

PROYECTO DE
CREACION DE **II**
EMPRESAS

BiClean





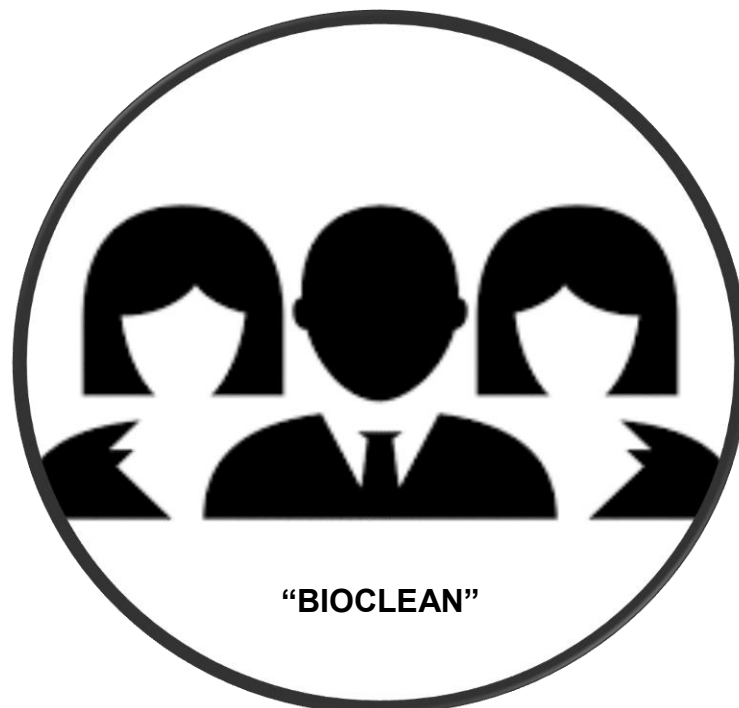
<https://www.facebook.com/Bioclean-Aseo-y-Limpieza-105162501387207>

SERVICIO DE LIMPIEZA, ASEO Y
MANTENIMIENTO ESPECIALIZADO
DE IPIALES (NARIÑO).

COMPROMISOS DEL AUTOR

Yo **LEIDY ROXANA QUIROZ REINA** Identificada con cedula De ciudadanía No. 1085937099; **CARLOS ORTEGA ARRIETA** Identificado

Con cedula No. 10769227; **ANA MARIA MONTENEGRO** Identificada con cedula De ciudadanía No. 27251404 declaramos que el contenido del presente documento Es un reflejo de nuestro trabajo personal y manifiesto que, Ante cualquier notificación de plagio, Copia o falta a la fuente Original, somos responsables directo legal, económico y Administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.



**SERVICIO DE LIMPIEZA, ASEO Y MANTENIMIENTO ESPECIALIZADO EN
LA CIUDAD DE IPIALES (NARIÑO)**

INTEGRANTES:

**LEIDY QUIROZ REINA
CARLOS ORTEGA ARRIETA
ANA MARIA MONTENEGRO**

**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
(MODALIDAD DISTANCIA)**

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR "CUN"
PROYECTO DE CREACION DE EMPRESAS II -50101
IPIALES, 16 NOVIEMBRE
2020**

“BIOCLEAN”

**SERVICIO DE LIMPIEZA, ASEO Y MANTENIMIENTO ESPECIALIZADO EN
LA CIUDAD DE IPIALES (NARIÑO)**

INTEGRANTES:

LEIDY QUIROZ REINA

CARLOS ORTEGA ARRIETA

ANA MARIA MONTENEGRO

DOCENTE

JHON ALEXANDER GONZALEZ DORADO

**PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
(MODALIDAD DISTANCIA)**

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACION SUPERIOR “CUN”

PROYECTO DE CREACION DE EMPRESAS II -50101

IPIALES, 16 NOVIEMBRE

2020

Nota de aceptación

Firma del presidente del Jurado

Firma del Jurado

CONTENIDO

INTRODUCCION	11
1. CORTE I	12
1.1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO	13
1.2 MODELO DE NEGOCIO	15
1.2.1 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	20
1.2.2 Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido? 23	
1.2.3 ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?	24
1.2.4 ¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?	25
1.3 INVACION SOSTENIBLE	27
1.4 ANALISIS DEL SECTOR	28
1.4.1 ESTRATEGIA DE OCEANO AZUL	29
1.4.2 ANALISIS PORTER	33
1.4.3 AMENAZA DE COMPETIDORES EXISTENTES	34
1.4.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	37

1.4.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES.....	41
2. CORTE II	45
2.1 MARKETING MIX	46
2.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS	51
2.2.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	55
2.3 ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL	58
2.5 METRICAS CLAVE ESTUDIO TECNICO	62
3. CORTE III	72
3.1 VARIABLES EN EL ENTORNO DE MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN.....	73
3.2 FICHA TECNICA.....	86
3.3 LA GETION DE VALIDAD EN BIOCLEAN PROFESIONAL BAJO LA	89
NORMA ISO 9001	89
3.4 ¿QUE ASPECTOS DE CALIDAD DEBEN SER TENIDOS EN CUENTA? ¿DE QUE DEPENDE LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES?	90
4. CONCLUSIONES.....	93
5. BIBLIOGRAFIA	94

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 1DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO	14
Tabla 2 COSTO Y PRECIO	16
Tabla 3 INGRESOS	19
Tabla 4 NUEVOS PROVEEDORES	21
Tabla 5 INVACION SOSTENIBLE.....	28
Tabla 6 COMPETENCIA	29
Tabla 7 FORTALEZA Y DEBILIDADES DE COMPETIDORES	30
Tabla 8 ESTRATEGIAS.....	33
Tabla 9 COMPETENCIA	39
Tabla 10 PROVEEDORES	40
Tabla 11 PROVEEDORES	41
Tabla 12PODER DE NEGOCIOACION.....	43
Tabla 13PORTAFOLIO.....	48
Tabla 14ESTRATEGIAS DE PRECIOS	51
Tabla 15 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION	53
Tabla 16MRKETING MIX.....	56
Tabla 17 MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA	58
Tabla 18 REQUERIMIENTO TECNICO	80
Tabla 19 FICHA TECNICA	86

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1PROPUESTA DE VALOR.....	17
Ilustración 2 ANALISIS PORTER	33
Ilustración 3. Mapa de Influencias Directas.....	59
Ilustración 4 Bioclean	60
Ilustración 5 PLATAFORMA FACEBOOCK	60
Ilustración 6 BIOCLEAN	61
Ilustración 7 AFICHE BIOCLEAN	71
Ilustración 8 LOCALIZACION	74
Ilustración 9 LOCALIZACION	75
Ilustración 10 PLANO	81
Ilustración 11 FLUJOGRAMA	82
Ilustración 12TABLA DE REQUERIMIENTO DE OPERACIÓN	85

INTRODUCCION

Tener una idea de negocio, Estructurarla y validar en el mercado es de gran importancia para quienes quieren emprender; para este gran paso se debe iniciar con un enfoque hacia nuevas estrategias y metodologías aplicando las nuevas tecnologías que nos permiten aprender y comprender herramientas para el desarrollo de un plan de marketing es por ello que este proyecto empresarial de creación de empresas II es un gran paso a la apertura de grandes conocimientos hacia la investigación y desarrollo de plan de marketing en una empresa de aseo como lo es BIOCLEAN.

1. CORTE I



I CORTE

1.1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

<p>¿CUAL ES EL PRODUCTO O SERVICIO?</p>	<p>una empresa de servicios de aseo, limpieza general y mantenimiento industrial en la ciudad de Ipiales.</p>
<p>¿QUIÉN ES EL CLIENTE POTENCIAL?</p>	<p>Son aquellos empresarios y amas de casa, nuestros clientes potenciales en base a esta población que determinamos la muestra para el proyecto.</p>
<p>¿CUÁL ES LA NECESIDAD?</p>	<p>esta idea de empresa surgido de la necesidad de proveer un servicio generalizado en limpieza mantenimiento y desinfección dentro de la ciudad, dando una buena alternativa a las unidades de servicio como a clínicas, hospitales y empresas ,o almacenes a acceder a nuestro servicio., nuestra particularidad esta básicamente en que muchas mujeres que laboran día a día realizando limpieza en diversas casas, almacenes e instalaciones siendo esto su sustento de vida, muchas veces escuchamos y vemos que ellas son las trabajadoras más criticadas ante la sociedad, por ello queremos brindar una oportunidad de trabajo, de superación tanto laboral como personal dentro de nuestra ciudad, siendo ellas quienes muchas veces llevan el pan a sus casas, a la vez nuestro objetivo es brindarles una mejor calidad de vida al trabajar conjuntamente con nosotros, capacitándose, adquiriendo un trabajo de manera estable, pensamos no solo desde esta perspectiva si no también en la manera de ayudar a nuestro planeta para ello BIOCLEAN cuenta con productos biodegradables utilizando toda una línea de productos que no se evaporan no contaminan el medio ambiente; y no son tóxicos al contacto o inhalación. BIOCLEAN será un servicio que contará con supervisión continua de sus superiores para evitar malos</p>

	entendidos se generará empleos garantizando calidad y optimización en el servicio.
¿CÓMO?	La creación de la empresa prestadora de servicios surge de la necesidad de cuidar el medio ambiente, así como también nuestra propia salud personal y social en distintas clases sociales de donde estamos laborando personalmente, ya sea también sociable y comunitariamente y ver qué tan importante, es tener una buena presentación de nuestra personalidad como también de nuestras cosas que hacen que nos identifiquemos con ellas. Nuestra empresa estará ubicada en la ciudad de Ipiales - Nariño, las principales partidas de inversiones corresponden a la adquisición del inmovilizado material, entre lo que destaca, además de la obra civil, el equipamiento necesario para la prestación de servicios de limpieza en cuanto a su aspecto estadístico es un lugar donde se realizara los trabajos de limpieza.
¿POR QUÉ LO PREFERIRAN?	<ul style="list-style-type: none"> • <i>BIOCLEAN</i> es una empresa innovadora dentro de la ciudad con una buena expectativa brindándole a usted y a su hogar comodidad calidad, puntualidad y seguridad en nuestros servicios. • No solo piensa en la satisfacción del cliente sino también en nuestro medio ambiente por eso nos adaptamos a realizar un servicio basado en productos biodegradables • Partiendo de la vulnerabilidad de muchas mujeres que realizan el aseo a diario en casas buscamos una manera de solucionar y generar empleo digno a ellas.

Tabla 1 DESCRIPCION DE LA IDEA DE NEGOCIO

1.2 MODELO DE NEGOCIO

SEGMENTO

hombres y mujeres mayores de edad con poder adquisitivo; amas de casa jefes de hogar, empresarios, estratos 2,3,4,5; consumidores hiperconectados; consumidores activos practivos, ahorrador, leal e impulsivo .



DEBE RESOLVER PROBLEMAS O SATISFACER NECESIDADES?

proyecto de empresa que posee cualidades únicas en el servicio de aseo dentro de la ciudad, de manera general e industrial, partiendo desde su innovación en instalaciones, servicios, productos utilizados, aumentando el empleo como factor problema en la actualidad, donde el servicio lo pueden adquirir con facilidad y oportunamente, siendo de valor asequible y calidad óptima, esta idea de empresa surgió de la necesidad de proveer un servicio generalizado en limpieza mantenimiento y desinfección en todas las áreas dentro de la ciudad de Ipiales.



- recursos económicos(capital a este un credito bancario)
- maquinaria
- personal capacitado

RECURSOS FISICOS HUMANOS Y TECNOLOGICOS. Establecimiento amplio con instalaciones como oficinas cuentan con tecnología computadores, impresoras lo necesario para equipo de oficinas además lavadoras, lavadoras de seco, secadoras, centrifugadoras, planchadoras, mesas desmanche, dobladoras, mesas de planchado, mesas vaporizadas, prensas de planchado de alta capacidad, aspiradoras y una amplia línea de productos de aseo biodegradables desinfectantes, escobas traperos desempolvado res, brilladoras fumigadoras, productos de mantenimiento de jardineras, suelos, vehículos de transporte de bienes inmuebles y ropa para realizar la entrega a domicilio. Personal administrativo capacitado; personal que desarrolle el aseo y limpieza en Diferentes áreas y capacitado con su respectivo uniforme y distinción de la empresa.

USUARIO.

Servicio de aseo y limpieza general es utilizado por empresarios como cliente potencial. Toman el servicio de domicilio por optimización de tiempo y facilidad en acceder a un servicio deseado.

COSTO Y PRECIO

BIOCLEAN; gastos u costos directos para con el cliente que representan insumos, mano de obra en la producción, y pensando en nuestra competencia, nuestros valores establecidos son por unidad y son los siguientes:

Tabla 2 COSTO Y PRECIO

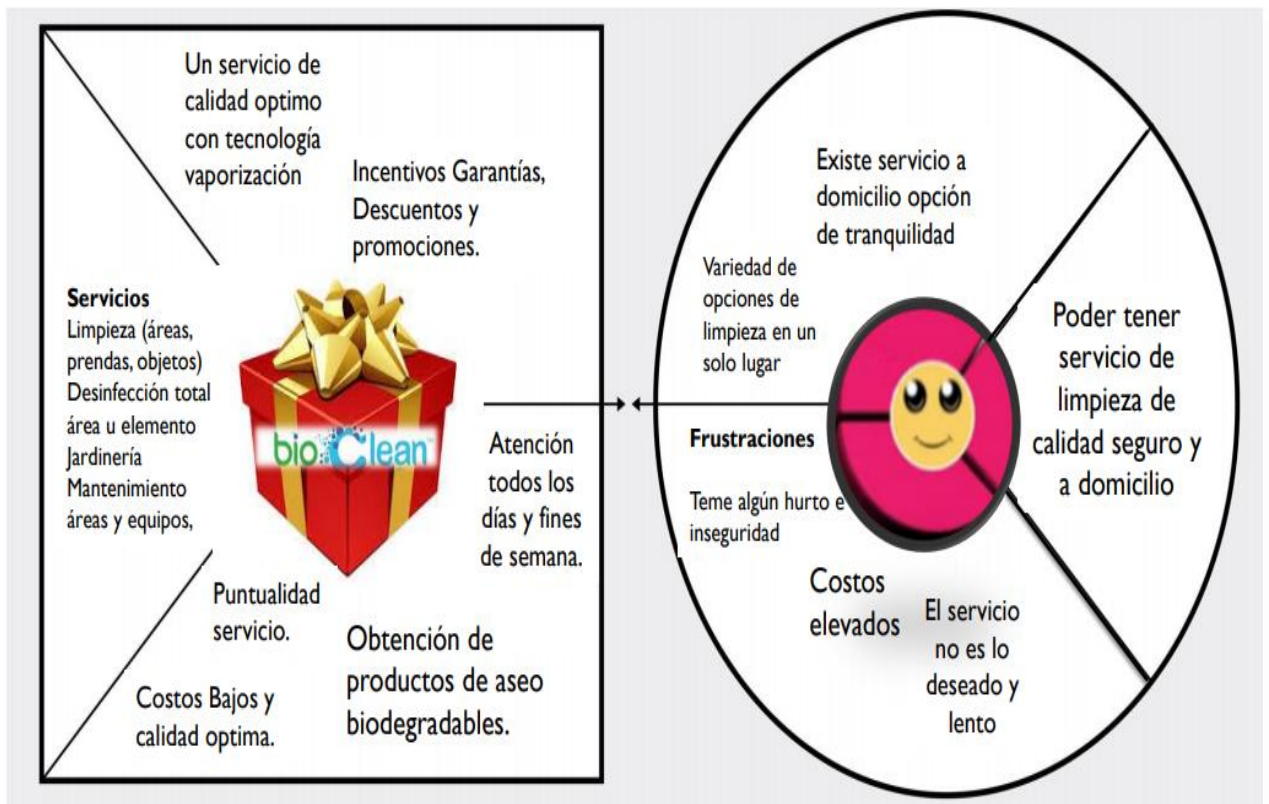
<i>SERVICIOS</i>	<i>CONSISTE EN</i>	<i>VALOR (POR SERVICIO)</i>
<i>aseo general y desinfección</i>	<i>Aseo y desinfección total de locaciones, establecimientos y predios en general.</i>	\$ 25000 espacio pequeño
		\$ 35000 espacio grande
<i>aseo industrial</i>	<i>Servicios en el área de Aseo de Oficinas, Aseo industrial, Limpieza industrial y aseo Clínico</i>	\$60000
<i>mantenimiento locativo menor</i>	<i>Mantenimiento locativo para la mediana y gran empresa.</i>	\$60000
<i>crystalizado y mantenimiento de pisos</i>	<i>Servicio de crystalizado y mantenimiento de todo tipos de pisos.</i>	\$15000
<i>jardinería</i>	<i>Ejecución de proyectos en las áreas de paisajismo y jardinería, mantenimiento y limpieza de jardines</i>	\$ 6000 pequeño
		\$ 10000 mediano
		\$12000 grande
<i>Lavandería aplanchado y secado</i>	<i>Lavador ropa</i>	\$ 6000
	<i>Lavado muebles</i>	\$ 10000 por mueble
	<i>Cortinas</i>	\$ 10000 por mueble
	<i>Alfombras pequeñas</i>	\$12000
	<i>Alfombras grandes</i>	\$12000
	<i>Peluches grandes</i>	\$ 6000
		\$ 10000 por mueble

Teniendo en cuenta que dentro de nuestra propuesta de valor que es BIOCLEAN”
SERVICIOS DE LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO ESPECIALIZADA EN LA CIUDAD DE IPIALES. Brindando calidad en amplias gamas u extensiones de aseo mantenimiento limpieza y desinfección existen otros costos como lo son los costos indirectos que dentro de nuestra empresa se ven reflejados pagos servicios de luz agua, a nuestros proveedores de insumos entre otros.

MECANISMOS DE ENTREGA

Propuesta de valor

Ilustración 1 PROPUESTA DE VALOR



Nos permite enfocar que BIOCLEAN dentro de la ciudad de Ipiales es un proyecto de empresa viable donde en comparación con otras empresas de aseo supera en costos, servicios, calidad.

GANANCIAS ESPERADAS

Como generar fuentes de ingreso de financiación BIOCLEAN cuenta con recursos financieros internos y externos dentro de los recursos internos contamos con capital propio que permite el autofinanciamiento de mantenimiento utilizado para compra de maquinaria e inmuebles necesarios.

pensando en el buen desarrollo y evolución de la empresa acudimos a fuentes de recursos de financiación externas con ampliación de capital donde contaríamos con un socio externo que a este se le cancelara de manera mensual el 25% del capital invertido también con crédito OICO prestamos bancario que nos permita complementar los recursos económicos necesarios para el funcionamiento de BIOCLEAM.

Nuestros ingresos

Tabla 3 INGRESOS

INGRESOS
Ingresos
aseo general y desinfección
cristalizado y mantenimiento pisos
aseo industrial y mantenimiento
promociones
incentivos

VENTAS

Precio Unitario
aseo general y desinfección
cristalizado y mantenimiento pisos
aseo industrial y mantenimiento

Cantidad Vendida
aseo general y desinfección
cristalizado y mantenimiento pisos
aseo industrial y mantenimiento

DESCUENTOS

Precio Unitario
aseo general y desinfección
aseo industrial y mantenimiento

Cantidad Vendida
aseo general y desinfección
aseo industrial y mantenimiento

RECURSOS

los recursos de tipo material, financiero, humano y administrativo y finalizando con una evaluación que determina la factibilidad de éxito. de acuerdo a los resultados que arroje el estudio de perspectiva, la creación de la empresa tendrá un alcance social que compromete una fuente de desarrollo y empleo lo cual tiende a mejorar las necesidades económicas de cada uno de los colaboradores motivando el crecimiento de las fuerzas económicas de oferta y demanda de la región.

FIDELIDAD

ESTRATEGIA DE PROMOCIO; ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION
Promoción basada la captura de nuevos clientes, tal como se explica en la estrategia de ventas, se ofrecen promociones de servicios por recomendación y fidelidad pero también ofrecemos promociones cuando el servicio contratado

1.2.1 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

BIOCLEAN presta el servicio y distribución de manera directa a nuestros clientes para esto utilizaremos los siguientes canales:

TELÉFONO: a través de este medio decepcionamos los pedidos donde los pagos a este servicio se desarrollan directamente en nuestras instalaciones.

OFICINA: aquí la atención es de manera directa donde usted reserva o lleva su prenda para solicitar nuestro servicio además de entregarle la información necesaria acerca de nuestro trabajo a ofrecer brindamos a usted comodidad y seguridad dentro de nuestras instalaciones el pago se desarrolla de manera directa y oportuna.

REDES SOCIALES: dentro de la aplicación que hoy en día es muy común la mayoría de las personas lo tienen lo manejan Facebook nos encontramos nuestro fan page BIOCLEAN

en esta plataforma podrás entrar en contacto con nosotros obtener toda la información que necesites al igual que decepcionar servicio dejando sus datos completos nombre, identificación, ubicación, servicio requerido y celular, nosotros nos pondremos en contacto con usted.

CADENA
alianzas estratégicas con los
proveedores que permitan,
reducir los costos de ambas
partes.

NUESTROS PROVEEDORES

Tabla 4 NUEVOS PROVEEDORES

EMPRESA	PRODUCTO	UBICACION
 <p>BolsiPlast Bolsas y Empaques</p>	<ul style="list-style-type: none"> -Bolsas plásticas -Plásticos -Productos desechables 	<p>Cr 21a # 15-54, Nariño, Pasto - Teléfono: (57) (2) 72105</p>
 <p>DISTRIBUIDOR DE PRODUCTOS QUIMICOS ECOLOGICOS DE LIMPIEZA EN LA INDUSTRIA Y EL HOGAR</p>	<p>Distribuidor De Productos Químicos Ecológicos De Limpieza En La Industria Y El Hogar</p>	<p>Dirección: Calle 10 No 8-50 - Teléfono: 57- 83621...<u>ver teléfono</u> Empresas - Colombia - Huila - Pitalito</p>
 <p>Clean Home PRODUCTOS DE ASEO PARA EL HOGAR Y LA INDUSTRIA.</p>	<p>Venta de productos para el aseo y la industria biodegradables . - Venta De Jabones des manchadores Desengrasante Industrial Multiusos Shampo Para Vehículos Cera Auto Brillante Para Vehículos Productos Biodegradables</p>	<p>Dirección: Calle 24 Sur #39b21 - Teléfono: 31246939. Neiva, Huila</p>

1.2.2 Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Los tiempos han cambiado. Hasta hace poco tiempo si querías conseguir clientes para tu empresa de limpieza solo necesitabas publicar un anuncio en los diversos medios locales: revistas y diarios locales, páginas amarillas, etc. Hoy en día la mayoría de los potenciales clientes utilizan Internet para buscar servicios de limpieza de oficina, casas, edificios, etc.

Teniendo en cuenta la diversidad de modelos de venta por internet, el modelo que más se ajusta a nuestro proyecto empresarial es el SEO LONG TAIL es un modelo de venta por internet denominado también la cola larga está en la ley de Pareto 80/20; donde el 80% vendrá de nuestro producto y el 20% vendrá de nuestros clientes siendo estas las utilidades, lo que busca es buscar un servicio específico se ajusta a nuestra empresa ya que a través de la venta de un servicio que es lo que brindaremos existe una amplia gama de servicios presentando nuestro catálogo de servicios es muy fácil y cómodo y accesible buscarlo en internet ya que con el uso de palabras claves que es el servicio de aseo a domicilio en Ipiales ya estaremos como una de las opciones para brindar nuestros servicios al cliente.

Ten siempre presente que en un networking debes:

- Ganar visibilidad. Que conozcan más acerca de ti y de tus productos/servicios.

Cuanta más gente te sepa de ti, cuanto más visible seas, más posibilidades tendrás de que te compren.

- Pensar o idear de qué manera puedes generar un vínculo más estrecho con esos potenciales clientes del networking. Como ya bien he mencionado, ofreciendo una consulta gratuita o una muestra de tu producto, entre otros.

- Intentar incluir ese contacto que hagas en tu base de datos de clientes potenciales. De este modo, tendrías una base de datos propia y no comprada, con gente realmente interesada en ti y en tus productos/servicios.

1.2.3 ¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Para iniciar a través de SEO LONG TAIL lo que se pretende posicionar nuestro servicio como tal la marca como:

- Buscar el mercado para saber sus necesidades y así poder presentar nuestro servicio.
- Presentar nuestro servicio en una sola frase que llame la atención al cliente.
- Abrir herramientas digitales como página web, Facebook, Instagram.
- Realizar publicaciones de promoción de nuestros servicios a través de herramientas digitales

- Ofrecer descuentos, promociones a través de redes

Lo que se pretende es vender nuestro servicio al cliente, donde a través de estímulos y respuestas a través de mensajes publicitarios, analizamos el comportamiento del consumidor nos permite reforzar nuestras ventas ante estímulos como son las promociones; existiendo un estímulo respuesta u comunicativo donde el cliente se interroga existiendo una comunicación lineal al realizar una venta de nuestro servicio por teléfono; el objetivo es lograr tener satisfacción al cliente y resolver sus dudas y dificultades a través de nuestro servicio innovador y completo a desarrollar.

1.2.4 ¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

después de a ver interactuado con el cliente teniendo en cuenta pasos como:

- Preparación o estudio
- Determinación y/o creación de las necesidades
- Argumentación
- Tratamiento de objeciones
- Cierre o desenlace

El cliente de una manera activa toma la decisión que más le parezca y esté al alcance de su bolsillo ya sea por medio de la interacción de redes digitales o vía telefónica tomando su pedido de tal manera que los métodos de pago que emplearemos es de contado donde se cancela ya sea la totalidad del servicio o la mitad a la hora de contratación y al finalizar la otra mitad o también manejamos pagos con tarjeta y consignaciones vía internet BANCOLOMBIA lo que se pretende ofrecer es comodidad y calidad al cliente tanto en el servicio como en la manera de pago claro hay que tener en cuenta que todo servicio aparte de ser facturado firma quien recibe el pedido y firma a quien se lo vamos a brindar para así no haya inconformidad, o desacuerdo ante valores y servicio designado.

La manera u forma de pago también se tiene en cuenta la contratación del servicio si es contrato mensual, quincenal o solo es un contrato directo.

1.3 INVACION SOSTENIBLE

		ENERGÍA	MATERIAS	EMISIONES	RESIDUOS
<p>Producto o servicio ¿El producto tiene un ecodiseño? plástico oceánico</p> <p>BIOCLEAN servicios de limpieza y mantenimiento especializada</p> <p>presenta un ecodiseño con productos de aseo biodegradables.</p>	<p>¿Usa eficiente el agua?</p> <p>Si eficiencia del (61%) ¿Cómo? los productos de aseo en su composición química tienen buena concentración y son solubles minimizando el consumo de agua</p>	<p>¿Reduce el consumo de energía? Si en un 100% ¿Cómo?</p> <p>nuestros productos Se utiliza agua fría y son detergentes líquidos biodegradables de excelente calidad</p> <p>¿Qué equipos utiliza?</p> <p>aspiradoras, lavadoras, secadoras, y demás son elementos comunes de aseo</p>	<p>¿Reduce los insumos? Desde luego ¿Cómo?</p> <p>Balanceando la mezcla teniendo en cuenta que los productos son concentrados y se requiere de muy poca cantidad.</p> <p>¿Utiliza químicos?</p> <p>No, laboramos con productos biodegradables</p> <p>¿Qué empaque y embalaje utiliza?</p> <p>Envases plásticos Y Contenedores reutilizables.</p>	<p>¿Ha medido su huella de carbono? Si en las aspiradoras ¿Cuál es el resultado?</p> <p>0.14gr. de CO2 que es mínimo</p>	<p>¿Qué residuos recicla?</p> <p>Envases de los productos de aseo.</p>

<p>Marketing ¿Realiza algún tipo de campaña Que Favorezca al medio ambiente?</p> <p>Si, crear conciencia acerca del uso de productos biodegradables y ecológicos como son los nuestros a través de las redes sociales y las etiquetas del mismo</p>		<p>¿Qué medios de transporte utiliza?</p> <p>Piaggio para transportar los productos y elementos de aseo, además de contar con servicio a domicilio en lavandería de todo tipo como muebles alfombras cortinas etc..</p>	<p>¿Qué materiales utiliza para las actividades de ¿Marketing?</p> <p>Catálogos, portafolio de servicios y tarjetas de visita digitales, además de la publicidad impresa en los uniformes de trabajo</p>		
---	--	--	---	--	--

Tabla 5 INVACION SOSTENIBLE

1.4 ANALISIS DEL SECTOR

La tendencia imparable a externalizar los servicios de limpieza y a centralizar limpieza y mantenimiento en un único proveedor está fomentando el crecimiento de las empresas multiservicio, de gestión y mantenimiento de activos inmobiliarios. Se trata, por lo general, de empresas medianas y grandes, cuyo número está destinado a crecer, debido a la estrategia de diversificación de grandes grupos inmobiliarios, constructoras y empresas de

mantenimientos y seguridad. Las empresas del sector están protagonizando ya fusiones y adquisiciones y todo apunta a la concentración del sector.

1.4.1 ESTRATEGIA DE OCEANO AZUL

Competencia

Se han seleccionado los principales competidores directos y los principales competidores

indirectos, en relación con el porcentaje de participación en el mercado

Nº	COMPETIDORES DIRECTOS	% Participación del mercado
1	EMPLEADAS	65%

Nº	COMPETIDORES INDIRECTOS	% Participación del mercado
1	LAVA SECO MODERNO	50%
2	LAVATK	40%
3	ABC CASA LIMPIA	30%
4	LAVOMATICK	20%

Tabla 6 COMPETENCIA

Fortalezas y debilidades de la competencia.

CRITERIO	COMPETIDOR			
	1	2	3	4
- Nivel de satisfacción de los clientes		=		
- Localización	D			
- Poder financiero		=		
- Estrategia de precios	D			
- Posicionamiento	D			
- Imagen de calidad	D			
- Garantías			F	
- Estrategia de ventas			F	
- Política de servicio al cliente			F	
- Habilidad de ventas de los empleados	D			
- Número de empleados	D			
- Canales de distribución	D			
- Número de mercados metas	D			
- Confiabilidad	D			
- Estrategias de promoción	D			
- Relación con proveedores		=		
- Disponibilidad de producto		=		
- Estrategia de mercadeo		=		
TOTAL	10 D	5=	3F	

Tabla 7 FORTALEZA Y DEBILIDADES DE COMPETIDORES

Conclusiones y observaciones.

las fortalezas más significativas de los competidores son directas a su vez también indirectos ya que poseen diversas formas innovadoras de venta, garantías y al intentar brindar un servicio de calidad cada día más.

las debilidades más representativas son los de la competencia indirecta por falta de una buena ubicación, personal capacitado y adecuado, así como también falta de calidad en el servicio y garantía que genere mayor impacto y preferencia por el cliente.

Las ventas y las utilidades de los mayores competidores en la industria han cambiado en los recientes años desplazando a algunas empresas consideradas como fuertes. las razones por las cuales ha habido esta fluctuación son el aumento de costos de productos u insumos de aseo, el costo de mantenimiento de maquinaria, la compra a precios elevados de nuevos equipos de trabajo.

VARIABLE IMPORTANTE PARA LA IDEA DE NEGOCIO

“Es importante destacar que “BIOCLEAN” cuenta con múltiples ventajas que consolidan el posicionamiento en el mercado en la ciudad de Ipiales.

Reconocimiento de la marca. El nombre BIOCLEAN en nuestro servicio y productos brinda, como garantía a productos de calidad y servicios que son patrones de referencia en el mercado.

a) Innovación de Productos: “BIOCLEAN” introduce una gran variedad de servicios y de nuevos productos biodegradables que representan grandes oportunidades para sus distribuidores dentro de la industria de productos promocionales.

b) Selección: múltiples servicios y una infinidad de opciones son lo que hacen a uno a ser único en el mercado de la ciudad de Ipiales en cuanto aseo, limpieza mantenimiento industrial.

c) Excelencia de Servicios: BIOCLEAN cubre todas las expectativas de nuestros clientes. tiene una estructura fuertemente dinámica con el fin de proveer productos y servicios de alta calidad dentro de la ciudad de Ipiales y tiene una infraestructura altamente calificada que soporta las más altas exigencias de volumen del mercado actual.”

Especialización. Con este panorama, poco propicio difícilmente un nuevo negocio podrá abarcar la totalidad de los servicios y competir en igualdad de condiciones con las empresas asentadas ya en el mercado. Sin embargo, se podría lograr una participación importante en este tipo de mercado, mediante una limpieza especializada, dirigida a segmentos de demanda en proceso de maduración, como, por ejemplo, residencias, bloques residenciales, condominios, entre otros.

Podemos decir que BIOCLEAN tendría más auge en relación en los estratos 3-4-5 ya que su porcentaje de aceptación es más elevada a diferencia de los estratos 1-2 con menor porcentaje o menor necesidad podemos deducir ante nuestro servicio puede ser una causa la falta de ingresos económicos para poder adquirir el servicio.

		VARIABLE 1	VARIABLE 2	VARIABLE3	VARIABLE4
		Reconocimiento de marca	Innovación del producto	Selección	Excelencia del servicio
IDEA DE NOEGOCIO	BIOCLEAN	5	5	5	5
COMPETENCIA 1	LAVATK	5	4	4	4
COMPETENCIA 2	LAVASPRESS	3	3	3	3

ESTRATEGIAS:

	BAJOS COSTOS	TECNOLOGIA	RECURSOS	VARIEDAD DE SERVICIOS
INCREMENTAR	PROMOCIONES	APP	WEB 2.0	PORTAFOLIO
REDUCIR	PRECIOS	PAPEL	INSUMOS	TIEMPO
ELIMINAR	POCENTAJE IVA	QUIMICOS	OBSOLETOS	NINGUNO
MATENER	COSTOS	BASES DE DATOS	T. HUMANO	TODOS

Tabla 8 ESTRATEGIAS

1.4.2 ANALISIS PORTER

Ilustración 2 ANALISIS PORTER



Se determinan cinco fuerzas de Porter las cuales apoyan y ayudan a brindar calidad a la empresa, depende no solo de la competencia directa sino también por el papel que desempeña el rival, como competidores potenciales, los servicios o productos sustitutos, clientes los proveedores, las dos primeras fuerzas constituyen a una amenaza directa para BIOCLEAN mientras que las otras dos son amenazas indirectas debido al poder de negociación existente. Las cinco fuerzas que esta herramienta considera que existen en toda empresa son:

- Poder de negociador de los compradores
- Poder de negociación de los proveedores.
- Amenaza de entrada de nuevos competidores.
- Amenaza de ingreso de productos sustitutos.
- Rivalidad entre competidores.

1.4.3 AMENAZA DE COMPETIDORES EXISTENTES

El mercado actual de aseo, limpieza desinfección y mantenimiento industrial en la ciudad de Ipiales, Nariño debido a que no existe competidor directo con las mismas características sería para nuestra empresa una gran ventaja; no obstante, existe competencia indirecta existentes en este mercado de limpieza.

A continuación, se realizan los principales factores relacionados con el mercado con la finalidad de establecer el grado de competitividad:

FUERZA	Peso	valores	Ponderado
	relativo		
-	-	yo	Competen.
Yo	competen		
comunicación	0.2	3	3
Costos	0.2	4	3
Precio	0.2	3	2
calidad	0.2	4	2
Seguridad	0.2	4	2
	1		3.6
			2.4

Permitió analizar el proyecto empresarial, que a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella. Siendo más específicos, esta herramienta nos permite conocer el grado de competencia que existe en el mercado y, en el caso de una empresa dentro de ella, realizar un análisis externo que sirva como base para formular estrategias destinadas a aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas detectadas.

Pero además de ello, la rivalidad entre competidores también suele aumentar cuando:

- la demanda por los productos de la industria disminuye.
- Existe poca diferenciación en los productos.
- Las reducciones de precios se hacen comunes.

- Los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente de marcas.
- Los costos fijos son altos.

A medida que la rivalidad entre competidores se hace más intensa, las ganancias de la empresa disminuyen, haciendo que ésta se haga menos atractiva y que, por tanto, disminuya el ingreso de nuevos competidores.

Analizar la rivalidad entre competidores nos permite comparar nuestras ventajas competitivas con las de otras empresas rivales, y así formular estrategias que nos permitan superarlas aumentar la calidad de los productos o reducir los precios dotando de nuevas características a los productos para brindar nuevos servicios aumentando la publicidad y las promociones de ventas.

4.4 AMENAZA DE INGRESO DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Hace referencia al ingreso potencial de empresas que producen o prestan nuevos servicios alternativos a los de la empresa estos suele establecer un límite al precio que se puede cobrar por un servicio (un precio mayor a este límite podría hacer que los consumidores opten por el producto sustituto) poniendo en riesgo a nuestra empresa para esto optamos con medidas como promociones entre otras.

No existen productos o servicios sustitutos que puedan generar el mismo grado de satisfacción y el mismo grado que ofrecen las empresas de aseo, limpieza desinfección y mantenimiento industrial dentro de la ciudad de Ipiales

1.4.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Hace referencia al poder con que cuentan los proveedores de empresas para aumentar sus precios y ser menos concesivos. Pero además de la cantidad de proveedores que existan

en las empresas, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando las empresas realizan compras con poco volumen.

El análisis del poder de negociación de los proveedores nos permite formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así lograr mejores condiciones o un mayor control sobre ellos de esta manera realizar alianzas estratégicas con los proveedores que permitan, reducir los costos de ambas partes.

Proveedores de insumos de limpieza, desinfección y cristalizado:





Tabla 9 COMPETENCIA

Por otra parte, no se descarta a los proveedores de insumos existentes en el mercado puesto que a largo plazo pueden tomar mayor fuerza con el mejoramiento ante los productos que ofrecen. De igual manera contamos con proveedores en otras áreas tales como jardinería, control de plagas algunos de ellos son contamos con productos extranjeros del hermano país ecuador.

Proveedores de insumos control de plagas y jardinería:



EMPRESA	PRODUCTO	UBICACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> • Fungicidas • Pesticidas • Jardinería 	<p>Se encuentra en la Av. Morán Valverde 1040 y Tnte. Hugo Ortiz</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Rhino coat shampoo cera • Rhino coat silicón protector multiuso • Rhino coat limpiador multiuso • Rhino coat limpiaparabrisas 	<p>Matriz Betania lote 28, lotización San Vicente de Paúl</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Tuberías y accesorios PVC • Teflón y pega tubos • Codos PVC 	<p>Distribuidor Autorizado Bycace Av. Orellana N17-71, Quito, Pichincha</p>

Tabla 10 PROVEEDORES

Para la prestación del servicio de limpieza BIOCLEAN hace énfasis en la calidad al servicio con la mejor tecnología existente en el área de limpieza.

Proveedores de equipos:

EMPRESA	MAQUINARIA	UBICACIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> • Aspiradoras • Barredoras manuales y con hombre a bordo • Abrillantadoras • Pulidoras • Barredoras • Lavadoras automáticas para pisos • Lavadoras a presión 	<p>Se encuentra en la Av. 12 de Octubre N24-80 y Madrid</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Aspiradoras en seco • Aspiradoras en húmedo • Aspiradoras con filtro de agua • Lava aspiradoras 	<p>Av. 10 de Agosto N20-79 (1575) y Bolivia</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Aspiradoras • Abrillantadoras domesticas • Abrillantadoras industriales • Purificadores de agua 	<p>Se ubica en la Av. La Coruña N24-87 y Guipúzcoa</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Aspiradoras • Barredoras • Lavadoras de alfombras • Hidrolavadoras • Hidrolimpiadoras 	<p>Se encuentra en la Av. el Inca No. 2764 entre Av. de la Prensa y Av. 10 de Agosto.</p>

Tabla 11 PROVEEDORES

1.4.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Hace referencia al poder con que cuentan los consumidores o compradores de la industria para obtener buenos precios y condiciones.

Por lo general, mientras menor cantidad de compradores existan, mayor será su capacidad de negociación, ya que, al no haber tanta demanda de productos, éstos pueden reclamar por precios más bajos y mejores condiciones.

Pero además de la cantidad de compradores que existan en la industria, el poder de negociación de éstos también tiende a aumentar cuando no hay diferenciación en los productos, los consumidores compran en volumen.

Los consumidores están bien informados acerca de los precios y costos de los vendedores. Los vendedores enfrentan una reducción en la demanda. El análisis del poder de negociación de los consumidores nos permite formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así captar un mayor número de clientes u obtener una mayor lealtad de éstos y ofrecer mayores y mejores garantías, aumentar las promociones de ventas, aumentar la comunicación con el cliente.

AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES

La empresa puede ingresar fácilmente a una industria, la intensidad de la competencia aumenta; sin embargo, al ingresar a un mercado no suele ser algo sencillo debido a la existencia de barreras de entrada donde la necesidad de lograr rápidamente economías de escala es la necesidad de obtener tecnología y conocimiento especializado y la falta de experiencia sea una fuerte lealtad del consumidor en nuestro servicio.

Analizar la amenaza de entrada de nuevos competidores nos permite estar atentos a su ingreso, y así formular estrategias que nos permitan fortalecer las barreras de entradas, o hacer frente a los competidores que llegan a entrar.

Aumentar la calidad en nuestro servicio, reducir los precios, aumentar los canales de ventas, aumentar la publicidad.

PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

<i>FACTORES</i>	<i>CALIFICACION</i>
Importancia del servicio para el cliente	5
La satisfaccion de los deseos del consumidor	4
Rentabilidad del cliente	5
Exigencias al obtener el servicio	4
Disponibilidad de informacion para el comprador	4
Deseo personal satisfecho	4
Volumen de compra	4
<i>PROMEDIO</i>	<i>4,29</i>

Tabla 12 *PODER DE NEGOCIOACION*

Los clientes constituyen una gran amenaza en el mercado de aseo, limpieza desinfección y mantenimiento industrial debido a que los compradores tienen gran poder y la demanda cada día se hace más exigente para de esta manera conseguir satisfacción, en la ciudad de

Tipales el consumidor utiliza el servicio de aseo, limpieza desinfección en la gran mayoría de veces por necesidad, así como la satisfacción de ver su hogar limpio es allí donde se determina la fortaleza, donde le poder de negociar con el cliente constituye como el factor de mayor intensidad en las fuerzas competitivas del mercado.

2. CORTE II



II CORTE

2.1 MARKETING MIX

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO PARA CLIENTES

NUCLEO: esta idea de empresa surgió de la necesidad de proveer un servicio generalizado en limpieza mantenimiento y desinfección dentro de la ciudad, dando una buena alternativa a las unidades de servicio como a clínicas, hospitales y empresas ,o almacenes a acceder a nuestro servicio., nuestra particularidad está básicamente en que muchas mujeres que laboran día a día realizando limpieza en diversas casas, almacenes e instalaciones siendo esto su sustento de vida, muchas veces escuchamos y vemos que ellas son las trabajadoras más criticadas ante la sociedad, por ello queremos brindar una oportunidad de trabajo, de superación tanto laboral como personal dentro de nuestra ciudad, siendo ellas quienes muchas veces llevan el pan a sus casas, a la vez nuestro objetivo es brindarles una mejor calidad de vida al trabajar conjuntamente con nosotros, capacitándose, adquiriendo un trabajo de manera estable, pensamos no solo desde esta perspectiva sino también en la manera de ayudar a nuestro planeta para ello BIOCLEAN cuenta con productos biodegradables utilizando toda una línea de productos que no se evaporan no contaminan el medio ambiente; y no son tóxicos al contacto o inhalación. BIOCLEAN será un servicio que contará con supervisión continua de sus superiores para evitar malos entendidos se generará empleos garantizando calidad y optimización en el servicio.

Nuestros productos son novedosos limpiador de uso doméstico a base de agua, que ofrece una desinfección efectiva de todo tipo de superficies. Es altamente efectivo en la eliminación de microorganismos como Pseudomonas y Staphylococcus, así como una

variedad de virus. Deja un agradable olor residual. Disponible en aromas a Limón, Cereza, Lavanda, Frutal, Oxígeno, Cítrico, Manzana Verde y Zacate Limón. Se puede diluir con agua potable en relación de 1:3. Desinfectante “APE-free”, libre de ALQUILFENOLES ETOXILADOS (APEs, componentes tóxicos para la salud humana).

Se Utiliza para pisos, plástico, madera o superficies similares. Cocinas, Pisos, Baño, Muebles

CALIDAD Y SERVICIO


- Nuestra empresa de aseo está capacitada para limpiar, mantener, reparar y desinfectar adecuadamente. Mantener una oficina limpia es mucho más que simplemente asegurarse de que todo esté ordenado. Expertos en qué hacer para garantizar un ambiente limpio.
- Permita que los trabajadores hagan lo que mejor hacen y deje la limpieza en manos de expertos.
- Evitamos en nuestros procesos limpiar el polvo se acumula, las oficinas ya pueden convertirse fácilmente en riesgos respiratorios.
- Como profesionales del aseo podemos garantizar que ciertos productos se mantengan a la mano, como toallas de papel y papel higiénico.

- Cuando las oficinas están limpias y desinfectadas, las personas que trabajan en ellas tienen menos probabilidades de enfermarse. Cuando los trabajadores están enfermos, siempre hay una pérdida de producción.
- La ausencia de personal es algo muy frecuente en cualquier empresa, pero una compañía bien dirigida tiene esto previsto por lo que ante esa situación ubicaría rápidamente un reemplazo para cumplir con la labor.

PORTAFOLIO

Tabla 13PORTAFOLIO

Política de Calidad	
<p>BIOCLEAN garantiza diseñar y prestar los servicios de acuerdo a las necesidades de cada cliente con el apoyo de un equipo humano capacitado, recursos tecnológicos, logísticos y administrativos adecuados y en búsqueda siempre del mejoramiento continuo. Trabajamos con responsabilidad, basados en los más altos valores éticos y profesionales, siempre orientados a satisfacer los requerimientos del cliente.</p> <p>¿Por qué elegirá BIOCLEAN?</p> <p>1- Por la amplia trayectoria y experiencia.</p> <p>2- Por la capacidad profesional de su equipo de trabajo.</p> <p>3- Por la capacitación permanente de sus colaboradores.</p> <p>4- Por el cumplimiento de normas de calidad y seguridad en los servicios.</p>	<p>5- Por la rapidez de respuesta a sus necesidades.</p> <p>6- Porque reduce y/o controla sus costos operativos.</p> <p>7- Porque obtiene rapidez en la solución de situaciones de emergencia.</p> <p>8- Porque tiene la tranquilidad de saber que las acciones de limpieza y mantenimiento se llevan a cabo ajustadas a las normas establecidas.</p> <p>9- Porque disfrutara de tarifas razonables y ajustadas a su presupuesto.</p> <p>10- Y porque contribuiremos significativamente a incrementar su productividad.</p>
Nuestros Servicios	

<p>PAQUETES Servicio 4 horas (Horario por concretar) Habitaciones: Limpieza de pisos, barrido, trapeado y aspirado / Tendido de camas / Remoción de polvo en muebles, persianas, estantes, clósets, puertas, marcos, ventanas y artefactos eléctricos / Vaciado de canecas. Cocina: Lavado de loza / Limpieza y esterilización de superficies, paredes y pisos / Limpieza lavaplatos y porta platos / Limpieza interna y externa de hornos microondas y neveras / Limpieza externa de gabinetes / Vaciado de canecas. Baños: Limpieza y esterilización de superficies, paredes, pisos / Limpieza y esterilización de sanitarios, duchas, lavamanos / Limpieza y esterilización externa de gabinetes / Vaciado y esterilización de canecas.</p>	<p>Sala: Limpieza de pisos, barrido, trapeado y aspirado /Remoción de polvo y control de ácaros en muebles, persianas, ventanas, artefactos eléctricos y ornamentales. Lavandería: Lavado y doblado de ropa Zonas Comunes: Barrido de superficies Exclusiones: Levantar objetos pesados, Limpieza en alturas mayores a 2m, Limpieza de ventanas exteriores, Limpieza de exteriores.</p> 
<p>Servicio 8 horas (Día completo) Habitaciones: Limpieza de pisos, barrido, trapeado y aspirado /Tendido de camas / Remoción de polvo en muebles, persianas, estantes, clósets, puertas, marcos, ventanas y artefactos eléctricos / Vaciado de canecas. Cocina: Lavado de loza / Limpieza y esterilización de superficies, paredes y pisos / Limpieza lavaplatos y porta platos / Limpieza interna y externa de hornos microondas y neveras / Limpieza externa de gabinetes / Vaciado de canecas. Baños: Limpieza y esterilización de superficies, paredes, pisos / Limpieza y esterilización de</p>	<p>Lavandería: Lavado, doblado y planchado de ropa Zonas Comunes: Barrido de superficies Otros: Limpieza de paredes / Cambio de tendidos / Extraer loza de gabinetes para limpieza interna /Limpieza de campanas, extractores, interna de hornos / Extracción de elementos internos en gabinetes para limpieza / Fumigación y Jardinería. Exclusiones: Levantar objetos pesados, Limpieza en alturas mayores</p>

<p>sanitarios, duchas, lavamanos / Limpieza y esterilización externa de Vaciado y esterilización de canecas.</p> <p>Sala: Limpieza de pisos, barrido, trapeado y aspirado /Remoción de polvo y control de ácaros en muebles, persianas, ventanas, artefactos eléctricos y ornamentales.</p>	<p>a 2m, Limpieza de ventanas exteriores, Limpieza de exteriores.</p> 
<p>Nuestros Clientes</p>	
<p>NUESTROS PRINCIPALES CLIENTES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Varios – Servicios a Hogares. - Conjunto Residencial Jardín de Actriz. - Conjunto Residencial Edificio Torre San Jorge. - Conjunto Residencial La Arboleda. -Fiscalía General de la Nación. - Rama Judicial del Poder Público. -ESAP Escuela Superior de Administración Pública. - Alcaldía de Ipiales. - Secretaria de Salud Municipal. - Policía Nacional. - Positiva, Compañía de Seguros. - Gobernación de Nariño. - Corponariño - ISS en liquidación - Armada Nacional Tumaco 	<ul style="list-style-type: none"> - Codazzi Ipiales - Empobando - Banco de la República Ipiales -Éxito Ipiales. - Sanidad de la Policía - Colegio Nuestra Señora de las Lajas - Comando de la Policía - Incoder - SENA Ipiales - Fondo de Gestión del Riesgo - INVIAS - Instituto Departamental de Salud de Nariño 
<p style="text-align: center;">Calle 26 no. 9 - 84 Oficina 302 CEL.318 348 94 80 contactenos@bioclean.com www. BIOCLEAN.com Ipiales Síguenos en:/Bioclean @Bioclean</p>	

2.2 ESTRATEGIA DE PRECIOS

Se han seleccionado los principales competidores directos y los principales competidores indirectos, en relación con el porcentaje de participación en el mercado.

N°	COMPETIDORES DIRECTOS	% Participación del mercado
1	EMPLEADAS	65%

N°	COMPETIDORES INDIRECTOS	% Participación del mercado
1	LAVA SECO MODERNO	50%
2	LAVATK	40%
3	ABC CASA LIMPIA	30%
4	LAVOMATICK	20%

Tabla 14 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

CRITERIO	COMPETIDOR			
	1	2	3	4
- Nivel de satisfacción de los clientes		=		
- Localización	D			
- Poder financiero		=		
- Estrategia de precios	D			
- Posicionamiento	D			
- Imagen de calidad	D			
- Garantías			F	
- Estrategia de ventas			F	
- Política de servicio al cliente			F	
- Habilidad de ventas de los empleados	D			
- Número de empleados	D			
- Canales de distribución	D			
- Número de mercados metas	D			
- Confiabilidad	D			
- Estrategias de promoción	D			
- Relación con proveedores		=		
- Disponibilidad de producto		=		
- Estrategia de mercadeo		=		
TOTAL	10 D	5=	3F	

Conclusiones y observaciones las fortalezas más significativas de los competidores son directas a su vez también indirectos ya que poseen diversas formas innovadoras de venta, garantías y al intentar brindar un servicio de calidad cada día más.

las debilidades más representativas son los de la competencia indirecta por falta de una buena ubicación, personal capacitado y adecuado, así como también falta de calidad en el servicio y garantía que genere mayor impacto y preferencia por el cliente.⁷²

Las ventas y las utilidades de los mayores competidores en la industria han cambiado en los recientes años desplazando a algunas empresas consideradas como fuertes. las razones por las cuales ha habido esta fluctuación son el aumento de costos de productos u insumos de aseo, el costo de mantenimiento de maquinaria, la compra a precios elevados de nuevos equipos de trabajo.

ESTRATEGIA DE PRECIO

Envase a nuestros servicios y pensando en el cliente nuestros precios van encaminados principalmente considerando factores como la disposición a pagar de usuario u cliente por nuestros servicios prestados; el análisis de mercado realizado de BIOCLEAN; gastos u costos que representan insumos, mano de obra, y pensando en nuestra competencia, nuestros valores establecidos son por unidad y son los siguientes

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION BIOCLEAN

<i>SERVICIOS</i>	<i>CONSISTE EN</i>	<i>VALOR (POR SERVICIO)</i>
<i>aseo general y desinfección</i>	<i>Aseo y desinfección total de locaciones, establecimientos y predios en general.</i>	\$ 25000 espacio pequeño \$ 35000 espacio grande
<i>aseo industrial</i>	<i>Servicios en el área de Aseo de Oficinas, Aseo industrial, Limpieza industrial y aseo Clínico</i>	\$60000
<i>mantenimiento locativo menor</i>	<i>Mantenimiento locativo para la mediana y gran empresa.</i>	\$60000
<i>crystalizado y mantenimiento de pisos</i>	<i>Servicio de crystalizado y mantenimiento de todo tipos de pisos.</i>	\$15000
<i>jardinería</i>	<i>Ejecución de proyectos en las áreas de paisajismo y jardinería, mantenimiento y limpieza de jardines</i>	\$ 6000 pequeño \$ 10000 mediano \$12000 grande
<i>Lavandería aplanchado y secado</i>	<i>Lavador ropa Lavado muebles Cortinas Alfombras pequeñas Alfombras grandes Peluches grandes</i>	\$ 6000 \$ 10000 por mueble \$12000 \$ 6000 \$ 10000 por mueble \$12000

Tabla 15 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION

BIOCLEAN presta el servicio y distribución de manera directa a nuestros clientes para esto utilizaremos los siguientes canales:

TELÉFONO: Recepcionamos los pedidos donde los pagos a este servicio se desarrollan directamente en nuestras instalaciones.

OFICINA: la atención es directa reserva o lleva su prenda para solicitar nuestro servicio además de entregarle la información necesaria acerca de nuestro trabajo Para brindar un servicio de forma oportuna y en el momento que sea requerido por el cliente, la estrategia de distribución de la compañía será disponer de una camioneta “tipo Van” que transportará el personal y los insumos para prestar el servicio.

REDES SOCIALES: dentro de la aplicación que hoy en día es muy común la mayoría de las personas lo tienen lo manejan Facebook nos encontramos nuestro fan page BIOCLEAN en esta plataforma podrás entrar en contacto con nosotros obtener toda la información que necesites al igual que recepcionar servicio dejando sus datos completos nombre, identificación, ubicación, servicio requerido y celular, nosotros nos pondremos en contacto con usted.

2.2.1 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Hacer una campaña publicitaria de gran impacto que informe al público cuales son nuestros servicios.

Lograr un posicionamiento comercial tanto con la marca como con el producto.

Hacer un lema publicitario de fácil recordación y penetración.

Crear la página web y posicionarlo en los portales de búsqueda más reconocidos.

Compartir publicidad impresa dentro de la ciudad de Ipiales

El objetivo de nuestra estrategia de comunicación es: maximizar las ganancias de la inversión.

MARKETING MIX						
ESTRATEGIA	Objetivo o Smart	Como (describa como llegara al objetivo)	Quien (con que medios o personas se apoyara)	Cuando (tenga presente la fecha)	Donde (defina específicamente el lugar donde lo realizara)	Valor (aproximación al costo)
PRODUCTO Y/O SERVICIO	Lograr que conozcan nuestro producto y así obtener la fidelización de nuevos clientes	implementado a través de contratación personal con capacitaciones constantes y siempre contar con material en óptimas condiciones por calidad buena actitud presentación personal (uniformes) puntualidad en el servicio	ANA MARIA CARLOS ORTEGA LEIDY QUIROZ accionistas, además de colaboradores para realizar tanto servicios puntuales como servicios específicos en la limpieza.	1 enero 2022	Call. 24 diagonal al edificio habitare	1.860.000 mensual
PRECIO	Lograr que las personas nos conozcan a través de la obtención de instalaciones ya establecidas que permitan el desarrollo de nuestro servicio	arrendo, servicios públicos, gastos legales, personal encargado, insumos, gasolina, maquinaria, una vez con la compra de todo siendo una inversión implementa personal iniciar a laborar y generar utilidad	ANA MARIA CARLOS ORTEGA LEIDY QUIROZ como accionistas . Y la Entidad bancaria a través de crédito	7 junio 2021	Call. 24 diagonal al edificio habitare	143.600.000
PROMOCION Y COMUNICACION	captura de nuevos clientes a través de la implementación de marketing digital	A través de la creación de pg. web, implementación de bayas publicitarias, afiches y volantes	Tipografía diseñador gráfico personal idóneo	1 enero 2022	Call. 24 diagonal al edificio habitare	1000000

Tabla 16MRKETING MIX

MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

NOMBRE DE LA IDEA: BIOCLEAN

PASOS	OBJETIVO	RESULTADO
1. DIAGNOSTICO DE MERCADO	A. Identificar el sector	Sector ASEO = suministro de personal
	B. Identificar marcas en Competencia	-Empleadas servicio doméstico -Lava seco moderno - LAVATK - ABC CASA LIMPIA - LAVOMATICK
	c. Soluciones principales y alternativas	Generar empleo. brindar un servicio a domicilio. utilización de productos biodegradables brindar seguridad a la hora de contratar nuestro servicio. calidad en el personal a desempeñar la actividad. Puntualidad – eficiencia tecnología avanzada
	D. Tendencias del mercado	Por la inseguridad en la ciudad de Ipiales (hurtos), mala atención y mala calidad del servicio, la tendencia se basa en la implementación Big Data y evolución del marketing digital a largo plazo.
	E. Arquetipo de la marca	BIOCLEAN BIO=VIDA CLEAN= LIMPIA “VIDA LIMPIA”
2. REALIDAD PSICOLÓGICA DE LA MARCA	A. Percepción de las marcas de competencia	No es predominante, la competencia es limitada en servicios y BIOCLEAN ofrece múltiples beneficios donde la percepción está en Consumidor, Marca, Calidad, Precio, Productos, Compradores teniendo en cuenta q nuestros insumos son Biodegradables.
	B. Identificar variables neuromarketing	El comportamiento del consumidor hacia la necesidad de lo bonito, bueno y barato; Bioclean es la solución la emoción del cliente al ver su espacio u área fuera de contaminación de una manera eficaz, segura

		con calidad y economía quedara en la mente del consumidor
3. POSICIONAMIENTO	A. Identificar top of mind	Economía y seguridad ante el servicio
	B. Identificar top of heart	En la comparación con anteriores servicios de aseo donde BIOCLEAN predomina por su buen servicio la calidad que se observa el agrado hacia un buen trabajo y satisfacción económica
4. REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA	Traducir nuestra propuesta de valor en la marca.	VIDA LIMPIA BIOCLEAN TE LO GARANTIZA.
5. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	Desarrollar acciones continuas para la introducción de la marca en el mercado, que estén ligadas a la mediación tecnológica y de redes sociales	la creación de pg. web, fan page en Facebook

Tabla 17 MATRIZ DE DESARROLLO DE MARCA

2.3 ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL

3. <https://bioclean-2020.wixsite.com/bioclean>



Ilustración 3. Mapa de Influencias Directas





Ilustración 4 Bioclean

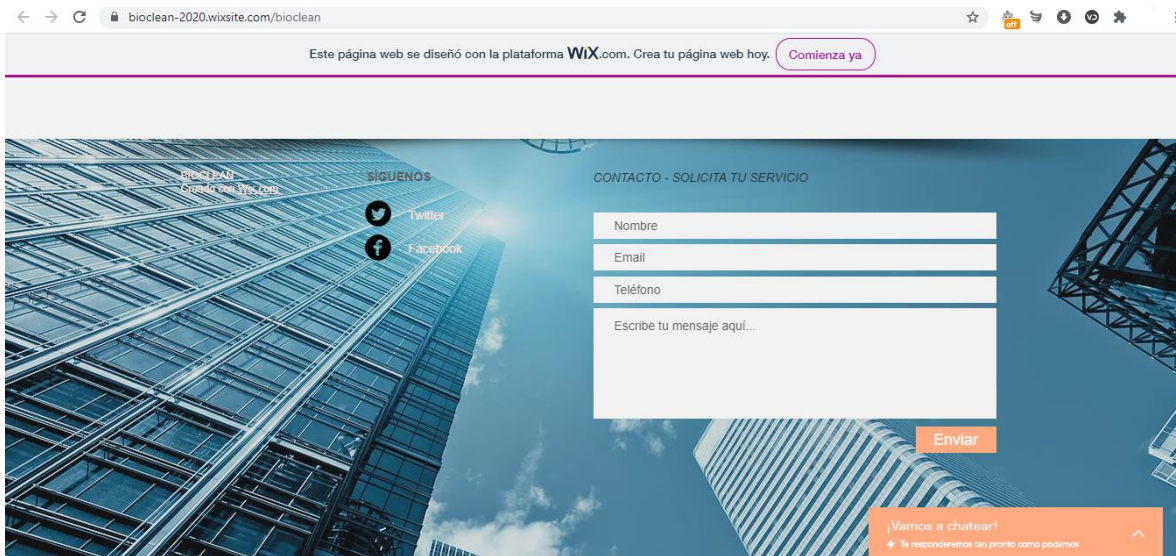


Ilustración 5 PLATAFORMA FACEBOOK

<https://www.facebook.com/Bioclean-Aseo-y-Limpieza-105162501387207>

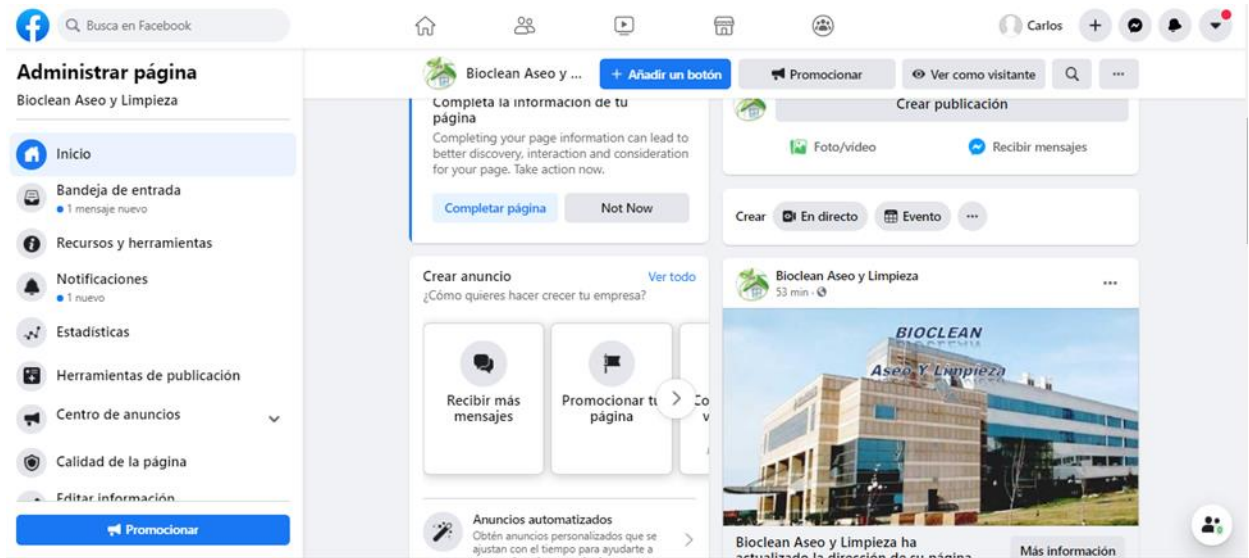
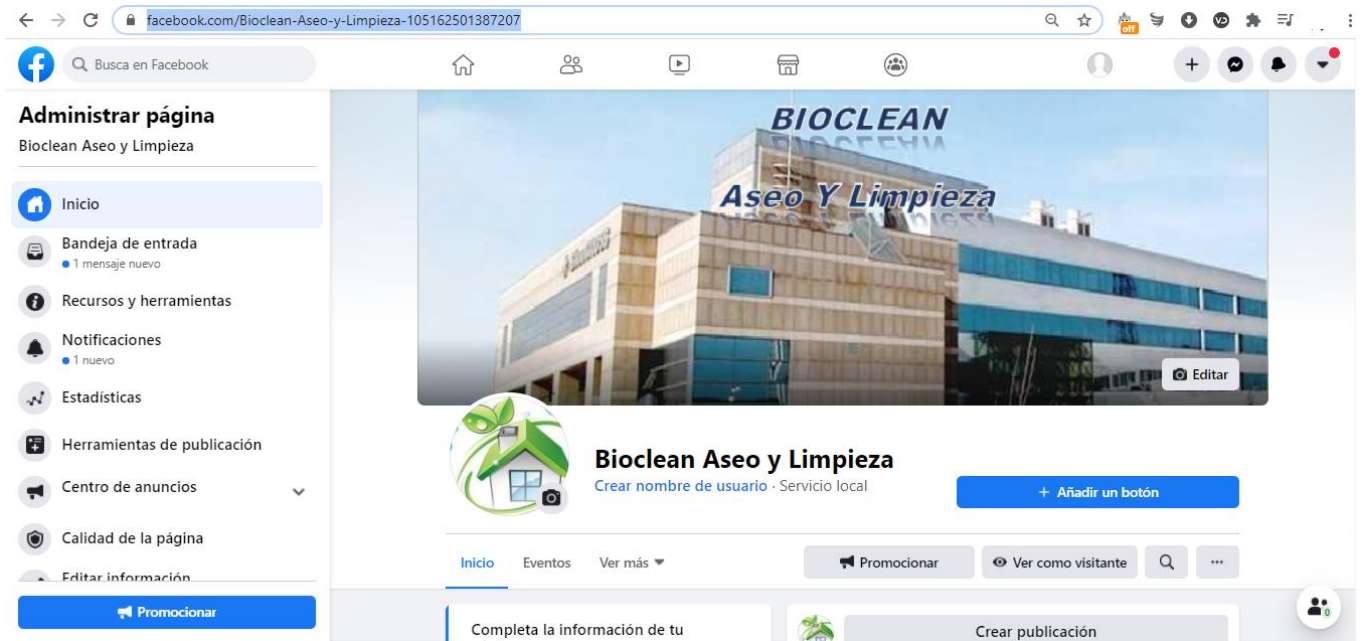
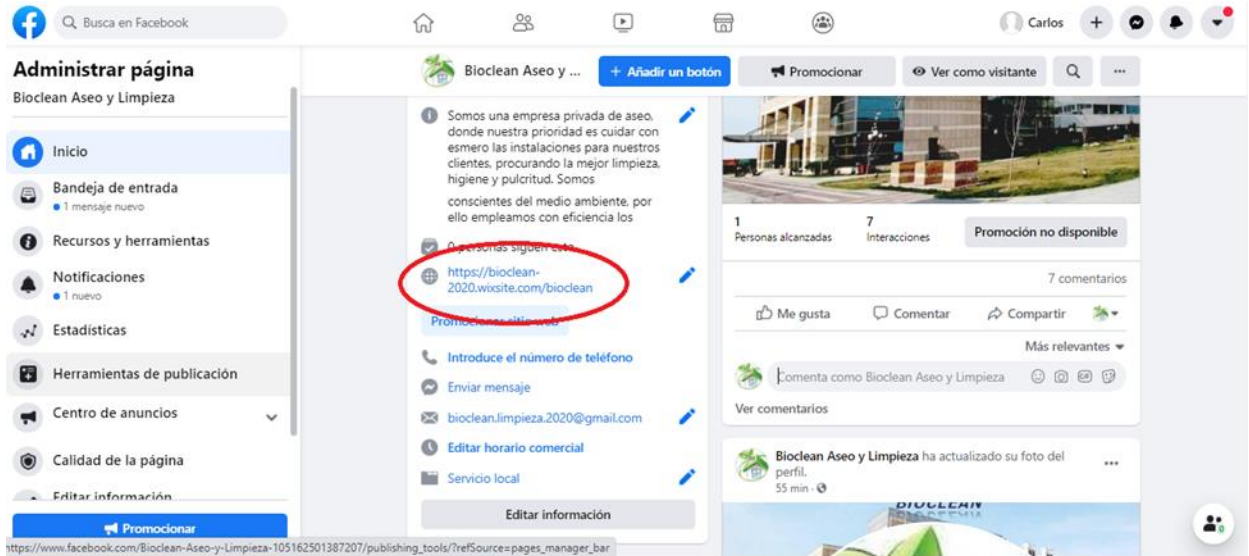


Ilustración 6 BIOCLEAN



Vinculo a Lange Page



2.5 METRICAS CLAVE

ESTUDIO TECNICO

La inversión y fondo de maniobra siendo el punto de partida de este proyecto empresarial

es la ubicación del inmueble, situado en la ciudad de Ipiales-Nariño. Situada en la ciudad en la calle veinticuatro diagonales al l edificio habitare, las principales partidas de inversiones.

corresponden a la adquisición del inmovilizado material, entre lo que destaca, además de la obra civil, el equipamiento necesario para la prestación de servicios de limpieza.

Por lo anterior es necesario aclarar que el proceso de ubicación del lugar adecuado para instalar una empresa requiere el análisis de diversos factores, como son el económico, social, tecnológico y de mercado entre otros que si no se manejan de manera adecuada provocarían problemas a futuro.

La localización tiene como propósito seleccionar una zona adecuada e idónea desde el enfoque social ambiental y técnico, el lugar donde entrara en funcionamiento la compañía determina en gran parte sus potenciales cliente, duración en el tiempo y el éxito, permitiendo elegir no solo un lugar adecuado, sino que permite un aumento de ganancias para la compañía Bioclean.

- cálculo del CAC (Customer acquisition cost) y el LTV (Lifetime value) con un análisis comparativo de los resultados. tomamos como particularidad el desarrollo de 100 encuestas en la ciudad de Ipiales donde nuestro objetivo es tomar estadísticas y ver la viabilidad u factibilidad de la creación del proyecto.

ANEXO

ENCUESTA VIABILIDAD DE LA EXISTENCIA DE EMPRESA PRESTADORA SERVICIO DE LIMPIEZA BIOCLEAN

NOMBRE: _____	EDAD: _____ SEXO: Femenino Masculino
-------------------------	---

1. ¿Tienes contratado servicio de limpieza en tu casa?

SI NO

2. ¿cada cuánto tiempo realizas una limpieza general a su casa??

3. ¿**Crees** que sería bueno encontrar todos los servicios de aseo en un mismo lugar?

SI NO

4. ¿Crees que en Ipiales es bueno crear empresas que presten servicio de limpieza a domicilio?

SI NO

5. ¿Quién se encarga de estas tareas en tu casa? _____

6. ¿Estarías interesado en recibir ofertas de empresas de mantenimiento y limpieza?

SI NO

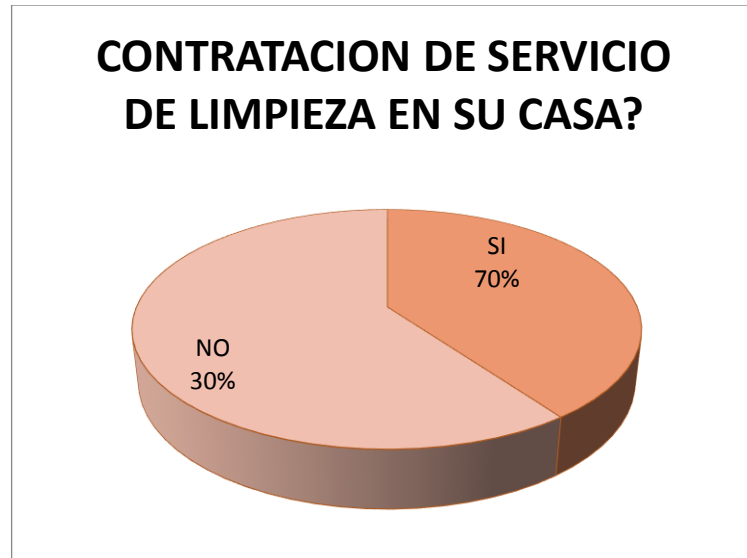
7. ¿Y en el caso de que fueran ofertas de productos de limpieza? te interesaría recibirlas en tu email?

SI NO

ENCUESTA:

1. ¿Tienes contratado servicio de limpieza en tu casa?

SI NO

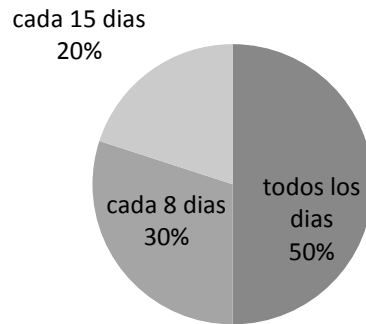


➤ Podemos percibir que, en la ciudad de Ipiales, más de la mitad de los 100 encuestados no poseen un contrato de servicio de limpieza de manera que para nosotros como empresa es una gran oportunidad de acceder a este mercado.

2. ¿cada cuánto tiempo realizas una limpieza general a su casa?

RESPUESTAS FUERON: todos los días - cada 8 días – cada 15 días

El Tiempo en realizar limpieza

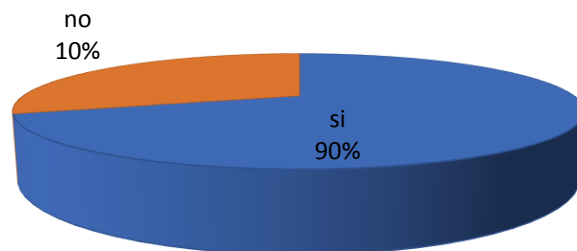


➤ En la encuesta el tiempo en el que realizan limpieza es constante.

3. ¿Crees que sería bueno encontrar todos los servicios de aseo en un mismo lugar?

SI NO

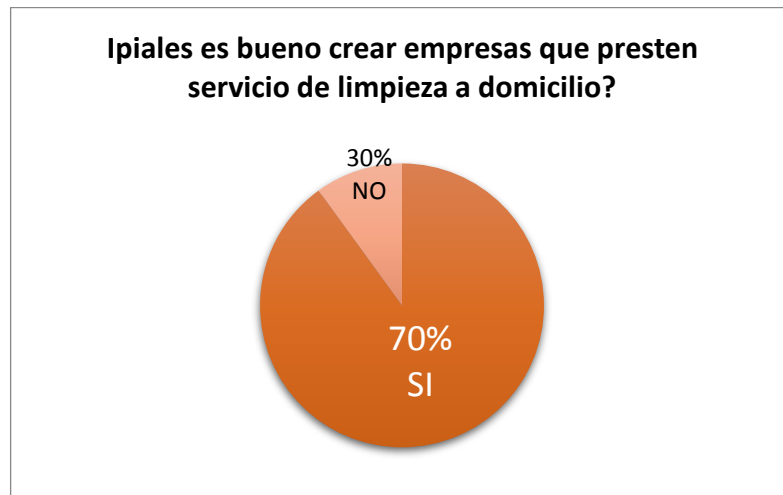
seria bueno encontrar todos los servicios en un mismo lugar?



➤ En una gran mayoría podemos ver que de las personas encuestadas optan por encontrar una gran variedad de servicios dentro de un mismo establecimiento por comodidad y seguridad.

4. ¿Crees que en Ipiales es bueno crear empresas que presten servicio de limpieza a domicilio?

SI NO

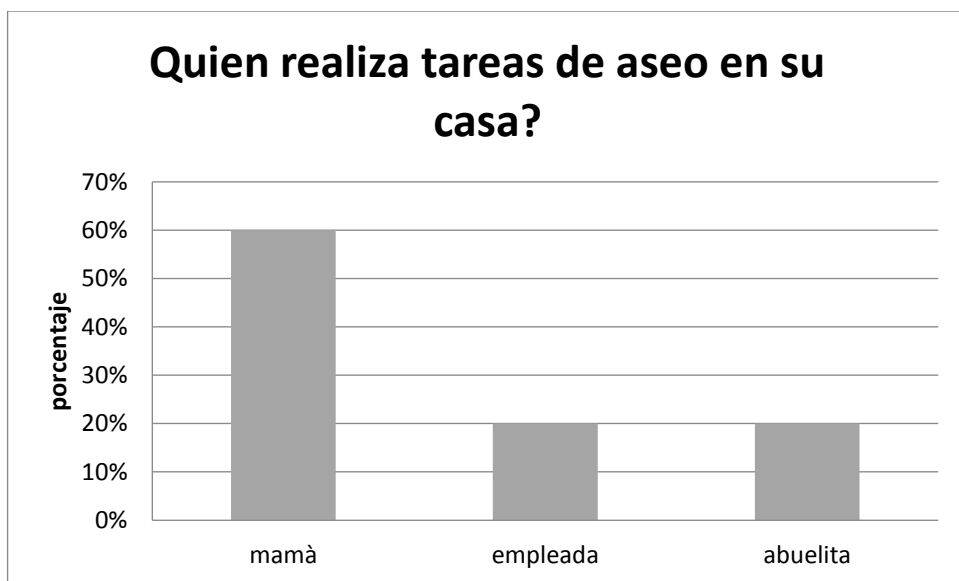


➤ En un porcentaje de 70% a un si es factible crear empresas de servicio más aun contando con el servicio domicilio ya que Ipiales carece de este servicio y muchas veces las personas tienen que desplazarse a diferentes lugares por un solo servicio es una gran

prioridad para nuestra comunidad que existan empresas de esta forma por necesidad y rapidez que muchas veces los ciudadanos nos encontramos en apuros.

5. ¿Quién se encarga de estas tareas en tu casa? _____

RESPUESTAS FUERON: ama de casa (mamà) – empleada – abuelita



- Por falta de recursos económicos debido al alto cobro de servicios a la vez por desconfianza u inseguridad son las amas de casa o madres de hogar quienes realizan el aseo y limpieza en las instalaciones.

6. ¿Estarías interesado en recibir ofertas de empresas de mantenimiento industrial y limpieza en general?

SI NO



- Para mantenerse el cliente enterado de las ofertas que la empresa saca al mercado no obstante ya que muchas veces es publicidad engañosa.

7. Y en el caso de que fueran ofertas de productos de limpieza te interesaría recibirlas en tu email?

SI NO



- la mayoría de los encuestados si les interesa ya que muchas veces se han encontrado engañados por dichas publicidades de otras empresas o publicidad vencida de manera que hay que rescatar esa confianza del cliente hacia nuestra empresa.

De la encuesta realizada por BIOCLEAN se extrajeron las siguientes conclusiones:

- ✓ sería bueno la creación de una empresa general de aseo por comodidad y seguridad y economía.
- ✓ a pesar de la crisis de inseguridad que posee actualmente Ipiales, sería de gran ayuda en generar empleo dentro de la ciudad.

Estos resultados permitirán conocer aún más el mercado y tomar decisiones acertadas para ver la factibilidad de crear una empresa como lo es BIOCLEAN en la ciudad de Ipiales

BiOClean

Nuestro objetivo es brindar una respuesta oportuna a las necesidades de nuestros clientes mediante un recurso humano altamente calificado, y con maquinaria en ultima tecnología

✓ **Limpieza Diaria**
establecimientos interiores y exteriores

✓ **Limpieza Periódica**
cristalería, textiles, tapizados, desinfección conductos, salones, abrigantados

✓ **Limpieza puntual**
en obras, eventos especiales, fachadas, tratamiento anti grafiti.

✓ **Limpieza por Sectores**
edificios, bancos, telecomunicaciones, hospitales etc..

GRAN PROMOCIÓN

¡Te esperamos!



Visítanos y danos el gusto de atenderte

<https://www.facebook.com/Bioclean-Aseo-y-Limpieza-105162501387207>



Ilustración 7 AFICHE BIOCLEAN

3. CORTE III



III CORTE

3.1 VARIABLES EN EL ENTORNO DE MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN.

MACRO LOCALIZACION

Dentro de la Macro Localización se establece la zona específica donde se ubicará la compañía Bioclean, tomando en cuenta las características generales de la zona a ser estudiada considerando aspectos como País, departamento ciudad y sector.

País	Colombia
Departamento	Nariño
Ciudad	Ipiales
Sector	Centro Occidental

Una vez definidos estos los anteriores puntos se definen algunos factores relevantes tales como:

Que el Sector centro Occidental comprende Barrio el centro

Alto flujo comercial e industrial

Servicios públicos (agua, Luz, teléfono e internet)

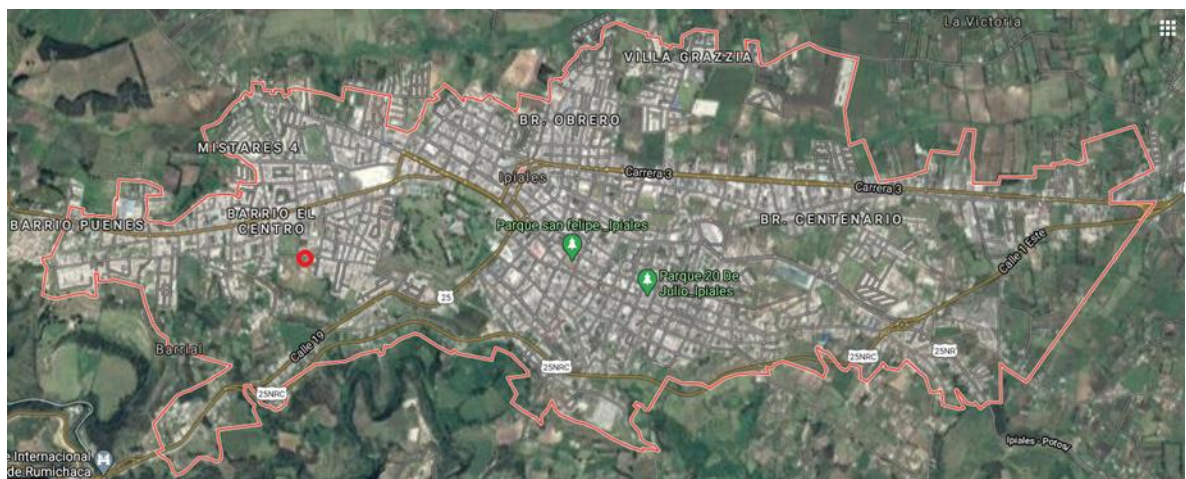
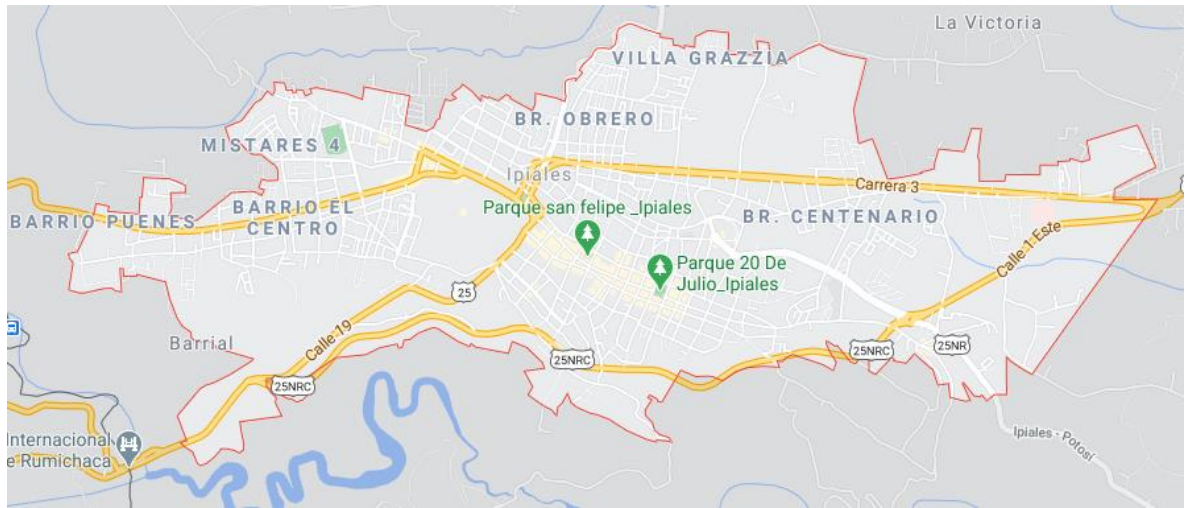


Ilustración 8 LOCALIZACION

MICRO LOCALIZACION

Para determinar la ubicación puntual donde iniciara operaciones la empresa Bioclean se tomaron en consideración el sector Sur Occidental, barrio Centro debido a la fuerte afluencia de comercio e industria en la zona, de igual manera al auge creciente del sector inmobiliario y oficinas.

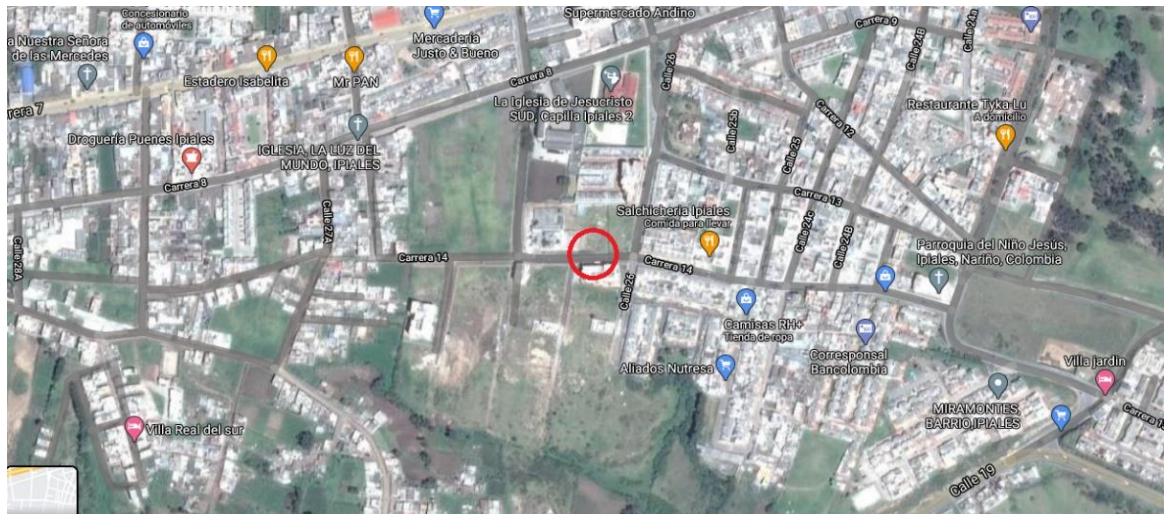
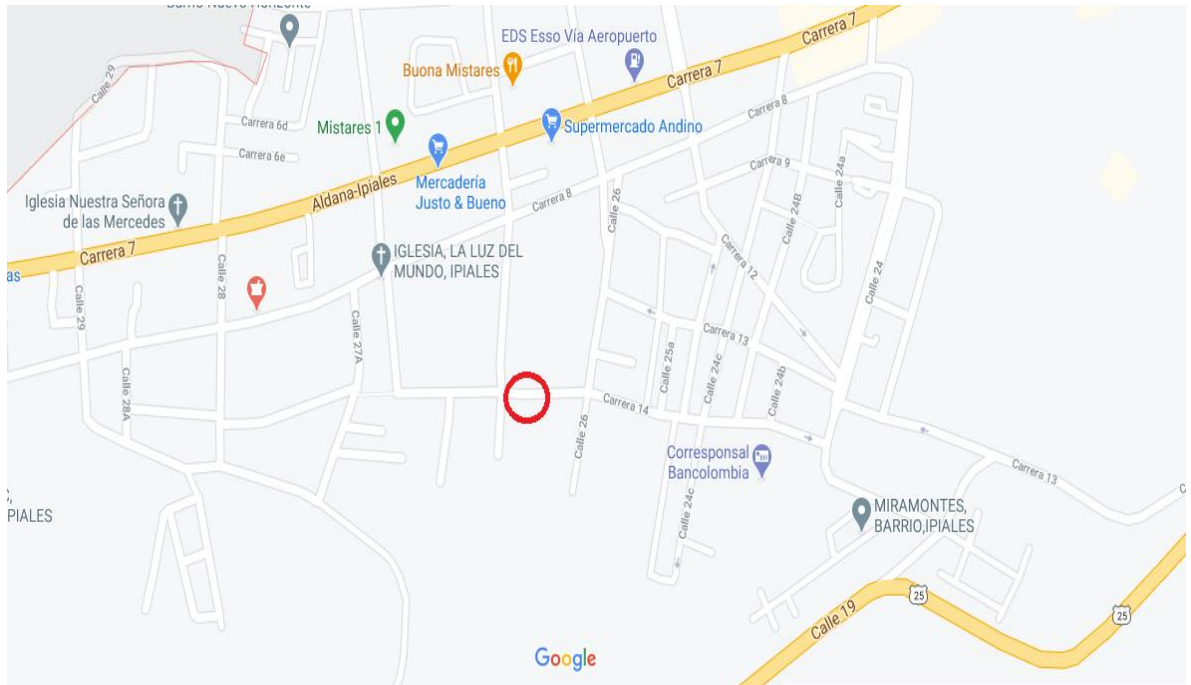


Ilustración 9 LOCALIZACION

FACTORES DE LOCALIZACION

Accesibilidad

Comprende vías de acceso principal a la empresa la cual debe constar con requerimientos como: transporte y parqueadero, que permita fácil ubicación y acceso.

Servicios Básicos

Suministros necesarios como: agua, energía, teléfono, internet, necesarios e indispensable en la compañía.

Seguridad

Es importante que la localización de la empresa un lugar no los niveles de inseguridad sean bajos por consiguiente no perturbe el normal desarrollo de las actividades empresariales.

Infraestructura Física

Este sector permite analizar el tipo de espacio e instalaciones, costos de las adecuaciones que permitan ubicar el local u oficina en condiciones óptimas para imagen de la empresa frente al cliente.

Mercado

Comprende los factores en que se inmersa la empresa de prestación de servicios de limpieza, aceptación en el mercado y competencia que permitirá tener un escenario de la empresa frente a los factores de espacios y lugar específicos.

Requerimientos Técnicos	ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO
--------------------------------	-------------------------------------

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos Técnicos
Infraestructura y Adecuaciones	Adecuación de áreas de operación (cuarto de máquina, producción, empaque, bodega, inventario. Etc.)	1	\$6,200,000	Bodega, Sala de espera Recepción 3 oficina dos baños
Maquinaria y Equipo	Brilladoras industriales	7	\$865,000	Modelo: FR17 – FR20 Tamaño: 17" – 20", Potencia: 1.5 HP – 1.5 HP, Velocidad: 175 RPM – 175 RPM, Longitud Cable: 15m – 15m, Peso: 41 Kg – 42 Kg
	Brilladoras domesticas	7	\$564,000	Tamaño 10", Potencia, 1.2 HP, Velocidad, 175 RPM, Long. Cable, 10 Metros, Peso 12 KG
	Aspiradoras Industriales	4	\$820,000	capacidad total del tanque 20 galones, potencia del motor 2hp, peso 65 lbs, amperios 11.1, cfm 110
	Podadoras, Guadañadoras.	2	\$1,050,000	Cilindrada 41.5 cm ³ , Potencia 1.5 kW, Velocidad de potencia máxima 7500 rpm, Velocidad sin carga 2500 rpm, Nivel de potencia acústica garantizado, LWA 114 dB(A)
	Maquinas hidro lavadoras eléctricas	3	\$850,000	Caudal: 15 litros/minuto, Presión de trabajo: 2500 PSI regulable, Voltaje: 220/440 v -60 Hz, Duración de trabajo de 8 Horas x 30 Reposo – italiana.

	Plumillas para limpiar vidrios.	10	\$40,000	Limpia vidrios clásicos con espuma de mayor duración y goma más flexible que brinda un óptimo resultado, con mango extensible hasta 1,57 metros para ventanales altos.
Equipo de comunicación y computación	Computador de mesa	3	\$2,000,000	Monitor plano de 22", Memoria DDR 800 2048 MB mínimo Disco rígido 160 GB interfaz SATA Placa Madre Memoria ampliable a 8GB. mínimo Controladora de Sonido. Conectores USB 2.0, 6, con 2 conectores frontales. Controladora de red: Ethernet PCI 10/100/1000 Mbits.
	Impresora	1	\$1,500,000	Copiar, Correo electrónico, Imprimir, Escaneado, Fax autónomo y LAN fax
	Intercomunicadores	10	300	Radios intercomunicadores de doble vía, con alcance de hasta 5 kilómetros en campo abierto, funciona con pilas AAA (no incluidas)
	Teléfono de mesa		\$285,000	Teclado, Tecla de navegación, Altavoz, Rellamada/Rellamada automática, Identificador de llamada, Flash (msec), Jack de auriculares, Silencio, Timbre, Reloj, Restricción de llamada, Bloqueo de Teclado,

Muebles y Enseres y otros	Escritorio	3	\$ 380,000	Mueble de recepción: módulo de recepción moderno diseño resistente a rayones y quemaduras. Estructura metálica medidas: frente 1.75, fondo 0.63 alto y 1.16 mts.
	Mesa Sala de juntas	1	\$850,000	Mesa de Juntas; Superficie de 2,40 * 1,00 Mts en aglomerado de madera de 30 mm; acabado en fórmica; con balance; bases metálicas, acabados en pintura electrostática horneable; Caja de conectividad en la superficie, Vértebras en polipropileno para cablear del piso a la caja.
	silla tipo escritorio	6	\$650,000	Estructura: Acero, aluminio fundido y polipropileno (pp). Respaldo: Polipropileno revestido en malla de poliéster reforzada con -brazo de vidrio, con función anti sudoración.
	Archivador	4	\$289,000	Archivador metálico horizontal dos rieles colgantes ajustables por gavetas disponibles en tamaño carta, oficio, A4. Inhibidor de seguridad para evitar la apertura de más de una gaveta al mismo tiempo estructura metálica reforzada, cuatro gavetas.
Otros (incluido herramientas)	Transporte y traslados a bodega	1	\$1,000,000	Transporte de herramientas e insumos a bodega

	Instalación y adecuaciones	1	\$1,200,000	Instalación, adecuación y pinturas
	Vehículo mini van	1	\$18,000,000	Vehículo para envío herramientas e insumos
Gastos pre-operativos	Constitución	1	30,000,000	Los gastos de constitución son aquellos gastos en los que incurre una sociedad para su creación. Para que una empresa pueda entrar en función es necesario, previamente, constituir la o crearla.
	Apertura		\$5,000,000	Es la cantidad de dinero que la entidad financiera cobra al formalizar el préstamo, y en base o justificación a cubrir los gastos administrativos y de gestión del préstamo.
	Registro		\$3,000,000	Gastos notariales y de registros ante cámara de comercio y declaraciones antes la DIAN

Tabla 18 REQUERIMIENTO TECNICO

PLANOS DE OFICINA

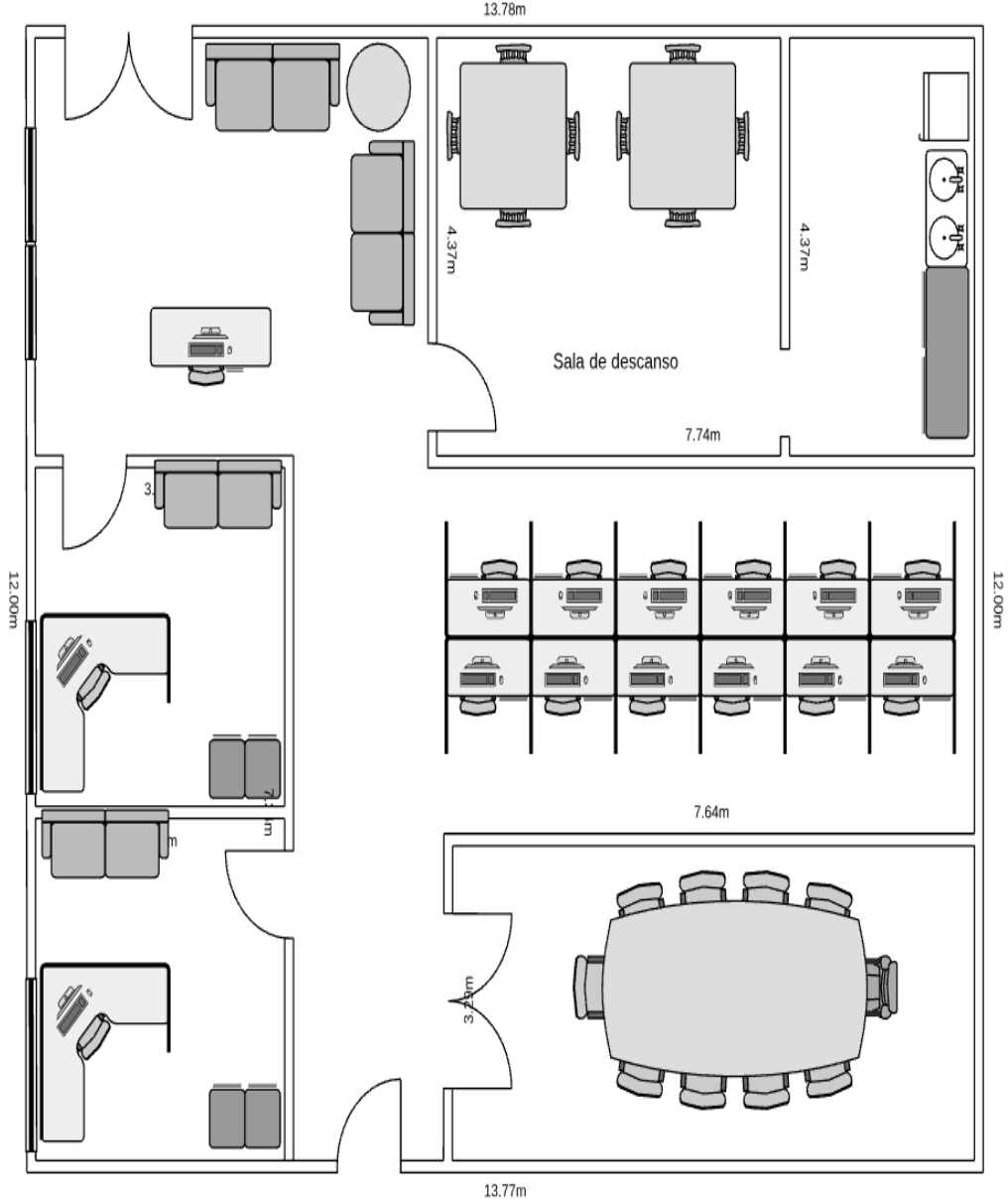


Ilustración 10 PLANO

FLUJO GRAMA DE PROCESOS



Ilustración 11 FLUJOGRAMA

TABLA DE REQUERIMIENTOS DE OPERACIÓN.

FACTOR CRITICO DE ÉXITO	OBJETIVO	META	ACTIVIDADES	MECANISMOS DE SEGUIMIENTO	POSIBLES PROBLEMAS	SOLUCIONES
ACCIONES	Reducción de costos	ser más competitiva y líder en el mercado de aseo y	Brindando precios cómodos y asequibles en los diferentes servicios a nuestros clientes	Ofreciendo descuentos en el servicio	Exista desequilibrio económico en la empresa que no alcance	Dotar la empresa con todo el personal y productos requeridos para así poder nivelar costos que no afecten la economía de la empresa

		limpieza	Utilización de productos biodegradables el costo disminuye por valor de insumos	Utilización de productos no químicos	abastecerla	
			El servicio que brindamos el manteniendo locativo e inmuebles es institucional no replantaría gastos adicionales	La empresa realiza n auto mantenimiento		
METAS	Brindar calidad, puntualidad e innovación	C+D7:D13ontar con amplia Tecnología y personal capacitado	Capacitar al personal	Capacitaciones constantes	Personal desorientado	Realizar instructivos personalizados
			Puntualidad en las entregas	Con un servicio cronometrado	Trafico	Salir 15 minutos antes a cualquier entrega
			Adquirir maquinaria nueva tecnología	Optimización en la maquinaria	llegue maquinaria incompleta o faltante	Realizar compra de maquinaria de manera directa
			Ampliar gama productos biodegradables	Suministro constante de los productos	productos agotados	Pedir con anticipación mayor dotación productos
			Ser una empresa certificada	Cumplir con todas las normas legales vigentes	aumento impuestos	Tener todos los pagos al día evitar acumulación de impuestos

			Contar con tecnología avanzada	optimización del software y actualización de equipos	no contar con el personal adecuado o el programa software avanzado	Buscar buenas recomendaciones en cuanto a tecnología
			Contar con amplias instalaciones para el servicio	Ampliación de espacios para prestación de servicio	no contar con el espacio suficiente	Medir espacios
ACTIVIDADES	Brindar servicio de aseo, limpieza y mantenimiento en la ciudad de Ipiales-Nariño	Satisfacer la necesidad de aseo, limpieza y mantenimiento	Motivar a nuestro personal	Resistencia al cambio	Impuntualidad	Motivación y compromisos previos a las capacitaciones.
			Implantar valores desde el inicio	Trabajo en equipo	Indisciplina	Trabajando en beneficio del medio ambiente.
			Avances en capacitación del personal	Resistencia al cambio	Retiro del personal	Compromisos previos
			Puntualidad	Entregas en horas laborales	Desconfianza del cliente	Entrega oportuna

POSIBLES "PRO"	Existencia nuevas empresas	Ser líder en el mercado de aseo limpieza a desinfección y mantenimiento industrial	Mejoramiento del ambiente laboral	Mal manejo de los productos	Personal Capacitado
			Personal capacitado	Desorientación	Práctica diaria
			Precios cómodos	Demora en revisión	Incremento en la oferta
			Tecnología optima	Incremento de demanda saturada	Entrega oportuna
			Puntualidad y calidad en el servicio.	Trafico Falta de insumos por el aumento en la demanda	Salir antes de lo previsto, estar en constante inventario
Posibles soluciones	Brindar calidad y no cantidad		Llegar a ser una empresa líder		

Ilustración 12 TABLA DE REQUERIMIENTO DE OPERACIÓN

3.2 FICHA TECNICA



BIOCLEAN

CODIGO	VERSIÓN	FECHA
50101	00001	16/11/2020

FICHA TECNICA DEL SERVICIO

A. NOMBRE DEL SERVICIO (Defina el nombre del servicio)

Consta de la creación de una empresa de aseo, limpieza, desinfección y mantenimiento, en la ciudad de Ipiales en los cuales puedes encontrar variedad en el servicio desde lavandería, jardinería, lavado de muebles, alfombras, mantenimiento de lavadoras y limpieza en las alturas (edificios ventanales) para mayor conocimiento de nuestro servicio y generación de clientes a través de las plataformas digitales.

B. OBJETIVO

Lograr impulsar a través de esta idea de empresa, un servicio con mas variedad, economía en cuanto al aseo, limpieza mantenimiento y desinfección en la ciudad de Ipiales.

Objetivos Específicos:

- ✓ brindar una nueva oportunidad generando empleo a mujeres que laboran diariamente el aseo.
- ✓ establecer un impacto social con gran acogida dentro de la ciudad de Ipiales dando así confianza y garantizar su satisfacción total en la limpieza general mantenimiento industrial y desinfección con Tecnología optima.
- ✓ ayudar a nuestro planeta utilizando una línea de productos biodegradables

C. METODOLOGIA

“BIOCLEAN” empresa servicios de aseo, limpieza general y mantenimiento industrial especializada en la ciudad de Ipiales. Los servicios de nuestra empresa BIOCLEAN son:

1. ASEO GENERAL Y DESINFECCIÓN
Aseo y desinfección total de locaciones, establecimientos y predios en general.
2. ASEO INDUSTRIAL
Servicios en el área de aseo de oficinas, aseo industrial, limpieza industrial y aseo clínico.
3. ATENCIÓN DE CAFETERÍA
Servicios de cafetería en general, atención a público, eventos y reuniones.
4. MANTENIMIENTO LOCATIVO MENOR
Mantenimiento locativo para la mediana y gran empresa.
5. CRISTALIZADO Y MANTENIMIENTO DE PISOS
Servicio de cristalizado y mantenimiento de todo tipo de pisos.
6. JARDINERÍA
Ejecución de proyectos en las áreas de paisajismo y jardinería, mantenimiento y limpieza de jardines.

los servicio presentados por nuestra empresa se agenda u solicitan de lunes a viernes en horarios laborales de 8am – 11:30am y de 2:00pm – 5pm o también puedes contactarnos por Facebook uno a estamos disponibles cualquier queja u reclamo se debe realizar directamente de forma personal en nuestras oficinas.

Mantenimiento locativo para la mediana y gran empresa se considera la limpieza en aéreas comunes como cocina, comedor, sala, zona de ingreso al domicilio, habitaciones y baños se deben enumerar ya que variará el precio por servicio. a su vez todo este proceso se desarrolla con productos biodegradables para ayudar así a nuestro medio ambiente, evitar olores fuertes a la hora de prestar el servicio este prestación incluye:

- sanitización de baños
- aspirado y/o trapeado de pisos (aplicación de abrillantador en pisos flotantes)
- arrojar la basura
- lavado de loza

Cambio de sabanas, tendido de camas y el orden en las habitaciones Todo debidamente limpio y desinfectado; todo depende de quién contrate y el servicio que solicite.

Servicios en el área de aseo de oficinas, aseo industrial, limpieza industrial y aseo clínico este tipo de servicios son más técnicos ya que imparte el aseo u limpieza en maquinaria de pequeña y amplia gama pasando también por una limpieza y cristalizado en ventanales de edificios donde contamos con el personal altamente capacitado para desempeñar esta labor al igual que la jardinería todos estos mecanismos y servicios que presenta uno a busca como objetivo la satisfacción total del cliente y a su vez ayudar nuestro medio ambiente gracias a la amplia gama de productos biodegradables que hacen que tanto abonos como desinfectantes, como ceras semi permeables no sean tóxicos no aspiren olores fuertes y no contaminen el entorno.

<p>D. DESCRIPCIÓN GENERAL</p>
<p>los promotores del proyecto han prestado especial cuidado en clasificar los servicios principales y complementarios. la cartera de servicios con la que pretenden operar es la siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limpiezas de mantenimiento: a) limpieza interior de todo tipo de edificios, b) oficinas, c) fábricas, d) comercios, e) bloques residenciales y f) comunidades de vecinos. • Limpiezas generales: limpiezas puntuales derivadas de una situación particular, habitualmente relacionadas con el sector de la construcción: a) limpieza de obra nueva, b) reformas de locales, c) inauguraciones, d) fiestas, e) locales de ocio, f) garajes. • Limpiezas específicas: a) suelos, b) cristales, c) techos desmontables, d) conductos aireación, e) chimeneas, f) hornos, g) calderas • Limpiezas especiales: a) fachadas, b) desinfección, c) desratización, d) fumigaciones, e) pozos sépticos. • Jardinería es posible que dentro del servicio de “limpieza de mantenimiento” se incluya alguna de las actividades establecidas bajo el epígrafe “limpiezas específicas”.
<p>D. DURACION</p>
<p>Por contrato personal y/o reservado el servicio telefónicamente u en línea (redes sociales) procedimiento a firmar contrato. Dependiendo la necesidad del cliente, cada 15 días o cada 8 días dependiendo el contrato establecido con el cliente; el servicio tarda dependiendo el servicio contratado y el espacio u estado en el que se encuentre.</p>
<p>E. ENTREGABLES</p>
<p>todo lo referente a ropa, alfombras, peluches, cobijas, se entregará debidamente empacado con una funda plástica transparente con el logo de nuestra empresa los demás servicios son directos de manera que no necesitamos empaque solo presentación de brillo elegancia a sus instalaciones y ante todo puntualidad y calidad.</p>
<p>G. PERFIL DEL CLIENTE</p>
<p>Hombres y mujeres, mayores de edad con poder adquisitivo. Un consumidor hiperconectado como lo son amas de casa, jefes de hogar, empresarios, dentro de los estratos 2,3,4,5 dentro de la ciudad de Ipiales donde básicamente su comportamiento sean compradores activos, prácticos, ahorradores, leal, impulsivo.</p>
<p>G. PERFIL DE QUIEN ENTREGA EL SERVICIO</p>
<p>el personal requerido para la prestación del servicio cumpla con los siguientes requisitos mínimos, así:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ser hombre o mujer mayor de edad preferiblemente colombiano con Experiencia especifica mínimo de un (1) año en su Hoja de vida. - No tener antecedentes penales y disciplinarios. -Garantizar la prestación del servicio de aseo y limpieza como personal debidamente

uniformado e identificado legalmente.

- Garantizar la limpieza, aseo y desinfección acuerdo con un cronograma establecido de manera puntual, según características de cada uno de los sitios designados.

características especiales de cada uno de ellos y realización de los procedimientos que garanticen su conservación de acuerdo con un cronograma o plan de trabajo durante la ejecución del contrato.

- El personal suministrado debe contar con la respectiva dotación (vestido de labor adecuado con logo de la empresa y zapatos apropiados), análisis y verificación de las -referencias personales y laborales, así como exámenes de ingreso.

Proporcionar un supervisor zonal que realice visitas ordinarias semanales, para el control y verificación de la calidad del servicio, con el fin de recepcionar quejas, reclamos y observaciones, de parte del supervisor y/o interventor del contrato.

NOTA 1: El Supervisor y/o interventor del Contrato, verificará el cumplimiento de los requisitos mínimos de todos los perfiles solicitados, previo al inicio de la prestación del servicio y durante toda la ejecución del Contrato.

nuestros trabajadores siempre portaran Uniforme costa de:

- ✓ Pantalón azul oscuro
- ✓ Camisa blanca con franjas verdes y azules con nuestro logo de la empresa

Cada personal llevara el equipo adecuado como guantes, tapabocas gorro, gafas dependiendo de la actividad y el servicio a desarrollar y con su carnet de la empresa para poder identificar y que nuestro cliente tenga más confianza para con nuestra empresa.

Firma del responsable del servicio:

Nombre del Responsable del servicio

LEIDY ROXANA QUIROZ

Firma:

Tabla 19 FICHA TECNICA

3.3 LA GESTION DE VALIDAD EN BIOCLEAN PROFESIONAL BAJO LA NORMA ISO 9001

La empresa que presta sus servicios profesionales de limpieza han cubierto la demanda generada por la externalización de estos servicios en industrias, oficinas y entidades públicas. Concurre dos circunstancias fundamentales para concluir que la gestión de la

calidad es el factor clave de la sostenibilidad y del éxito empresarial en este sector. La primera es la necesidad de diferenciarse en un sector altamente competitivo en el que las barreras de entrada para nuevas empresas son casi inexistentes. La segunda es el incremento de las exigencias y requisitos por parte de los clientes, en el caso de concursos públicos disponer de certificados de calidad ISO 9001:2015 puede ser el 10 o el 20% de la valoración final.

3.4 ¿QUE ASPECTOS DE CALIDAD DEBEN SER TENIDOS EN CUENTA? ¿DE QUE DEPENDE LA SATISFACCION DE LOS CLIENTES?

1. Excelencia en la limpieza

La razón de ser del negocio es el proceso de limpieza en sí y debe ser realizado cumpliendo estrictamente lo pactado con el cliente. Las frecuencias de limpieza de las distintas áreas y de los trabajos extras, como limpieza de cristales o moquetas, deben ser cumplidas, este cumplimiento debe ser inspeccionado periódicamente.

Pero la empresa de calidad debe ir más allá del cumplimiento de lo pactado, debe intentar definir unas metodologías de limpieza que mejoren continuamente los resultados. Es interesante que estas mejoras sean comunicadas y consensuadas con el cliente.

El sistema de calidad debería contemplar los siguientes aspectos:

Planificación detallada de todas las tareas de limpieza

Seguimiento diario de todos los trabajos

Inspecciones y evaluaciones periódicas

Desarrollo recurrente de nuevos métodos de limpieza

2. Excelencia del personal

La percepción que el cliente tenga de nuestros trabajos depende en gran medida de la competencia, profesionalidad y compromiso de todos los empleados de la empresa.

Es necesario disponer de programas de formación y de sensibilización a todos los empleados. El liderazgo se convierte en un factor determinante, los responsables de cada centro o de cada una de las áreas deben dar ejemplo en el compromiso con la excelencia de la organización y la satisfacción del cliente.

El sistema de calidad debería contemplar los siguientes aspectos:

Establecer programas de formación y sensibilización a todos los empleados

Elección de responsables de equipos con capacidad de liderazgo

Visitas e inspecciones planificadas frecuentes a los centros

Disponer del equipamiento adecuado para cada empleado: uniformes, guantes, etc.

3. Productos de limpieza empleados

Las organizaciones deben disponer de proveedores que aporten productos de calidad, innovadores y ajustados a las necesidades de los clientes y que entreguen dicho productos en los plazos fijados.

El sistema de calidad debería contemplar los siguientes aspectos:

-Determinar criterios de selección de proveedores y productos

- Evaluar periódicamente el comportamiento de los proveedores
 - Atender a las expectativas del cliente respecto de los productos
 - Distribuir y mantener al día las fichas de seguridad de los productos
- Búsqueda de productos con mejor comportamiento ambiental

4. CONCLUSIONES

BIOCLEAN es una empresa innovadora dentro de la ciudad de Ipiales, con una buena expectativa brindándole comodidad calidad, puntualidad y seguridad en nuestros servicios. no solo piensa en la satisfacción del cliente sino también en nuestro medio ambiente por eso realizamos un servicio basado en productos biodegradables, Partiendo de la vulnerabilidad de muchas mujeres que realizan el aseo a diario en casas buscamos una manera de solucionar y generar empleo digno a ellas; este trabajo de investigación, planeación y creación de empresa ha permitido visualizar un enfoque más amplio diferenciando aspectos que conlleven a ser una empresa competitiva en el mercado.

El desarrollo e investigación del proyecto BIOCLEAN dentro de la asignatura CREACION DE EMPRESAS II nos ha permitido ampliar nuestros conocimientos hacia un nuevo mundo competitivo del mercado tecnológico donde además de encontrar que todo esta enfocado a una mejora continua nos permio ampliar nuestro aprendizaje conocer y aumentar mas expectativas para encaminar el proyecto actual y proyectos futuros.

5. BIBLIOGRAFIA

María Jesús, R., Elisa Yuste., Maribel Riaza., José Antonio Vázquez. y Javier Celaya. (2015).

Evolución de los nuevos modelos de negocio en la era digital. México: Con licencia. Pg. (5-44).

8 estrategias de Marketing Digital que no pasarán desapercibidas en 2019. (2019).

Retrieved from [http://search.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/login.aspx?](http://search.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/login.aspx?direct=true&db=edsens&AN=edsens.647317401&lang=es&site=edslive&scope=site)

[direct=true&db=edsens&AN=edsens.647317401&lang=es&site=edslive&scope=site](http://search.ebscohost.com.ez.urosario.edu.co/login.aspx?direct=true&db=edsens&AN=edsens.647317401&lang=es&site=edslive&scope=site)