cada vez de manera más frecuente.

CAPÍTULO 1: Antecedentes

1.1. OBJETIVO GENERAL

Estudio técnico – económico sobre proyecto de creación de una empresa que entregue servicios de sanitizacion y limpieza integral.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Identificar y analizar las necesidades del mercado en Talcahuano.

2. Formular la Propuesta de Valor del servicio.

3. Establecer estrategias de relación con el cliente.

4. Identificar y cuantificar los costos fijos y variables del negocio (insumos de limpieza, sueldos de personal, gastos generales publicidad, etc.)

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente en la ciudad de Talcahuano no existe una empresa de limpieza que brinde un servicio integral y especializado, con la tecnología apropiada, y los protocolos mínimos requeridos por la presente crisis sanitaria. Por dicha razón estas instituciones se ven obligadas a contratar prestaciones a servicios deficientes, sin tener opciones disponibles de alcance local que cumplan con sus expectativas. Esto crea inconvenientes a nuestros clientes además de disconformidad en cuanto a la calidad del servicio y abastecimiento de insumos básicos de higiene. El hecho radica en que no existe una empresa que proporcione un servicio integro especializado en el control de patógenos con un protocolo claro de ejecución de limpieza y las supervisiones tienden a ser poco frecuentes lo implica un escaso control de las tareas realizadas además de constar con personal operario no capacitado que las desempeña como consecuencia proporcionando un servicio deficiente de baja calidad. Consecuentemente ante la inexistencia de una empresa prestadora de servicios de limpieza integral es que da pie a un emprendimiento de negocios que apunte a dicho sector.

1.4. JUSTIFICACIÓN

La realización de este trabajo es un encargo real, debido a que los inversionistas quieren evaluar la situación antes de la toma de decisión. Evaluando las opciones que deberán tomar con respecto al capital y el método de financiamiento adecuado para el proyecto. Además de conocer las normativas aplicables al proyecto que permitan la correcta funcionalidad legislativa de la empresa.

1.5. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

Este trabajo tiene como finalidad efectuar un estudio Técnico – Económico sobre la puesta en marcha y creación de una empresa que entregue servicios de sanitizacion y limpieza integral. Cumpliendo con los estándares y los protocolos de sanitizacion recomendados por el MINSAL y protocolos y guías COVID-19 de la CCHC requerido en empresas constructoras.

1.6. DELIMITACIÓN CAMPO DE ACCIÓN DEL NEGOCIO

1-Delimitación del mercado

Mercado local y empresas que presenten problemáticas similares a las ya expuestas con anterioridad.

2-Campo de Acción

Área comercial, Prestación de servicios

3-Ubicación

Talcahuano: debido a que en el último año ha presentado proyectos constructivos muy deseables por el rubro como lo son, la ampliación del eje de colon, construcción de novena compañía de bomberos, nueva etapa parque residencial valle de azapa lomas de san Andrés.

1.7. ESTRUCTURA DEL PROBLEMA

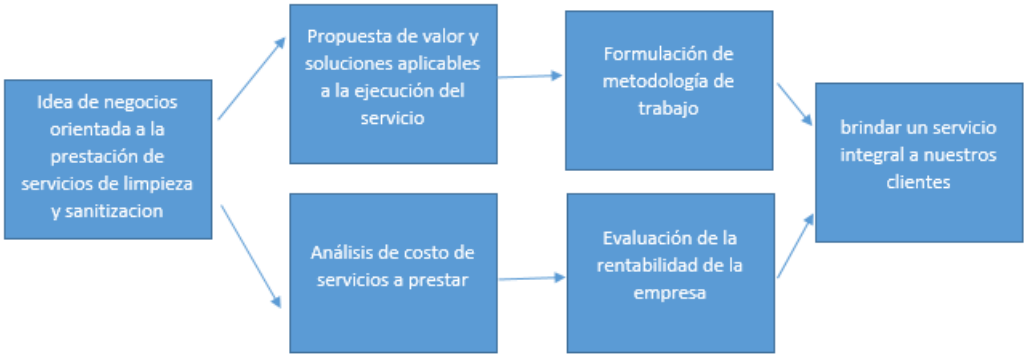

Diagrama 1- Estructura del Problema

1.8. DESARROLLO DEL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR

1.8.1. PROPUESTA DE VALOR

Productos y servicios

Servicios de limpieza y sanitizacion completos

Entrega de Certificados de Sanitizacion

Trabajos Profesionales y certificados que respeten los protocolos y estándares requeridos

Aliviadores de Frustraciones

El servicio entregado sea Profesional y que cumpla con las expectativas del cliente.

Disminución de gasto de tiempo por parte del cliente en la búsqueda de servicios Profesionales

Reducción de Preocupaciones ante dudas sobre la calidad del trabajo realizado

Creadores de alegrías

La satisfacción del cliente al saber que el servicio contratado cumple con lo prometido

1.8.2. SEGMENTO DE MERCADO

Alegrías

Contratar un servicio que cumpla con las expectativas y elimine preocupaciones

Frustraciones

Bajos estándares en el cumplimiento de protocolos sanitarios adecuados a la contingencia, en servicios contratados similares

Empresas que no cuenten con personal debidamente capacitado respecto a los protocolos Covid

Trabajos del cliente

Determinar las áreas de mayor riesgo de contagio dentro de la oficina y faena.

Determinar las áreas de mayor uso que requieren protocolos de revisión más frecuente en terreno

Capítulo 2: Productos y Servicios

2.1. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

La empresa brindará a sus clientes un servicio que consta de la limpieza y desinfección del áreas administrativas o zonas de trabajo como faenas y bodegas, con protocolos de acorde a lo dictaminado por el MINSAL, productos certificados y recomendados por la CCHC adecuadas para no entorpecer el avance del proyecto y realizado con personal capacitado para la ejecución de las tareas certificados y con cursos de manejo y manipulación.

Este servicio será realizado por personal contratado por la empresa capacitado y certificado provisto con indumentaria y elementos de seguridad e higiene adecuados a la situación de peligro sanitario.

2.2. CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO Y/O SERVICIO

En base a que se ofrecerá un producto intangible, apuntamos nuestros esfuerzos al logro de un servicio diferenciado, por lo cual será objetivo primordial, trabajar con personal idóneo para la realización de las tareas.

Se busca un perfil de personal con predisposición hacia el trabajo, puntual, Profesional que logre desarrollar las tareas tanto en equipo como en solitario.

Dos aspectos que se consideran relevantes en la calidad de nuestra prestación están relacionados con:

El suministro de insumos:

En cuanto al abastecimiento de productos de limpieza, se utilizarán productos de calidad y éstos serán distribuidos por nuestro personal en tiempo y en forma para evitar molestias a nuestros clientes por escasez de elementos básicos de limpieza.

Contacto directo con la persona responsable del servicio:

Otro inconveniente asociado a la tercerización del servicio a empresas externas, es que no existe una cara visible que recepcione los reclamos de los usuarios y dé soluciones inmediatas a los mismos. Es por ello que se ha preestablecido para el presente proyecto, se mantenga una sólida comunicación por parte de nuestro personal hacia los clientes que soliciten el servicio con llamadas semanales y correos, para atender todas sus dudas y asegurar una adecuada atención a nuestros clientes.

2.3. PRODUCCIÓN

Los servicios consisten en:

1. Limpieza y desinfección de superficies

2. Recolección de residuos sanitarios, mascarillas usadas, guates, etc.

3. Limpieza de mobiliario y equipamiento específico con la utilización de productos y procedimientos de acuerdo a protocolos de sanitizacion recomendados por las autoridades competentes

4. Limpieza de superficies vidriadas

5. sanitizacion y desinfección de grandes superficies utilizando máquinas y equipos adecuados a cada trabajo.

6. Fumigación de instalaciones o lugares de trabajo.

Para la ejecución de las tareas se requerirá de maquinaria y elementos que a continuación

se detallan:

- Aspiradoras industriales
- Hidro-lavadoras
- Bombas de Espalda de
- Bomba eléctrica ULV
- Mopas y baldes
- Indicadores de seguridad
- Carros escurridores de mopas

Suministro de elementos se constituye de:

- Detergentes para pisos
- Desinfectantes
- Rejillas y paños
- Lustra muebles
- Escobillones
- Fragancias de ambientes
- Líquidos limpiavidrios
- Alcohol
- Guantes
- Barbijos
- Antiparras
- Alcohol GEL
- Amonio Cuaternario
- Mascarillas

2.4. ORGANIZACIÓN DE TAREAS

2.4.1. ORGANIZACIÓN DE TAREAS EN OFICINAS ADMINISTRATIVAS

Se colocarán elementos de señalización para indicar la ejecución de la tarea de limpieza y desinfección, se procederá a solicitar al personal desalojar el reciento respetando los protocolos de distanciamiento social para la correcta ejecución del servicio considerando la integridad de terceros, además para las tareas de sanitizacion se acordará una fecha en particular debido a que existen productos que no es posible su uso con personal al interior del recinto.

2.4.2. ORGANIZACIÓN DE TAREAS PARA CASOS ESPECIALES

Se refiere a ubicaciones externas, en el caso de las constructoras el emplazamiento del proyecto donde se ubiquen las faenas y ubicaciones de bodegas de estas mismas para las cuales se les brindara un servicio que consta de la instalación de un tótem con termómetro para el control de temperatura corporal y adicional a este un dispensador de alcohol gel, también en caso de requerir un mayor control se dotara de una pasarela que consta de aspersores que administran una solución de desinfectante (mescla de amonio cuaternario y agua o alcohol). Los servicios de instalación, sanitizacion y fumigación serán realizados fuera de las horas laborales para no afectar el avance de la obra ni dañar la integridad de sus funcionarios.

2.5. PROTOCOLOS DE EJECUCION DE TAREAS

Las tareas de limpieza serán realizadas en la fecha estipulada previamente acordada con el cliente y se prestaran servicios durante las horas que se requieren de acuerdo a la envergadura del trabajo a realizar. Y ellas en general consistirán en:

2.5.1 PISOS

Barrido de pisos:

- Pasado de mopa o cepillo para polvo sobre la superficie a tratar considerando sus dimensiones
- Recolección de residuos con pala para depositarlos en el cesto contenedor de residuos

Limpieza de pisos:

- Pasado de mopa con solución limpiadora hasta cubrir toda la superficie Se pasa la mopa sobre la superficie aseada recogiendo la solución líquida sucia, hasta que las capacidades de absorción de las fibras de la mopa estén saturadas de líquido repitiendo la operación tantas veces como sea necesaria hasta cubrir toda la superficie
- Se pasa la mopa sobre la superficie aseada recogiendo el remanente de agua limpia de la superficie
- Se verifica la higiene de la superficie total y se corrigen omisiones o imperfecciones
- Se enjuagan los elementos utilizados, considerando la correcta higiene de los mismos

Desinfección de pisos:

Una vez limpia la superficie horizontal:

i. Pasado de mopa utilizando solución desinfectante hasta cubrir toda la superficie
ii. Verificación de la higiene de la superficie y se corrigen omisiones o imperfecciones
iii. Se enjuagan los elementos utilizados, considerando la correcta higiene de los mismos

2.5.2 RECOLECCION DE RESIDUOS COMUNES

Recolección de residuos:

- Se coloca elementos de protección personal, incluyendo guantes resistentes y mascarilla
- Se cierran las bolsas de residuos, ubicadas en los cestos, una vez alcanzado 2 tercios de su Capacidad
- Se retiran del sector las bolsas de residuos previamente cerradas, hasta el sector de almacenamiento asignado por el establecimiento para ser entregado a la recolectora de residuos.
- Se verifican posibles chorreaduras, se corrigen omisiones o imperfecciones, siguiendo los procedimientos de limpieza y desinfección de la superficie

2.5.3 LIMPIEZA DE MOBILIARIO

Incluye escritorios, mesas, sillas, muebles, etc.

Limpieza:

- Se limpia el polvo y suciedad de la superficie, utilizando solución limpiadora y pasándola por la superficie a limpiar
- Se pulveriza una mezcla de amonio cuaternario o mezcla de desinfectante sobre las sillas
- Se limpia con Paños húmedos de cloro para eliminar patógenos que estén presentes en la superficie
- Se verifica la totalidad de la tarea realizada sobre la superficie y se corrigen omisiones o imperfecciones

En caso de limpieza de equipamiento (monitores, computadoras, impresoras, fotocopiadoras, etc.):

Se cumple con el mismo procedimiento de limpieza de mobiliario, utilizando paño limpio y seco para evitar dañar cualquier componente electrónico.

2.5.4. LIMPIEZA DE VIDRIOS

Se colocarán elementos de señalización para indicar la tarea de ejecución de limpieza, considerando la integridad de terceros.

fácil acceso:

- Se aplica solución limpiadora de vidrios empleando elemento lavador, siguiendo las recomendaciones técnicas del producto utilizado.
- Se escurre con elemento escurridor, la solución limpiadora de vidrios.
- Se retira el exceso de líquido escurrido mediante un paño absorbente.
- Se verifica la tarea realizada, se corrige omisiones o imperfecciones, respetando los procedimientos indicados por el referente de la empresa empleadora y aplicando medidas de seguridad personal y de terceros.

difícil acceso:

- Se aplica solución limpiadora de vidrios empleando elemento lavador dotado de una vara de extensión, siguiendo las recomendaciones técnicas del producto utilizado.
- Se continúa con el resto del procedimiento de limpieza de vidrios indicado en “limpieza de vidrios de fácil acceso” seleccionando el modo de limpieza en forma recta de arriba hacia abajo.

2.5.5. SANITIZACION Y DESINFECCIÓN DE ESPACIOS

Se colocan elementos de señalización para indicar la tarea de ejecución de limpieza, considerando la integridad de terceros

- Se solicitará el desalojo del personal al interior del lugar en caso de ser oficina.
-
- En casos Especiales como lo es en terreno o faena las tareas se realizaran fuera de horario laboral.
- Se colocan los elementos de protección personal, incluyendo la utilización de antiparras, guantes de procedimiento y guantes de nitrilo, mascarilla full face 3m, buzo desechable y cubre calzado además de los equipos necesarios para la sanitizacion.

Sanitizacion:

- De ser necesario se cubrirá con una capa de poliuretano, equipos eléctricos o componentes cuyo contacto con líquidos pudiera verse afectando su malfuncionamiento

- Se limpian paredes, puertas, ventanas, sillas, muebles y casi todo objeto que se encuentre al interior del inmueble con una bomba eléctrica de espalda la cual vaporizara la mescla para su correcta aplicación.

- En casos de exterior se procederá con el mismo protocolo de interior a excepción que la bomba de espalda será manual y pulverizará el desinfectante en la superficie.

- Se verifica la correcta aplicación del Producto y se corrigen omisiones o imperfecciones.

- Se enjuagan los elementos utilizados considerando la correcta higiene de los mismos.

- Se entregará un certificado de sanitizacion al cliente el cual contendrá el producto utilizado la fecha de aplicación y la fecha recomendada para la próxima aplicación del producto.

Para la desinfección no es necesario el desalojo total del inmueble, pero deberá efectuar el desalojo en la medida que permita una correcta ejecución del servicio respetando el protocolo de distanciamiento.

Desinfección:

- Se aplicará de manera pulverizada una mescla de amonio cuaternario sobre la superficie a desinfectar.

- Se limpian los excesos del producto con un paño absorbente seco.

- Se verifica la correcta aplicación del Producto y se corrigen omisiones o imperfecciones.

- Se enjuagan los elementos utilizados considerando la correcta higiene de los mismos

- En casos de exterior se procederá con el mismo protocolo de interior.

2.5.6. REPOSICIÓN DE ELEMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD

La reposición de alcohol gel, mascarillas e sanitizadores en Aerosol se realizará mediante un despacho previamente acordado con el cliente y los productos brindados deberán de cumplir con la normativa vigente tanto de calidad como de certificación. La reposición de estos deberá ser realizado por nuestro personal, en caso de solicitar una reposición por parte del cliente se podrá realizar una visita adelantada a la fecha estipulada sin costo adicional.

2.5.7. FUMIGACIÓN

La fumigación deberá ser realizada posterior a la hora de termino laboral, para no afectar ni dañar de cualquier modo a terceros, será realizada por personal propio capacitado y entrenado para la ejecución de la tarea a realizar.

- Se colocan los elementos de protección personal, incluyendo la utilización de antiparras, guantes de procedimiento y guantes de nitrilo, mascarilla full face 3m, buzo desechable y cubre calzado además de los equipos necesarios para la sanitizacion.

- La fumigación deberá ser realizada con productos certificados y posterior a esta se entregará una copia de cartilla con la fecha de aplicación y duración del producto utilizado, el nombre del funcionario encargado de la aplicación.

2.5.8. INSTALACIÓN DE TÓTEM U INSTALACIÓN DE PASARELA

Tótem:
podrá ser instalado por el cliente o de ser necesario por personal propio en caso que se requiera.

- La administración del tótem será realizado posterior a una visita de terreno con el cual nuestro personal realizara un catastro de la zona donde se brindará el servicio, realizando un informe en el cual indicara la cantidad de personal que se encentra en las inmediaciones y los m2 que componen el lugar, para luego administrar la cantidad necesaria de tótems según lo requiera el cliente.

Pasarela:
podrá ser instalado por el cliente o de ser necesario por personal propio en caso que se requiera.

- La administración de la pasarela será realizado posterior a una visita de terreno con el cual nuestro personal realizara un catastro de la zona donde se brindará el servicio, realizando un informe en el cual indicara la cantidad de entradas que se encentra en las inmediaciones y los m2 que componen el lugar, para luego administrar la cantidad necesaria de pasarelas que se requieran, acordando fechas de mantención de estas con el cliente.

Capítulo 3: Descripción del Sector

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Se realizó un estudio de mercado, para lograr una visión aproximada de las empresas e instituciones del sector. Para ello se visitó a las firmas locales y mediante un cuestionario previamente confeccionado se obtuvo información útil y relevante para los fines de esta investigación. (Ver anexo 1 Encuestada) Teniendo en cuenta que se trata de un mercado de negocios, las encuestas fueron diseñadas considerando las características particulares que los mismos presentan.

Las personas encuestadas fueron gerentes o propietarios de empresas e instituciones, que son en definitiva quienes toman las decisiones en la organización, o tienen gran influencia sobre las mismas.

3.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Teniendo en cuenta que el mercado existente es relativamente amplio (empresas e instituciones) y que es imposible alcanzar a todos los compradores de manera efectiva, se realizó una segmentación del mercado. Para ello se agrupó a las empresas teniendo en cuenta su actividad principal. Dichos grupos son:

a) Empresas:
- Comercios
- Restaurantes
- Establecimientos industriales
- Bancos
- Bencineras
- Constructoras

b) Instituciones públicas y privadas
- Municipales
- Establecimientos educativos
- Hospitales y servicios de salud
- Centros de Recreación

Una vez identificados los rubros se seleccionaron los que presentan más importancia de acuerdo a lo que nuestros inversionistas creen más atractivo para el negocio en el caso fueron las constructoras, se lo segmentó según superficie ocupada en m2 y cantidad de personal. (Ver anexo 2 Empresas encuestadas Superficie).

Así nuestro segmento quedó conformado por empresas cuyas Faenas poseen entre 300 y hasta más de 500 m2, con una dotación de empleados superior a 3 personas. Se consideró apropiado este segmento ya que en estos Proyectos hay mayor concurrencia de personal a lo cual requiere de mayor dedicación en limpieza, por otro lado las empresas constructoras necesitan de este servicio para no poner en riesgo la vida de sus trabajadores, evitando así producir una detención abrupta de sus proyectos en ejecución, en sus instalaciones existe mobiliario, zonas vidriadas, pisos y elementos a limpiar, de las empresas se tomó una muestra para la realización de encuestas, y se destaca lo siguiente.

3.2.1. RESULTADO DE ENCUENTAS

Se analizaron los datos obtenido para visualizar de mejor forma la situación del mercado actual y poder entregar las soluciones más apropiadas en cuanto a nuestro servicio orientadas a cubrir las necesidades obtenidas.

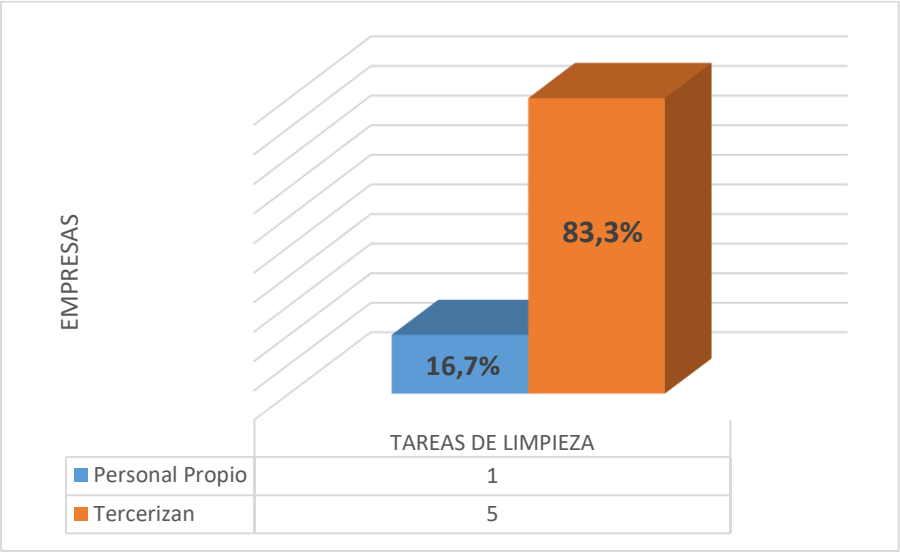

Grafico 1-Tareas de Limpieza

- 16,7 % de los encuestados realiza estas tareas con personal Propio de la empresa.
- 83,3% lo hace con empresas externas.

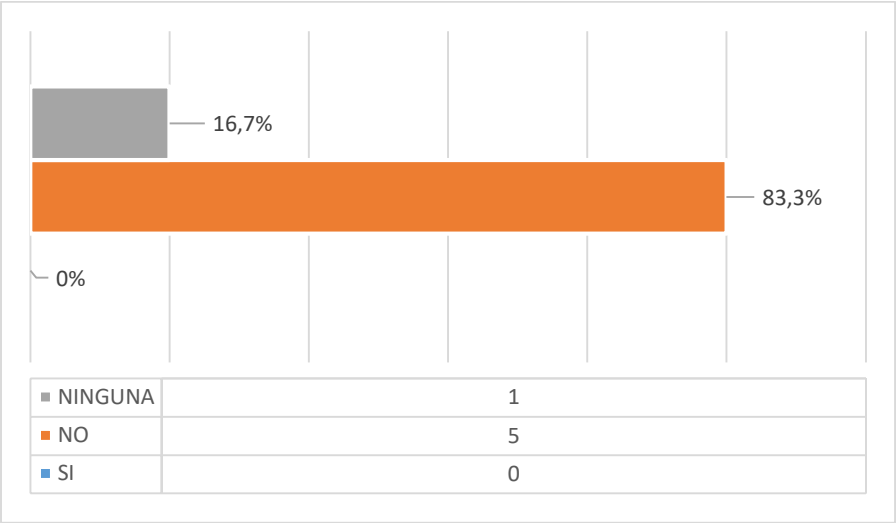

Grafico 2-Empresas Contratadas de alcance local

- Este grafico lo que nos permite observas es que las empresas en su mayoría no tienen una opción de alcance local que les entregue este tipo de servicios, lo que es un buen indicativo para nuestros inversionistas, si se logra abordar de la manera adecuada la prestación del servicio a estas empresas.

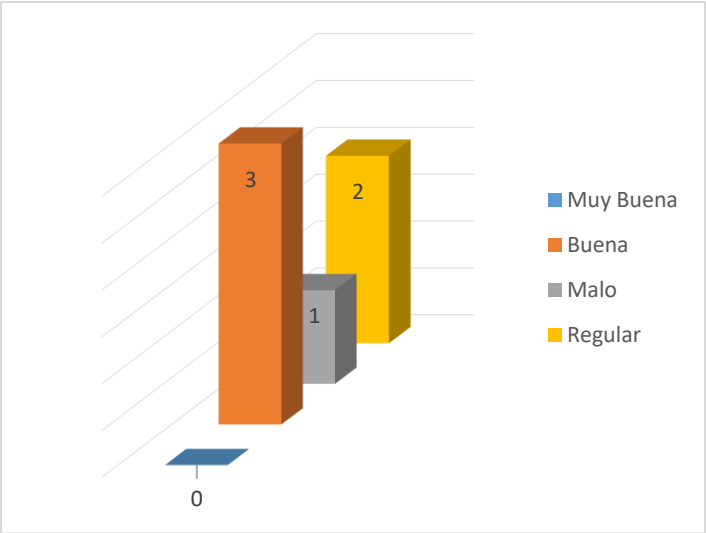

Grafico 3-Calidad del Servicio

- 50 % de las empresas indica un servicio malo o regular, claramente nos indica que hay un déficit en cuanto a la calidad del servicio entregado por las empresas.

- Lo que nos muestra un buen panorama de integración para una empresa que logre entregar un servicio de calidad e integral

3.3. CONDUCTAS DE COMPRAS DE LOS CLIENTES

Para conocer el criterio de compra de los clientes se tuvieron en cuenta los atributos que podrían ser más valiosos para ellos al momento de tomar una decisión respecto de qué tipo de empresa de servicios elegir. Llámese atributo a las "variables cualitativas que reflejan las preferencias de los clientes en la búsqueda de un objeto u o servicio para satisfacer una necesidad"

De las encuestas (Ver anexo N°3 Resultados de Encuestas) realizadas se obtuvo que la Calidad de prestación del Servicio, es considerada como el atributo de mayor valor para el 50% de los clientes, luego sigue el precio con el 33,3 % y por último se halla con el 16,7% la Entrega de Insumos.

Luego para tener un mejor detalle, se compararon los valores que cada segmento asignó a estos tres ítems.

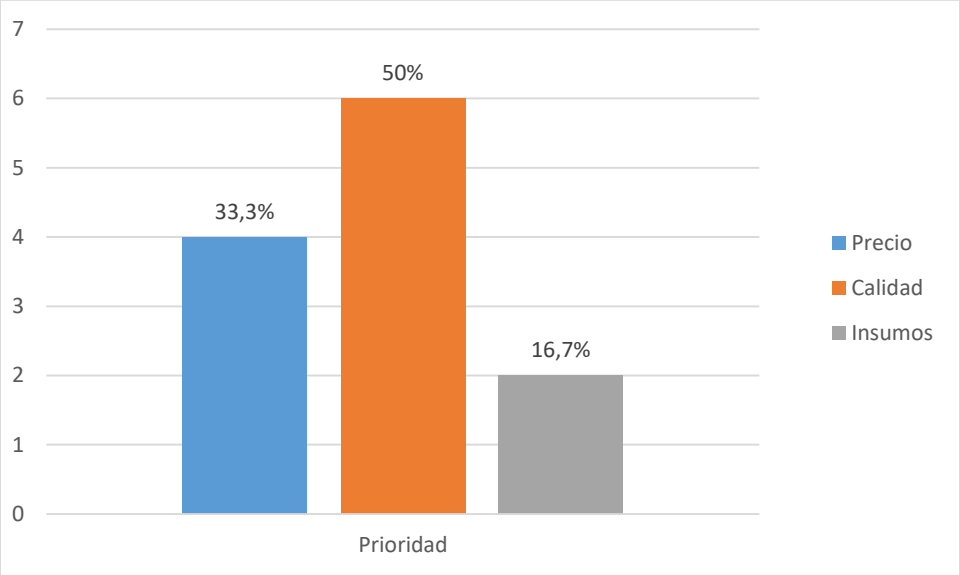

Grafico 4-Prioridades Del Cliente

- Como se observa en el Grafico, los tres segmentos sitúan a la calidad de servicio entre sus máximas prioridades.

3.4. VISIÓN DEL SECTOR

Del análisis efectuado al mercado del cual se trata esta investigación, podríamos decir que:

- El mismo se encuentra en constante crecimiento, de hecho, las encuestas lo demuestran, cada vez son más las empresas que se inclinan en contratar la prestación de Servicios de limpieza y sanitizacion.

- Para lograr una inserción exitosa, se debe apuntar a lo que el cliente considera más valioso, esto sería brindar un servicio de calidad, con personal Profesional y Responsable con la supervisión de la correcta terminación de las tareas.

- Existen en el mercado un 16,7% de empresas que resuelven su limpieza con el personal propio. Este sector, atractivo para el negocio, podría estar interesado en contratar la prestación de limpieza y Sanitizacion, se puede decir que son clientes potenciales, ya que algunos empresarios podrían comenzar a pensar en dejar a su personal para tareas más productivas en lugar de destinarlos al aseo de los edificios, aspirando a lograr una mejor imagen empresarial al contratar nuestros servicios.

- Otros clientes potenciales: Hay una buena parte del mercado que nos indica tanto un servicio malo como regular, hablamos de un 50% de las empresas que Tercerizan la higiene de sus edificios. Estas empresas en un futuro no muy lejano podrían estar interesadas en incursionar nuevas propuestas locales.

Capítulo 4:

Estrategia de Comercialización

4.1. MERCADO

Nuestro mercado se considera atractivo para los intereses de este proyecto ya que las encuestas arrojaron resultados favorables en cuanto a la contratación de servicios de limpieza (el 83,3% de ellas contrata la prestación) y si se tiene en cuenta que el mercado es lo suficientemente grande, y nuestra capacidad empresaria podría verse beneficiada a largo plazo debido a la fuerte demanda que existe actualmente.

4.2. ESTRATEGIAS DE COBERTURA DE MERCADO Y POSICIONAMIENTO

Diferenciación de productos:

Para establecer una estrategia de posicionamiento, se tomarán como base los atributos específicos, es decir, los beneficios más deseados dentro del segmento. En este caso se ha identificado que lo más valioso para el cliente es la calidad del servicio, lo cual justifica que las acciones de este emprendimiento estén orientadas al logro de una diferenciación de producto, en este caso puntual al tratarse de un producto intangible, sería de diferenciación de servicios. O sea que para lograr ventajas competitivas y participación en el mercado se debe crear el mayor valor posible sobre lo que para el cliente realmente importa. Esto permitirá posicionarnos en su mente como una empresa con un grado de excelencia en servicios de limpieza a nivel local.

Diagrama 2-Diferenciacion de Producto

- Expone un resumen de la formulación de la estrategia comercial

Para comprender con mayor detalle, es importante mencionar en qué consisten las acciones que generarán valor al producto ofrecido:

- Trabajar con personal Profesional y confiable: Se debe garantizar a las firmas que adquieran nuestros servicios una seguridad no sólo en la terminación correcta de las tareas y su ejecución, sino también en que sus pertenencias no corren riesgo alguno con la introducción de nuestro personal a sus instalaciones

- Supervisión constante de las tareas realizadas: inspeccionar que la terminación del trabajo coincida con lo anteriormente pautado.

- Encuestas de satisfacción de clientes: Al menos con una frecuencia trimestral, consultar a los usuarios a través de correos electrónicos o de manera Presencial cuál es su percepción respecto de la prestación efectuada.

- Establecimiento de horarios de atención al público: establecer un método de comunicación como puede ser mediante correo electrónico y llamada telefónica para abordar dudas y consultas de nuestros clientes.

- Políticas de satisfacción al personal: de la misma manera que se trabaja para la satisfacción del cliente, deberá hacerse con el grupo humano que integra la organización, ya que ellos son el vínculo de contacto que tendremos con los usuarios. Una persona desmotivada y disconforme con su trabajo raramente pueda brindar una prestación de calidad. Es por ello que es importante el reconocimiento por la labor realizada y premios a través de incentivos económicos. La capacitación permanente también forma parte de estas políticas.

Con respecto a la variable precio, cabe mencionar que para poder establecer una estrategia de precios, se debería ingresar al mercado con un servicio que se ubique por debajo del precio promedio existente. Hemos observado que los principales competidores del sector tienen un claro manejo de los precios del mercado y ello se debe, en gran medida al tiempo el cual llevan entregando estos servicios, y probablemente posean economías mayores a las nuestras. Es por ello que considerando la infraestructura de costos de este emprendimiento sería erróneo un ingreso a través de una estrategia de precios

4.3. CANALES DE COMUNICACION

Para darnos a conocer se hará uso de la publicidad, la idea es llegar de manera masiva al público en general anunciando el nombre comercial exhibiendo nuestra misión de la organización y todo aquello que demuestre la imagen de la distinción a la que se apunta el servicio.

La principal herramienta para llegar a nuestros clientes y poder crear lazos comerciales es realizar visitas a las empresas que conforman el sector para promocionar los servicios que se ofrecerán y mediante folletos ilustrativos brindar toda la información referida a nuestra firma. Esta técnica permite ver de manera más inmediata la respuesta de los clientes potenciales gracias al contacto directo con ellos

También mediante canales digitales. El uso de Plataformas como Facebook e Instagram es un medio de comunicación que brinda publicidad masiva de manera gratuita.

Capítulo 5: Gestión y personal

5.1. ESTRUCTURA DE LA ORGANIZACIÓN

La estructura organizacional está conformada por las áreas de Gerencia, Comercialización, Compras, Administración, Supervisión y Producción. A las personas afectadas a cada área se les asignarán tareas específicas, pero ello implica la mutua colaboración entre todas las personas vinculadas a la empresa.

5.2. GERENCIA

Las gestiones de gerencia, serán realizadas por un profesional Ingeniero licenciado en ingeniería y gestión de negocios, quien cuenta con conocimientos apropiados para este tipo de emprendimientos y es apto para llevar a cabo gestiones de alto mando. Además de la dirección de la empresa tendrá a cargo las áreas de comercialización y de compras. Personalmente se hará cargo entre otros de promocionar la firma a través del marketing directo, de desarrollar logísticas de abastecimiento y contactar a los principales proveedores.

5.3. PRODUCCIÓN

5.3.1. SUPERVISIÓN Y ADMINISTRACIÓN

El control de las labores estará a cargo de un supervisor quién será el jefe de producción, responsable de la revisión de:

- La tarea desarrollada y su respectivo orden de procedimiento,
- Una correcta selección y combinación de productos en función de la tarea a realizar,
- Utilización de los medios de señalización,
- Aplicación de las normas de Seguridad e Higiene
- La manipulación de los residuos
- La utilización de los EPP
- Uso de elementos, herramientas y equipos

Estos controles se realizarán durante la mañana, ya que el supervisor Deberá destinará el medio día de la tarde a las tareas administrativas, en el local comercial.

5.3.2. PERSONAL OPERARIO

Para la realización de tareas de limpieza, se contratará a 2 operarios que prestarán servicios durante 40 horas semanales. La selección del personal operario se hará teniendo en cuenta parámetros de edad. Se contratará únicamente a personas de entre 25 y 50 años, siendo necesario un determinado nivel de instrucción educativo y Curso de manejo de sustancias Peligrosas, se hará hincapié en las referencias personales de los aspirantes, bien sea a través de antecedentes de empleos anteriores, y certificados de Antecedentes Personales. Ya se mencionó acerca de la importancia del perfil buscado en los trabajadores de contacto con nuestros clientes, es por ello que se realizará una minuciosa selección de estos trabajadores.

5.3.3. JERARQUÍA DEL PERSONAL

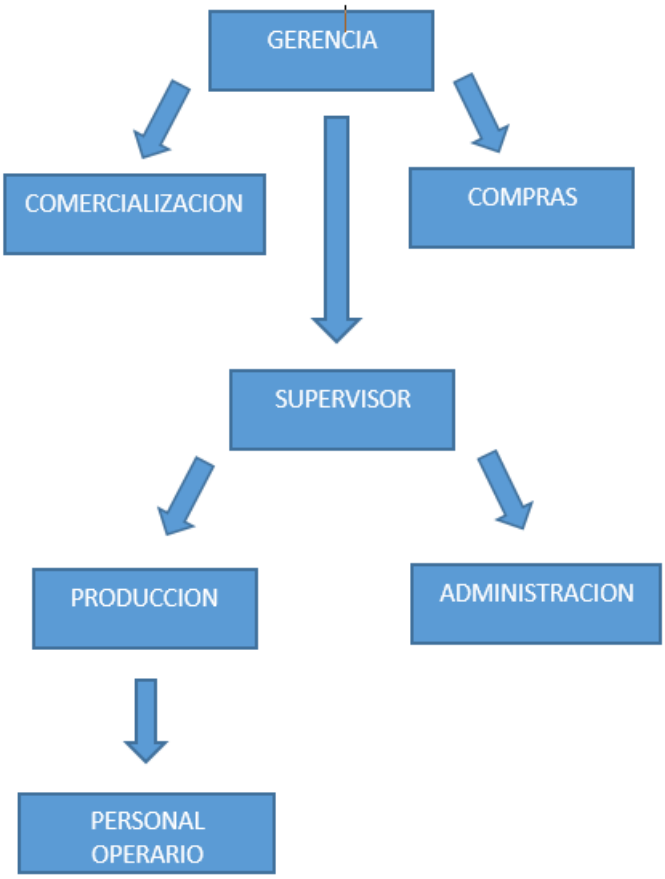

Diagrama 3-Jerarquia de Personal

Capítulo 6: Normativa

6.1. NORMATIVAS

La planificación de las tareas se ha diseñado teniendo en cuenta lo dispuesto por EL Protocolo de Limpieza y Desinfección de Ambientes COVID-19 del ministerio de salud,

El uso compra y almacenamiento de las sustancias utilizadas para la sanitizacion serán bajo los parámetros que indica el decreto supremo N°43,N°78 y N°157

Normativa aplicable a la adquisición de insumos deberán ser certificadas bajo las Normas ISO 9001 e ISO14001 asegurando la calidad del producto usado para la prestación del servicio así como el compromiso con el medio ambiente.

Capítulo 7: Estudio Económico

7.1. FLUJO DE CAJA

La evaluación de todo plan de negocios tiene como objeto fundamental determinar si la ejecución del mismo es conveniente o no, económicamente hablando, para quien lo inicia. Para ello es necesario, en primer lugar, identificar cada uno de los conceptos que corresponden a costos y beneficios inherentes al plan en cuestión y una vez identificados se procede a la elaboración del flujo de beneficios netos.

El flujo de Caja muestra los distintos momentos por los que transcurre el proyecto y compara los valores obtenidos entre costos-beneficios. En este caso, el FBN (Flujo de Beneficios Neto) consta de un período de 5 años y los conceptos que constituyen su estructura son:

Estructura de Costos del proyecto:

Inversión Inicial
Ventas
Costos Producción
Gastos Administrativos
Gastos Comercialización
Gastos Varios
Gastos Financiación -Créditos

Cuadro 1-Estructura de Costos

A continuación, se da un breve detalle de cada uno de estos ítems para dar a conocer al lector en qué consisten:

Inversión Inicial:

Es el capital que demanda la compra en maquinarias, Vehículos, habilitación municipal, publicidad y todos los elementos de limpieza necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.

Esta inversión será financiada en parte mediante préstamo solicitado teniendo dos alternativas; uno corresponde al Crédito de Consumo del BANCO ESTADO Y el otro al BANCO SCOTIABANK ambos de chile

Ventas:

Son las ventas estimadas que se obtendrían a un precio mensuales por la prestación del Servicio de limpieza.

Costos Producción:

Están constituidos por el monto que deberá pagarse por los sueldos al personal operarios que tenga la empresa bajo relación de dependencia, de forma mensual y los montos destinados a la compra mensual de insumos necesarios para realizar las tareas de limpieza a los clientes.

Gastos Administrativos:

los gastos inherentes al personal afectado al área administrativa, honorarios gerente, Insumos de Oficina, teléfono, internet.

Gastos Comercialización:

Comprenden publicidad.

Gastos Varios:

Incluye los importes correspondientes a impuestos, electricidad, combustible, seguro y patente de Vehículos.

Gastos Financieros:

Comprenden las cuotas que deben pagarse en concepto de devolución de los préstamos incurridos para acceder a la inversión inicial. Dichos préstamos se solicitaron a las siguientes Instituciones:

- Crédito de Consumo del BANCO ESTADO: Otorgan montos de hasta $5.000.000 a pagar en 48 cuotas mensuales, a una tasa del 23,58 % Anual, con seguro de desgravamen.

- Créditos de Consumo del BANCO SCOTIABANK: Otorgan montos desde $500.000 hasta $4.800.000 a pagar en 48 cuotas mensuales, a una tasa del 25,15 % Anual, con seguro de desgravamen.

Cada uno de los costos y ventas que integran el Flujo de Caja son proyectados en forma anual. Desde el Año 2 a 5 se espera un aumento en las ventas proyectadas.

7.2. CÁLCULO DEL VAN

Una vez obtenido los valores del Flujo de Caja, resultantes de las diferencias entre ingresos y egresos durante el lapso de 5 años, se procede al cálculo de Valor Actual Neto o también llamado VAN, indicador de rentabilidad la cual se definen como "la suma algebraica de los flujos netos del proyecto, actualizados al momento 0 utilizando la tasa de costo de oportunidad de los fondos para el inversor correspondiente a cada período de vida del proyecto"

Este indicador puede arrojar diferentes resultados:

- Si el VAN > 0 significa que se aumentarán las riquezas con la situación de proyecto
- Si VAN = 0 daría igual ejecutar el proyecto debido a que no presentarían grandes cambios de la inversión inicial.
- Si VAN < 0 No sería recomendable el emprendimiento.

En 5 Años Sin Crédito:

En este caso se obtuvo como resultado un VAN positivo lo que nos indica que el proyecto en cuestión será viable, y que las riquezas se aumentarán en $300.027.000 en el lapso proyectado de 5 años.

En 5 Años con Crédito Banco estado:

En este caso se obtuvo como resultado un VAN positivo lo que nos indica que el proyecto en cuestión será viable, y que las riquezas se aumentarán en $299.020.000 en el lapso proyectado de 5 años.

En 5 Años con Crédito Banco scotiabank:

En este caso se obtuvo como resultado un VAN positivo lo que nos indica que el proyecto en cuestión será viable, y que las riquezas se aumentarán en $298.871.000 en el lapso proyectado de 5 años.

7.3. CÁLCULO DE TIR

La TIR ó Tasa Interna de Retorno indica el porcentaje que se obtiene sobre la inversión inicial a lo largo del período proyectado, es decir que para que un proyecto sea rentable el valor de TIR debe ser mayor a 0 (cero).

En el presente análisis financiero se obtuvo una TIR del 87%, lo que puede traducirse en el porcentaje de rentabilidad que se obtendrá en el lapso estipulado en el Flujo de caja que, como ya se mencionó, es de 5 años.

La regla de decisión de la TIR para el análisis de un proyecto es:

- TIR > r es mejor ejecutarlo que no ejecutarlo
- TIR = r es indiferente ejecutarlo que no ejecutarlo
- TIR < r es mejor no ejecutarlo

Según lo expuesto la TIR debe ser mayor que la tasa de descuento para que el proyecto sea rentable, si la TIR fuese menor que la tasa de descuento el VAN sería negativo y el proyecto no será viable, si la TIR es mayor que la tasa de descuento, el VAN sería positivo y el proyecto será viable

En 5 Años sin crédito:

Toda la información obtenida, en conjunto, ya se trate de la que surgen del Flujo de caja, o la arrojada por los indicadores de rentabilidad (VAN y TIR) llevan a concluir que la puesta en marcha del emprendimiento es una buena elección con un 201% obtenido lo que indica que aumentarían los ingresos a futuro durante este periodo de tiempo.

En 5 Años con crédito:

Toda la información obtenida, en conjunto, ya se trate de la que surgen del Flujo de caja, o la arrojada por los indicadores de rentabilidad (VAN y TIR) llevan a concluir que la puesta en marcha del emprendimiento es una buena elección con un 453% esto indica que los ingresos a futuro durante este periodo de tiempo aumentaran en casi 4 veces lo invertido, con esta opción se percibe un aumento en la tasa de retorno en casi el doble lo que indica que tomar la opción de financiamiento aportaría a mejorar las probabilidades de reinversión futura del proyecto.

CONCLUSIONES

Como se ha observado durante el desarrollo de este trabajo de investigación, una evaluación de proyectos, requiere desde la y cuantificación y procesamiento de datos numéricos, a la búsqueda y estudio intensivo de factores y sucesos que componen un mercado de negocios. Al hablar de estos últimos se hace referencia a conductas de compras de los clientes, posicionamiento de la competencia, necesidades insatisfechas del sector, etc. El hecho radica en que todos estos datos en conjunto, se trate de cuantitativos o cualitativos, proporcionan información sustancial al momento tomar la decisión de iniciarse a un emprendimiento empresarial.

Dicha información, permite tener una visión de cómo funciona el sector de negocios en el que se encuadran las empresas de servicios de limpieza, qué estrategias serían las adecuadas para insertarnos en él y los recursos disponibles para el emprendimiento. De ella lo relevante a tener en cuenta es:

- Conocemos el mercado objetivo:
  se trata de un nicho de empresas que poseen las cuales sus instalaciones comprenden entre 300 y hasta más de 500 m2 De superficie. Además, se sabe que lo que el cliente quiere es calidad en el servicio, por lo tanto, todas las acciones se fijarán en funciones de esta premisa.

- Debilidades en la competencia:
  El 50% de los usuarios de servicios de limpieza no hallan sus necesidades cubiertas en las empresas competidoras del sector, el 83,3% de la competencia no es de alcance local.

- El análisis financiero:
  nos está indicando que el emprendimiento es viable en términos económicos, ya que tanto el Flujo de Caja Netos, como los indicadores de rentabilidad (VAN y TIR) avalan la teoría de que una empresa de servicios sería un negocio rentable durante el periodo establecido de 5 años.

Con todo lo expuesto estamos en condiciones de asegurar que, si se implementan las estrategias de marketing seleccionadas, de manera acertada, puede crearse un servicio diferenciado, adaptado al nicho de mercado objetivo.

Esto se lograría con prestaciones mínimas de 2 horas diarias con calidad de personal, calidad insumos a un precio razonable, y permitirá una exitosa inserción en el mercado para alcanzar la participación significativa que buscan nuestros inversionistas.

La evaluación financiera demuestra que existe una proyección de beneficios económicos, los cuales permitirán la reinversión de las ganancias para expandirnos y lograr captar otros sectores dentro del rubro de servicios de limpieza y Sanitizacion.

BIBLIOGRAFIA

Ministerio de Salud de Chile
Decreto supremo n°43
Almacenamiento de sustancias peligrosas, 29 marzo 2016
Diario Oficial

Ministerio de Salud de Chile
Decreto Supremo n°78
Reglamento de almacenamiento de sustancias peligrosas, 09 noviembre 2018
Diario Oficial

Ministerio de Salud de Chile
Decreto Supremo n°157
Reglamento de pesticidas de uso Sanitario y Domestico, 30 de junio de 2009
Diario Oficial

Ministerio de Salud de Chile
Protocolo de limpieza y desinfección de ambientes COVID-19, 2020

Ministerio del Trabajo y Prevision Social
LEY 16744
Accidentes del trabajo y enfermedades Profesionales, 01 de febrero 1968
Diario Oficial

Ministerio de Salud de Chile
Código sanitario libro III
"De la Higiene y Seguridad del Ambiente y de los Lugares de Trabajo"

Norma ISO 9001
Calidad, Sistema de gestión de calidad
Diario Oficial

Norma ISO 14001
Medio Ambiente, Sistema de gestión ambiental
Diario Oficial

ANEXO Nº 1

ENCUESTA

Empresa……

Dirección……

Cantidad de personal……

Superficie en m2 (Aproximada)…….....

1. ¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local?.....

2. ¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?.....

3. ¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad?.....

4. ¿Con qué frecuencia se limpian:

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
-vidrios	……	……	…….
-pisos	……	……	…….
-muebles	……	……	…….
-baños	……	……	…….

5. ¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

a) Con Personal Propio ……

b) Servicios domésticos independientes ……

c) Tercerizan el servicio ……

6. ¿La tercerización es a través de empresas locales?

SI ..……

NO……

7. ¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación o existe alguna continuidad con una empresa determinada?

……
……
……
……

8. ¿La empresa le provee de insumos de limpieza?

-SI ……

-NO ……

9. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

Muy Buena	Buena	Mala	Regular

10. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

Calidad del Servicio ……

Precio ……

Entrega de Insumos ……

ANEXO Nº 1-RESULTADOS

ENCUESTA

Empresa: Constructora VALMAR(Proyecto Condominio)……

Dirección: Calle 1 Nº 6251, Brisa del Sol ……

Cantidad de personal: 46……

Superficie en m2 (Aproximada): 13000……

1. ¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local?: 5 Hrs.....

2. ¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?: 9:00 a 14:00.....

3. ¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad? 8.....

4. ¿Con qué frecuencia se limpian:

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
-vidrios	……X……	……	…….
-pisos	……	……X……	…….
-muebles	……X……	……	…….
-baños	……	……X……	…….

5. ¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

a) Con Personal Propio ……

b) Servicios domésticos independientes ……

c) Tercerizan el servicio ……X……

6. ¿La tercerización es a través de empresas locales?

SI ..……

NO…X…

7. ¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación o existe alguna continuidad con una empresa determinada?

Licitacion……
……
……
……

8. ¿La empresa le provee de insumos de limpieza?

-SI …X…

-NO ……

9. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

Muy Buena	Buena	Mala	Regular
	X		

10. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

Calidad del Servicio …X…

Precio ……

Entrega de Insumos ……

ANEXO Nº 1-RESULTADOS

ENCUESTA

Empresa: Constructora Integral SPA.(Edificio dos torres)). ……

Dirección: Los Pensamientos 136, San Pedro de la Paz, Bío Bío……

Cantidad de personal: 22……

Superficie en m2 (Aproximada):930…….....

1. ¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local?.....5.....

2. ¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?.....8:00 a 10:00 y de 14:00 a 17:00.....

3. ¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad?.....6.....

4. ¿Con qué frecuencia se limpian:

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
-vidrios	……	……X……	…….
-pisos	……X……	……	…….
-muebles	……	……X……	…….
-baños	……	……X……	…….

5. ¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

a) Con Personal Propio ……X……

b) Servicios domésticos independientes ……

c) Tercerizan el servicio ……

6. ¿La tercerización es a través de empresas locales?

SI ..……

NO…X…

7. ¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación o existe alguna continuidad con una empresa determinada?

……
……
……
……

8. ¿La empresa le provee de insumos de limpieza?

-SI …X…

-NO ……

9. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

Muy Buena	Buena	Mala	Regular
	X		

10. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

Calidad del Servicio ……

Precio …X…

Entrega de Insumos ……

ANEXO Nº 1-RESULTADOS

ENCUESTA

Empresa: Inmobiliaria Las palmas(edificio santa clara)……

Dirección: Colo Colo 304, Of. 203, Concepción, Bío Bío……

Cantidad de personal: 28……

Superficie en m2 (Aproximada):2000…….....

1. ¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local?.....4.....

2. ¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?.....9:00 a 11:00 y de 14:00 a 16:00.....

3. ¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad?.....4.....

4. ¿Con qué frecuencia se limpian:

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
-vidrios	……	……	……X……
-pisos	……	……X……	…….
-muebles	……X……	……	…….
-baños	……	……X……	…….

5. ¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

a) Con Personal Propio ……

b) Servicios domésticos independientes ……

c) Tercerizan el servicio ……X……

6. ¿La tercerización es a través de empresas locales?

SI ..……

NO…X…

7. ¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación o existe alguna continuidad con una empresa determinada?

Licitación de acuerdo al proyecto a ejecutar……

……

8. ¿La empresa le provee de insumos de limpieza?

-SI ……

-NO …X…

9. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

Muy Buena	Buena	Mala	Regular
			X

10. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

Calidad del Servicio …X…

Precio ……

Entrega de Insumos ……

ANEXO Nº 1-RESULTADOS

ENCUESTA

Empresa: Inmobiliaria Claro Vicuña (Proyecto Ensanche Colon)……

Dirección: Av. Pdte. Jorge Alessandri Rodríguez 5500, Concepción, Talcahuano, Bío Bío……

Cantidad de personal: 17 (Solo Personal del Proyecto)……

Superficie en m2 (Aproximada): 600……

1. ¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local? ……2……

2. ¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?. ……12:00 a 13:00 y de 14:00 a 15:00……

3. ¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad? ……3……

4. ¿Con qué frecuencia se limpian:

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
-vidrios	……	……	……X……
-pisos	……	……	……X……
-muebles	……	……X……	……
-baños	……	……X……	……

5. ¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

a) Con Personal Propio ……

b) Servicios domésticos independientes ……

c) Tercerizan el servicio ……X……

6. ¿La tercerización es a través de empresas locales?

SI ..……

NO…X…

7. ¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación o existe alguna continuidad con una empresa determinada?

Continuidad Con Empresa Determinada
……
……
……

8. ¿La empresa le provee de insumos de limpieza?

-SI …X…

-NO ……

9. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

Muy Buena	Buena	Mala	Regular
		X	

10. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

Calidad del Servicio ……

Precio …X…

Entrega de Insumos ……

ANEXO Nº 1-RESULTADOS

ENCUESTA

Empresa: Inmobiliaria AITUE S.A. (Proyecto Condominio Valle de Azapa II)……

Dirección: Av. Parques de Carriel, Concepción, Talcahuano, Bío Bío……

Cantidad de personal: 25 (Personal del Proyecto)……

Superficie en m2 (Aproximada): 400…….....

1. ¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local?.....4.....

2. ¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?.....13:00 a 14:00 y de 17:00 a 18:00.....

3. ¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad?.....4.....

4. ¿Con qué frecuencia se limpian:

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
-vidrios	……	……	……X……
-pisos	……	……	……X……
-muebles	……	……X……	…….
-baños	……	……X……	…….

5. ¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

a) Con Personal Propio ……

b) Servicios domésticos independientes ……

c) Tercerizan el servicio ……X……

6. ¿La tercerización es a través de empresas locales?

SI ..……

NO…X…

7. ¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación o existe alguna continuidad con una empresa determinada?

Licitación por Proyecto
……
……
……
……

8. ¿La empresa le provee de insumos de limpieza?

-SI …X…

-NO ……

9. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

Muy Buena	Buena	Mala	Regular
			X

10. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

Calidad del Servicio ……

Precio ……

Entrega de Insumos …X…

ANEXO Nº 1-RESULTADOS

ENCUESTA

Empresa: Inmobiliaria MIRAMAR ……

Dirección: Aníbal Pinto 101, Talcahuano, Bío Bío……

Cantidad de personal: 20 (Personal en Proyecto) ……

Superficie en m2 (Aproximada): 400…….....

1. ¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local?.....4.....

2. ¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?.....14:00 a 18:00.....

3. ¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad?.....3.....

4. ¿Con qué frecuencia se limpian:

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
-vidrios	……	……X……	…….
-pisos	……	……	……X……
-muebles	……	……X……	…….
-baños	……	……X……	…….

5. ¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

a) Con Personal Propio ……

b) Servicios domésticos independientes ……

c) Tercerizan el servicio ……X……

6. ¿La tercerización es a través de empresas locales?

SI ..……

NO…X…

7. ¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación o existe alguna continuidad con una empresa determinada?

Licitación de acuerdo al Proyecto
……
……
……

8. ¿La empresa le provee de insumos de limpieza?

-SI ……

-NO …X…

9. ¿Cómo considera la calidad del servicio?

Muy Buena	Buena	Mala	Regular
	X		

10. ¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

Calidad del Servicio …X…

Precio ……

Entrega de Insumos ……

ANEXO Nº 2

EMPRESAS ENCUESTADAS-SUPERFICIES

Nombre	Superficie M2 (Aproximada)	Cantidad de Personal
Constructora Valmar Constructora Integral SPA. Inmobiliaria las palmas Inmobiliaria Claro Vicuña	+ de 500 M2	46 22 28 27
Inmobiliaria Aitue Inmobiliaria Miramar	300 Hasta 500 M2	25 20

ANEXO Nº 3

RESULTADOS DE ENCUESTAS

Cantidad de Personal

	Entre 10 y 20	Más de 20 hasta 30	Más de 30
Empresas	1	4	1
%	16,7	66,7	16,7

Superficie en m2

	Más de 300 y hasta 500 m2	Más de 500 m2
Empresas	2	4
%	33,3	66,7

¿Cuántas horas diarias requiere la limpieza de su local?

Hrs	Empresas	%
5 hrs	2	33,3
4 hrs	3	50
2 hrs	1	16,7

¿Cuáles son los horarios destinados a la limpieza?

	Horarios de Actividad laboral	Al cierre de jornada laboral
Empresas	6	0
%	100	0

¿Cuántas personas desempeñan dicha actividad?

Personas afectadas a la limpieza	Empresas	%
8	1	16,7
6	1	16,7
4	2	33,3
3	2	33,3

ANEXO Nº 3

RESULTADOS DE ENCUESTAS

¿Con qué frecuencia se limpian?

vidrios

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
Empresas	1	2	3
%	16,7	33,3	50

Pisos

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
Empresas	1	2	3
%	16,7	33,3	50

Muebles

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
Empresas	2	4	0
%	33,3	66,7	0

Baños

	Todos los días	2 o 3 veces por semana	1 vez por semana
Empresas	0	6	0
%	0	100	0

ANEXO Nº 3

RESULTADOS DE ENCUESTAS

¿Cómo se efectúan las tareas de limpieza?

	Personal Propio	Domésticos Independientes	Tercerizan
Empresas	1	0	5
%	16,7	0	83,3

Empresas Encuestadas	Tercerizan	
+ DE 500 M2	SI	NO
Constructora Valmar	1	
Constructora Integral SPA.		1
Inmobiliaria las palmas	1	
Inmobiliaria Claro Vicuña	1	
300 HASTA 500 M2		
Inmobiliaria AITUE	1	
Inmobiliaria Miramar	1	
TOTAL	5	1
%	83,3	16,7

Empresas con + DE 500 m2	Tercerizan?	
	SI	NO
Total	3	1
%	75	25

Empresas con 300 hasta 500 m2	Tercerizan	
	SI	NO
Total	2	0
%	100	0

ANEXO Nº 3

RESULTADOS DE ENCUESTAS

¿La tercerización es a través de empresas locales?

	SI	NO	NINGUNA
Empresas	0	5	1
%	0	83.3	16.7

¿La contratación del servicio es a través de un llamado a licitación

	Por llamado a licitación	Otros Motivos	NINGUNA
Empresas	4	1	1
%	66,7	16,7	16,7

¿La empresa prestadora le provee de insumos de limpieza?

	SI	NO
Empresas	5	1
%	83,7	16,7

¿Cómo considera la calidad del servicio?

	Muy Buena	Buena	Malo	Regular
Empresas	0	3	1	2
%	0	50	16,7	33,3

¿Qué aspectos considera importantes al momento de seleccionar una empresa de limpieza?

	Precio	Calidad del Servicio	Entrega Insumos
Empresas	2	3	1
%	33,3	50	16,7

ANEXO Nº 4

CRÉDITO BANCO ESTADO-CUADRO DE AMORTIZACION DEUDA ANUAL

A=	2064	**i=**	24%	**Deuda=**	5000
N	**Cuota**	**Interés**	**Amortiz.**	**Saldo**	Interes ac.
				5000	
1	2064	1179	885	4115	1179
2	2064	970	1094	3022	2149
3	2064	712	1351	1670	2862
4	2064	394	1670		3256
5					0

ANEXO Nº 4

CRÉDITO BANCO SCOTIABANK-CUADRO DE AMORTIZACION DEUDA ANUAL

A=	2123	**i=**	25%	**Deuda=**	5000
N	**Cuota**	**Interés**	**Amortiz.**	**Saldo**	Interes ac.
				5000	
1	2123	1258	865	4135	1258
2	2123	1040	1083	3052	2297
3	2123	767	1355	1696	3065
4	2123	427	1696		3491
5					0

ANEXO Nº 4

COSTOS DE INVERSION INICIAL

Artículos	Cantidad	Costo Unitario	Total
Overol con cinta reflectante Azul	6	$ 13,190	$ 79,140
Hidro lavadora Industrial 5000W Hyundai	1	$ 419,990	$ 419,990
Aspiradora Industrial 1000w Karcher (Polvo y Agua)	2	$ 129,989	$ 259,978
Carritos Escurridor para mopas	6	$ 54,590	$ 327,540
Mopa horquilla	6	$ 12,990	$ 77,940
Escobillón municipal Milliray	4	$ 10,290	$ 41,160
Antiparras de seguridad 3m	2	$ 3,500	$ 7,000
Antiparras de seguridad K2 Claro Rdl	4	$ 15,290	$ 61,160
Balde 50x50cm 15litros	6	$ 6,990	$ 41,940
Escobillón multiuso Grande Kleine	4	$ 2,990	$ 11,960
Bombas de espalda Eléctrica 14 lts	2	$ 284,990	$ 569,980
Bombas de espalda Manual 12 litros	2	$ 79,990	$ 159,980
Señalética de piso Mojado 31x28cm	6	$ 8,290	$ 49,740
Vehículo	1	$ 1,200,000	$1,200,000
Total Costos Inversión Inicial			$3,307,508

ANEXO Nº 4

COSTOS DE PRODUCCION

Costos de Personal

Remuneración Personal	Cantidad De Operarios	Seguro de invalidez Y sobrevivencia	Imposiciones	Salud	Seguro Accidente Laborales	Remuneración Neta	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Remuneración Total Mensual	Remuneración Total Anual
$ 330,000	2	$ 6,105	$ 33,000	$ 23,100	$ 30,690	$ 422,895	$ 422,895	$ 5,074,740	$ 845,790	$ 10,149,480

Insumos Mensual Por Empresa

Insumos	Unidad	Costo Unitario	Total
Detergente para pisos Concentrado 2,5 lts	1	$ 22,990	$ 22,990
Limpiador desinfectante superficies 2,5lts	2	$ 2,350	$ 4,700
Limpiador desinfectante lavanda 1lts	2	$ 1,090	$ 2,180
Paños multiusos 6 Unidades	3	$ 4,090	$ 12,270
Lustra muebles tradicional	1	$ 1,390	$ 1,390
cera para pisos incolora 1lts	2	$ 1,990	$ 3,980
Fragancia de amientes 225grs	3	$ 1,290	$ 3,870
Liquido Limpiavidrio 1 lts	2	$ 2,550	$ 5,100
Botella de Alcohol 70% 1lts	1	$ 1,150	$ 1,150
Guantes desechables amarillos	1	$ 1,890	$ 1,890
Mascarillas K N95 50unds	1	$ 9,680	$ 9,680
Mascarillas cubrebocas desechables 50unds	1	$ 1,790	$ 1,790
Alcohol Gel 100ml x 24und	1	$ 15,890	$ 15,890
Amonio Cuaternario 5 lts	1	$ 13,990	$ 13,990
Cloro concentrado 5 lts	1	$ 3,690	$ 3,690
Costo total General Mensual			$ 104,560
Costo total General Anual			$ 1,254,720

ANEXO Nº 4

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Costos Personal

Remuneración Personal	Cantidad De Operarios	Seguro de invalidez Y sobrevivencia	Imposiciones	Salud	Seguro Accidente Laborales	Remuneración Neta	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Remuneración Total Mensual	Remuneración Total Anual
$ 650,000	1	$ 12,025	$ 65,000	$ 45,500	$ 60,450	$ 832,975	$ 832,975	$ 9,995,700	$ 832,975	$ 9,995,700

Gastos Oficina

Concepto	Total
Internet	$ 30,000
Teléfono	$ 20,000
insumos Oficina	$ 40,000
Remuneración Personal	$ 832,975
Publicidad panfletos	$ 15,000
Publicidad Digital	$ 10,000
Electricidad	$ 35,000
Combustible	$ 65,000
Costo total General Mensual	$ 1,047,975
Costo total General Anual	$12,575,700

ANEXO Nº 4

VENTAS ESPERADAS

Ventas en 1 Año

	Año 1											
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Empresas	8	8	8	12	12	12	16	16	16	20	20	20
Precio	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000
Total	$2,800,000	$2,800,000	$2,800,000	$4,200,000	$4,200,000	$4,200,000	$5,600,000	$5,600,000	$5,600,000	$7,000,000	$7,000,000	$7,000,000

Ventas en 5 Año

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
	28	32	36	36	Empresas
	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	$ 350,000	Precio
$7,000,000	$117,600,000	$134,400,000	$151,200,000	$151,200,000	Total

ANEXO Nº 4

FLUJO DE CAJA EN 5 AÑO-CREDITO BANCO ESTADO

FLUJO DE CAJA (miles $)						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ventas		**2.800**	**117.600**	**134.400**	**151.200**	**151.200**
Cotos Produccion		**1.259**	**1.259**	**1.259**	**1.678**	**1.678**
Costos Administrativos		**1.881**	**1.881**	**1.881**	**1.881**	**1.881**
Inversion Inicial	3.308					
Intereses		**1.179**	**970**	**712**	**394**	**-**
U.A.I.		- 1.519	113.489	130.547	147.248	147.641
Impuesto		- 304	22.698	26.109	29.450	29.528
U.D.I.		- 1.215	90.791	104.438	117.798	118.113
Inversiones	**3.308**					
Capital Inicial	**5.000**					
Préstamo	5.000					
F.C.N.	**- 3.308**	**- 2.100**	**89.698**	**103.086**	**116.128**	**118.113**
	16.615	-1909	74130	77450	79317	73339
tasa dcto=	**10,0%**					
n=	**4**		**VAN= $ 299.020**		**TIR= 453%**	
tasa préstamo Anual=	**23,58%**					

ANEXO Nº 4

FLUJO DE CAJA EN 5 AÑO-CREDITO BANCO SCOTIABANK

FLUJO DE CAJA (miles $)						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ventas		**2.800**	**117.600**	**134.400**	**151.200**	**151.200**
Cotos Produccion		**1.259**	**1.259**	**1.259**	**1.678**	**1.678**
Costos Administrativos		**1.881**	**1.881**	**1.881**	**1.881**	**1.881**
Inversion Inicial	3.308					
Intereses		**1.258**	**1.040**	**767**	**427**	**-**
U.A.I.		- 1.598	113.420	130.492	147.215	147.641
Impuesto		- 320	22.684	26.098	29.443	29.528
U.D.I.		- 1.278	90.736	104.394	117.772	118.113
Inversiones	**3.308**					
Capital Inicial	**5.000**					
Préstamo	5.000					
F.C.N.	**- 3.308**	**- 2.144**	**89.653**	**103.038**	**116.076**	**118.113**
	16.615	-1949	74093	77414	79281	73339
tasa dcto=	**10,0%**					
n=	**4**		**VAN= $ 298.871**		**TIR=** 452%	
tasa préstamo=	**25,15%**					

ANEXO Nº 4

FLUJO DE CAJA EN 5 AÑOS-SIN PRESTAMO BANCARIO

FLUJO DE CAJA (miles $)						
	0	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Ventas		**2.800**	**117.600**	**134.400**	**151.200**	**151.200**
Cotos Produccion		**1.259**	**1.259**	**1.259**	**1.678**	**1.678**
Costos Administrativos		**1.881**	**1.881**	**1.881**	**1.881**	**1.881**
Inversion Inicial	3.308					
Intereses		**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
U.A.I.		-340	114.460	131.260	147.641	147.641
Impuesto		-68	22.892	26.252	29.528	29.528
U.D.I.		-272	91.568	105.008	118.113	118.113
Inversiones	**3.308**					
Capital Inicial	**5.000**					
Préstamo						
F.C.N.	**- 8.308**	**-272**	**91.568**	**105.008**	**118.113**	**118.113**
	11.615	-248	75676	78894	80673	73339
tasa dcto=	**10,0%**					
n=			**VAN= $ 300.027**		**TIR=** 291%	
tasa préstamo=	**0,00%**					