Revista Carácter
Vol. 12, No. 1, Dic, 2024
e-ISSN: 2602-8476, ISSN: 1390-7662
www.upacifico.edu.ec/revistacaracter

Proyecciones y estrategias de marketing para emprendimientos de industria de Servicios Integrales de Aseo y Mantenimiento

Instituto Superior Tecnológico Mediform. e-mail: sergio.morales@itsmediform.edu.ec; susana.garcia@itsmediform.edu.ec; erick.bustamante@itsmediform.edu.ec; gonzalo.narvaez@itsmediform.edu.ec

Palabras Clave
Emprendimiento
Plan de mejora
Proyección e índices financieros
Flujos proyectados
Plan de acción

Historia del Artículo

Recibido 01-04-2024
Revisado 1-11-2024
Aceptado01-12-2024
Publicado20-12-2024

Resumen

Muchas personas se encuentran pasando situaciones económicas como sociales que les ha motivado a desarrollar estos pequeños negocios a pesar de temores por la situación que atraviesa Ecuador. Cabe agregar a esto, que uno de los motivos más importantes pasado por altos es la falta de asesoramiento de cómo desarrollarlos: considerar la tasa de crecimiento poblacional en el sector que se pretende trabajar, inversión inicial del plan de mejora, proyección e índices financieros, flujos proyectados por lo menos los dos primeros años y el aspecto técnico de la propuesta. Estos procesos son básicos, pero muy importantes inclusive para poder presentarlo como proyecto para solicitar un préstamo de alguna ONG que se encuentran respaldando a los emprendedores. En este caso el estudio se lo ha enfocado al servicio y mantenimiento de aseo. ¿Por qué? Porque este tema de servicio fue catapultado por la demanda sanitaria que se necesitaba en la época del Covid 19 y se ha venido desarrollando hasta la actualidad. En este artículo para obtener los resultados desarrollados se han aplicado los métodos cualitativo y cuantitativo al igual que técnicas y herramientas para la recopilación de información como respectivo análisis y exposición de la información para poder emprender. Por sus resultados, hay que tener muy claro que se debe hacer seguimientos siempre al plan comercial y si existe una emergencia tomar las correcciones pertinentes.

Keywords
Entrepreneurship
Improvement plan
Financial projections and ratios
Projected cash flows
Plan of action

Article History
Recibido 01-04-2024
Revisado 1-11-2024
Aceptado01-12-2024
Publicado20-12-2024

Abstract

Many people are going through economic and social situations that have motivated them to develop these small businesses despite fears about the situation that Ecuador is going through. It should be added to this that one of the most important reasons overlooked is the lack of advice on how to develop them: considering the population growth rate in the sector that is intended to work, initial investment of the improvement plan, projection and financial indices, projected flows for at least the first two years and the technical aspect of the proposal. These processes are basic, but very important even to be able to present it as a project to request a loan from an ONG´s that is supporting entrepreneurs. In this case, the study has focused on the cleaning service and maintenance. Why? Because this service issue was catapulted by the sanitary demand that was needed in the time of Covid 19 and has been developing until today. In this article, qualitative and quantitative methods have been applied to obtain the results developed, as well as techniques and tools for the collection of information as well as the respective analysis and presentation of the information in order to undertake. Based on its results, it must be very clear that the business plan must always be followed up and, if there is an emergency, appropriate corrections must be made.

1. Introducción

En muchos países se realiza el trabajo de servicio y mantenimiento de aseo a domicilio y esto se ha venido dado, según la historia, desde la época del antiguo egipcio como romana. National Geographic (Fernández, 2023) en su estudio histórico menciona que en los hogares, la limpieza como las otras tareas era realizada por sirvientes y generalmente esclavos que sepan sobre todo aguantar azotes; quiénes lo poseían demostraban ser de sociedad alta. Pero, en la edad media la higiene fue afectada con un retroceso apareciendo muchas enfermedades y es en ese momento cuando en París tuvo una luz referente a este tema: nació la primera empresa de limpieza para luego expandirse a nivel mundial con valor y necesidad agregada de producir los productos que este servicio demanda.

Luego, en la época pandémica que inició el 2019, COVID, las desinfecciones se empiezan a multiplicar a nivel mundial. Esto se convierte en una crisis a nivel mundial, pero está claro que debe continuar y si en Europa es un servicio que siempre ha prevalecido, en Ecuador de igual manera a tal punto que la oferta de este servicio que aparentemente estaba dormido: se reactiva. El incremento del servicios de limpieza y aseo también creció; Broceta, gerente general de Complehaus en revista VISTAZO (2022) comenta que con la llegada del COVID-19 sus clientes redujeron el servicio de seis a tres horas al día, pero con el tiempo la actividad se ha ido recuperando hasta llegar a cinco horas diarias por lo que es tiempo de tomar decisiones para fortalecer o empezar este tipo de servicio.

El crecimiento de este servicio sigue tomando importancia para poder desarrollar el presente estudio planteando como objetivo específico el ejecutar estudios a escala micro y macro en economía en emprendimiento, política, social, legal, tecnológica, promoción o apoyos con programas a través del análisis para determinar la situación del mercado actual. A ello se considera analizar el mercado para emprender un negocio de limpieza y aseo con la aplicación de métodos cuantitativo y cualitativo para identificar necesidades por descontentos, mercados potenciales y costos competitivos. Seguidamente se debe desarrollar una estructura que sea organizativa y funcional para poder garantizar operaciones eficaces como gestiones para culminar en analizar las investigaciones financieras y económicas para la determinación de precios, flujos; como ingresos para denuedo de eficiencia como rentabilidad del presente emprendimiento.

Es imperante acotar, que en Ecuador hay algunas empresas ya lideran la lista del servicio y mantenimiento de aseo, pero es un territorio tan amplio que un buen diseño puede conllevar a un buen emprendimiento con éxito. Veep S.A. (2023) lidera la limpieza como sociedad porque cuenta con 2 certificaciones ISO 45001 y 9001:2015, lo que garantiza que sus servicios cumpliendo con valiosos estándares de calidad y utilizando productos biodegradables respetando el medio ambiente y enfocada más a macroempresas. Pero, hay que considerar en este tema que hay microempresas al igual que familias que también están ansiosos de obtener este tipo de asistencia siendo un buen nicho para desarrollar emprendimientos. Por lo tanto se aplicará en este estudio los métodos cuantitativo y cualitativo con sus respectivas técnicas de análisis, observación, bibliografía, encuesta y entrevista.

Con la alta tecnología existente a nivel mundial es mucho más confiable desarrollar un proyecto investigativo como el presente, sobre todo cuando de emprendimiento se trata. Todas las grandes empresas iniciaron con pequeños negocios como sucedió en París de acuerdo a lo que manifestó en la introducción; se observó la necesidad de la limpieza, se analizó para obtener el resultado si es viable o no lo que se pretende desarrollar. Claro que, esta iniciativa fue por causa de las diferentes epidemias que eran incontrolables por falta de control sanitario; pero, esto despertó la iniciativa de avanzar. A tal punto que, en la era del Covid-19 de acuerdo a Vistazo (2021) y toda la red bibliográfica a nivel mundial indican que este tiempo demandó desinfección, limpieza profunda en hospitales, empresas, hogares y otros. Esto no necesito realizar un marketing para publicitar el servicio en esta época, pero actualmente si por lo que se debe trabajar en ello y conocer conceptualizaciones claves para validar esta investigación.

Para desarrollar un estudio de marketing hay que considerar las cuatro estrategias que son también llamadas 4p´s como lo propone Team Asana (2024): 1p.) producto: comunicarlo; 2p.) precio: evidenciar que el valor del servicio y mantenimiento de aseo ofrecido es ajustado al bolsillo del demandante; 3p.) punto de venta (plaza); 4p.) promoción: componentes básicos para ejecutar una campaña de plan por un marketero con éxito Se debe establecer el proceso en orden que conlleven estrategias promocionales. Es importante dentro de lo mencionado que, el emprendedor y los que realizan el trabajo debe creer en lo que se encuentran promocionando para que el grupo de objetivo a alcanzar pueda percibir la marca con seguridad de adquirirlo. En el estudio de la Universidad del Zulia, Uttermann (2020) recomienda que, este plan no se lo debe ejecutar al final sino por el contrario desde el inicio y todo el proceso sobre todo en el

proceso emprendedor y nunca dejar de aplicarlo.

Al hablar de emprendimiento, hay que indicar que actualmente se ha desatado un marcado interés en las esferas sociales porque hay el deseo de alcanzar ingresos y esto es una oportunidad que no puede pasar por inadvertida. También, la creación de nuevas empresas aumenta el empleo, por ende, el bienestar macro en la sociedad de una nación porque tiene un incremento en la tasa del desarrollo y la competitividad porque genera un incremento de competencias para proveer insumos que son complementarios haciendo que los sectores donde se sientan los nuevos empresarios tengan un plus porque se deja entrever impulso de progreso y mejora los estándares de vida. Homework Study (2025) empresa asesora de negocios manifiesta que "el crecimiento económico conduce al desarrollo económico".

Sobre las bases de las investigaciones anteriores, también hay que considerar lo que comenta Primicias (2025) donde siete de 10 emprendedoras ecuatorianas son madres encargadas de hogar y que del 14,78% en 2019 aumento a un 23,98% en el 2023/2024 por la sostenibilidad a largo plazo de negocios. Más, sin embargo, hay que generar confianza con aquellas personas que desean emprender porque tienen miedo al fracaso y esto puede cambiar para bien con capacitaciones, préstamos para el emprendimiento y seguimiento. Según un análisis de la Escuela de Negocios de la Espol (2024) con base en el reporte Global Entrepreneurship Monitor manifiestan que el país es el segundo que más emprende en Latinoamérica con una estadística de que 1 de cada 3 adultos emprenden sus negocios en esta nación; esto avala que: el presente estudio tiene validez para desarrollarlo, pero hay que repetir que deben seguir capacitaciones como MEDIFORM los suele realizar o la ONG Hogar en Cristo y otras.

El propósito de este artículo, también, es evidenciar que un emprendedor debe tener claro que en su corazón debe existir el amor al servicio porque lo que se está enfocando en este estudio es el servicio de limpieza y desinfección profesional y se lo debe realizar a la altura. Los productos a utilizar deben ser de una gama que reúna las condiciones ambientales en todos los sentidos para entrar a una red de precios competitivos, pero con calidad. Es importante recordar, que se debe sumar a esto, actualizaciones constantes al personal en cuanto las nuevas líneas de productos como técnicas que entran al mercado para que ellos o ellas crezcan profesionalmente dentro de un marco de empresarial especializado de aseo y, por tanto, reinventar sus maneras de trabajo desarrollando nuevas capacidades de adaptación frente a las nuevas situaciones.

Un ejemplo claro que evidencia cambios para un emprendedor es la metodología “agile”, como BBVA (2024) menciona es importante para una empresa que desea brindar servicios profesionales porque desarrolla rapidez y flexibilidad: se trocea en pequeñas partes las tareas que deben ejecutarse para finalizarlas cada una de ellas en su tiempo respectivo. En relación con este tema, el método nació debido a que muchas empresas continuaban trabajando de manera tradicional lo que retrasaba la entrega del servicio y la entrega final. Dentro de este marco, un ejemplo está que se quiera seguir utilizando herramientas de aseo convencionales cuando se han evolucionado con nuevas técnicas avanzadas: la imagen del servicio no estaría a la altura y el trabajo se retrasaría. En relación a la idea anterior, no es lo mismo secar los muebles lavados al sol que el hacerlo con la máquina profesional en cuestión de minutos.

Las principales ventajas del método “Agile” como lo indica Zendesk es (2023) aplicado a técnicas en ciclos de trabajo cortos brindando mejor calidad, mayor compromiso, rapidez en los ciclos de producción y aumentos de la productividad. Por lo tanto, un emprendedor que desea desarrollar una estrategia de marketing para emprendimiento de un servicio y mantenimiento de aseo no debe estar implementando metodologías tradicionales sino una planificación inicial y final. Por ello se debe mantener un equipo capacitado y motivado que colaboren con el crecimiento de la empresa porque es lo que les va a ayudar a mantener su puesto de trabajo y crecer profesionalmente. La clave es que el soñador de emprender no puede hacerlo solo porque inclusive necesita la ayuda del demandante; palabras sabias dijo Muhammad Ali (2024): “Hasta los más grandes fueron emprendedores alguna vez, no tengas miedo de tomar el primer paso”.

2. Desarrollo

Hay que considerar que siempre se debe tener como meta, en todo emprendimiento, un crecimiento en ventas en medio de tanta competitividad en la línea de servicios de aseo y mantenimiento por lo menos con una planificación de 5 años. Hay que sumar que se deben hacer seguimientos a los clientes, calidad de servicios, cuentas y sobre todo al personal que es participe de brindar excelentes técnicas de limpieza. Ante lo expuesto, el emprendedor o emprendedora jamás puede dejar de considerar el plan de acción. ¿Qué quiere decir? La sectorización donde se ofertará la asistencia para redistribuir en base a sectores geográficos inclusive los costos operativos. Por lo mencionado se considerará el cálculo de demanda potencial de crecimiento de acuerdo al INEC 2020 y que lo detalla hasta el 2023. Cabe mencionar que siempre debe estar presente que ante todo nunca se debe perder la calidad del

servicio en el sector que se pretende alcanzar.

Tabla 1

Demanda Poblacional INEC 2020 por sectores

Guayaquil Sector Norte	**%**
Ceibos	1,40
Urdesa	1,40
Samanes	0.60
Puerto Azul	0,60
Urdenor & Alborada	2,31
Garzota	0,30
Kennedy	0,60
Guayacanes	0,80

Tasa de Crecimiento Pob. INEC 2020-2023			**1,50%**
Norte de Guayaquil Población del Sector	**Total Habitante**	**Incremento de Habit.**	**Total Familia**
Año 2020	2.728.333	40.32	728.752
Año 2021	2.769.258	40.92	728.752
Año 2022	2.810.797	41.53	739.683
Año 2023	2.852.959	42.16	750.779

Fuente: La tabla evidencia que se pueden atender los sectores con costos operativos eficientes, tomado de Censo Ecuador Cuenta Conmigo. (2023)

Es evidente que, no se va a poder abarcar a cubrir todos los sectores de manera inmediata, pero si se las puede alcanzar con una estrategia de marketing óptima que sea integra, tangible que evidencie productos químicos de limpieza óptimos como está descrito en la introducción acerca de París – Francia donde nació la primera empresa de limpieza y luego se extendió por todo el mundo. Un o una emprendedora debe tener claro todo lo indicado y debe tener un plan de mejora con una inversión inicial de costos unitarios de la materia prima con la que se debe contar como se describe en la tabla 2. Hay que resaltar que los materiales y equipos de trabajo deben ser punta; los lavados deben ser considerados interiores y exteriores: pisos, encerados, alfombras en caso de haber, colchones, cortinas, tapizados y otros. Con respecto a los controles de vectores se hace referencia a los diferentes insectos dependiendo del clima como los roedores.

Tabla 2

Plan de Mejora para la inversión inicial de emprendimiento

Administración	Laptop	1	600.00	600.00
	Uniformes de equipo	4	30.00	120.00
	Costos de estrategia de marketing	1	180.00	180.00
	Lanzamiento: suvenires, marca y otros.	1	80.00	80.00
	Otros costos de arranque	1	50.00	50.00
Limpieza	Aspiradora de muebles	1	1.600.00	1.600.00
	Secadora de muebles	1	790.00	790.00
	Limpiadora de colchones	1	600.00	600.00
	Pulidora & abrillantadora para pisos: doble función	1	700.00	700.00
	Tanque para líquidos químicos	4	14.00	56.00
	Baldes, paños, escoba y otras herramientas de limpieza	5	15.00	75.00
Vectores	Detector de Insectos	1	50.00	50.00
	Equipo de Protección	2	30.00	60.00
	Nebulizadora de Amonio	1	180.00	180.00
	Trampas para Insectos	6	12.00	72.00
	Cámara Térmica Manual	1	120.00	120.00
TOTAL				5,333.00

Fuente: Elaboración propia

También, hay que considerar en este estudio el cuadro del Plan Comercial, el mismo que se detalla en la tabla 3 a continuación y evidencia usando la evidencia poblacional sectorizado del INEC en la tabla 1: las familias crecen de 215 a 1230 y esto hay que considerar si el emprendedor con su equipo trabaja en lo planificado, pero sobre todo con excelencia de servicio para alcanzar un alto rendimiento. Se suma a esto que si presentan un plan de marketing con un ticket promedio de servicio en venta de US$50,00 dólares llegando hasta el segundo año se llegaría a un 10% por sobre la demanda total. Cabe indicar que esto es una estadística como base de ingresos que pueden superarse. Siempre ante esto, nunca se debe de dejar de dar mantenimiento a las herramientas de trabajo, capacitación a los servidores,

actualizarse y sobre todo observar y analizar los flujos para establecer posibles mejores estrategias.

Tabla 3

Plan Comercial de 2 períodos y comparativo al escenario base

PLAN COMERCIAL EMPRENDIMIENTO	Unds.	C/U US$	T/MES	Y0 US$	Y1 U$	Y2
Ventas Mantenimiento y Aseo			**$ 2.850,00**	$ 7.900,00	$ 34.200,00	$ 40.300,00
Ingreso x lavado colchones	30,00	$ 25,00	$ 750,00		$ 9.000,00	$ 10.350,00
Ingreso x lavado muebles	20,00	$ 25,00	$ 500,00		$ 6.000,00	$ 7.350,00
Ingreso x lavado sillas (6 Und.)	40,00	$ 20,00	$ 800,00		$ 9.600,00	$ 11.400,00
Ingreso x lavado alfombra	100,00	$ 8,00	$ 800,00		$ 9.600,00	$ 11.200,00
Ventas por plagas			**$ 1.980,00**	$ 2.400,00	$ 23.760,00	$ 27.800,00
Inspección	30,00	$ 20,00	$ 600,00		$ 7.200,00	$ 8.600,00
Control de Plagas x horas	80,00	$ 6,00	$ 480,00		$ 5.760,00	$ 6.400,00
Venta de mantenimiento	30,00	$ 30,00	$ 900,00		$ 10.800,00	$ 12.800,00
Total Ventas Netas			**$ 4.830,00**	$ 10.300,00	$ 57.960,00	$ 68.100,00
Costos y Variables Fijos		71%	3.429,30	$ 7.313,00	$ 41.151,60	$ 48.209,00
Utilidad Operativa del Proyecto		**29%**	**1.400,70**	$ 2.120,77	$ 16.808,40	$ 19.891,00
Amortización Inversión Inicial (3 años)			$ 100,00	$ -	$ 1.200,00	$ 1.200,00
Depreciación Equipos (20% - 5 años)			$ 100,00	$ -	$ 1.200,00	$ 1.200,00
Utilidad Marginal del Proyecto		26%	**$ 730,00**	$ 2.120,00	$ 14.408,40	$ 17.491,00
Impuesto a la Renta			$ 189,80	$ 552,00	$ 3.746,00	$ 4.547,66
Utilidad Neta del Proyecto			$ 540,20	$ 1.568,00	$ 10.662,44	$ 12.943,34
Margen de Utilidad			19%	8%	19%	19%
Familias impactadas			102	215	1230	1400
Familias sobre universo de demanda objetivo			0,70%	1%	8%	10%
Total Promedio Familia			50,00			

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4

Flujos financieros de inversión

DETALLE	Y1 U$	Y2
INGRESO	$ 57.960,00	$ 68.100,00
EGRESOS	**$ 41.151,60**	**$ 48.209,00**
MARGEN	$ 16.808,40	$ 19.891,00
**Dep. Y Gast. P.M.	**$ 2.400,00**	**$ 2.400,00**
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 19.208,40	$ 22.291,00
Impuesto a la Renta 25%	$ 4.802,10	$ 5.572,75
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	$ 10.662,44	$ 16.718,25
**Dep. Y Gast. P.M.	$ 2.400,00	$ 2.400,00
Inversión Proyecto	**$ 5.333,00**	
TOTAL	**7.729,44**	**13.785,25**

Fuente: Elaboración Propia

No se puede descartar, en este estudio de la tabla 4, el flujo financiero de inversión donde se proyecta a dos años para que se lo tome como base para después considerarlo para proyecciones futuras. Cabe mencionar que se evidencia que el primer año se estaría cancelado la deuda adquirida de herramientas de trabajo. No está considerado valor de arriendo ni transporte porque estos rubros pueden ser analizados de dos maneras: el emprendedor debe poseer un vehículo y el negocio para empezar puede ser administrado vía redes sociales como gran comienzo. Existen grandes empresarios que nacieron con sus negocios con menos de US$2,000.00 dólares como menciona RP3 Retail Software (2020) Harley Davidson (bellas motos), Dell (en su habitación), Amazon y muchas más. También, hay que contar con una herramienta administrativa para establecer como alcanzar las metas emprendedoras y que permitan organizar las tareas de manera eficaz: "un plan de acción" es lo estratégico.

Tabla 5

Plan de acción para emprendimiento de aseo

PLAN DE ACCIÓN PARA EMPRENDIMIENTO DE ASEO				
PROBLEMA PRINCIPAL: Deficiente servicio en el mercado de limpieza para residencias.				
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	**INDICADORES**	**ESTRATEGIAS**	**COORDINADOR**	**ACTIVIDADES**
Incrementar participación emprendedora de mercado en servicio de limpieza para el segmento de residencias.	Margen de ingresos por los servicios de limpieza anuales.	Tácticas de la Comunicación	Emprendedor	Descuentos del 10% por contratación de servicios en fechas específicas.
				Descuentos del 5 % en servicio por el día de la madre y padre.
				Descuento del 5 % por inicio de temporada.
				Realizar buzoneo en residenciales específicas sectorizadas.
				Publicitar en revistas digitales, al público interesados, sobre salud y todo lo relacionado a limpiezas
				Envió de los correos electrónicos personalizados a clientes, ofreciendo servicios de limpieza juntamente con beneficios.
				Crear interfaz en una Página Web.
				Visitar a medios de comunicación locales para la programación de espacios sobre la empresa, de servicios de limpieza y la importancia para las familias.
Posicionar el servicio de limpieza.	Nivel de aceptación del servicio de actuales clientes.			Publicitar en revista "Mujer" sobre el tema porque son amas de casa y como trabajadoras desean calidad de vida.

Incrementar clientes en el segmento residencial planificado.	Base de datos de clientes de la empresa emprendedora.			Ejecutar visitas para realizar posicionamiento de marca.

Fuente: Elaboración propia.

Se ha establecido de acuerdo entrevistas realizadas, primera a la doctora María Fernanda Romero con No. Registro 1006-15-1408034 quién manifiesta que la limpieza extrema en ciertas circunstancias son importantes tomarlas en consideración sobre todo ante las diferentes circunstancias de alergias que se han desarrollado como sepas de Covid. El segundo entrevistado es el magister Marcos Ríos con No. De Registro 1077-2023-2602593 quién tiene como profesión enfoque medio ambiental y resalta el hecho de utilizar químicos que no afecten a la salud humana y que hay que tener presente si en el hogar existen mascotas; considera ético realizar un pre análisis del lugar donde se va a trabajar y si las personas tienen algo de trastornos alérgicos. Así mismo se considera una encuesta a 25 representantes de familias donde en análisis general, la mayoría se ha enfocado en que todo hogar necesita una limpieza extrema por lo menos cada quince días o una vez por mes; aunque el aseo debe darse todos los días.

Existen un gran número de competencias directas de empresas que se dedican a la limpieza que se preocupan por atender a la mayoría del mercado demandante de un buen servicio de mantenimiento de aseo. Consecuentemente, el concepto de servicio se debe entender que tiene relación con la marca que representa el emprendimiento que se debe enfocar a la calidad del servicio para poder obtener puntos de excelencia al asociarse al mercado de familias que se les brinda el servicio presente. También, como lo menciona el estudio de Misión Servir (2022) indica que en sus estudios y análisis de encuesta hechas por P&G alrededor del mundo, han respaldado que el 95% de los clientes han sentido que la oficina u hogar limpios muestran un negocio excelente.

Hay empresas que consideran que, cada detalle cuenta por lo que la impresión del servicio a sus demandantes es vital y por ello se vuelven competitivos, por lo tanto, un emprendedor debe tener siempre presente: no es el único que se encuentra brindado los servicios de limpieza y que la construcción de buena reputación es importante por lo que debe manejar una oportuna planificación es vital. Sumado a que, como presenta Alvarado (2021) a la empresa DEEP CLEAN HOUSE que enfoca como misión en el emprendimiento: siempre a medida que se crece hay que preocuparse por la eliminación de bacterias, virus como mantener una organización dedicada a limpiar y mantener aseo en los hogares de Guayaquil.

3. Conclusiones

De acuerdo al estudio investigado, una persona que realmente desea tener ingresos económicos debe pensar bien y asesorarse para desarrollar un emprendimiento: El hacer un plan de acción es vital, como se observa en la tabla 4, y esto para conocer con cuánto se puede contar para iniciar el negocio y sobre todos si la recuperación del capital de inversión es recuperable a corto plazo.

Hay que considerar que, no se debe tener temor para desarrollar un emprendimiento si se lo planea siguiendo todos los procedimientos sobre todo financieros paso a paso y aprovechado las ventajas competitivas para cuando se pueda hacer una ampliación desarrollando una ampliación en el segmento residencial.

Gracias a las entrevistas y encuestas se ha analizado de la existencia de la necesidad de limpieza que necesitan en los hogares por lo que se propone se realice una prestación con una gama de servicios de aseo en espacios habitacionales personalizados y esto se lo puede desarrollar inclusive a través de apoyos con tácticas comunicativas considerando que no sólo se debe enfocar a hogares sino también en oficinas, hospitales, empresas y otros.

Otro punto importante se evidencia en la investigación financiera sobre la base de un plan de acuerdo a indicadores probados, esto presenta la oportunidad de que el estudio pueda ser utilizado para alguna persona desee emprender.

4. Referencias

Alvarado, D. (2021). *Emprendimiento e innovación del sector microempresarial ecuatoriano durante la.* Obtenido de https://dialnet.uniroja.es

Armijos, S. (2021). La demanda de servicios de sanitización se intensificó en el último año. Obtenido de https://n9.cl/jly2t

Armijos, S. (2022). *La oferta de servicios de limpieza se reactiva.* Obtenido de https://n9.cl/wjqye

BBVA. (2024). *¿Qué son los servicios profesionales?* Obtenido de https://www.bbva.com/es/innovacion/metodologia-agile-la-revolucion-las-formas-

trabajo/

Censo Ecuador Cuenta Conmigo. (2023). *Presentación de Resultados Nacionales.* Obtenido de https://n9.cl/qjr9dq

Disruptive. (2024). *Desarrollo de clientes.* From https://n9.cl/n8b391

Fernández, P. (2023). *La limpieza de la casa y la higiene personal en la antigua Roma.* Obtenido de National Geographic: https://n9.cl/3mhd3

Homework Study. (2025). *¿El crecimiento económico conduce al desarrollo económico?* Obtenido de https://n9.cl/jlksp2

Lasio, V. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2023/2024.* Obtenido de https://eventos.utpl.edu.ec/sites/default/files/files/informe%20GEM22(1).pdf

Marcillo, L. (2023). *Las 5 mejores empresas de limpieza en Ecuador: Calidad, precio y flexibilidad.* Obtenido de https://veepsa.com/mejores-empresas-de-limpieza/

Misión Servir. (2022). *Aseo en empresas: mantenga la credibilidad de su negocio.* Obtenido de https://n9.cl/hcox8

Orozco, M. (2025). El 38% de los ecuatorianos teme al fracaso al comenzar un negocio. *Primicias.* Obtenido de https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasa-emprendimiento-caida-negocios/

RP3 Retail Software. (2020). *Marcas que convirtieron sus ideas en GRANDES empresas con menos de $2.000.* Obtenido de https://n9.cl/co0nt

Team Asana. (2024). *Qué es el marketing mix y cómo aplicar las 4Ps con éxito.* Obtenido de https://asana.com/es/resources/4-ps-of-marketing

Uttermann, R. (2020). *Emprendimiento: factores esenciales para su constitución.* Obtenido de https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/html/

Zendesk. (2023). *¿Qué es la metodología ágil y cuáles son las más utilizadas?* Obtenido de https://n9.cl/85xmu