



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TESIS DE GRADO PREVIO LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERIA COMERCIAL**

***“PLAN ESTRATÉGICO DE MEJORA CONTINUA PARA LA
EMPRESA DE SERVICIOS FUMILIMPIEZA DE LA CIUDAD DE
LOJA ”***

AUTORA:

Diana Beatriz Torres Chávez

DIRECTORA:

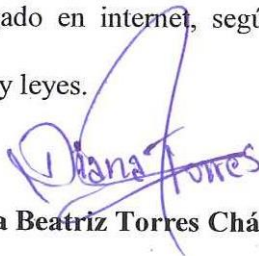
Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Loja – Ecuador

2019

Yo, Diana Beatriz Torres Chávez, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

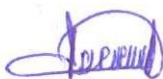
Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Diana Beatriz Torres Chávez

CERTIFICACIÓN

Yo, Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga certifico que conozco a la autora del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



Mgs. Silvia A. Jaramillo Luzuriaga

DIRECTORA DE TESIS

Agradecimiento

Agradezco a toda mi familia, por haber sido mi apoyo durante todo este tiempo, a pesar de las adversidades e inconvenientes que se nos presentaron.

Un agradecimiento enorme al Ing. Luis Sandoval, Gerente General de la empresa Fumilimpieza de la ciudad de Loja, por haberme facilitado realizar la investigación de mi proyecto de tesis en su empresa

Agradezco a mi directora de tesis Mgs. Silvia Jaramillo quien con su experiencia, conocimiento y motivación me oriento en la presente investigación.

Diana Beatriz Torres Chávez

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy; a la Virgen del Cisne por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente; además a la memoria de mi hermano mayor, Alexander, a quien le realicé la promesa de terminar mis estudios universitarios.

A mi madre, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones; a mi hermano menor Jhoe, que siempre me ha dado fuerzas para seguir adelante.

A mi esposo, José Manuel, e hijos Alexander, Valentina y Tadeo por ser mi principal motor para terminar mi carrera.

Diana Beatriz Torres Chávez

Resumen

Dentro de una empresa, institución u organización lo más importante son las herramientas que rigen para la toma de decisiones futuras, permitiendo estar preparados para enfrentar competencias, a esto se le llama una buena planeación estratégica para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, que aplicando conceptos, procedimientos, objetivos estratégicos el gerente pueda tomar las decisiones adecuadas y llevar una administración eficiente y eficaz.

En la metodología se consideró el método inductivo, deductivo, y estadístico; se obtuvo información primaria y secundaria, además se utilizaron las técnicas de la observación directa, entrevista al gerente propietario Ing. Luis Sandoval A. y encuestas a los clientes (241) empleados y trabajadores (11).

Resultado de la investigación se obtienen 5 objetivos estratégicos: Objetivo 1: Determinar la estructura jerárquica de la empresa a través de la elaboración del organigrama y manuales de función. Objetivo 2: Realizar un plan de publicidad y promoción para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa Objetivo 3: Adquirir indumentaria de personal adecuado para un buen servicio a la ciudadanía en general Objetivo 4: Efectuar un plan de capacitación al personal de la empresa con el objeto de mejorar las relaciones empresariales, de servicio y atención al cliente. Objetivo 5: Ubicación de las oficinas en un lugar estratégico, para mejor posicionamiento de la empresa. De donde se determina una inversión de \$9.296,50.

Palabras clave: empresa, servicios, plan estratégico, objetivos, FUMILIMPIEZA.

Abstract

Within a company, institution or organization the most important are the tools that govern future decision-making, allowing to be prepared to face competencies, this is called good strategic planning for the service company FUMILIMPIEZA of the city of Loja, which Applying concepts, procedures, strategic objectives the manager can make the right decisions and take an efficient and effective administration.

In the methodology, the inductive, deductive, and statistical method was considered, primary and secondary information was obtained, direct observation techniques were also used, interview with the owner manager Ing. Luis Sandoval A. and customer surveys (241) employees and workers (11).

Result of the research 5 strategic objectives are obtained: Objective 1: Determine the hierarchical structure of the company through the elaboration of the organization chart and function manuals. Objective 2: Carry out an advertising and promotion plan to publicize the services offered by the company Objective 3: Acquire appropriate personnel clothing for a good service to the general public Objective 4: Carry out a training plan for the company's personnel with the aim of improving business relations, service and customer service. Objective 5: Location of the offices in a strategic location, for better positioning of the company. Where an investment of \$ 8,186.50 is determined.

Keywords: company, services, strategic plan, objectives, FUMILIMPIEZA

**“PLAN ESTRATÉGICO DE MEJORA CONTINUA PARA LA EMPRESA DE
SERVICIOS FUMILIMPIEZA DE LA CIUDAD DE LOJA ”**

Agradecimiento	iii
Dedicatoria.....	v
Abstract	vii
Índice de figuras	xv
Índice de anexos	xviii
Introducción	1
Metodología de la Investigación	4
1. Marco Referencial	8
1.1. Concepto de Servicio	8
1.2. Concepto de Limpieza	8
1.3. Servicio de Limpieza	8
1.3.1. Tipos de Servicios de Limpieza	9
1.3.1.1. <i>Servicio de Limpieza de oficinas y despachos</i>	9
1.3.1.2. <i>Servicio de Limpieza de Locales Comerciales</i>	9
1.3.1.3. <i>Servicios de limpieza de garajes</i>	10
1.3.1.4. <i>Servicios de Limpieza de Cristales y Ventanas</i>	11
1.3.1.5. <i>Servicios de Limpieza de Cocinas Industriales</i>	12
2. Marco Conceptual.....	13
2.1. Plan Estratégico	13
2.1.1. Concepto	13
2.1.2. Importancia de un Plan Estratégico.....	13

2.1.3.	Objetivo de un Plan Estratégico	14
2.1.4.	Etapas de un Plan Estratégico	15
2.1.5.	Misión	16
2.1.6.	Visión.....	16
2.1.7.	Valores	16
2.1.8.	Diagnóstico de la Situación.....	17
2.1.8.1.	<i>Análisis de la Situación Externa</i>	17
2.1.8.2.	<i>Análisis de la Situación Interna</i>	19
2.1.9.	Herramientas de la Planeación Estratégica	21
2.1.9.1.	Matriz FODA	21
2.1.9.2.	El modelo de las 5 fuerzas de Porter	24
2.1.9.3.	Matriz del Perfil Competitivo	25
2.1.10.	Estratégica.....	27
2.1.10.1.	<i>Concepto</i>	27
2.1.10.2.	<i>Estrategia Empresarial</i>	27
2.1.10.3.	<i>Formulación de la Estrategia Empresarial</i>	28
2.1.11.	Metas.....	29
2.1.11.1.	<i>Concepto</i>	29
2.1.11.2.	<i>Características de las Metas</i>	29
2.1.11.3.	<i>Pasos de la fijación de Metas</i>	30
2.1.12.	Política	31
2.1.12.1.	<i>Concepto</i>	31
2.1.12.2.	<i>Política Empresarial</i>	31
2.1.12.3.	<i>Metodología de la política empresarial</i>	32
Capítulo 3	33

3.1.	Análisis de la entrevista y encuestas aplicadas al Gerente propietario, a los empleados-trabajadores, y clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja.....	33
3.2.	Análisis e interpretación de la entrevista realizada al gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, Ing. Luis Sandoval.	34
3.3.	Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los empleados-trabajadores de FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, en un total de 11.	44
3.4.	Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, en un total de 241.	61
	Capítulo 4 Diagnóstico situacional de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja	75
4.1.	Análisis interno de la empresa	76
4.1.1.	Razón Social	76
4.1.2.	Objetivo de la empresa.....	77
4.1.3.	Misión	77
4.1.4.	Visión.....	77
4.1.5.	Valores	77
4.1.6.	Principios	78
4.1.7.	Políticas.....	79
4.1.8.	Objetivos	79
4.1.9.	Proveedores.....	79
4.1.10.	Localización de la Empresa	80
4.1.11.	Servicios y precios que ofrece la empresa	82
4.2.	Análisis externo de la empresa.....	82
4.2.1.	Análisis factores PEST.....	83
4.2.2.	Matriz diamante de Porter.....	93

4.2.3. Matriz de perfil competitivo	101
Capítulo 5 Análisis FODA de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja	108
5.1. Matriz EFI.....	110
5.2. Matriz EFE.....	111
5.3. Análisis de la matriz EFE Y EFI.....	114
5.4. Definición de objetivos estratégicos	117
Capítulo 6 Propuesta del Plan estratégico para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja	119
Conclusiones y recomendaciones.....	157
Conclusiones.....	157
Recomendaciones	159
Bibliografía.....	160
Anexos.....	163

Índice de tablas

Tabla 1. Número de Clientes de la empresa “FUMILIMPIEZA” Año 2018.....	6
Tabla 2. Matriz EFE.....	18
Tabla 3. Matriz EFI.....	20
Tabla 4. Cargo que desempeñan	44
Tabla 5. Tiempo que labora	45
Tabla 6. Misión, Visión de la empresa.....	46
Tabla 7. Objetivos de la empresa	47
Tabla 8. Plan estratégico de la empresa	48
Tabla 9. Valores de la empresa	49
Tabla 10. Trabajo solo o en equipo	50
Tabla 11. Comportamiento de sus compañeros	51
Tabla 12. Utilización de programas informáticos	52
Tabla 13. Ofrecer Servicios.....	53
Tabla 14. Capacitaciones	54
Tabla 15. Satisfacción del personal.....	55
Tabla 16. Instalaciones de la empresa.....	56
Tabla 17. Promociones.....	57
Tabla 18. Publicidad.....	58
Tabla 19. Base de datos de los clientes	59
Tabla 20. Género	61
Tabla 21. Ingresos mensuales.....	62

Tabla 22. Frecuencia de requerimiento de los servicios	63
Tabla 23. Consideración de los servicios que ofrece la empresa	64
Tabla 24. Servicios que ofrece	65
Tabla 25. Atención de los empleados-trabajadores.....	66
Tabla 26. Ubicación de la empresa	67
Tabla 27. Precios de los servicios	68
Tabla 28. Criterios del servicio	69
Tabla 29. Catálogo	70
Tabla 30. Promociones.....	71
Tabla 31. Tipo de cliente.....	72
Tabla 32. Medios publicitarios.....	73
Tabla 33. Reconocida y competitiva la empresa.....	74
Tabla 34. Servicios y precios	82
Tabla 35. Personal que labora	82
Tabla 36. Matriz de perfil competitivo de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja.....	103
Tabla 37. Matriz Foda	109
Tabla 38. Proceso para ponderar los factores internos.....	110
Tabla 39. Matriz de evaluación de factores internos.....	111
Tabla 40. Proceso para ponderar los factores externos	112
Tabla 41. Matriz de evaluación de factores internos.....	113
Tabla 42. Matriz de alto impacto o de combinaciones FO- FA- DO- DA.....	115
Tabla 43. Construcción de la misión de la empresa.....	119

Tabla 44. Construcción de la visión de la empresa.....	120
Tabla 45. Presupuesto	124
Tabla 46. Matriz objetivo estratégico 1.....	134
Tabla 47. Presupuesto para Publicidad	136
Tabla 48. Presupuesto para Promociones.....	136
Tabla 49. Matriz objetivo estratégico 2.....	140
Tabla 50. Presupuesto indumentaria de personal.....	143
Tabla 51. Matriz objetivo estratégico 3.....	145
Tabla 52. Presupuesto de Capacitación.....	147
Tabla 53. Cronograma de capacitación	149
Tabla 54. Matriz objetivo estratégico 4.....	151
Tabla 55. Presupuesto para reubicación.....	153
Tabla 56. Matriz objetivo estratégico 5.....	155
Tabla 57. Costo total del Plan estratégico	156

Índice de figuras

Figura 1. Limpieza de Oficinas.....	9
Figura 2. Limpieza de Locales Comerciales.....	10
Figura 3. Limpieza de Garajes.....	10
Figura 4. Limpieza de Cristales y Ventanas.....	11
Figura 5. Limpieza de Cocinas Industrial.....	12
Figura 6. Elementos de una matriz FODA.....	21
Figura 7. Estrategias de una matriz FODA.....	22
Figura 8. Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter.....	24
Figura 9. Esquema de Matriz del Perfil Competitivo.....	26
Figura 10. Estrategia.....	27
Figura 11. Estrategia Empresarial.....	28
Figura 12. Metodología de la política empresarial.....	32
Figura 13. Cargo que desempeñan.....	44
Figura 14. Tiempo que labora.....	45
Figura 15. Misión, Visión de la empresa.....	46
Figura 16. Objetivos de la empresa.....	47
Figura 17. Plan estratégico de la empresa.....	48
Figura 18. Valores de la empresa.....	49
Figura 19. Trabajo solo o en equipo.....	50
Figura 20. Comportamiento de sus compañeros.....	51

Figura 21. Utilización de programas informáticos.....	52
Figura 22. Ofrecer Servicios	53
Figura 23. Capacitaciones	54
Figura 24. Satisfacción del personal	55
Figura 25. Instalaciones de la empresa	56
Figura 26. Promociones	57
Figura 27. Publicidad	58
Figura 28. Base de datos de los clientes	59
Figura 29. Género	61
Figura 30. Ingresos mensuales	62
Figura 31. Frecuencia de requerimiento de los servicios.....	63
Figura 32. Consideración de los servicios que ofrece la empresa	64
Figura 33. Servicios que ofrece.....	65
Figura 34. Atención de los empleados-trabajadores	66
Figura 35. Ubicación de la empresa.....	67
Figura 36. Precios de los servicios.....	68
Figura 37. Criterios del servicio.....	69
Figura 38. Catálogo de los servicios	70
Figura 39. Promociones	71
Figura 40. Tipo de cliente	72
Figura 41. Medios publicitarios	73
Figura 42. Reconocida y competitiva la empresa	74
Figura 43. Macrolocalización de la empresa	81

Figura 44. Microlocalizacion de la empresa	81
Figura 45. Producto Interno Bruto (PIB)	84
Figura 46. Inflación.....	85
Figura 47. Índice mensual de precios al consumidor.....	86
Figura 48. Tasa activa de interés, Junio 2019	87
Figura 49. Balanza Comercial Total	88
Figura 50. Riesgo país 13 mayo a 31 mayo	88
Figura 51. Servicio doméstico	91
Figura 52. Cinco Fuerzas de Porter.....	94
Figura 53. Super Servicios	97
Figura 54. Lcs Leo´s Cleaning Service	97
Figura 55. Fumitac Loja.....	98
Figura 56. FUMISUR	98
Figura 57. Misión.....	119
Figura 58. Visión	120
Figura 59. Valores empresariales.....	121
Figura 60. Principios empresariales	121
Figura 61. Políticas empresariales	122
Figura 62. Organigrama Estructural.....	126
Figura 63. Publicidad	139
Figura 64. Promociones	139

Índice de anexos

Anexo 1 Ficha resumen del proyecto.....	163
Anexo 2 Formato de entrevista al gerente - propietario	164
Anexo 3 Formato de las encuestas a los clientes de la empresa	169
Anexo 4 Formato de las encuestas a los empleados-trabajadores de la empresa	173
Anexo 5 Fotos de la ubicación y el ambiente interno de la empresa.....	178

Introducción

Es importante destacar que el sector de servicios es una fuente muy grande de trabajo, es un sector atractivo para la inversión, generando alta rentabilidad proporcional a sus volúmenes de servicios. Debido al incremento poblacional del país, se evidencia una potencial expansión del mercado; pero de igual manera existe un aumento en la competencia. Motivo por el cual las estrategias de mercado deben orientarse a la diferenciación y la fidelización de los clientes.

Ante un mercado altamente competitivo un plan estratégico, constituye un mecanismo óptimo, para lograr que las empresas sean más competitivas, ya que la planeación estratégica es un proceso que ayuda a toda organización a analizar la situación actual de la organización y su entorno, por la importancia del plan estratégico en las empresas, se propuso realizar un Plan Estratégico de mejora continua para la empresa de servicios FUMILPIEZA de la ciudad de Loja; con el cual se pretende aportar con ideas claras de cómo llevar a cabo estrategias que eleven el nivel de satisfacción del cliente y un mejor posicionamiento en el mercado.

La presente investigación se encuentra estructurada de las siguientes partes: El **tema** el cual encuentra su justificación en la necesidad de incrementar la participación de la empresa en el mercado, además de fortalecer la fidelidad de los usuarios hacia éste servicio cumpliendo con las expectativas de los mismos. Posteriormente se relata el **Resumen**, se detalla una síntesis del trabajo de investigación, la cual se describe en dos idiomas; consecutivamente esta la **introducción** fue planteada tomando en consideración la

importancia del tema, para el proceso de la investigación; también se incluyen **los capítulos** del trabajo efectuado, así se tiene en el **capítulo 1 la fundamentación teórica**, en la que se hace constar los temas de mayor relevancia que permitieron elaborar el trabajo investigativo cuyos contenidos están relacionados con la Planificación Estratégica; seguidamente en el **capítulo 2**, se detallan los **materiales y métodos** utilizados en el presente trabajo y que sirvieron de soporte para el desarrollo y ejecución del mismo; en el **capítulo 3** se realizó el análisis e interpretación de la entrevista dirigida al Gerente propietario de la Empresa, la encuesta aplicada a los empleados- trabajadores las cuales ayudaron a indagar y estudiar su problemática interna, sus fortalezas y debilidades, así mismo se aplicó otra encuesta dirigida a los clientes de los servicios de la empresa, lo cual permitió conocer el posicionamiento de la empresa en el mercado, en el **capítulo 4** hace referencia sobre el diagnostico situacional de la empresa de servicios que consta del análisis internos en donde se detalla la historia de la empresa, la razón social, base legal, el objeto de la empresa, el domicilio es decir donde se encuentra ubicada, los objetivos, socios, accionistas, los valores empresariales que practican, políticas, niveles jerárquicos, los servicios/productos que ofrece, la estructura organizativa; además se detalla el análisis externos que consta de la matriz PEST, se realizó el análisis de las 5 fuerzas de Porter en relación al tema de estudio, con el propósito de conocer el nivel de competitividad que tiene la empresa en el mercado, además se desarrolló la matriz de perfil competitivo con la finalidad de conocer cuál es su competidor más fuerte en su entorno. En el **capítulo 5** se realizó el análisis del FODA para determinar los factores internos y externos de la empresa, para luego efectuar la matriz de valoración y alto impacto, elementos necesarios que definen los resultados finales del presente trabajo., en el **capítulo 6** hace referencia a

la Propuesta del Plan estratégico para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja en la que se plantean los objetivos estratégicos a través de un marco lógico, en que se hace constar los problemas metas, actividades, estrategias, políticas, tácticas, responsabilidad, el costo aproximado al que se incurrirá, para la puesta en marcha y los responsables. Asegurando así su permanencia en el mercado y posibilitando un mayor grado de satisfacción por parte de los usuarios

Por último son expuestas las **conclusiones y recomendaciones** a las que se llegó, para así propender y dar solución a los problemas que aquejan a la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, aprovechando las oportunidades que brinda el mercado para crecer y fortalecerse. También se presenta la bibliografía, anexos de la investigación y los diferentes índices.

Metodología de la Investigación

Para la realización del presente trabajo de investigación denominado “PLAN ESTRATEGICO DE MEJORA CONTINUA PARA LA EMPRESA DE SERVICIOS FUMILIMPIEZA DE LA CIUDAD DE LOJA”, se utilizaron diferentes métodos, técnicas investigativas que permitieron el análisis y desarrollo de la misma.

✓ Métodos

En primer lugar se utilizó el método deductivo el cual es un proceso sintético-analítico; en el que se presentan conceptos, principios, definiciones, leyes o normas generales, extrayendo conclusiones o consecuencias en las cuales se aplica o se examina casos particulares sobre la base de las afirmaciones generales; en la investigación permitió realizar una descripción sobre las estrategias de desarrollo comercial para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja; además se utilizó en la recopilación de información para la realización de la fundamentación teórica como es el marco referencial y el marco teórico.

Luego se utilizó el método inductivo que es un proceso analítico sintético, el cual permitió realizar el análisis de la información obtenida mediante la aplicación de la técnica de la encuesta a los clientes, empleados-trabajadores; y, la entrevista dirigida al gerente propietario de esta importante empresa, información confiable para el desarrollo del presente trabajo de tesis.

Posterior se realizó el método estadístico que consiste en una serie de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, dicho manejo de datos tiene por propósito la comprobación. Este método se utilizó para medir las características de la información, resumir los valores individuales y analizar los datos a fin de extraer el máximo de información. Dentro de la investigación contribuyó a la recolección de la información, en donde se pudo determinar las variables con las que se trabajó.

✓ **Técnicas**

Las técnicas que se aplicaron durante la investigación fueron:

Para el Medio Interno: La observación directa, para constatar de forma real las condiciones en la que se desarrollan las actividades comercialización de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA en nuestra ciudad, y determinar a través de esta, cuales son los posibles cambios que se deberían implementar.

La entrevista, se utilizó un cuestionario de preguntas para obtener la información requerida al gerente propietario Ing. Luis Alberto Sandoval Ávila, obteniendo los requerimientos necesarios para detectar las limitaciones que tiene la empresa de servicios en estudio.

La encuesta, se aplicó a los 11 empleados-trabajadores que laboran en la empresa, para obtener información directa y de primera mano sobre la comercialización.

Para el medio externo: La encuesta, que se aplicó a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, información que se obtuvo de cuantos clientes asisten a la misma en el año 2018, fue otorgada por el Gerente propietario de la misma, dando un total de 648 clientes.

Tabla 1. Número de Clientes de la empresa "FUMILIMPIEZA" Año 2018

PERÍODO	INGRESO DE CLIENTES POR SEMANA	Nro. DE SEMANAS POR MES	INGRESO DE CLIENTES AL MES
Enero	15	4	60
Febrero	10	4	40
Marzo	13	4	52
Abril	16	4	64
Mayo	10	4	40
Junio	11	4	44
Julio	13	4	52
Agosto	14	4	56
Septiembre	12	4	48
Octubre	11	4	44
Noviembre	18	4	72
Diciembre	19	4	76
TOTAL			648

Fuente: Base de datos de la empresa "FUMILIMPIEZA" de la ciudad de Loja

Elaborado por: La Autora

✓ **Población y tamaño de la muestra**

El tamaño de la muestra se la obtuvo a través de la búsqueda de información proporcionada por la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, cuyos datos revelan que la población es de 648 clientes en el año 2018, el cual sirvió para determinar la población objeto de estudio y poder aplicar las encuestas que ayudaron en la adquisición de información necesaria para el presente trabajo.

Para calcular el número de encuestas se utilizó la siguiente fórmula:

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 p * q * N}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n =Tamaño de la Muestra

Z = Nivel de confianza (**95% =1,96 tabla de distribución anual**)

p = **0,5** Probabilidad de que el evento ocurra

q = **0,5** Probabilidad de que el evento no ocurra

N = Población (**648**)

e² = 5% margen de error **0,05 (5%)**

Reemplazando los datos tenemos:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (648)}{(0,05)^2 (648 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{622,3392}{1.6175 + 0,9604}$$

$$n = \frac{622,3392}{2,5779}$$

n = 241 Encuestas a los clientes de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Loja

Capítulo 1

Fundamentación Teórica

1. Marco Referencial

1.1. Concepto de Servicio

Kotler, citado en (Grande, 2005, pág. 26), define al servicio de la siguiente manera: “es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no tiene por qué ligarse necesariamente a un producto físico”. Una de las características del servicio es que es intangible, es decir que no se pueden tocar o manipular, pero que cuando es recibido se siente la satisfacción o insatisfacción del mismo.

1.2. Concepto de Limpieza

“Limpieza es el conjunto de operaciones destinadas a eliminar la suciedad adherida a una superficie, sin alterar ésta” (Jiménez, 2014, pág. 86). Es decir la limpieza es hacer de las superficies un lugar libre de imperfecciones ocasionadas por el polvo, líquidos, huellas, entre otras que pueden provocar suciedad y la proliferación de bacterias.

1.3. Servicio de Limpieza

El servicio de limpieza vendría a ser la actividad que se ofrece a otras personas u organizaciones para mantener sus instalaciones libre de suciedad y bacterias, sin alterar su superficie.

1.3.1. Tipos de Servicios de Limpieza

1.3.1.1. Servicio de Limpieza de oficinas y despachos

Es la limpieza de las zonas interiores, que suele realizarse por la mañana y en algunas ocasiones al terminar la jornada para recoger y dejar todo en orden (González, 2014).

Este servicio es contrato generalmente por organizaciones que poseen varias oficinas.

Figura 1. Limpieza de Oficinas



Fuente: <https://www.limpiezabarcelonajp.com/empresa-limpieza-oficinas-Barcelona-despachos-salas.html>

Elaborado: La Autora

1.3.1.2. Servicio de Limpieza de Locales Comerciales

Este servicio se realiza con máquinas y es usual en centros comerciales o industriales que necesitan, por la actividad que desarrollan, un continuo tratamiento de suelo, donde se procede a limpiar y luego encerar (Perdigones, 2011). Estos lugares requieren servicios de limpieza específicos, como: limpieza de suelos, paredes escaleras, baños, caja, entrada, y los diferentes departamentos y áreas que posee.

Figura 2. Limpieza de Locales Comerciales

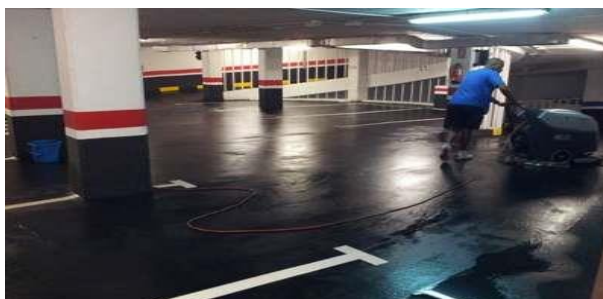


Fuente: <https://www.limpiezaslym.com/empresas/limpieza-locales-comerciales>
Elaborado por: La Autora

1.3.1.3. Servicios de limpieza de garajes

Estos espacios requieren la limpieza a menudo de paredes, techos, así como de la inspección de infiltraciones de humedad o pérdidas en las tuberías que a menudo pasan por ahí. También requieren se pulverice los rincones de forma periódica. Así mismo la limpieza de la puerta con productos que eviten se oxide (Rognoni, 2012). Este servicio por lo general lo demandan las comunidades de vecinos que habitan en edificios, condominios, empresas, centros comerciales.

Figura 3. Limpieza de Garajes



Fuente: <https://grupolimpex.es/limpieza-garajes/>
Elaborado por: La Autora

1.3.1.4. Servicios de Limpieza de Cristales y Ventanas

“La limpieza de cristales debe programarse periódicamente ya que los cristales limpios, en general, permiten la entrada de claridad en las instalaciones y permiten contemplar los escaparates en el caso de locales comerciales. Además, el polvo y la contaminación ensucian y deterioran los cristales. Esta limpieza deberá programarse cuando los rayos de sol no incidan sobre los cristales, ya que estos se calientan y el agua se evaporará antes de proceder a limpiar. También se debe contar con equipo profesional para evitar accidentes laborales (Cara, 2014). Este servicio por lo general es contratado por edificios altos que poseen grandes ventanales.

Figura 4. Limpieza de Cristales y Ventanas



Fuente: <http://multicleaners.com.mx/limpieza-de-vidrios-de-altura.html>

Elaborado por: La Autora

1.3.1.5. Servicios de Limpieza de Cocinas Industriales

Este servicio contempla las mesas de trabajo, las estanterías, los carros, los armarios, lavamanos, y, campanas extractoras, que son construidas en acero inoxidable y que conforman todos implementos de la cocina industrial (Martos, Rivera, & Ochoa, 2014). Este servicio es requerido por restaurants, hoteles, instituciones educativas, hospitales o cualquier lugar que cuente con una cocina de uso colectivo.

Figura 5. Limpieza de Cocinas Industrial



Fuente: <http://owenresource.info/amp/cocina/empresas-de-limpieza-de-cocinas-industriales/02/>

Elaborado por: La Autora

Capítulo 2

2. Marco Conceptual

2.1. Plan Estratégico

2.1.1. Concepto

Un plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa (Artemio, 2012). Mismo que conlleva un proceso ordenado y secuencial para la toma de decisiones para lograr una ventaja competitiva.

2.1.2. Importancia de un Plan Estratégico

Según Sainz (2017) la importancia de un plan estratégico radica en los siguientes puntos:

- Como elemento de reflexión: realiza el proceso de toma de decisiones, ya que permite que la empresa cuente con un “foro” en el que se adopten sus decisiones más estratégicas
- Permite la participación en las decisiones empresariales, proporcionando un proyecto común y compartido.
- Constituye un instrumento muy útil para implementar las decisiones adoptadas, mediante el correspondiente despliegue de objetivos.
- Para su posicionamiento futuro: propicia un proceso de renovación permanente en la empresa en busca de su competitividad.
- Justifica o hace más comprensibles las decisiones adoptadas en un momento determinado, y permite comunicar interna (y, por ello es un soporte para la

movilización del personal) y externamente el proyecto empresarial de la forma más eficaz posible.

- Permite una gestión más profesional y menos basada en improvisaciones.
- Contribuye a que la dirección no esté condicionada por las presiones del mercado y/o de colectivos internos.
- Ajusta los recursos disponibles en la empresa a las oportunidades, estableciendo los medios necesarios para lo consecución de los objetivos
- Conduce a niveles más altos de rentabilidad de las inversiones (porque propicia un enfoque sistemático de formulación de las estrategias y asegura su puesta en marcha)
- Permite detectar oportunidades de cooperación interempresarial con otros agentes que contribuirá a una mejor marcha de la empresa.

Además el plan estratégico es importante, porque permite tener una misión y visión más claras de la empresa, y posibilita la identificación de las fortalezas y debilidades de la empresa, y, las oportunidades y amenazas del entorno.

2.1.3. Objetivo de un Plan Estratégico

El objetivo de un plan estratégico es el resultado final a lograr, enunciando en términos medibles con fechas de terminación, la estrategia indica cómo será buscado, partiendo de la base de que el fin de un negocio es generar utilidades en forma regular, y de que los resultados financieros dependen de la competitividad del negocio y del entorno (Del Campo, 2019).

Además su finalidad radica en analizar el ambiente interno y el entorno externo que rodea a la empresa, para aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.

2.1.4. Etapas de un Plan Estratégico

Según Godinez (2014), el plan estratégico tiene dos etapas:

- Paso 1: Objetivo, dónde definiste clarificaste o actualizaste tu Misión, Visión, valores y Visualización.
- Paso 2: Situación, dónde has dejado de una forma absolutamente clara la situación de tu negocio o institución en este momento y sobre todo has definido tu Problema Estratégico.

Un plan estratégico, de acuerdo a Sainz (2017), se compone de las siguientes etapas:

Primera etapa: Análisis de la situación: comprende el análisis de la situación externa e interna de la empresa.

Segunda etapa: Diagnóstico de la situación: se realiza el análisis FODA, y, la matriz de posición competitiva.

Tercera etapa: Sistema de objetivos corporativos y fijación de los objetivos estratégicos: declaración de la misión, visión y valores; así como los objetivos corporativos y estratégicos.

Cuarta etapa: Estrategias corporativas: primero se realiza la definición del negocio, el alcance de la estrategia corporativa; se determinan las estrategias competitivas, estrategias de crecimiento, estrategias funcionales y corporativas.

Quinta etapa: Decisiones operativas: se elabora la matriz de priorización, el presupuesto y los planes de acción.

En sí las etapas del plan estratégico comprenden un análisis de la situación actual en la que la empresa se encuentra y así determinar las estrategias a seguir para poder enfrentar a su competencia y satisfacer las necesidades de los clientes.

2.1.5. Misión

La misión de una empresa “es el punto de partida y su meta, el acuerdo básico respecto a la obra común” (Frías, 2001, pág. 87), y tiene relación con la actividad a la que se dedica. Es decir la misión es la razón de ser de la empresa, a qué se dedica, quiénes son y para que existen.

2.1.6. Visión

La visión de una empresa “es una expresión verbal y concisa de la imagen gráfica que deseamos para la empresa en el futuro, que sirve para marcar en el presente el rumbo que debe seguir dicha organización” (Sainz, 2017, pág. 137). Involucra a un futuro próspero que vemos hoy con lo que se hace en el presente y al cuál queremos llegar en un periodo determinado.

2.1.7. Valores

Los valores de una empresa son “los ideales y principios colectivos que guían las reflexiones y las actuaciones de un individuo o un grupo de individuos” (Sainz, 2017, pág. 139). Estos a su vez representan a la empresa en el accionar, decidir y ser de sus miembros.

2.1.8. Diagnóstico de la Situación

2.1.8.1. Análisis de la Situación Externa

La finalidad del análisis de la situación externa es conocer la evolución histórica y esperada del entorno en el que actúa la empresa, del mercado al que atiende y de su situación ante clientes y proveedores, para identificar las fortalezas y debilidades propias frente a las de sus competidores, así como las oportunidades y amenazas a las que nos podemos enfrentar. En consecuencia, el análisis de la situación externa debe permitir a la empresa la definición de los factores clave de éxito en el mercado en el que está inmersa (Sainz, 2017).

Este análisis sirve para conocer las oportunidades que la empresa tiene y que deberían ser aprovechadas. Así mismo permite identificar las amenazas que pueden afectar a la empresa y poderse proteger de ellas.

Como resultado de este análisis se elabora la matriz EFE o de evaluación de factores externos, que permite evaluar los factores que se han determinado como oportunidades y amenazas del macroentorno Gastalver (2015). La metodología a seguir para la elaboración de esta matriz se expone a continuación:

- Se escoge diez oportunidades y diez amenazas
- Se le asigna un valor de 0,0 cuando no tiene importancia y de 1 cuando es muy importante.
- Se califica a cada factor de 1 a 4.
- Se multiplica cada factor por la calificación dada.

- Se suman los valores ponderados. El valor ponderado no puede ser mayor a 4 y el valor ponderado medio debe estar en 2,5. Por encima de este último valor, la empresa responde bien a las oportunidades y amenazas y si es menor la empresa no está aprovechando las oportunidades y le pueden afectar mucho las amenazas (Gastalver, 2015).

Tabla 2. Matriz EFE

Factores externos clave	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Oportunidades			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
Amenazas			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
TOTAL			1,00

Fuente: Fred (2013, pág. 81)

Elaborado por: La Autora

2.1.8.2. *Análisis de la Situación Interna*

El Análisis Interno nos ayuda a detectar las debilidades y potencialidades de nuestra empresa. Así, se trata de realizar una evaluación de nuestra empresa, con el fin de estudiar si hemos tomado las decisiones estratégicas más adecuadas (es decir, si estamos haciendo lo que debemos hacer), y si somos eficientes en la puesta en marcha de nuestras decisiones (es decir, si estamos haciendo correctamente lo que debemos hacer). (Sainz, 2017).

Este análisis permite conocer las fortalezas que posee la empresa para potenciarlas en función de los objetivos planteados; así como facilita la determinación de las debilidades que tiene la empresa, para mejorarlas y ser más competitivos.

Este análisis da origen a la matriz EFI o de evaluación de factores internos y evalúa las fortalezas y debilidades del micro entorno (Gastalver, 2015). La metodología para su elaboración es la siguiente:

- Se hace una lista de los factores internos derivados de la auditoría interna de la empresa
- Se le asigna un valor de 0,0 a 1.
- Se calificación de 1 a 4 a cada factor.
- Se multiplican los valores por las calificaciones.
- Se suman los totales ponderados y se obtiene el total ponderado de la empresa.

La calificación total no puede ser inferior a 1 ni superior a 4, y el promedio ponderado medio debe estar en 2,5. Por debajo de esta cantidad significa que la empresa es débil internamente. Por encima de dicha cantidad significa que

la empresa tiene una posición interna fuerte. Lo normal es que en dicho análisis intervengan de 10 a 20 factores (Gastalver, 2015).

La matriz resultante, se expone a continuación:

Tabla 3. Matriz EFI

Factores externos clave	Ponderación	Calificación	Puntuación ponderada
Fortalezas			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
Debilidades			
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
TOTAL	1,00		

Fuente: Fred (2013, pág. 102)

Elaborado por: La Autora

2.1.9. Herramientas de la Planeación Estratégica

2.1.9.1. Matriz FODA

Figura 6. Elementos de una matriz FODA



Fuente: <https://www.fisioterapia-online.com/articulos/la-realidad-virtual-en-fisioterapia>
Elaborado por: La Autora

FODA, “es una palabra nemotécnica que corresponde a las iniciales de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, en Latinoamérica es conocida como FODA y en los países anglosajones SWOT” (Arenal, 2019, pág. 20).

El análisis FODA, es una de las principales herramientas estratégicas desde el punto de vista práctico del mundo empresarial. El beneficio que se obtiene con su aplicación es conocer la situación real en que se encuentra la empresa, así como el riesgo y oportunidades que le brinda el mercado (Arenal, 2019)

Este modelo permite a una organización identificar las fortalezas y debilidades que dependen directamente de la organización; así como las oportunidades y amenazas que operan en el entorno y que no son manejables desde la empresa.

Según Arenal (2019) la matriz DAFO contiene cuatro elementos, que son:

- **Fortalezas:** aquellos factores internos en los que la empresa tiene una ventaja competitiva y que permitirán sacarle más rendimiento a las oportunidades o a superar las amenazas.
- **Debilidades:** aquellos factores internos que limitan las posibilidades de sacarle rendimiento a las oportunidades
- **Oportunidades:** aquellos factores externos que pueden otorgar a la empresa una ventaja competitiva.
- **Amenazas:** aquellos factores externos que pueden dificultar a la empresa alcanzar sus objetivos.

Después de realizar el Análisis FODA, se debe realizar las estrategias para la empresa, las mismas que son:

Figura 7. Estrategias de una matriz FODA

MATRIZ DAFO CRUZADO O CAME	Principales Oportunidades 1. --- 2. --- 3. ---	Principales Amenazas 1. --- 2. --- 3. ---
Principales Fortalezas 1. --- 2. --- 3. ---	Estrategias FO (usar Fortalezas para aprovechar oportunidades)	Estrategias FA (usar fortalezas para evitar amenazas)
Principales Debilidades 1. --- 2. --- 3. ---	Estrategias DO (superar debilidades aprovechando oportunidades)	Estrategias DA (reducir debilidades y evitar amenazas)

Fuente: <https://rubenmanez.com/como-hacer-analisis-dafo-empresa/>
 Elaborado por: La Autora

- **Las Estrategias Ofensivas (Fortalezas-Oportunidades) (Maxi-Maxi):** utilizan las fortalezas internas de la empresa para aprovechar las oportunidades externas (Fred, 2013, pág. 176).
- **Las Estrategias Defensivas (Fortalezas-Amenazas) (Maxi-Mini):** utilizan las fortalezas de la empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas (Fred, 2013, pág. 176).
- **Las Estrategias de reorientación (Debilidades-Oportunidades) (Mini-Maxi):** buscan superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas (Fred, 2013, pág. 176).
- **Las Estrategias de Supervivencia (Debilidades-Amenazas) (Mini-Mini):** son tácticas defensivas cuyo propósito es reducir las debilidades internas y evitar las amenazas externas (Fred, 2013, pág. 176).

Esta combinación permite obtener las estrategias a seguir para superar el entorno que rodea a la empresa a través de las fortalezas internas que posee.

2.1.9.2. El modelo de las 5 fuerzas de Porter

Figura 8. Diagrama de las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: <https://www.5fuerzasdeporter.com/>
 Elaborado por: La Autora

El análisis de las cinco fuerzas de Porter, “contesta preguntas muy importantes: ¿qué sucede en su industria?, ¿cuáles de tantas cosas que están ocurriendo importan en la competencia?, ¿cuál merece su atención?” (Magretta, 2014, pág. 36).

Las cinco fuerzas que esta herramienta considera que existen en toda industria son:

- **Rivalidad entre competidores:** “cuando la rivalidad entre los competidores actuales es intensa, la rentabilidad será baja. La competencia entre empresas destruirá el valor que crean, pues lo pasan a los compradores con precios más bajos o lo agotan en costos más altos con tal de competir” (Magretta, 2014, pág. 46).

- **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** “las barreras contra el ingreso protegen a una industria en contra de participantes que aportarían una capacidad nueva y tratarían de obtener una participación en el mercado” (Magretta, 2014, pág. 44).
- **Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** “o servicios, cubren la misma necesidad básica solo que en forma distinta, ponen límite a la rentabilidad de la industria” (Magretta, 2014, pág. 42).
- **Poder de negociación de los proveedores:** “si tiene proveedores poderosos, se servirán de su capacidad negociadora para cobrar precios más altos o insistir en condiciones más favorables” (Magretta, 2014, pág. 40).
- **Poder de negociación de los compradores:** si hay compradores poderosos, se servirán de su influjo para obligar a rebajar los precios (Magretta, 2014, pág. 38).

2.1.9.3. Matriz del Perfil Competitivo

La matriz del perfil competitivo (MPC), tiene como finalidad “identificar sus principales competidores y comparar sus fortalezas y debilidades con los de ella, para determinar con la mayor precisión su posición estratégica en el mercado” (García, 2013).

Figura 9. Esquema de Matriz del Perfil Competitivo

NUESTRA COMPAÑÍA				COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
FACTORES DETERMINANTES DEL ÉXITO	PESO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO	CALIFICACIÓN	PESO PONDERADO
Participación en el mercado	0.2						
Competitividad de precios	0.2						
Posición financiera	0.4						
Calidad del producto	0.1						
Lealtad del cliente	0.1						
TOTAL	1						

Fuente: <http://uatlanticogestionestrategica.blogspot.com/2014/11/matriz-del-perfil-competitivo-mpc.html>

Elaborado por: La Autora

La MPC hace constar algunos factores para ser comparados, entre los que constan: participación de mercado, competitividad de precios, posición financiera, calidad del producto, lealtad del cliente, entre otros, mismos que pueden variar dependiendo de los factores determinantes de éxito que se deseen comparar.

La descripción de la Matriz del Perfil Competitivo nombra los siguientes aspectos:

- **El Peso en la Matriz:** se registra el peso que ocupa cada factor crítico de éxito con un valor que puede ir desde 0,01 a 0,99, con la condición de que la sumatoria de todos los pesos de la matriz, sea igual a 1 (Trujillo, 2018).
- **El Rating:** en la MPC los valores de las calificaciones son las siguientes: 4 significa mayor fortaleza, 3 = menor fuerza, 2 = menor debilidad y 1 = mayor debilidad. Los pesos de las valoraciones se los asigna subjetivamente, en virtud de la comparación realizada entre empresas (García, 2013).

- **Puntaje:** consta el resultado de multiplicar la columna peso con la sub columna Rating. El resultado de sumar y totalizar esta puntuación corresponde a la posición interna de la compañía; cabe recordar que una puntuación por encima de 2,5 significa que la posición de la compañía es fuerte, de lo contrario se dice que la compañía tiene una posición interna débil (Trujillo, 2018).

2.1.10. Estratégica

2.1.10.1. Concepto

Figura 10. Estrategia



Fuente: <https://vilmanunez.com/crear-estrategia-de-contenidos/>
Elaborado por: La Autora

2.1.10.2. Estrategia Empresarial

Estrategia: Para O'Shaughnessy citado en (Soriano, 2018, pág. 19), menciona: “una estrategia constituye una amplia definición que debe ser capaz de explicar cómo la empresa debe desarrollar sus competencias básicas con el fin de eliminar cualesquier resistencia al logro de los objetivos”

“Es una declaración en la que, una vez definido el objetivo que se pretende alcanzar, se establece, con precisión, qué se pretende alcanzar y cómo se va a alcanzar” (Soriano, 2018, pág. 18).

Figura 11. Estrategia Empresarial



Fuente: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/07/que-es-la-estrategia-empresarial-y-como-ella-se-relaciona-con-el-bsc/>
Elaborado por: La Autora

La estrategia empresarial es un patrón o modelo de decisiones que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas; así mismo, dicho patrón produce las principales políticas y planes para lograr tales metas, define la esfera de negocios a la que aspira una compañía, establece la clase de organización económica y humana que se pretende ser y también precisa la naturaleza de las contribuciones económicas, y no económicas, que intenta aportar a sus accionistas, empleados, clientes y las comunidades (Mintzberg, Quinn, & Voyer, 1977).

2.1.10.3. Formulación de la Estrategia Empresarial

Formular la estrategia empresarial, es un proceso dinámico, complejo, continuo e integrado, que requiere de mucha evaluación y ajustes (Maldonado, 2014).

La formulación de una estrategia constituye el desarrollo y desglose del cómo, aunque, usualmente y para fines prácticos, en su estructuración se incluye, como punto de partida, el qué se pretende lograr (Soriano, 2018, pág. 18).

Formular la estrategia de una organización, de acuerdo a Mintzberg, Quinn, y Voyer (1977), implica cuatro grandes pasos:

1. Establecimiento de la Misión: definición del negocio, objetivos a largo plazo
2. Revisión del ambiente externo: a través de las cinco fuerzas de Porter, macroambiente (factores políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos), evaluación de oportunidades y amenazas.
3. Revisión del ambiente interno: análisis de la cadena de valor, análisis financiero, evaluación de fuerzas y debilidades
4. Definición de estrategias empresariales: formular estrategias que establezcan el rumbo claro para la organización.

2.1.11. Metas

2.1.11.1. Concepto

“Son los objetivos parciales, específicos y cuantificables, que se deben alcanzar Para, en conjunto, cumplir el objetivo establecido con anterioridad” (Koenes, 2012, pág. 6).

2.1.11.2. Características de las Metas

Según Robbins y Coulter (2014, pág. 166), para que una meta esté bien diseñada, debe reunir las siguientes características:

1. **Estar escritas en términos de resultados más que decisiones:** Una meta debe contener el resultado final deseado, es el elemento más importante de cualquier meta y, por tanto, la meta debe reflejarlo.
2. **Son medibles y cuantificables:** Es mucho más fácil determinar si se alcanzó una meta que es medible.
3. **Señalan claramente sus plazos:** Las metas necesitan tener plazos definidos para saber si se cumplieron o no, y para recoger las amarras porque una meta no se conseguirá por mucho que se intente.
4. **Son difíciles pero asequibles:** Las metas que se consiguen con demasiada facilidad no motivan, como tampoco lo hacen las metas que no se alcanzan no con esfuerzos excepcionales.
5. **Se ponen por escrito:** Aunque redactar las metas toma su tiempo, el acto de escribirlas obliga a pensarlas. Además, las metas escritas son pruebas visibles y tangibles de la importancia de trabajar por algo.
6. **Se comunican a todos los miembros de la organización:** Enterar a las personas de las metas garantiza que todos estén en la misma página y que trabajen de modo que garantice que se alcancen los objetivos de la organización.

2.1.11.3. Pasos de la fijación de Metas

De acuerdo a Robbins y Coulter (2014, pág. 167), los pasos para fijar las metas son:

- **Revisar la misión de la organización,** su propósito. Ya que estas deben reflejar lo que dice la misión.

- **Evaluar los recursos disponibles.** Si los recursos que tiene la empresa, no permiten alcanzar una meta por mayor esfuerzo que se invierta, no hay que fijarse esa meta.
- **Determinar las metas individualmente o con comentarios de otros.** Estas metas reflejan los resultados deseados y deben ser congruentes con la misión u las metas de otras áreas de la organización.
- **Escribir las metas y comunicarlas a quienes tienen que saberlas.** Las ventajas de hacer esto es que todos los miembros se sienten identificados, involucrados y comprometidos con su cumplimiento.
- **Revisar los resultados y ver si se consiguieron las metas.** Se obran los cambios que se requieran.

Si se siguen estos pasos, se tendrán metas bien definidas y posibles de alcanzar.

2.1.12. Política

2.1.12.1. Concepto

“Establecen límites y restricciones sobre el tipo de acciones administrativas que se pueden aplicar para recompensar o sancionar conductas; aclaran lo que se puede y no se puede hacer en el logro de los objetivos de la organización” (Fred, 2013, pág. 217).

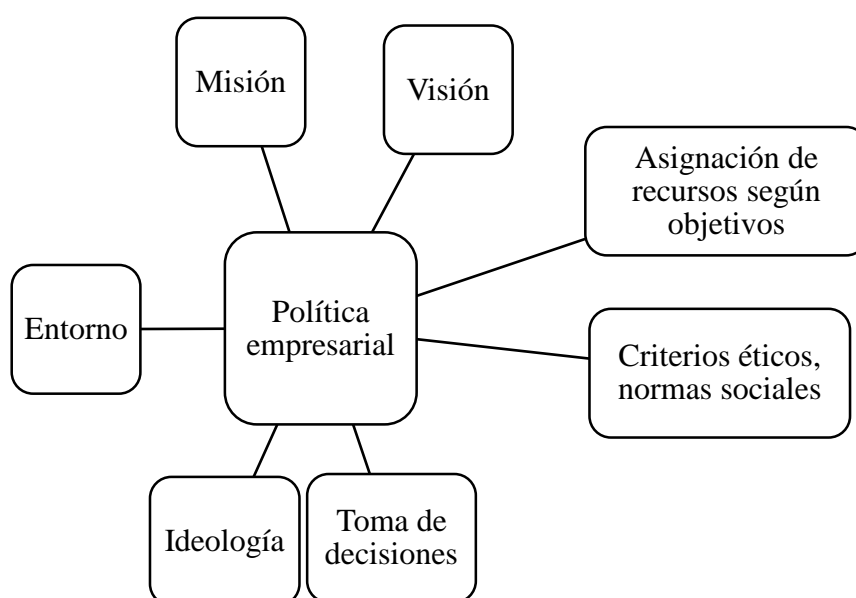
2.1.12.2. Política Empresarial

“Es aquella práctica que se ocupa de gestionar, de resolver los conflictos colectivos y de crear coherencia social, y su resultado son decisiones obligatorias para todos” (Illera & Illera, 2015, pág. 12).

2.1.12.3. Metodología de la política empresarial

El diseño de la política empresarial, debe llevar a cabo la siguiente metodología:

Figura 12. Metodología de la política empresarial



Fuente: Illera e Illera (2015, pág. 13)
Elaborado por: La Autora

La metodología hace hincapié en considerar en primer lugar el entorno, la misión y visión de la empresa, la ideología y la toma de decisiones, así mismo sugiere tomar en cuenta la asignación de recursos, los criterios éticos y las normas sociales, para proceder a formular las políticas empresariales.

Capítulo 3

3.1. Análisis de la entrevista y encuestas aplicadas al Gerente propietario, a los empleados-trabajadores, y clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

En este primer capítulo se recolectó la información a través de la entrevista al señor gerente propietario Ing. Luis Sandoval; encuestas a los clientes de la empresa de servicios en un total de 241; y, encuestas a los 11 empleados y trabajadores, necesarias para poder realizar el análisis interno y externo (matriz pest, diamante de porter, perfil competitivo, el FODA, y los objetivos estratégicos).

Cabe recalcar que la información obtenida mediante la entrevista y encuesta al gerente, clientes y empleados-trabajadores respectivamente, se desarrolló el análisis, tabulación e interpretación, facilitando para así realizar la propuesta de un Plan Estratégico de mejora continua para la Empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, tomando en consideración los objetivos planteados en el proyecto de tesis.

3.2. Análisis e interpretación de la entrevista realizada al gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, Ing. Luis Sandoval.

1. ¿Qué tiempo lleva la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” funcionando en la ciudad de Loja?

Al respecto el gerente-propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZ, manifestó que la empresa viene funcionando 15 años y tres meses.

2. ¿Cómo surgió la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” y que conocimientos aplica para su funcionamiento?

De acuerdo a esta interrogante el Ing. Luis Sandoval Ávila, gerente propietario de la empresa en estudio indico que la misma surgió como una sociedad familiar y nació a raíz de una plaga de roedores que afectaba el domicilio de su madre, es así que la empresa empezó con eliminación de todo tipo de animales e insectos no deseados.

3. ¿Cuenta la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” con un plan estratégico?

El Ing. Luis Sandoval Ávila gerente de FUMILIMPIEZA, manifestó de acuerdo a esta interrogante que la empresa no cuenta actualmente con un plan estratégico actualizado, que realizo uno hace 5 años y que sería bueno renovarlo para un mejoramiento y posicionamiento de la empresa.

4. ¿La empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” tiene establecido la misión, visión, valores, principios, objetivos políticas empresariales?

Supo manifestar el gerente propietario de la empresa en estudio que la empresa si cuenta con la misión, visión, valores, principios, objetivos, políticas empresariales entre ellos tenemos:

MISION: Brindar a nuestros clientes bienes y satisfacción en cada uno de los servicios de Limpieza, Mantenimiento y Fumigación con personal altamente calificado en la puntualidad, honradez y trabajo en equipo, utilizando productos y herramientas de la más alta calidad.

VISION: Ser la mejor empresa del Ecuador, líder en brindar servicios de Limpieza, Mantenimiento y Fumigación de la más alta calidad, buscando siempre la excelencia y la mejora continua en todos y cada uno de los servicios que ofertamos

VALORES:

- Puntualidad: Esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado.
- Honradez: Rectitud de ánimo e integridad en el obrar.
- Ética: Declaración moral en lo referente a una acción o a una decisión.
- Responsabilidad: Valor que permite reflexionar, administrar y orientar los actos.
- Respeto: Valoración que se tiene hacia una cosa o persona.
- Calidad: Capacidad que posee un objeto para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas.

- Lealtad: Virtud de defender y de ser fieles a lo que creemos y a quien creemos.
- Confidencia: Secreto particular o íntimo que se cuenta con confianza a otra persona.
- Trabajo en Equipo: Conjunto de personas que se organizan para lograr un objetivo común.
- Tolerancia: Valor moral que implica el respeto íntegro hacia otro.
- Compromiso: Valor que permite que una persona de todo para lograr sus objetivos.

Principios

- Eficiencia y agilidad
- Innovación y creatividad
- Libertad de expresión
- Manejar eficientemente los recursos de la Empresa
- Promover el Trabajo en Equipo
- Orden, y limpieza dentro de la empresa.
- Compromiso con los trabajadores, clientes, proveedores y con la sociedad.
- Motivar y Reconocer los logros alcanzados por los miembros de la empresa.
- Nos caracterizamos por ser ampliamente transparentes

Políticas

- El personal a contratar deberá firmar un contrato de trabajo y al menos tener estudios secundarios

- Prohibido el ingreso al trabajo en estado etílico.
- La atención y servicio al cliente serán acciones de alta prioridad
- Prohibido ingresar con mascotas.
- Prohibido fumar o ingerir otros estupefacientes dentro de la empresa.
- Todo empleado deberá ser leal en los aspectos relacionados a la Empresa.
- La limpieza del local se la realizara al inicio y final de la jornada.

Objetivos

- Siempre salir hacia adelante, ofreciendo servicios de calidad
- Aportar a la economía de la provincia, ciudades y del Ecuador creando fuentes de trabajo.
- Capacitar al personal constantemente para que desarrollen eficientemente sus actividades.
- Buen servicio, atención puntual y oportuna a los clientes
- Compromiso con el cliente

5. ¿Tiene Organigrama la empresa de servicios FUMILIMPIEZA para ver su estructura?

El Ing. Luis Sandoval gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, pudo manifestar en relación a esta interrogante, que la empresa no cuenta con organigramas de la empresa para ver su estructura la jerarquía, las responsabilidades, líneas de autoridad, entre otros.

6. ¿La empresa de servicios FUMILIMPIEA cuenta con un Manual de Funciones que identifique las actividades que deben desarrollar cada empleado-trabajador?

De acuerdo a esta pregunta el Ing. Luis Sandoval gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, pudo manifestar que la empresa no cuenta con un manual de funciones que identifique las actividades tareas que deben desarrollar cada uno de los empleados y trabajadores de la empresa.

7. ¿Cuenta la empresa de servicios FUMILIMPIEZA con catálogos para que los clientes vean con facilidad los servicios que ofrece?

El Ing. Luis Sandoval gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, pudo manifestar que la empresa si cuenta con un catálogo para que los clientes o la ciudadanía en general observen con facilidad los servicios que ofrece la misma,

8. ¿Cómo realiza Ud. las actividades en su empresa, en grupo o equipo?

Al respecto el gerente propietario Ing. Luis Sandoval, de acuerdo a esta interrogante, manifestó que de acuerdo a las actividades que se realizan trabaja en grupo o en equipo, es decir cuando los empleados se agrupan para realizar la limpieza de una casa, empresa o institución se trabaja en equipo, otro ejemplo se podría decir cuando los trabajadores van a realizar la fumigación.

9. ¿El local donde funciona la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” es propio o arrendado?

El gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, manifestó que la empresa se encuentra ubicada en el Barrio El Pedestal, calles Rocafuerte y Nicolás García, no es un lugar céntrico, y además es arrendado.

10. ¿Qué servicios brinda la empresa de servicios FUMILIMPIEZA que usted dirige a la ciudadanía en general?

Al respecto el Ing. Luis Sandoval, gerente propietario de la empresa en estudio pudo indicar que la empresa brinda servicios de limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza.

11. ¿Cuál es el proceso que realiza para la prestación de los diferentes servicios de la empresa “FUMILIMPIEZA que ofrece a la ciudadanía?

Supo manifestar el gerente propietario de la empresa FUMILIMPIEZA que los procedimientos para prestar los servicios es primeramente ir realizar una inspección gratuita al domicilio empresa o institución de acuerdo quien lo requiera, posterior se fija los precios, y por último se estable las fechas para realizar los servicios requeridos.

12. ¿Qué elementos toma en consideración para la prestación de los servicios que ofrece la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

Al respecto el gerente propietario de la empresa en estudio pudo indicar que los elementos que considera primordiales para los servicios que ofrece FUMILIMPIEZA, son el servicio de calidad a la ciudadanía en general, la rapidez y variedad de los servicios, buena atención a los usuarios.

13. ¿De qué manera usted mantiene un buen ambiente laboral en la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”?

Supo indicar el Ing. Luis Sandoval que el ambiente laboral en la empresa es excelente, que se los motiva a los empleados y trabajadores, a través de rifas, eligiendo el mejor empleado o trabajador, un presente en días festivos, entre otros.

14. ¿La empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” cuenta con una base de datos de sus clientes?

Al respecto manifestó el gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, que si cuenta con una base de datos de los clientes.

15. ¿A qué tipo de clientes van dirigidos los servicios que ofrece su empresa?

Supo indicar el Ing. Luis Sandoval que los servicios que ofrece la empresa son de limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza, están dirigidos a la ciudadanía en general, a domicilios empresas privadas, instituciones públicas.

16. ¿Cree usted que la ubicación física de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” es estratégica con respecto a la de sus competidores?

Al respecto el Ing. Luis Sandoval, gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, indico que la empresa se encuentra ubicada en el barrio El Pedestal, calles Rocafuerte y Nicolás García, no es un lugar estratégico por cuanto no está en un lugar central de la ciudad para que puedan los clientes en general acceder con facilidad al lugar.

17. ¿A nivel local quienes cree usted que son sus principales competidores para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

Supo manifestar el Ing. Luis Sandoval gerente propietario de la empresa en estudio que sus competidores con que cuenta la empresa FUMILIMPIEZAS, son: Super servicios ubicada en la Estancia Norte, calles ultimas noticias y el Fénix; Lcs Leo’s Cleaning Service ubicada en la Avda. Salvador Bustamante Celi y Franscisco Rodas; Fumitac Loja ubicada en las calles Perú y Venezuela; y, Fumisur ubicada en la ciudadela Clodoveo Jaramillo calles Rio de Janeiro y Asunción

18. ¿Indique quiénes son los principales proveedores para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

Al respecto el gerente propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, manifestó que entre sus proveedores principales se encuentran para la adquisición de los productos de servicios de limpieza, fumigación, mantenimiento,

venta de productos y equipos de limpieza son : JF Servidet-Loja, Insectacorp - Guauaquil, Distribuidora León de Loja, Loja limpia, Supermaxi, Zerimar, Gran Aki.

19. ¿El personal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” tiene definida las funciones que desempeña cada uno de los empleados-trabajadores

Supo indicar el Ing. Luis Sandoval que la empresa no cuenta con las funciones que deben desempeñar cada uno de los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA, por tal motivo le hace falta incrementar un manual de funciones donde se especifica las actividades que cada uno debe realizar.

20. ¿Tiene la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” promociones y publicidad para los clientes?

En cuanto a esta interrogante el Ing. Luis Sandoval manifestó que la empresa cuenta con pocas promociones y publicidad para la ciudadanía en general, sería bueno realizar un plan de promociones y publicidad que cumpla la empresa y con ello pueda la empresa tener más posición en el mercado.

21. ¿Cómo gerente-propietario de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” les ha otorgado capacitaciones constantemente a sus empleados-trabajadores?

Al respecto el gerente propietario Ing. Luis Sandoval, manifestó que aproximadamente 3 años no los ha capacitado a los empleados y trabajadores de

acuerdo a las actividades que cada uno de ellos cumple, se tendría que realizar un plan de capacitación anual para de esa manera el personal rinda eficiente y eficazmente en sus funciones y además se encuentre motivado.

22. ¿Mencione las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene su empresa?

Fortalezas: Calidad de los productos y de los servicios. Inspecciones gratis a domicilio. Sostenibles relaciones comerciales con proveedores. Precios competitivos; Fidelidad de los clientes. La empresa tiene más de 15 años en el mercado. Las utilidades son invertidas en el desarrollo de la empresa.

Debilidades: La empresa no tiene definida su estructura jerárquica que permita delimitar obligaciones y responsabilidades. Ineficiente publicidad y promociones. Contamos con indumentaria de personal de mediana protección para los trabajadores. Falta de capacitación al personal. Ausencia de equipos informáticos. No cuenta con un control de calidad; Mala ubicación de las oficinas. No cuenta con un plan de marketing.

Oportunidades: Incremento de la población, aumento de la demanda. Existencia de nuevos segmentos de mercado. Condiciones favorables de compra de indumentaria de personal. Alcance de medios de comunicación. Existencia de programas de capacitación integral para el personal de las empresas. Buena relación con proveedores que ofrecen productos para la limpieza y fumigación.

Gran uso de la demanda de limpieza y fumigación. Lugares centrales y estratégicos para la ubicación de empresas

Amenazas: Reducción de remesas enviadas por migrantes. Políticas fiscales agresivas. Incremento de nueva Competencia. Precios bajos de la competencia. Inestabilidad económica. Tendencia a la inestabilidad del precio. Usuarios más exigentes. Impuestos altos a las empresas

3.3. Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los empleados-trabajadores de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, en un total de 11.

1. ¿Indique qué cargo desempeña en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

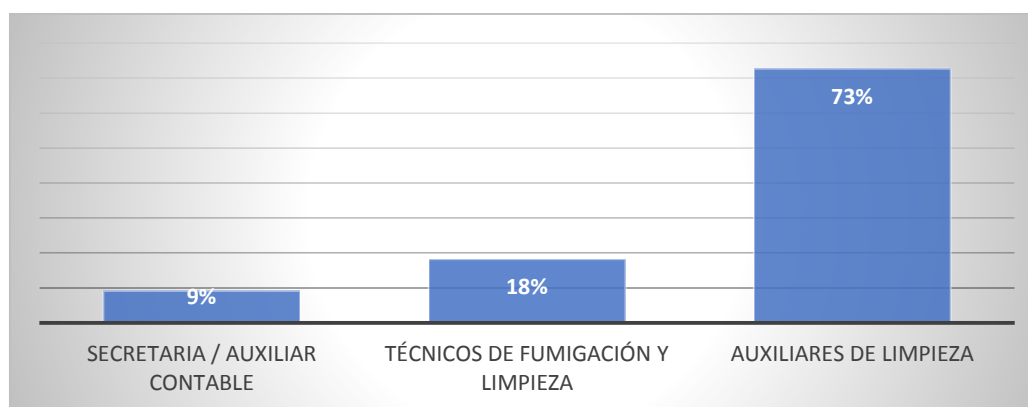
Tabla 4. Cargo que desempeñan

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Secretaria / Auxiliar contable	1	9%
Técnicos de fumigación y limpieza	2	18%
Auxiliares de Limpieza	8	73%
TOTAL	11	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA

Elaborado por: La Autora

Figura 13. Cargo que desempeñan



Fuente: Tabla 4

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: Con la encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA se puede constatar que el 73% que corresponde a 8 empleados-trabajadores son Auxiliares de Limpieza, el 18% son Técnicos de fumigación y Limpieza; y el 9% labora como Secretaria/Auxiliar contable.

2. ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

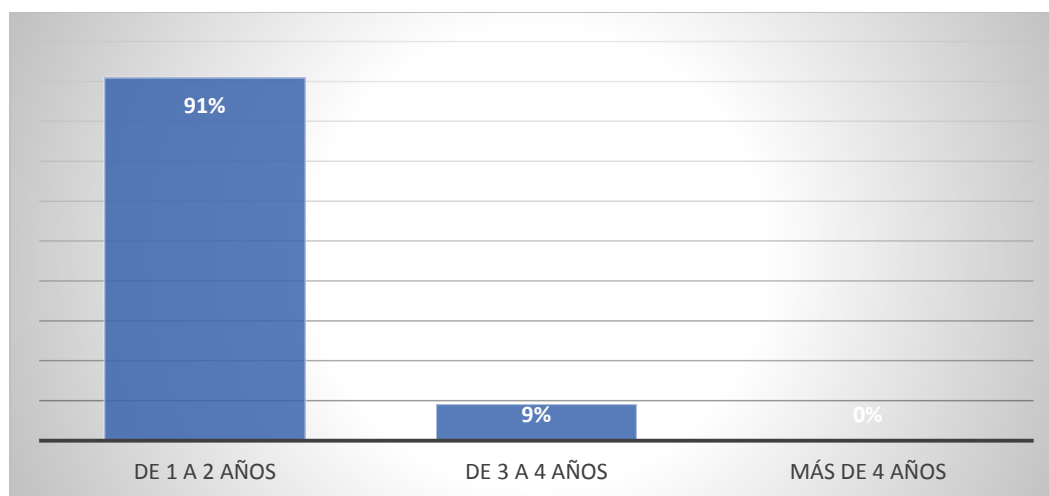
Tabla 5. Tiempo que labora

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 2 años	10	91%
De 3 a 4 años	1	9%
Más de 5 años	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA

Elaborado por: La Autora

Figura 14. Tiempo que labora



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: Luego de realizar la encuesta en la empresa de servicios de FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 91% de los empleados-trabajadores laboran entre 1 a 2 años; y el 9% está laborando entre 3 y 4 años.

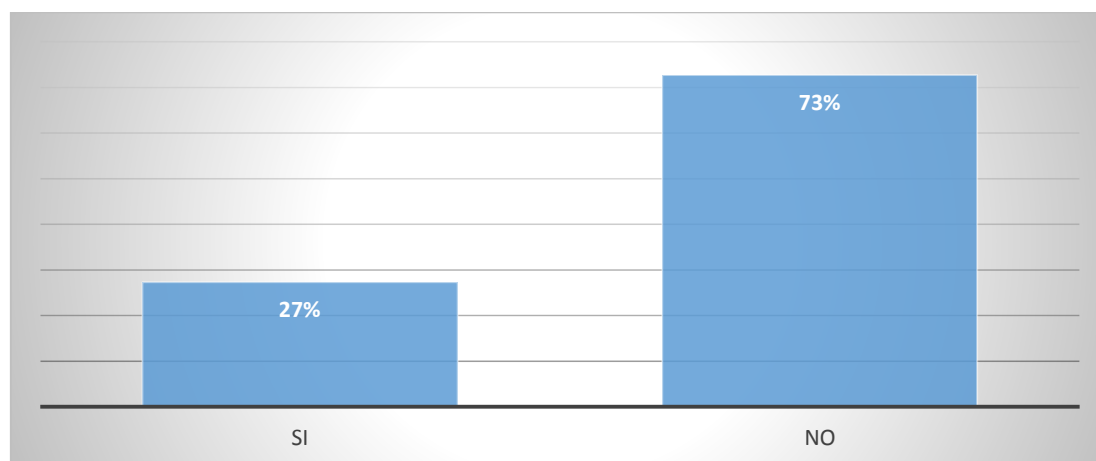
3. ¿Conoce usted la misión, visión, valores, principios, políticas, objetivos de la empresa?

Tabla 6. Misión, Visión de la empresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	27%
No	8	73%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA
Elaborado por: La Autora

Figura 15. Misión, Visión de la empresa



Fuente: Tabla 6
Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: El 73% de los empleados – trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA no tienen conocimiento acerca de la misión, visión valores, políticas, principios, objetivos de la empresa; y el 27% de los empleados – trabajadores

tiene un leve conocimiento acerca de la misión, visión, políticas, principios, objetivos de la empresa.

4. ¿Usted como empleado- trabajador conoce los objetivos de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

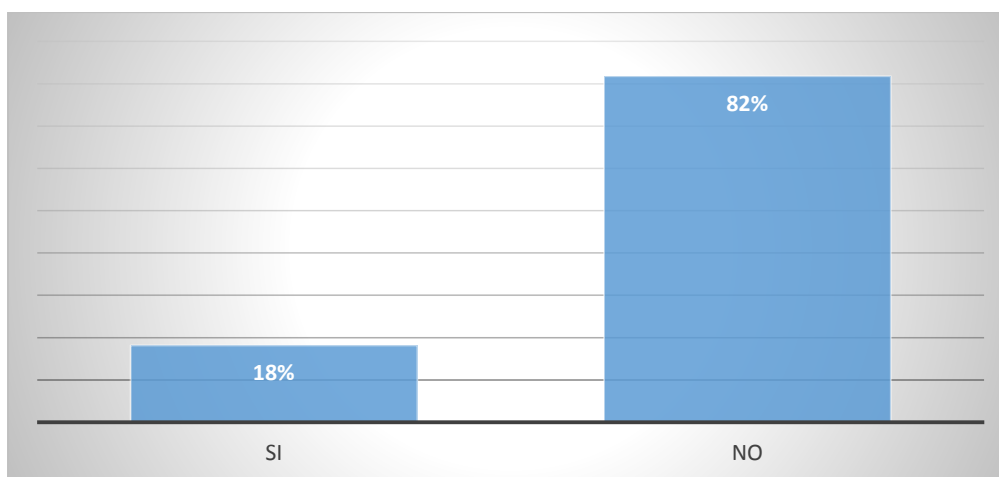
Tabla 7. Objetivos de la empresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	18%
No	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA

Elaborado por: La Autora

Figura 16. Objetivos de la empresa



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: Del 100% de los empleados – trabajadores encuestados de la empresa FUMILIMPIEZA, el 82% de ellos no tiene conocimiento acerca de los objetivos de la empresa; mientras que el 18% tiene poco conocimiento acerca de los mismos.

5. ¿Conoce usted si la empresa de servicios FUMILIMPIEZA cuenta con un plan estratégico?

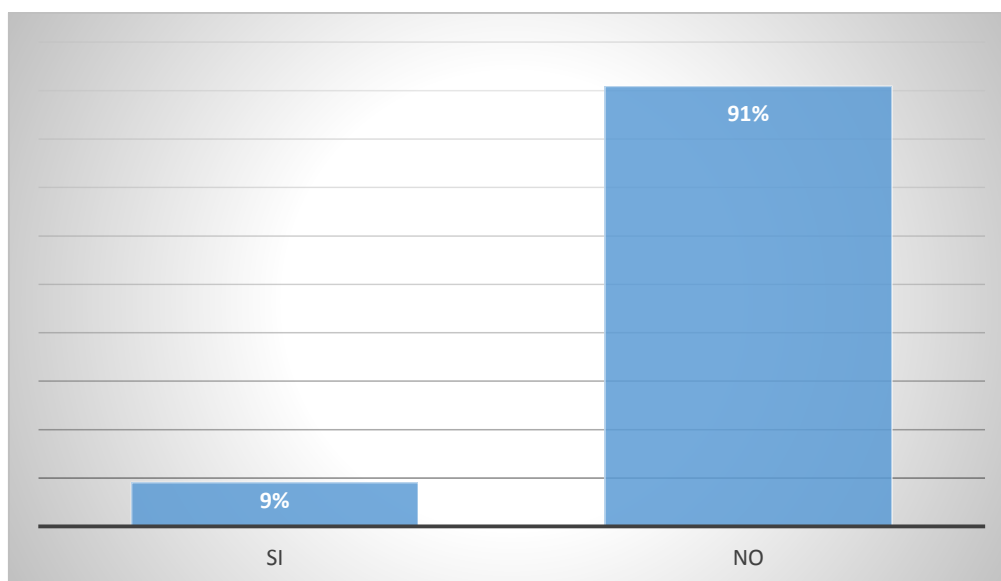
Tabla 8. Plan estratégico de la empresa

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	1	9%
No	10	91%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA

Elaborado por: La Autora

Figura 17. Plan estratégico de la empresa



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: Luego de realizar la encuesta a los empleados – trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA, nos podemos dar cuenta que el 91% de ellos no tiene conocimiento si la empresa tiene un Plan Estratégico, mientras que el 9% conoce algo acerca del Plan Estratégico.

6. ¿Cuál de los siguientes valores empresariales pone en práctica?

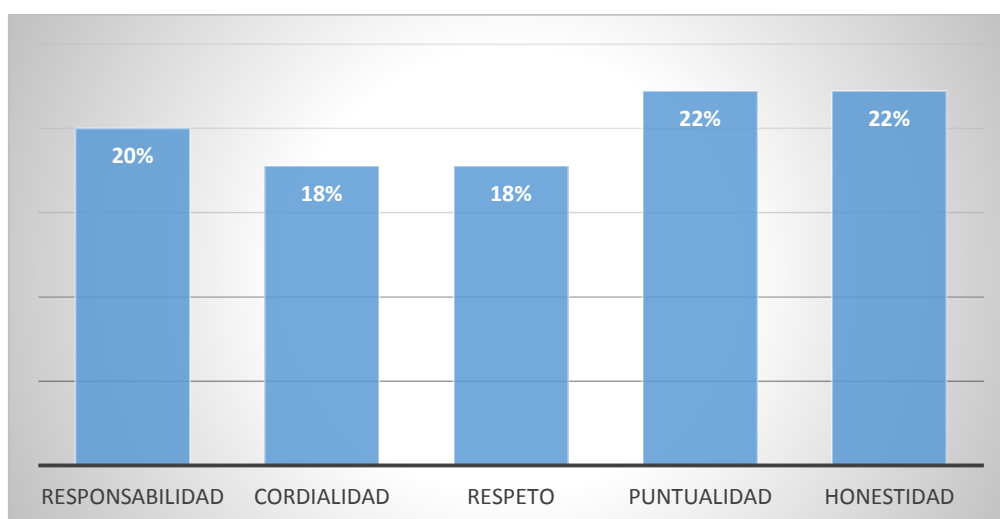
Tabla 9. Valores de la empresa

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Responsabilidad	9	20%
Cordialidad	8	18%
Respeto	8	18%
Puntualidad	10	22%
Honestidad	10	22%
TOTAL	45	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA

Elaborado por: La Autora

Figura 18. Valores de la empresa



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: Al realizar la encuesta a los empleados – trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA, nos damos cuenta que los valores empresariales que ellos ponen en práctica son la puntualidad y honestidad con el 22% cada una; de ahí siguen la responsabilidad con el 20% y finalmente con el 17% se encuentra la cordialidad y el respeto.

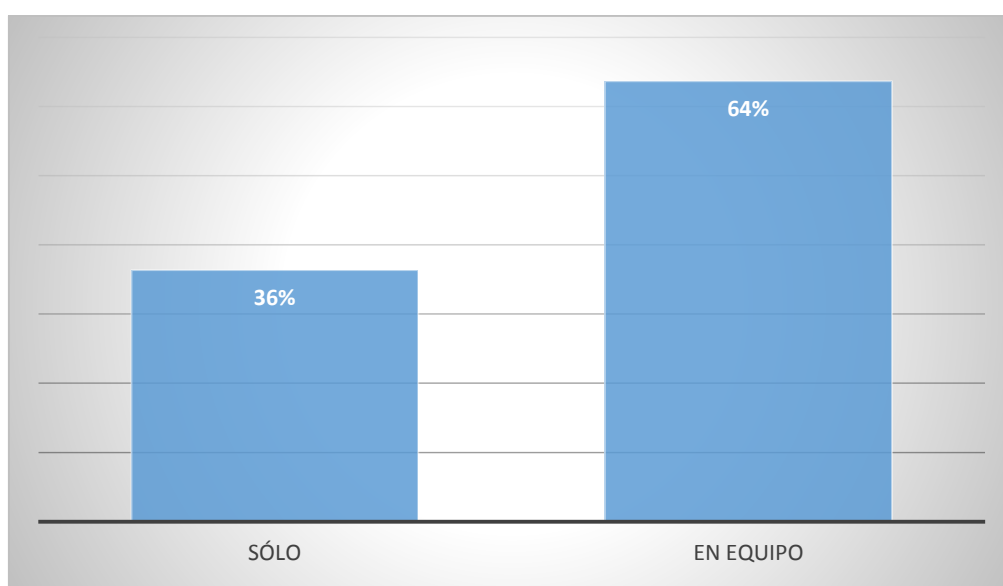
7. ¿Cómo le gusta trabajar a Ud. en la empresa?

Tabla 10. Trabajo solo o en equipo

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sólo	4	36%
En equipo	7	64%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.
Elaborado por: La Autora

Figura 19. Trabajo solo o en equipo



Fuente: Tabla 10
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: Luego de realizar la encuesta a los empleados – trabajadores de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, nos damos cuenta que el 64% de empleados-trabajadores les gusta realizar sus actividades en equipo; mientras que el 36% les gusta trabajar de forma solitaria.

8. ¿Cómo considera Ud. el comportamiento de sus compañeros, dentro de la empresa?

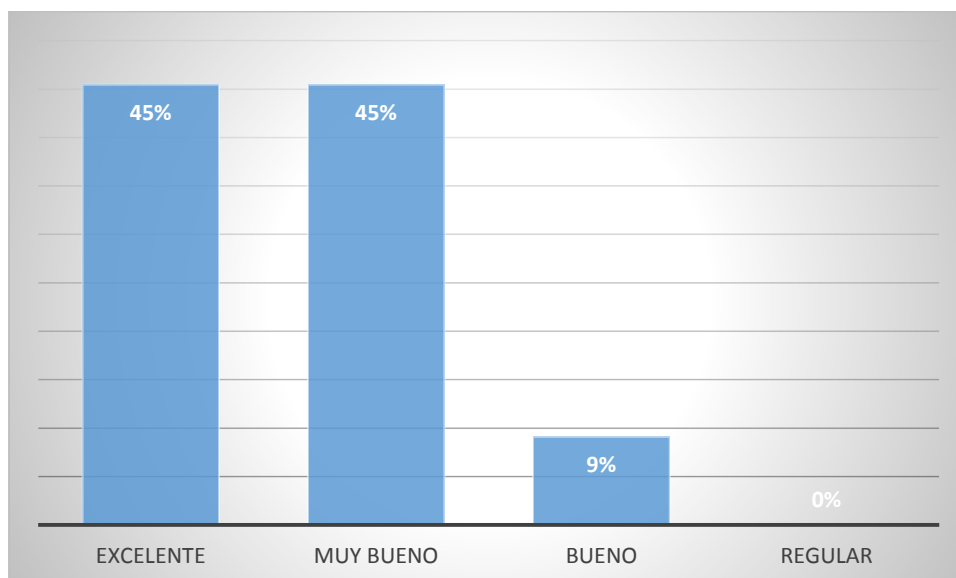
Tabla 11. Comportamiento de sus compañeros

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	5	45%
Muy Bueno	5	45%
Bueno	1	9%
Regular	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 20. Comportamiento de sus compañeros



Fuente: Tabla 9
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: Con la encuesta aplicada a los empleados – trabajadores de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede constatar que el comportamiento entre ellos, dentro de la empresa es excelente con el 45%, muy bueno 45% y bueno con el 9%.

9. ¿Utiliza programas informáticos, para realizar sus tareas o actividades en la empresa?

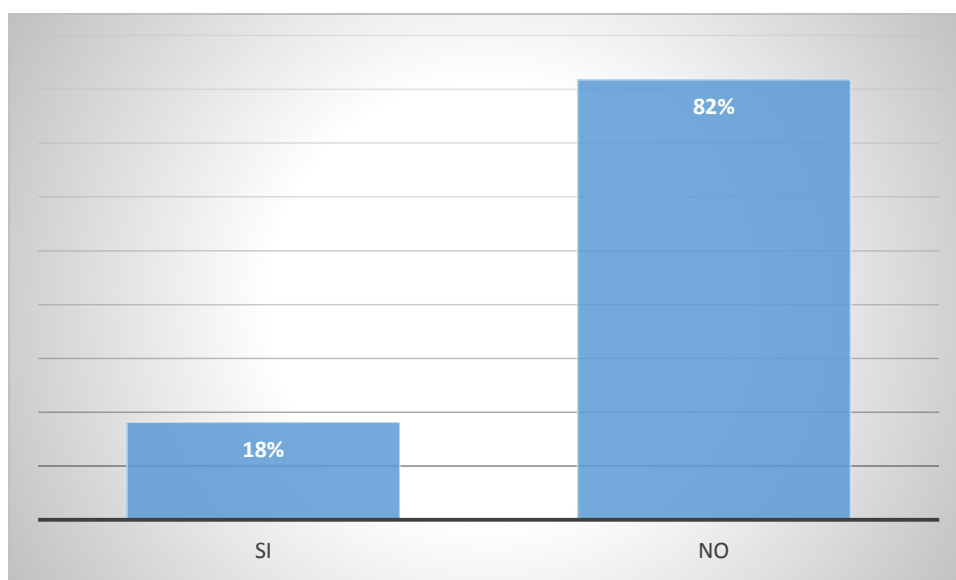
Tabla 12. Utilización de programas informáticos

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	18%
No	9	82%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 21. Utilización de programas informáticos



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: Del 100% de empleados – trabajadores encuestados en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA; el 82% de ellos no utiliza programas informáticos para realizar sus tareas o actividades de la empresa; mientras que el 18% si utiliza programas informáticos.

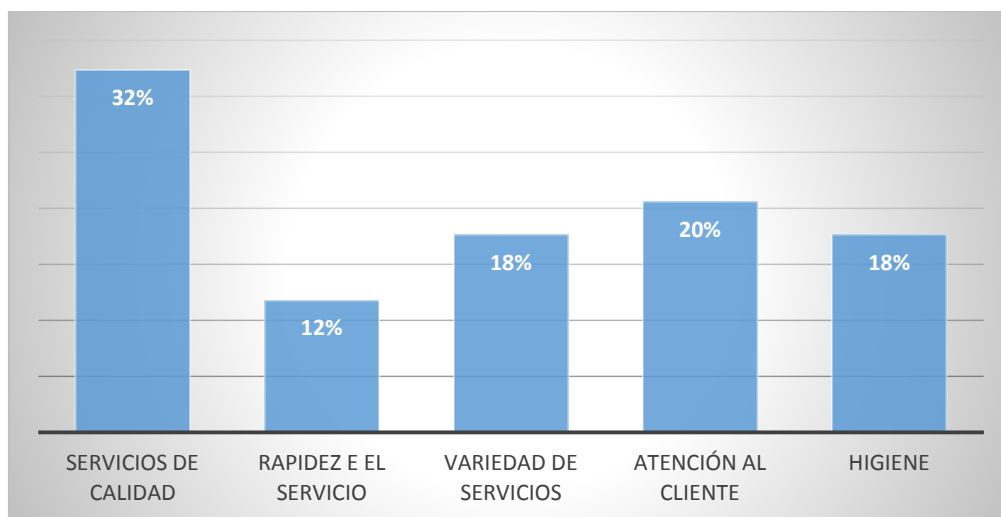
10. ¿Qué es lo más importante al momento de ofrecer los servicios que ofrece la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” a los clientes?

Tabla 13. Ofrecer Servicios

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicios de Calidad	11	32%
Rapidez en el Servicio	4	12%
Variedad de Servicios	6	18%
Atención al cliente	7	20%
Higiene	6	18%
TOTAL	34	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 22. Ofrecer Servicios

Fuente: Tabla 11

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: De los empleados – trabajadores encuestados en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, el 32% de ellos está de acuerdo que al momento de ofrecer los servicios de la empresa a los clientes, la empresa ofrece servicios de calidad; además también se encuentran de acuerdo con un 20% que la atención al cliente es importante; otros dos servicios que ofrece la empresa con 18% cada uno es Variedad de Servicios e Higiene; y finalmente, con un 12% es la rapidez en el servicio.

11. ¿El gerente- propietario de la empresa de servicios FUMLIMPIEZA les ha brindado capacitación? Si su respuesta es positiva indique en que temas

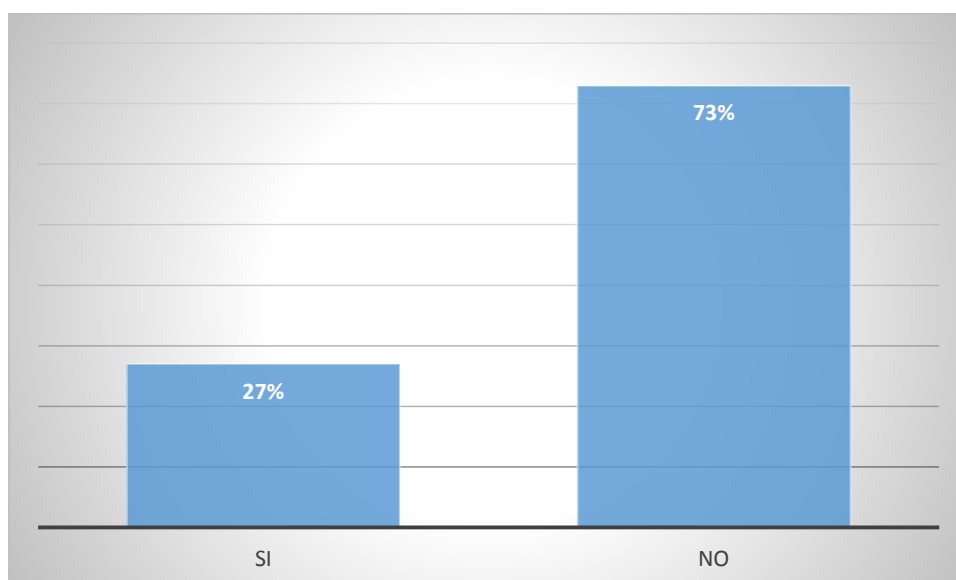
Tabla 14. Capacitaciones

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	27%
No	8	73%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 23. Capacitaciones



Fuente: Tabla 14

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la totalidad de empleados – trabajadores encuestados de la empresa FUMILIMPIEZA, el 27% de ellos afirma que si han recibido capacitación por parte del gerente; mientras el 73% de empleados – trabajadores asegura no haber recibido ningún tipo de capacitación.

12. ¿Se siente satisfecho con el ambiente de trabajo que existe en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

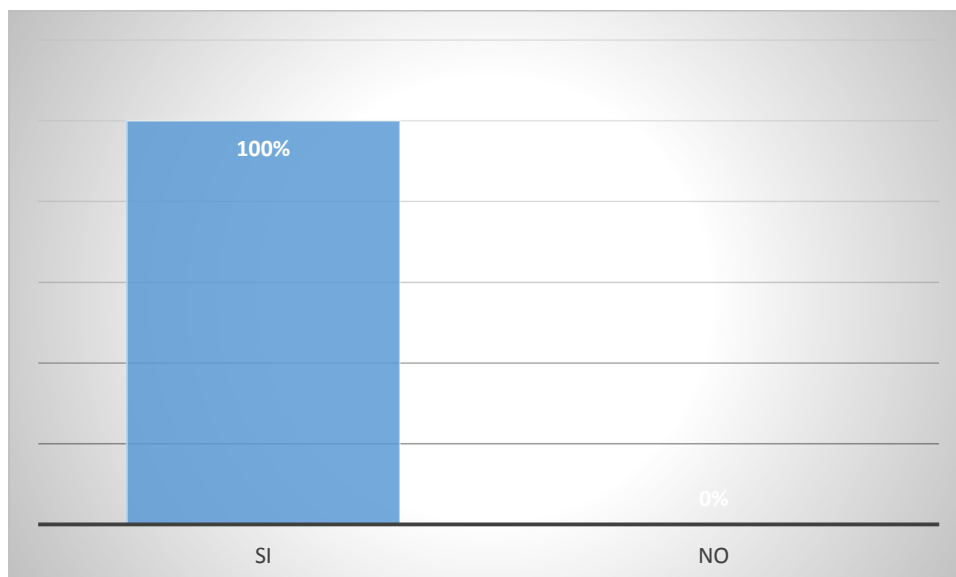
Tabla 15. Satisfacción del personal

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	100%
No	0	0%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 24. Satisfacción del personal



Fuente: Tabla 15

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: El 100% de los empleados – trabajadores encuestados de la empresa FUMILIMPIEZA, aseguran sentirse satisfechos en el ambiente laboral de la empresa.

13. ¿Cree usted que las instalaciones de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA son las adecuadas?

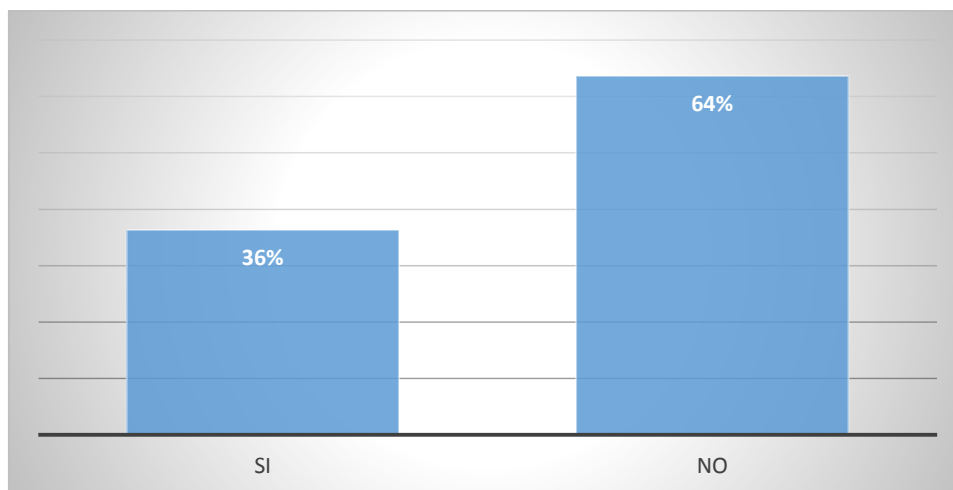
Tabla 16. Instalaciones de la empresa

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	36%
No	7	64%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 25. Instalaciones de la empresa



Fuente: Tabla 16

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: La encuesta aplicada a los empleados – trabajadores de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, da a conocer que el 64% de ellos opina que las instalaciones donde se encuentra ubicada la empresa, no es la adecuada por algunos motivos como que es muy pequeña, no es un lugar céntrico, etc.; mientras que el 36% de ellos cree que las instalaciones están bien para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA.

14. ¿Conoce si la empresa de servicios FUMILIMPIEZA realiza algún tipo de promociones?

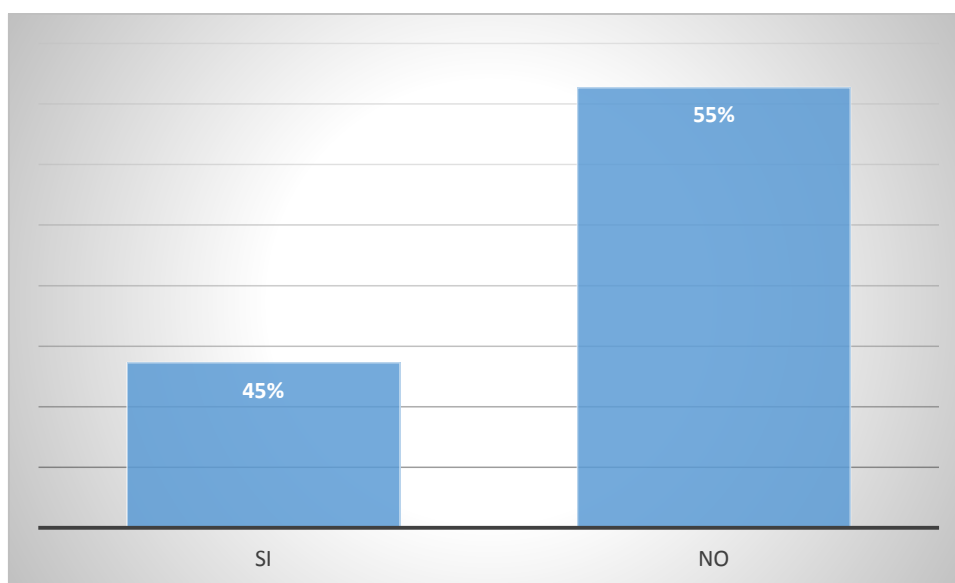
Tabla 17. Promociones

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	45%
No	6	55%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 26. Promociones



Fuente: Tabla 17

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: Del 100% de empleados – trabajadores encuestados de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, el 45% tiene un leve conocimiento acerca de las promociones ofrecidas por la empresa; mientras el 55% de ellos no tiene conocimiento alguno que promociones ofrece la empresa de servicios FUMILIMPIEZA.

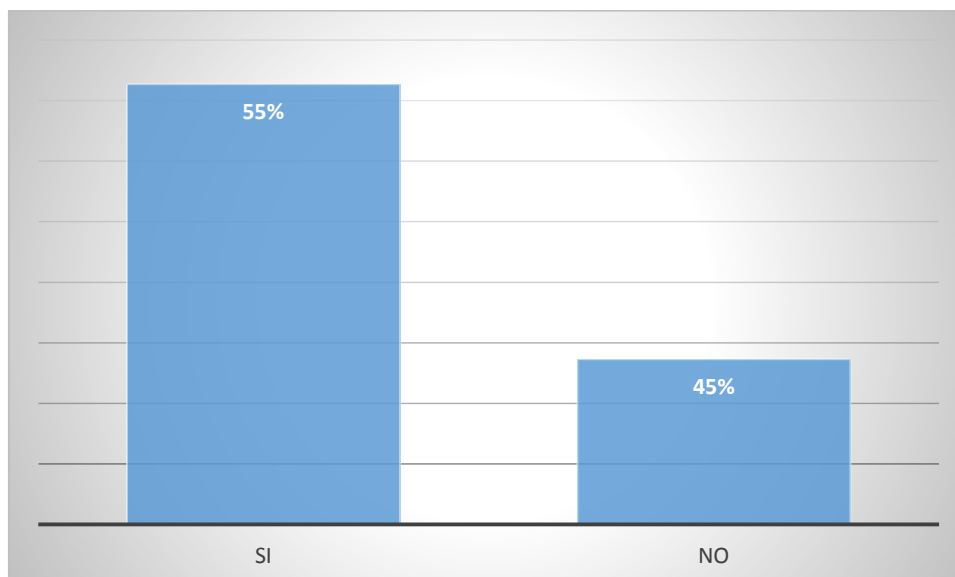
15. ¿La empresa donde usted trabaja, cuenta con publicidad para dar a conocer los servicios que ofrece?

Tabla 18. Publicidad

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	55%
No	5	45%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.
Elaborado por: La Autora

Figura 27. Publicidad



Fuente: Tabla 18
Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: El 55% de los empleados – trabajadores encuestados de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA conocen que la empresa ofrece publicidad a la ciudadanía en general, mientras que el 45% indicaron desconocer si la empresa brinda publicidad en los diferentes medios de comunicación sobre los servicios que ofrecen la misma.

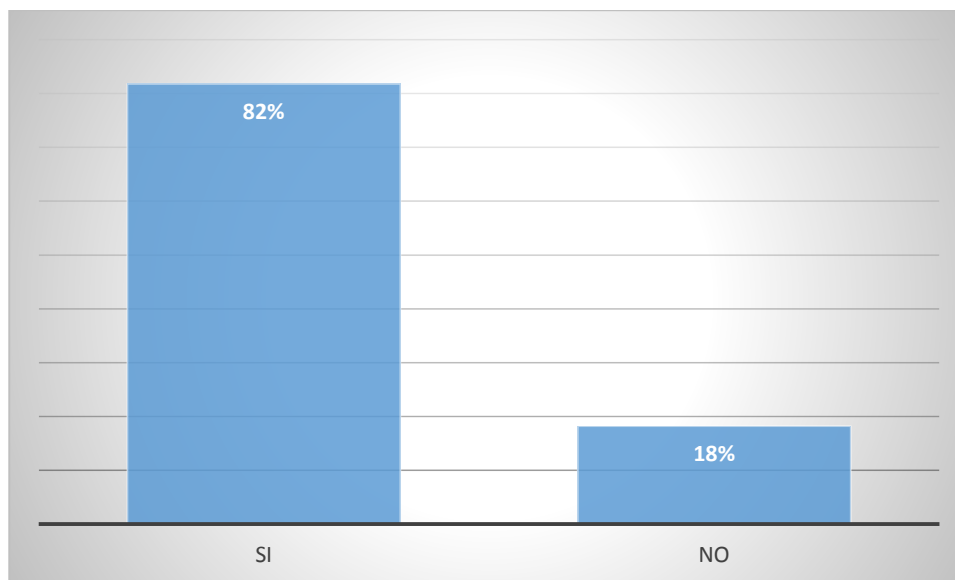
16. ¿La empresa de servicios FUMILIMPIEZA actualmente cuenta con una base de datos de sus clientes?

Tabla 19. Base de datos de los clientes

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	82%
No	2	18%
TOTAL	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los empleados-trabajadores de la empresa FUMILIMPIEZA.
Elaborado por: La Autora

Figura 28. Base de datos de los clientes



Fuente: Tabla 19
Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De los empleados – trabajadores encuestados de la empresa de servicios de FUMILIMPIEZA, el 82% conoce que la empresa tiene una base de datos de sus clientes; mientras que el 18% de los empleados – trabajadores encuestados no sabe si existe una base de datos de los clientes.

17. ¿Enumere las principales fortalezas con las que cuenta la empresa donde usted labora?

Dentro de las fortalezas que los 11 encuestados que son empleados y trabajadores, manifestaron que la empresa cuenta con servicios y productos de calidad, que los precios son competitivos, que la empresa tiene 15 años de servicio a la comunidad.

18. ¿Establezca las principales debilidades de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

Los 11 encuestados manifestaron que la empresa no tiene definida las funciones a cada uno de los empleados y trabajadores, no hay suficiente publicidad y promociones, no tienen vestimenta adecuada para la protección de la salud, no ha existido capacitación, ni hay equipos informáticos.

19. ¿Cuáles considera Ud. que son las principales oportunidades que tiene la empresa?

Manifestaron los 11 encuestados que son los empleados y trabajadores que existen oportunidades como lugares donde se puedan adquirir la indumentaria o sea la vestimenta adecuada para realizar las tareas de servicio y fumigación, existen medios de comunicación para dar a conocer la empresa mediante un plan de publicidad, que debería capacitarse a personal, de arreglar las oficinas o cambio de local más céntrico.

3.4. Análisis, tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, en un total de 241.

1. ¿Seleccione su género?

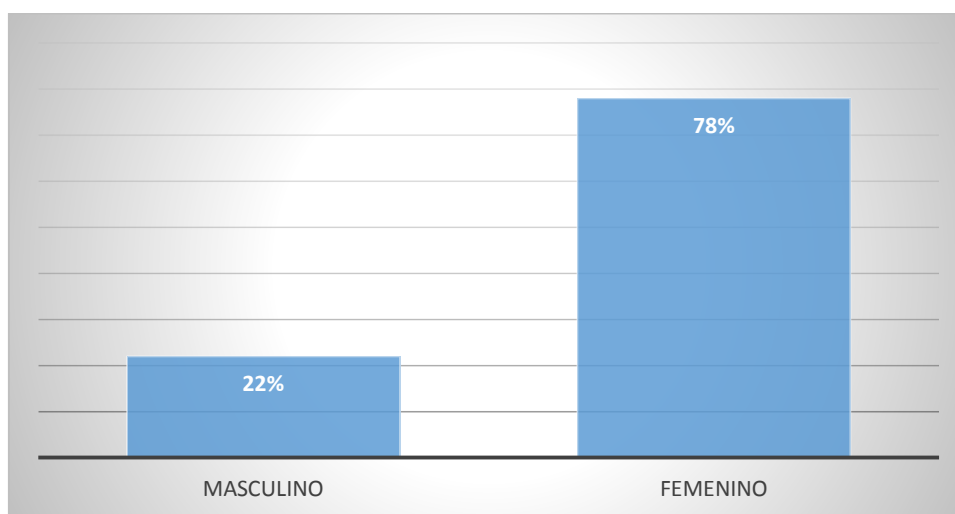
Tabla 20. Género

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	53	22%
Femenino	188	78%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 29. Género



Fuente: Tabla 20

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 78% indicaron que son de género femenino; mientras que el 22% indicaron que son de género masculino.

2. ¿Indique cuáles son sus ingresos mensuales?

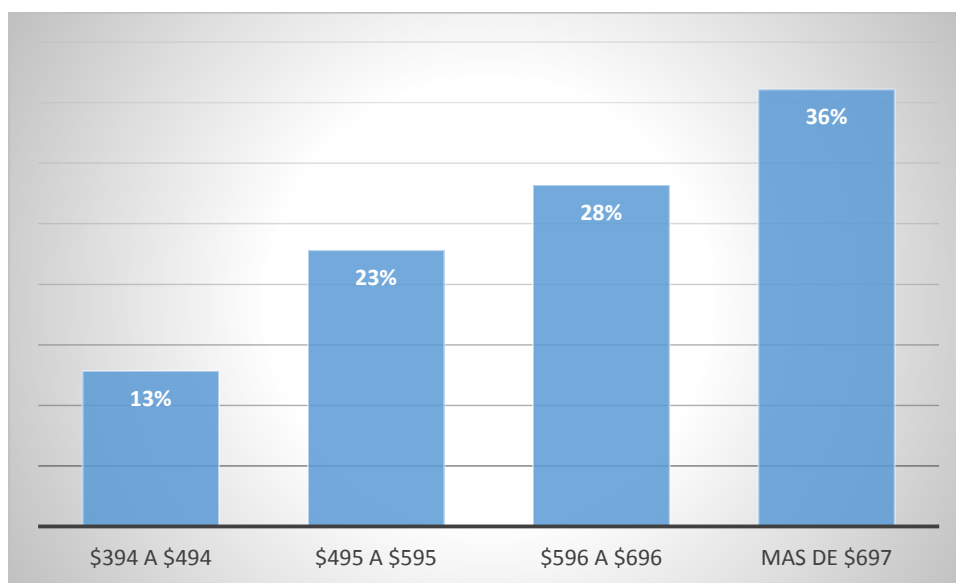
Tabla 21. Ingresos mensuales

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$394 a \$494	31	13%
\$495 a \$595	55	23%
\$596 a \$696	68	28%
más de \$697	87	36%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 30. Ingresos mensuales



Fuente: Tabla 21

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 36% manifiestan que perciben una remuneración más de \$697 dólares mensuales; mientras que el 28% perciben un sueldo de \$596 a \$696; el 23% tienen una remuneración entre \$495 a \$595; y, el 13% tienen un sueldo mensual entre \$394 a \$494.

3. ¿Indique con qué frecuencia al mes requiere de los servicios de la empresa “FUMILIMPIEZA”?

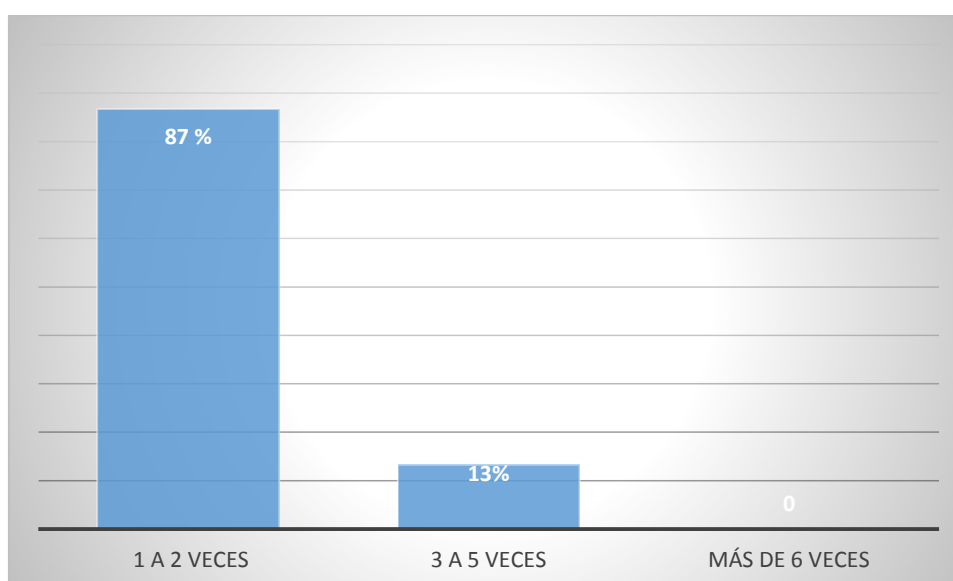
Tabla 22. Frecuencia de requerimiento de los servicios

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 2 veces	209	87%
3 a 5 veces	32	13%
más de 6 veces	0	0%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 31. Frecuencia de requerimiento de los servicios



Fuente: Tabla 22

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar el 87% indican que requieren de los servicios de 1 a 2 veces por mes, mientras que el 13% manifiestan que utilizan los servicios de 3 a 5 veces al mes.

4. ¿Cómo considera usted que son los servicios que ofrece la empresa FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja?

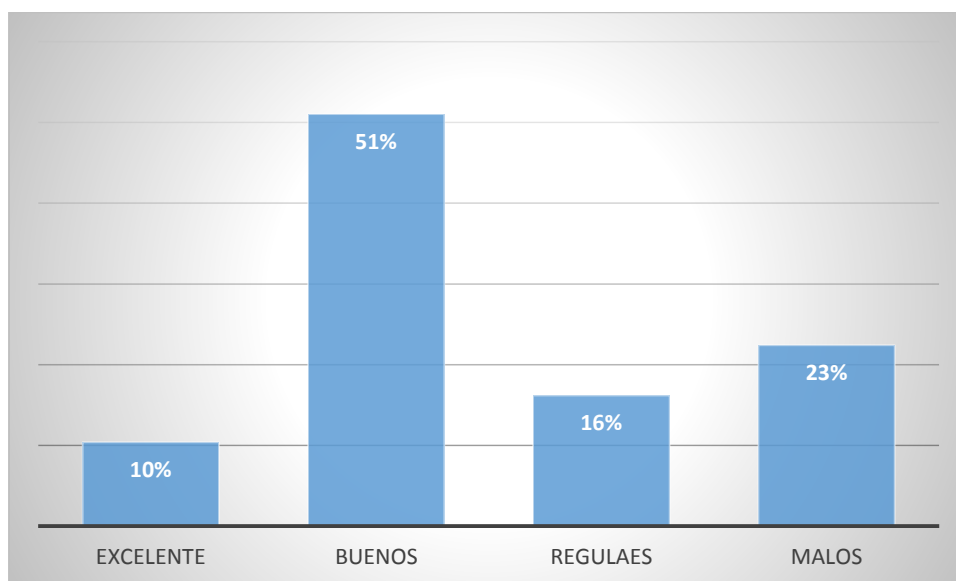
Tabla 23. Consideración de los servicios que ofrece la empresa

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	25	10%
Buenos	123	51%
Regulares	39	16%
Malos	54	23%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 32. Consideración de los servicios que ofrece la empresa



Fuente: Tabla 23

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 51% consideran que los servicios son buenos; el 23% indican que son malos; otro grupo que corresponden

al 16% manifiestan que los servicios son regulares; y un 10% indican que los servicios son excelentes.

5. ¿Qué servicios le ofrece la empresa FUMILIMPIEZA?

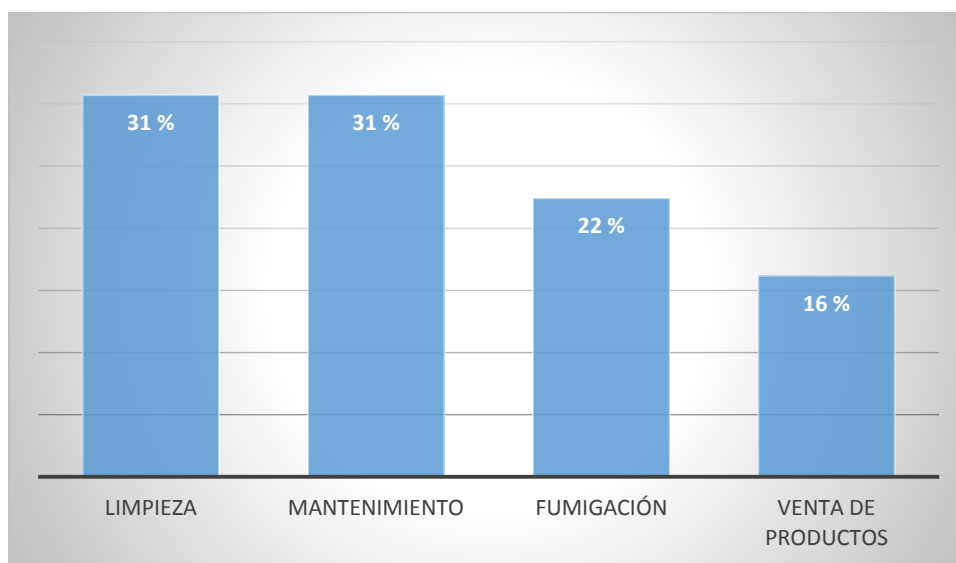
Tabla 24. Servicios que ofrece

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Limpieza	74	31%
Mantenimiento	74	31%
Fumigación	54	22%
Venta de productos	39	16%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 33. Servicios que ofrece



Fuente: Tabla 24

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 31% utilizan los servicios de limpieza y mantenimiento de casas, oficinas, entre otros; el 22% indican

que utilizan el servicio de fumigación; y, el 16% manifestaron que compran productos que vende la empresa.

6. ¿La atención que le brinda el personal (empleados-trabajadores) en la empresa es?

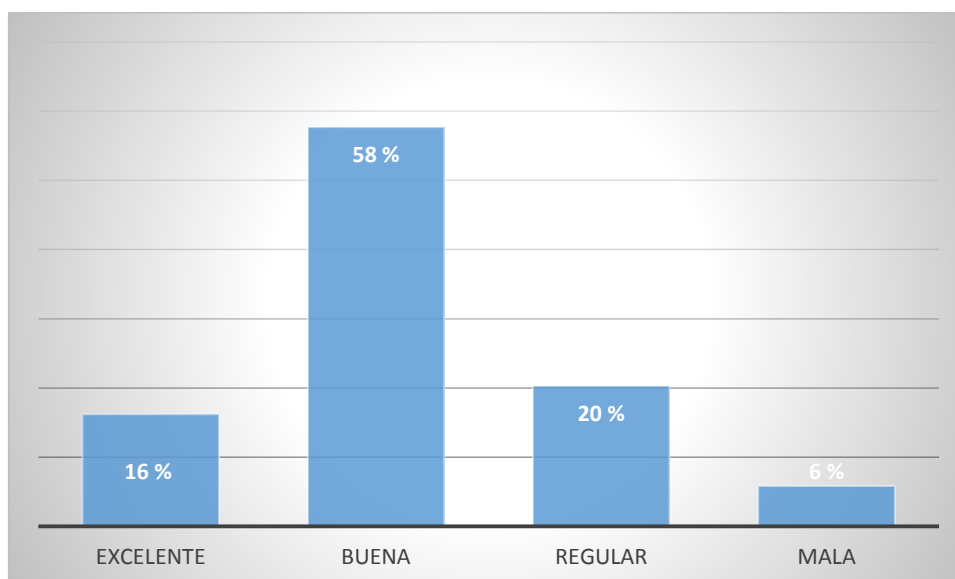
Tabla 25. Atención de los empleados-trabajadores

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	39	16%
Buena	139	58%
Regular	49	20%
Mala	14	6%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 34. Atención de los empleados-trabajadores



Fuente: Tabla 25

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que la atención de los

clientes en un 58% es buena, mientras que un 20% es regular, el 16% corresponde a que la atención de los empleados es excelente, y un grupo pequeño que es del 6% indicaron que es mala.

7. ¿Considera usted que la ubicación de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA es la adecuada?

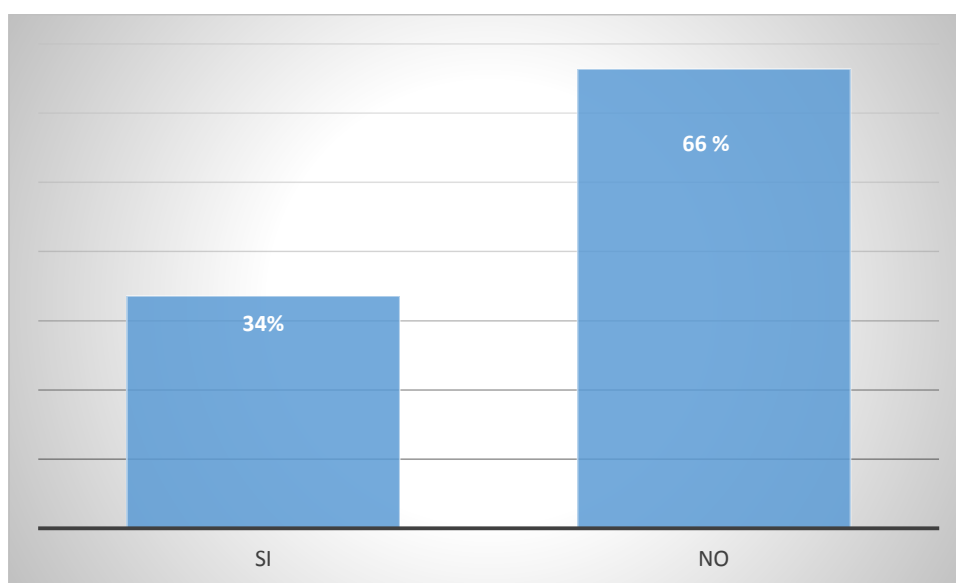
Tabla 26. Ubicación de la empresa

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	81	34%
No	160	66%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 35. Ubicación de la empresa



Fuente: Tabla 26

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 66% indican que la ubicación de la empresa no es la adecuada por cuanto no se encuentra en un lugar

céntrico de la ciudad, no hay acceso a buses es difícil de llegar; mientras que el 34% manifiestan que la empresa se encuentra bien ubicada ya que se solicita los servicios para inspecciones vía telefónica o correo electrónico.

8. Como considera usted que los precios de los servicios de la empresa son.

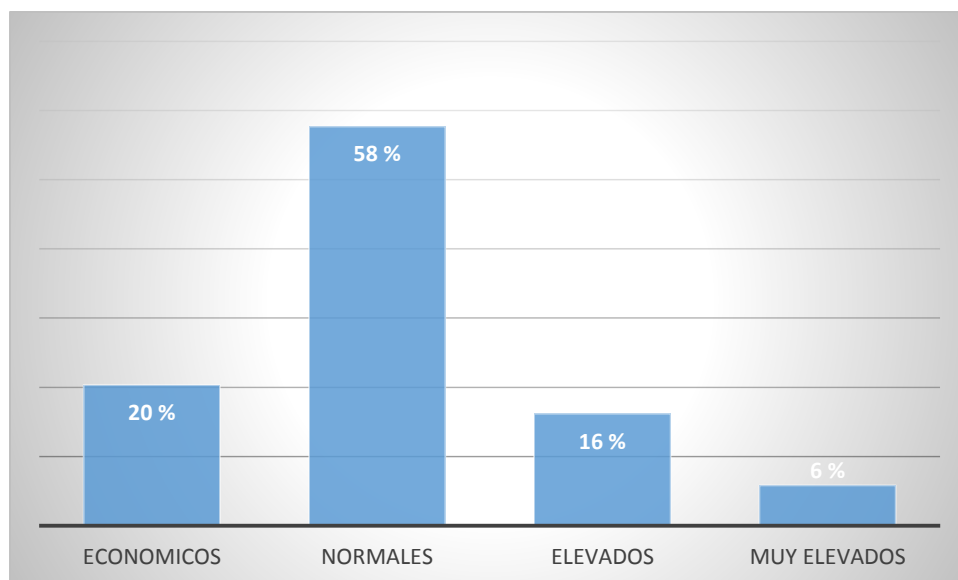
Tabla 27. Precios de los servicios

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Económicos	49	20%
Normales	139	58%
Elevados	39	16%
Muy elevados	14	6%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 36. Precios de los servicios



Fuente: Tabla 27

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 20% manifiestan que los precios son económicos; mientras que el 58% indican que son normales; el 16%

señalan que son los precios elevados; y, en un porcentaje menor que es del 6% mencionan que los precios son muy elevados.

9. ¿Según su criterio que busca en los servicios que ofrece la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

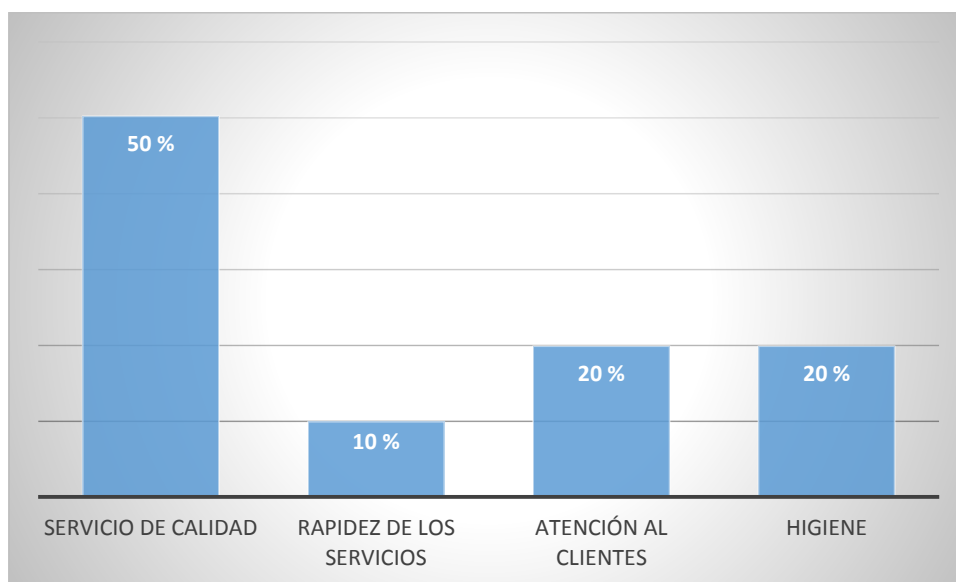
Tabla 28. Criterios del servicio

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicio de calidad	121	50%
Rapidez de los servicios	24	10%
Atención al clientes	48	20%
Higiene	48	20%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 37. Criterios del servicio



Fuente: Tabla 28

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que los clientes requieren

servicios de calidad esto corresponde al 50%, mientras que un 20% prefieren la atención al cliente y la higiene en los servicios, y el 10% indican que requieren rapidez en los servicios.

10. La empresa de servicios FUMILIMPIEZA le ha entregado algún catálogo para que observe los servicios que ofrece?

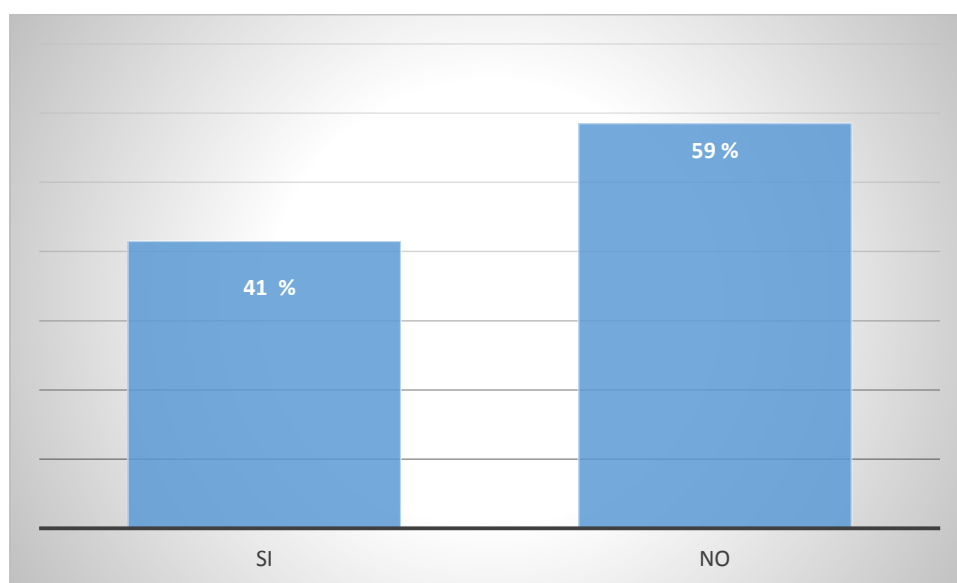
Tabla 29. Catálogo

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	100	41%
NO	141	59%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 38. Catálogo de los servicios



Fuente: Tabla 29

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 41% manifestaron

que si les han entregado catálogos para ver los servicios y productos que ofrece la empresa, mientras que el 59% indicaron que no les han entregado ningún catálogo.

11. ¿Ha recibido algún tipo de promociones por parte de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

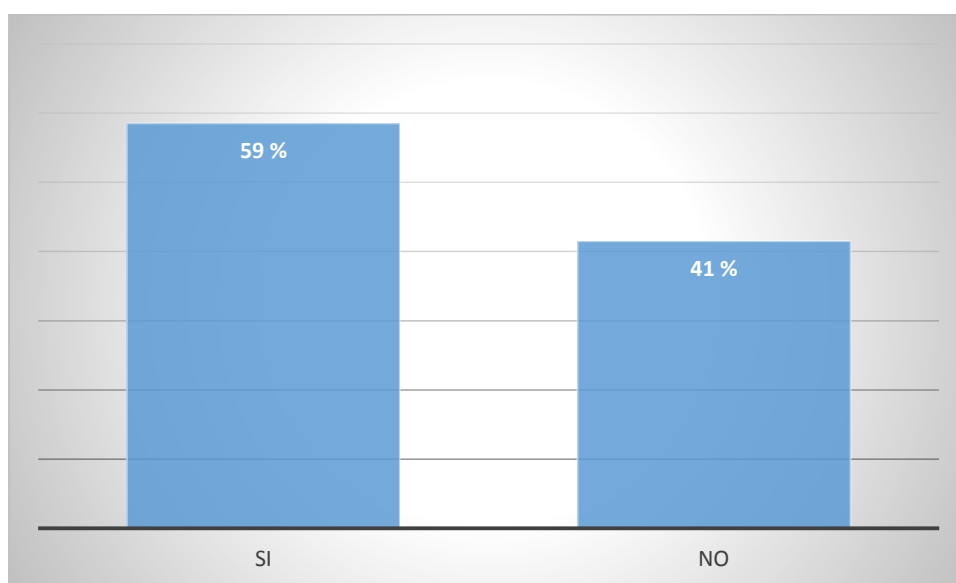
Tabla 30. Promociones

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	141	59%
NO	100	41%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 39. Promociones



Fuente: Tabla 30

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 59% si reciben promociones como lo es descuentos, o les regalan algún producto para la limpieza;

mientras que el 41% manifestaron que no reciben ninguna clase de promociones por parte de la empresa.

12. ¿Qué tipo de cliente se considera usted?

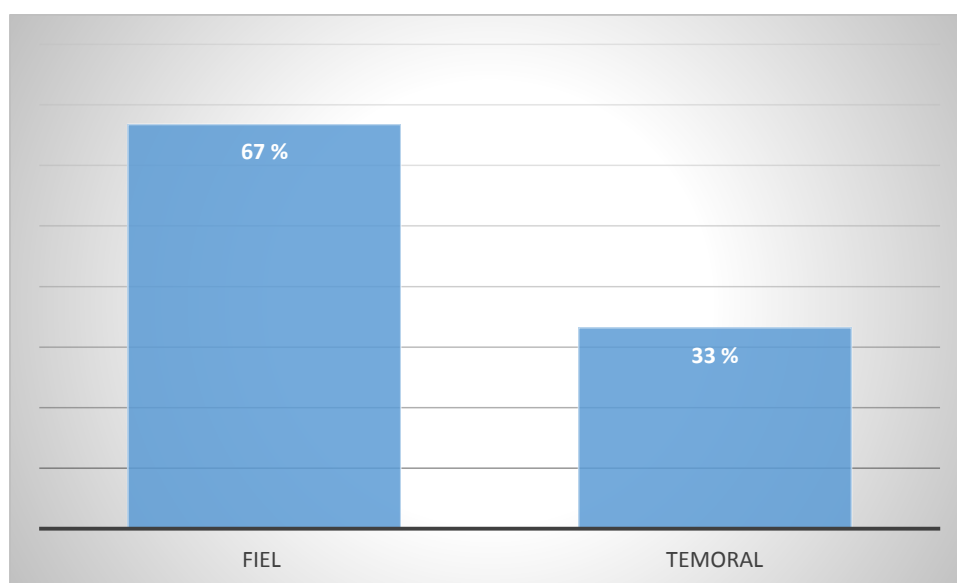
Tabla 31. Tipo de cliente

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fiel	161	67%
Temporal	80	33%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 40. Tipo de cliente



Fuente: Tabla 31

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 67% manifestaron que son fieles a la empresa de servicios Fumilimpieza, mientras que el 33% indicaron que solo utilizan el servicio temporalmente.

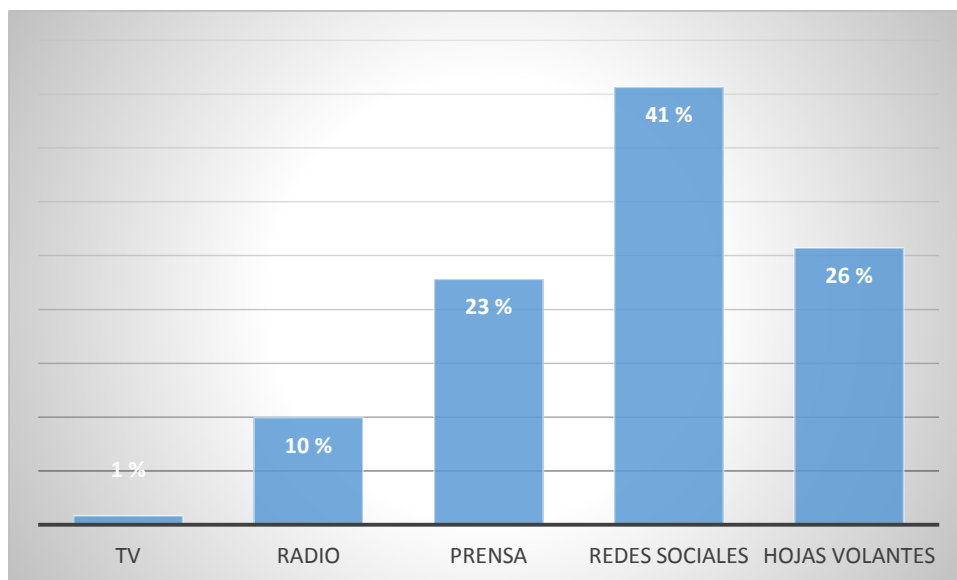
13. ¿Elija mediante qué medios de publicidad le gustaría informarse de los servicios y promociones de la empresa FUMILIMPIEZA?

Tabla 32. Medios publicitarios

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	2	1%
Radio	24	10%
Prensa	55	23%
Redes sociales	98	41%
Hojas volantes	62	26%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.
Elaborado por: La Autora

Figura 41. Medios publicitarios



Fuente: Tabla 32
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 41% manifiestan que

se dé a conocer a la empresa mediante las redes sociales, mientras que el 26% indican que con hojas volantes, el 23% en la prensa, el 10% prefiere se lo haga en las radios locales y un 1% en la televisión.

14. ¿Piensa usted que la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” es reconocida y competitiva en el mercado lojano?

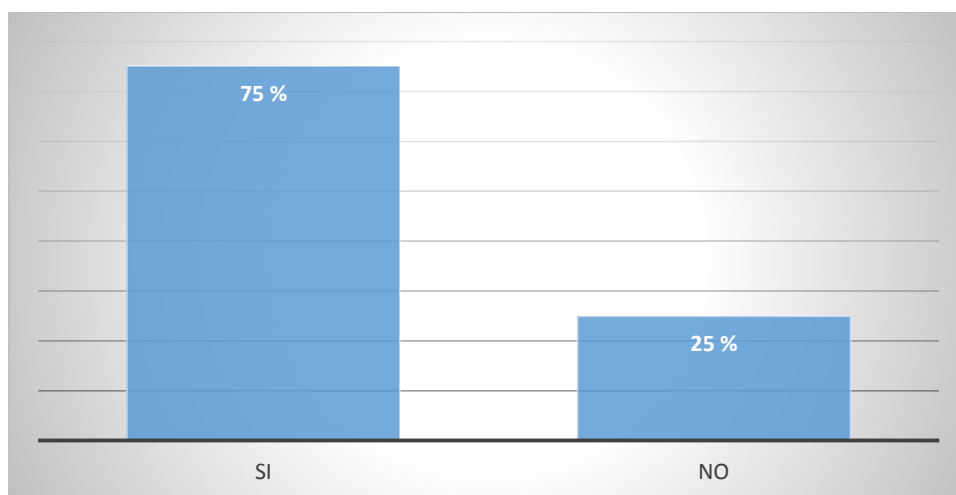
Tabla 33. Reconocida y competitiva la empresa

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	181	75%
NO	60	25%
TOTAL	241	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los clientes de la empresa FUMILIMPIEZA.

Elaborado por: La Autora

Figura 42. Reconocida y competitiva la empresa



Fuente: Tabla 33

Elaborado por: La autora

ANALISIS E INTERPRETACION: De la encuesta aplicada a los clientes de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se puede observar que el 75% manifestaron

que la empresa si es reconocida y competitiva, y el 25% indicaron que la empresa no lo es.

Capítulo 4

Diagnóstico situacional de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

En el cuarto capítulo del trabajo de investigación consta el Diagnóstico situacional de la empresa en estudio, el mismo que se divide en dos partes:

El análisis interno que se refiere a todo lo relacionado de la empresa de servicios, es decir cómo se encuentra en la actualidad, como su historia, la razón social, base legal, el objeto de la empresa, el domicilio es decir donde se encuentra ubicada, los objetivos, socios, accionistas, los valores empresariales que practican, políticas, niveles jerárquicos, los servicios/productos que ofrece, la estructura organizativa, toda esta información es necesaria para establecer los problemas que atraviesa la empresa de servicios.

La segunda parte de este capítulo se refiere al análisis externo es decir el medio que rodea a la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, tomando en cuenta las matriz Pest que consta de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos; matriz diamante de Porter que se refiere al poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de entrada de nuevos competidores, rivalidad entre competidores; la matriz de perfil competitivo tomando en consideración los factores de claves de éxito, lo que ayudaron a identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Foda)

4.1. Análisis interno de la empresa

Nace hace aproximadamente hace 15 años con el nombre de FUMISAN Cia. Ltda., como una sociedad familiar, bajo la gerencia del Ing. Luis Alberto Sandoval Ávila, su emprendimiento nació a raíz de una plaga de roedores que afectaba el domicilio de su madre; en aquellos tiempos no existía una empresa en Loja que brinde el servicio de trata de roedores, por lo que empezó con eliminación de todo tipo de animales e insectos no deseados. Luego de 7 años de iniciado su emprendimiento decide cambiar el nombre por FUMILIMPIEZA ya que notó que podía brindar otros servicios como lo son limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza. En la actualidad además de los servicios que ofrece desde sus inicios y los que ha ido añadiendo en el transcurso de los años, brinda capacitaciones a nuevas empresas de esta rama.

4.1.1. Razón Social

Razón Social: Sandoval Ávila Luis Alberto

RUC: 1103384739001

Nombre Comercial: FUMILIMPIEZA

4.1.2. Objetivo de la empresa

Actividad Económica Principal: Actividades Complementarias de Limpieza, Aseo, mantenimiento, fumigación de Edificios, Oficinas, hogares, venta de productos y equipos

4.1.3. Misión

Brindar a nuestros clientes bienes y satisfacción en cada uno de los servicios de Limpieza, Mantenimiento y Fumigación con personal altamente calificado en la puntualidad, honradez y trabajo en equipo, utilizando productos y herramientas de la más alta calidad.

4.1.4. Visión

Ser la mejor empresa del Ecuador, líder en brindar servicios de Limpieza, Mantenimiento y Fumigación de la más alta calidad, buscando siempre la excelencia y la mejora continua en todos y cada uno de los servicios que ofertamos

4.1.5. Valores

- Puntualidad: Esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado.
- Honradez: Rectitud de ánimo e integridad en el obrar.
- Ética: Declaración moral en lo referente a una acción o a una decisión.
- Responsabilidad: Valor que permite reflexionar, administrar y orientar los actos.

- Respeto: Valoración que se tiene hacia una cosa o persona.
- Calidad: Capacidad que posee un objeto para satisfacer las necesidades implícitas o explícitas.
- Lealtad: Virtud de defender y de ser fieles a lo que creemos y a quien creemos.
- Confidencia: Secreto particular o íntimo que se cuenta con confianza a otra persona.
- Trabajo en Equipo: Conjunto de personas que se organizan para lograr un objetivo común.
- Tolerancia: Valor moral que implica el respeto íntegro hacia otro.
- Compromiso: Valor que permite que una persona de todo para lograr sus objetivos

4.1.6. Principios

- Eficiencia y agilidad
- Innovación y creatividad
- Libertad de expresión
- Manejar eficientemente los recursos de la Empresa
- Promover el Trabajo en Equipo
- Orden, y limpieza dentro de la empresa.
- Compromiso con los trabajadores, clientes, proveedores y con la sociedad.
- Motivar y Reconocer los logros alcanzados por los miembros de la empresa.
- Nos caracterizamos por ser ampliamente transparentes

4.1.7. Políticas

- El personal a contratar deberá firmar un contrato de trabajo y al menos tener estudios secundarios
- Prohibido el ingreso al trabajo en estado etílico.
- La atención y servicio al cliente serán acciones de alta prioridad
- Prohibido ingresar con mascotas.
- Prohibido fumar o ingerir otros estupefacientes dentro de la empresa.
- Todo empleado deberá ser leal en los aspectos relacionados a la Empresa.
- La limpieza del local se la realizará al inicio y final de la jornada.

4.1.8. Objetivos

- Salir siempre hacia adelante, ofreciendo servicios de calidad
- Aportar a la economía de la provincia, ciudades y del Ecuador creando fuentes de trabajo.
- Capacitar al personal constantemente para que desarrollen eficientemente sus actividades.
- Brindar un buen servicio, atención puntual y oportuna a los clientes
- Tener un compromiso con el cliente

4.1.9. Proveedores

- JF Servidet de la ciudad de Loja
- Distribuidora León de la ciudad de Loja

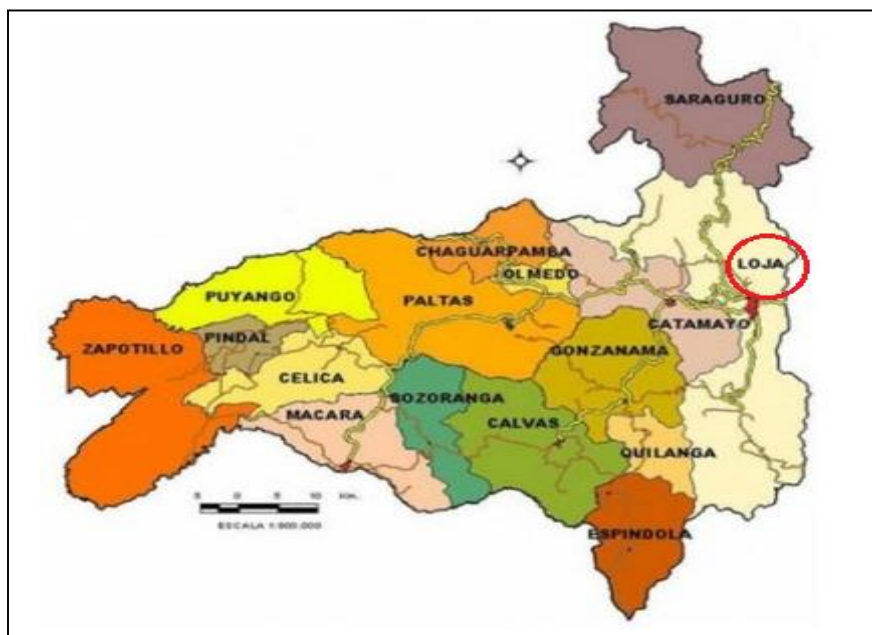
- Loja Limpia de la ciudad de Loja
- Supermaxi de la ciudad de Loja
- Zerimar de la ciudad de Loja
- Gran Aki de la ciudad de Loja
- Insectacorp de la ciudad de Guayaquil

4.1.10. Localización de la Empresa

4.1.10.1. Macrolocalización

La empresa FUMILIMPIEZA se encuentra ubicada en la provincia de Loja, cantón Loja, siendo un lugar estratégico ya que cuenta con todos los servicios públicos, además de facilidad de movilidad porque existen varios medios de transporte, y teniendo otros recursos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, como lo son mano de obra calificada, proveedores cercanos, entre otros.

Figura 43. Macrolocalización de la empresa



Fuente: www.mapasecuador.net/mapa/mapa-loja-mapa-division-politica.html

Elaborado por: La Autora

4.1.10.2. Microlocalización

El sitio donde se encuentra ubicada la empresa de servicios FUMILIMPIEZA es en la ciudad de Loja, Barrio El Pedestal, calles Rocafuerte y Nicolás García.

Figura 44. Microlocalización de la empresa



Fuente: <https://www.google.com/maps/place/Movistar/@-3.9985915,-79.2070667,17z/data=!4m5!3m4!1s0x91cb380008bbd355:0x9ee99ace28413c1a!8m2!3d-3.9979922!4d-79.1992346?hl=es>

Elaborado por: la Autora

4.1.11. Servicios y precios que ofrece la empresa

Tabla 34. Servicios y precios

SERVICIOS	PRECIOS
Limpieza y mantenimiento de casas	\$60.00 - \$120.00
Limpieza y mantenimiento de edificios	\$250.00 - \$650.00
Fumigación para prevención y control de plagas urbanas	\$50.00 - \$300.00
Monitoreo para prevención de roedores	\$30.00 - \$80.00
Limpieza de cisternas	\$60.00 - \$120.00
Lavado de colchones	\$70.00 - \$100.00
Lavado de alfombras	\$10.00 - \$30.00
Lavado de muebles	\$50.00 - \$100.00
Limpieza de vidrios	\$120.00 - \$300.00
Destape de Sifones	\$65.00
Gasfitería	\$25.00
Electricidad	\$30.00
Jardinería	\$20.00
Mudanzas	\$100.00 - \$300.00

Fuente: encuesta gerente

Elaborado por: La Autora

Tabla 35. Personal que labora

Nro.	NOMBRES	TITULO	CARGO QUE DESEMPEÑAN EN LA EMPRESA
1	Luis Alberto Sandoval Ávila	Ing. Comercial	GERENTE
2	Ana Paola Villalta Ambuludi	Ing. en Contabilidad y Auditoría	SECRETARIA/AUXILIAR CONTABLE
3	Rene Aguilera	Bachiller	TÉCNICO DE FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA
4	Néstor Cueva	Bachiller	TÉCNICO DE FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA
5	Antonio Jarro	Bachiller	AUXILIAR DE LIMPIEZA
6	Nancy Sarango	Lic. en Contabilidad	AUXILIAR DE LIMPIEZA
7	Delia Jiménez	Bachiller	AUXILIAR DE LIMPIEZA
8	Martha Jiménez	Bachiller	AUXILIAR DE LIMPIEZA
9	Silvia Carrillo	Bachiller	AUXILIAR DE LIMPIEZA
10	Carmen Cajas	Bachiller	AUXILIAR DE LIMPIEZA
11	Carola Gualpa	Bachiller	AUXILIAR DE LIMPIEZA

Fuente: encuesta gerente

Elaborado por: La Autora

4.2. Análisis externo de la empresa

Es importante iniciar el análisis situacional de la empresa, conociendo el ambiente externo que la rodea, ya que pueden generar un impacto positivo o negativo en el

quehacer de la empresa. Es decir se llegan a determinar las oportunidades que pueden ser aprovechadas por la empresa y amenazas, para estar preparados para enfrentarlas.

4.2.1. Análisis factores PEST

PEST, son las siglas de los factores externos a analiza: factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos; que se utilizan para evaluar el mercado en el cual se desenvuelve la empresa. Este análisis se lo realiza a nivel nacional para determinar los posibles beneficios o afectaciones que puede tener la empresa.

4.2.1.1. Factor económico

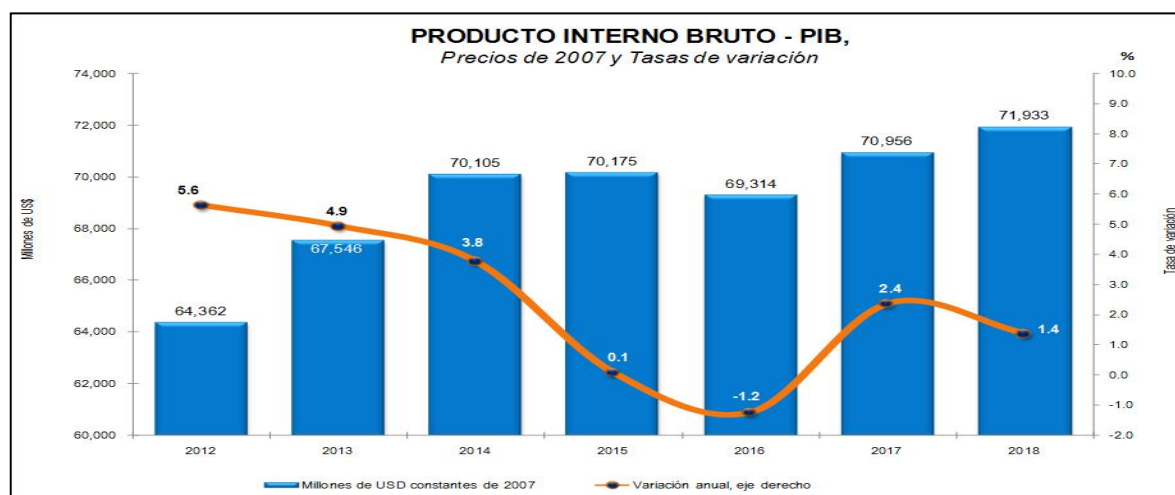
En este factor es importante conocer la situación económica del país, las tendencias de la economía, tasas de interés, balanza comercial y riesgo país para saber qué decisiones se pueden tomar al respecto.

Producto Interno Bruto

El Banco Central del Ecuador presenta los resultados provisionales de las Cuentas Nacionales al cuarto trimestre de 2018. De esta manera, el PIB alcanzó un crecimiento anual de 1,4%, totalizando USD 71.933 millones. El crecimiento de 1,4% del PIB se explica por: i) mayor gasto de consumo final de gobierno general (2,9%); ii), aumento de 2,7% en el gasto de consumo final de los hogares; iii) mayor formación bruta de capital fijo (FBKF) (2,1%); y iv) incremento del 0,9% de las exportaciones de bienes

y servicios. Por su parte, las importaciones de bienes y servicios en 2018 fueron mayores en 5,8% respecto a las registradas en 2017 (BCE, 2019).

Figura 45. Producto Interno Bruto (PIB)



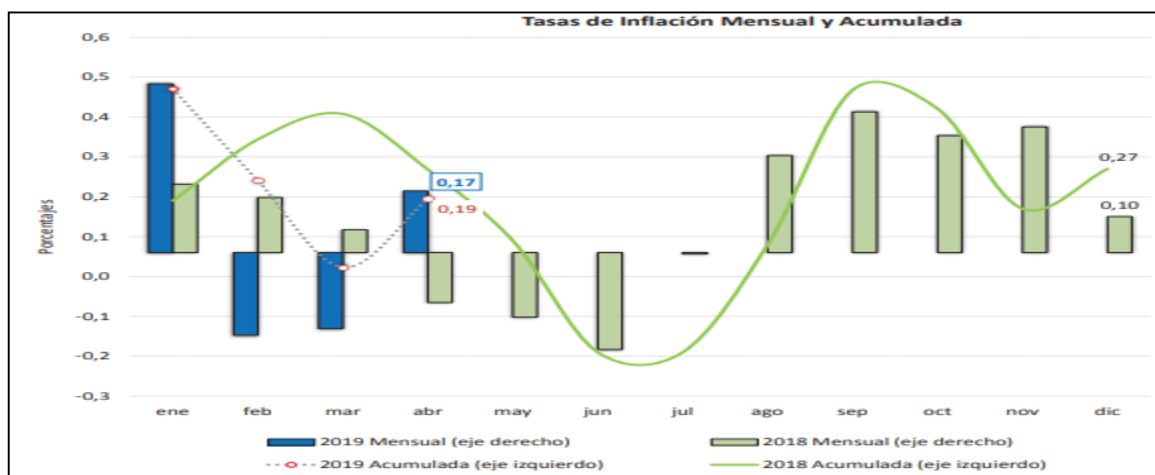
Fuente: Banco Central (2019).

Inflación anual (Índice de precios al consumidor)

La inflación en lo que va del año 2019, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2019), ha tenido la siguiente evolución:

La inflación mensual en abril 2019, respecto a marzo 2019, fue de 0,17%. La inflación anual de precios de abril de 2019, respecto a abril de 2018, alcanzó 0,19%; como referencia, en abril de 2018 fue del -0,78%. Finalmente, en abril de 2019 el costo de la Canasta Familiar Básica (CFB) se ubicó en USD 715,70, mientras que, el ingreso familiar mensual de un hogar tipo fue de USD 735,47, lo cual representa el 102,76% del costo de la CFB.

Figura 46. Inflación

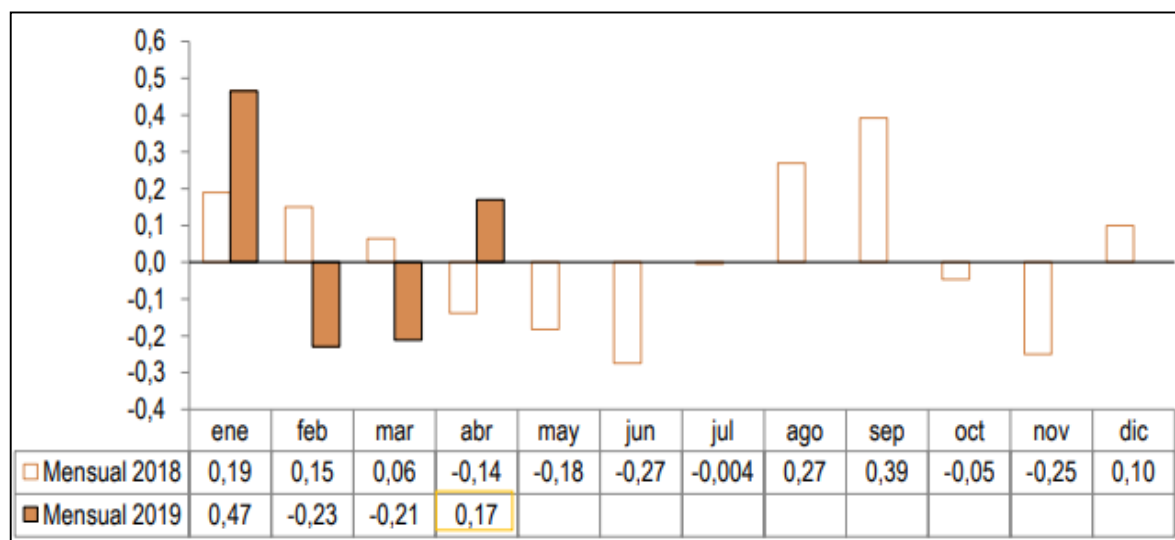


Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

El Índice de Precios al Consumidor- IPC- de acuerdo al BCE (2019), tuvo el siguiente comportamiento en lo que va del año, enero-abril 2019:

El IPC de abril de 2019 registró una variación mensual de 0.17% revirtiendo el resultado negativo de los 2 meses inmediatamente anteriores. En 8 de las 12 divisiones de bienes y servicios cuya ponderación agregada fue 82.27% se registraron valores positivos, siendo Educación y Salud las agrupaciones de mayor porcentaje. En las restantes 4 divisiones que ponderan 17.73% el resultado fue negativo, siendo Recreación y cultura; y, Prendas de vestir y calzado las agrupaciones de mayor variación.

Figura 47. Índice mensual de precios al consumidor



Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

Tasas de interés

Las tasas de interés fijadas por el Gobierno Nacional, en lo que va del presente año, van en incremento, es así que en enero la tasa referencial de interés productivo empresarial fue de 9.49 y en el mes de junio es de 10.07. En la siguiente figura se exponen las tasas del mes de junio:

Figura 48. Tasa activa de interés, Junio 2019

junio - 2019			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.26	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.07	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.04	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero**	7.23	Productivo Agrícola y Ganadero**	8.53
Comercial Ordinario	9.21	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.02	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.93	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.33	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.44	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.72	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.41	Educativo	9.50
Vivienda de Interés Público	4.83	Vivienda de Interés Público	4.99
Inmobiliario	10.15	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero**	19.81	Microcrédito Agrícola y Ganadero**	20.97
Microcrédito Minorista 1*	26.19	Microcrédito Minorista 1*	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple 1*	23.69	Microcrédito de Acumulación Simple 1*	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada 1*	20.39	Microcrédito de Acumulación Ampliada 1*	23.50
Microcrédito Minorista 2*	23.61	Microcrédito Minorista 2*	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple 2*	22.44	Microcrédito de Acumulación Simple 2*	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada 2*	20.33	Microcrédito de Acumulación Ampliada 2*	25.50
Inversión Pública	8.16	Inversión Pública	9.33

Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

Balanza comercial

En el periodo enero – marzo de 2019, la Balanza Comercial Total presentó un superávit de USD 1.8 millones, USD 225.5 millones menos que el resultado obtenido en primer trimestre de 2018 en el que se registró un superávit de USD 227.2 millones (BCE, 2019).

Figura 49. Balanza Comercial Total

	Ene - Mar 2017		Ene - Mar 2018		Ene - Mar 2019		Variación 2019 - 2018	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	USD Absoluta	Relativa
Exportaciones totales	7,996.3	4,721.1	7,702.1	5,238.6	8,023.7	5,301.8	63.2	1.2%
<i>Petroleras</i>	5,336.4	1,666.7	4,999.7	2,049.4	5,327.4	2,056.0	6.6	0.3%
<i>No petroleras</i>	2,659.9	3,054.4	2,702.5	3,189.3	2,696.2	3,245.8	56.5	1.8%
Importaciones totales	3,827.7	4,247.9	4,069.6	5,011.4	4,318.9	5,300.0	288.6	5.8%
<i>Bienes de consumo</i>	199.0	837.6	240.3	1,117.5	272.4	1,095.8	-21.6	-1.9%
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	0.9	35.6	1.0	39.2	0.9	37.2	-2.0	-5.1%
<i>Materias primas</i>	2,090.3	1,594.9	2,335.2	1,752.8	2,242.7	1,834.3	81.5	4.7%
<i>Bienes de capital</i>	96.6	1,007.6	128.9	1,235.0	125.8	1,324.8	89.9	7.3%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	1,439.3	757.7	1,362.8	857.5	1,674.3	983.9	126.4	14.7%
<i>Diversos</i>	1.7	12.3	1.4	9.5	2.7	23.2	13.7	144.2%
<i>Ajustes (3)</i>		2.17		-		0.8	0.8	100.0%
Balanza Comercial - Total		473.2		227.2		1.8	-225.5	-99.2%
Bal. Comercial - Petrolera		905.6		1,190.1		1,069.6	-120.5	-10.1%
<i>Exportaciones petroleras</i>		1,666.7		2,049.4		2,056.0	6.6	0.3%
<i>Importaciones petroleras</i>		761.1		859.3		986.4	127.1	14.8%
Bal. Comercial - No petrolera		-432.4		-962.9		-1,067.8	-104.9	-10.9%
<i>Exportaciones no petroleras</i>		3,054.4		3,189.3		3,245.8	56.5	1.8%
<i>Importaciones no petroleras</i>		3,486.8		4,152.1		4,313.6	161.5	3.9%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

Riesgo país

El riesgo país al 31 de mayo de 2019, es de 599, según el BCE (2019), representando 237 puntos menos que lo registrado el 31 de diciembre de 2018.

Figura 50. Riesgo país 13 mayo a 31 mayo

Consulta generada desde Mayo-13-2019 hasta Mayo-31-2019 17 registros encontrados	
FECHA	VALOR
Mayo-29-2019	599.00
Mayo-28-2019	591.00
Mayo-27-2019	584.00
Mayo-26-2019	584.00
Mayo-25-2019	584.00
Mayo-24-2019	584.00
Mayo-23-2019	590.00
Mayo-22-2019	567.00
Mayo-21-2019	553.00
Mayo-20-2019	572.00
Mayo-19-2019	572.00
Mayo-18-2019	572.00
Mayo-17-2019	572.00
Mayo-16-2019	563.00
Mayo-15-2019	574.00
Mayo-14-2019	581.00
Mayo-13-2019	595.00

Fuente: Banco Central del Ecuador (2019)

De acuerdo a la Secretaría Nacional de la Presidencia (2019), esta reducción se debe a: Tres principales acciones: el menor déficit fiscal registrado en 6 años; la participación de Ecuador en el Foro Económico Mundial, en Davos-Suiza; y el anuncio de los acuerdos con organismos internacionales, por \$10 279 millones, al Plan de Prosperidad que ejecuta el Gobierno Nacional.

Análisis: Las variaciones que se den en el ámbito económico del país, afectan el quehacer de la empresa FUMILIMPIEZA. En lo que respecta al PIB, este representa una **oportunidad** para la empresa, por cuanto tiene un incremento anual considerable por las decisiones oportunas que está tomando el Gobierno Nacional.

Por otro lado el IPC, se constituye en una **amenaza** para FUMILIMPIEZA, ya que los resultados negativos generan que las personas le den prioridad a cubrir las necesidades básicas de la familia y dejar en espera los servicios de limpieza que ofrece la empresa en estudio.

La tasa de interés también se considera una **amenaza** para FUMILIMPIEZA, ya que su incremento devengaría en mayores intereses a pagar por parte de la empresa.

La balanza comercial al presentar un superávit, aunque sea menor al del año anterior, representa una **oportunidad** para FUMILIMPEZA, ya que podría importar bienes que sean de su interés para ofrecer un mejor servicio a sus clientes.

Finalmente el riesgo país, se convierte en una **oportunidad** para FUMILIMPIEZA, puesto que existe una mejor percepción del país en el extranjero.

4.2.1.2. Factor político – legal

El factor político incide directamente en la empresa ecuatoriana, ya que cuando hay estabilidad se generan expectativas de crecimiento.

El factor legal está integrado por las leyes vigentes que influyen directamente en el quehacer de la empresa. Entre las que se destacan: Ley de trabajo, requisitos anuales a actualizar por parte del SRI, IESS y GADM-Loja; y para el caso particular de FUMILIMPIEZA, el reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo.

Estos requisitos se resumen en los siguientes:

- Permisos de funcionamiento. Patente municipal
- Permiso del cuerpo de bomberos. Permiso de funcionamiento
- Inscripción de trabajadores en el Ministerio de Trabajo
- Pago mensual de aporte patronal e individual al IESS
- Entrega de planillas mensuales del pago a trabajadores, debidamente firmadas
- Uso de desinfectantes, detergentes, amigos del medio ambiente
- Recepción- entrega de dotación de uniformes, herramientas adecuadas y equipo de protección al personal de la empresa.

Análisis: El factor político es una **oportunidad** para FUMILIMPIEZA, ya que con esta estabilidad política se puede proyectar a periodos medianos y largos.

Por el lado del factor legal, se constituye en una **amenaza** para FUMILIMPIEZA, ya que periódicamente tienen que estar actualizando su maquinaria para evitar contaminación.

4.2.1.3. *Factor socio cultural*

El factor socio cultural está integrado por las costumbres que tiene cierto segmento de la población, en este caso la población de la ciudad de Loja se caracteriza por ser desconfiada de dejar entrar a personas desconocidas a su hogar para que les hagan la limpieza de sus hogares.

Por otro lado, desde el año 2015, se emitió la Ley Orgánica para la justicia laboral y reconocimiento del trabajo en el hogar (Asamblea Nacional, 2015), que en su parte medular indica la afiliación al seguro social de toda trabajadora doméstica. Lo que implica el pago de todos los beneficios que por ley corresponden a cualesquier otro trabajador. Así como un sueldo básico unificado de USD \$394.00 correspondiente al año 2019.

Figura 51. Servicio doméstico

Rama de actividad	mar-14	mar-15	mar-16	mar-17	mar-18	mar-19
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura y pesca	26,0%	28,1%	28,1%	29,3%	28,3%	30,1%
Comercio	18,0%	17,5%	17,8%	17,9%	18,0%	17,5%
Manufactura (incluida refinación de petróleo)	10,5%	11,2%	10,3%	10,3%	11,7%	10,5%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	7,6%	6,8%	6,9%	6,5%	6,2%	6,5%
Alojamiento y servicios de comida	5,2%	5,7%	6,6%	6,1%	6,3%	6,2%
Construcción	7,8%	7,1%	6,2%	6,7%	6,8%	6,2%
Transporte	5,2%	6,0%	5,8%	5,9%	5,8%	5,8%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	4,8%	4,3%	4,4%	4,1%	4,5%	4,6%
Otros Servicios*	4,0%	3,6%	4,2%	4,0%	3,6%	3,7%
Administración pública, defensa; planes de seguridad social obligatoria	4,2%	3,9%	4,2%	3,6%	3,7%	3,5%
Servicio doméstico	3,2%	2,7%	2,5%	2,8%	2,6%	2,8%
Correo y Comunicaciones	1,0%	0,9%	1,1%	0,9%	0,8%	0,9%
Actividades de servicios financieros	1,0%	0,9%	0,7%	0,6%	0,6%	0,7%
Petróleo y minas	0,8%	0,7%	0,6%	0,7%	0,5%	0,6%
Suministro de electricidad y agua	0,7%	0,5%	0,6%	0,5%	0,5%	0,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: INEC (2019)

Análisis: El factor cultural de la población lojana, al no tener aún la suficiente confianza para permitir la entrada de personas ajenas a su hogar, a realizar las tareas de limpieza, se convierte en una **amenaza** para FUMILIMPIEZA, ya que impide su crecimiento en la oferta de servicios a hogares.

Por otro lado la afiliación de las trabajadoras domésticas al seguro, se constituye en una **oportunidad** para FUMILIMPIEZA, ya que se puede ofrecer el servicio a estos hogares que por este motivo han dejado de contratar empleadas domésticas.

4.2.1.4. Factor tecnológico

Este factor lo integran los equipos, maquinaria, aplicaciones, software que sean utilizados por la empresa para prestar sus servicios. En este sentido, hoy en día cada vez aparecen nuevas aplicaciones para celulares que permiten tener datos al alcance de todas las personas que deseen contratar determinado servicio o comprar cierto producto. Así mismo la evolución que existe en máquinas de limpieza más sofisticadas, más livianas, multifacéticas, entre otros.

Análisis: El factor tecnológico con respecto a aplicaciones que puede tener la empresa para ofertar su servicio es una **oportunidad** que puede aprovechar la empresa para llegar a más personas.

Sin embargo el constante cambio en la tecnología que se utiliza para realizar las actividades de limpieza tanto a nivel doméstico como de edificios, se convierte en una

amenaza, por cuanto incurre directamente en nuevas inversiones de maquinaria y equipo, con la respectiva capacitación de su personal para que el funcionamiento y mantenimiento de esta nueva tecnología.

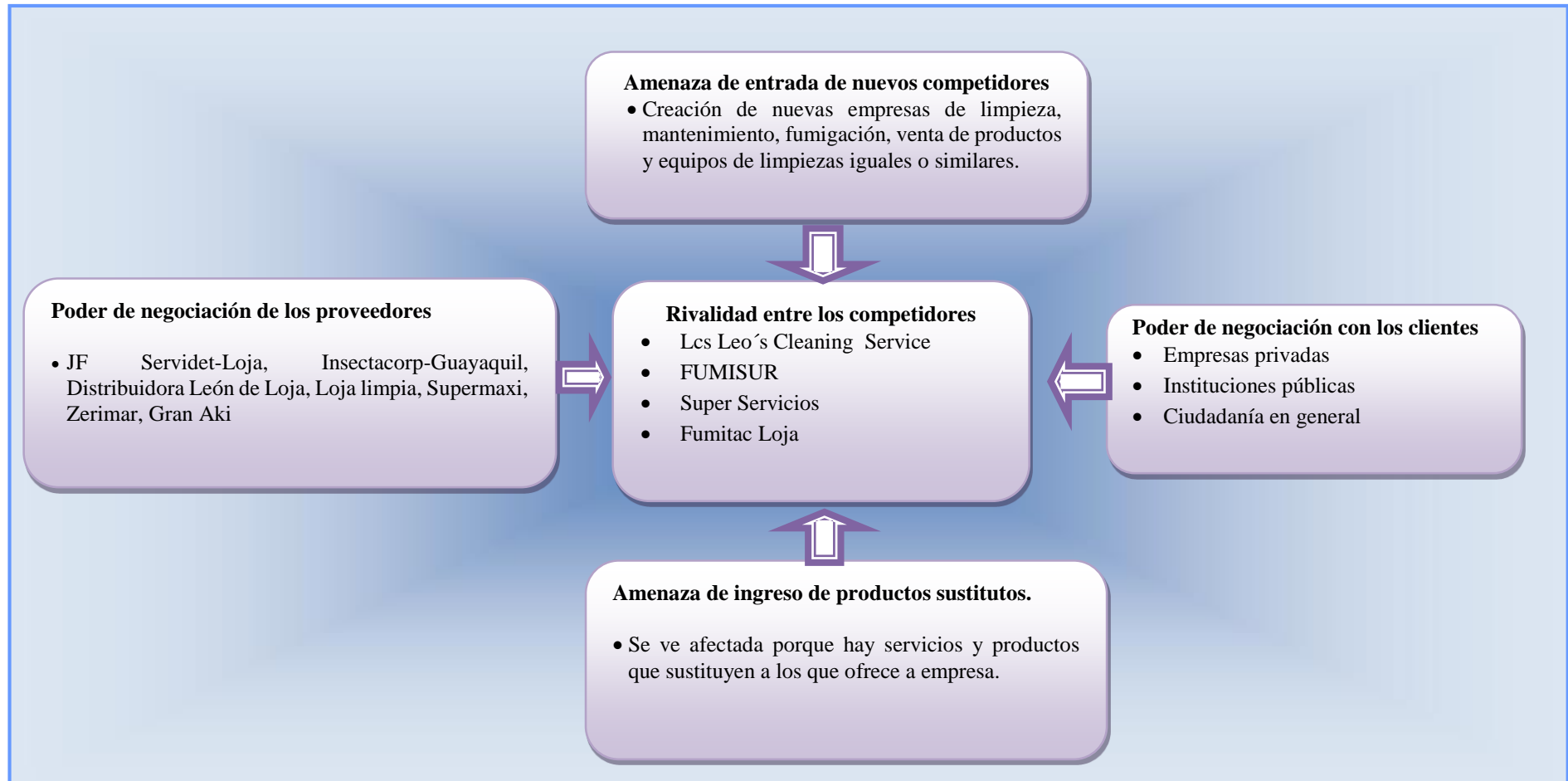
4.2.2. Matriz diamante de Porter

Para profundizar el análisis externo de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, se utilizó una herramienta muy importante y de esta manera se obtuvo más claro el entorno competitivo.

El diamante de Porter permitió realizar un análisis interno y externo de la empresa objeto de estudio pudiendo identificar su situación actual.

Para la elaboración del diamante de Porter se utilizó información recopilada de la entrevista aplicada al gerente de la entidad y de igual manera se determinaron los competidores y varios factores que determinan su entorno.

Figura 52. Cinco Fuerzas de Porter



4.2.2.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

El mercado es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de atravesar por nuevos participantes, que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

La empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Loja, en la actualidad no está del todo bien preparada para enfrentar la llegada de nuevos competidores a su mercado, una razón para afirmar esto es que a pesar de poseer posicionamiento, participación en el mercado, imagen, éxito, logotipo, precios adecuados, proveedores, liderazgo, posición financiera, publicidad los mismos que son **oportunidades** para la empresa objetivo de estudio; además existen otros elementos que la ponen en desventaja ante los competidores, entre estas que no cuenta con promociones, creatividad, no dispone de una buena ubicación y calidad de servicios a los usuarios, la maquinaria y equipo que posee es aceptable, pero la competencia cada vez va aumentando es por ello que debe adquirir tecnología de punta para mejorar e innovar su cartera de servicios/productos, cabe recalcar que el personal no es altamente capacitado, ante las debilidades mencionadas la empresa debe plantear estrategias para así poder entrar en un plano competitivo con las que ya existen y hacerle frente a las **amenazas** que se le presenten.

4.2.2.2. La rivalidad entre los competidores.

Se refiere a la intensidad de la competencia entre los oferentes del mercado y las características de las prácticas comerciales a lo interno del mismo, incluyendo condiciones de venta, niveles de servicio, etc. Esto quiere decir que para una compañía será más difícil competir en un mercado o en uno de sus

segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos servicios y productos, siendo ello una **amenaza** para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA

Con respecto a la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Loja que está dedicada a ofrecer limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza, los cuales hacen constancia a mejorar la calidad del servicio/ventas, además tienen como fin incrementar su cartera de servicios/productos para expandirse a otros mercados de la Región Sur del país, con el cual busca **fortalecerse** y ser una empresa reconocida tanto a nivel local como regional.

Es por ello que la empresa objeto de estudio debe mejorar en su proceso del servicio adquiriendo nuevas tecnologías, personal calificado e innovando sus servicios y productos ya que la competencia cada vez es más grande, día a día aparecen en el mercado nuevos servicios, marcas, el no poseer maquinarias y equipos óptimos, que les permiten ofrecer servicios y producto de calidad que satisfagan las necesidades de los usuarios la hace vulnerable frente a la competencia.

Por lo tanto la empresa hace hincapié en mejorar la calidad del servicio y productos, el propósito de la misma, es crecer en el mercado no solo local, sino a nivel regional con el cual busca **fortalecer** a la empresa frente a los competidores locales de limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza, como la empresa de servicios **Lcs Leo’s Cleaning Service** siendo su mayor competidor.

Entre las empresas que tienen mayor grado de rivalidad con la empresa de servicios FUMILIMPIEZA son:

Figura 53. Super Servicios



Fuente: Competencia

Servicios que ofrece: Servicios Generales: Instalación, Mantenimiento y Reparación de toda clase para oficinas y domicilios.

Teléfono: 099 684 2914

Dirección: Estancia Norte; Calle Últimas Noticias y El Fénix

Gerente: Lic. Carlos Burneo V.

Figura 54. Lcs Leo's Cleaning Service



Fuente: Competencia

Servicios que ofrece: Limpieza Integral, doméstica, muebles, colchones, etc., limpieza industrial y comercial

Teléfono: 0996318697 / 2616681

Dirección: Salvador Bustamante Celi y Francisco Rodas

Figura 55. Fumitac Loja



Fuente: Competencia

Servicios que ofrece: servicio de fumigación y control de plagas; Sanitación de colchones, guardarropas, alfombras combatiendo ácaros y más

Teléfono:

Dirección: Perú y Venezuela

Gerente: Diego Fernando Chillogallj

Figura 56. FUMISUR



Fuente: Competencia

Servicios que ofrece: Servicio de fumigación, control de plagas en zonas urbanas y rurales, mantenimiento y limpieza de instituciones públicas, privadas, industrias y residencias.

Teléfono: 2614695

Dirección: Ciudadela Clodoveo Jaramillo, calles Rio de Janeiro y Asunción

Gerente: Ing. Carlos Bustán

4.2.2.3. Poder de negociación de los proveedores.

Ya que un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aún más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia delante.

La empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” en ocasiones los considera como una **amenaza** a los proveedores de los insumos, porque estos tienden a vender a otras empresas, aumentar el precio, y reducir la calidad de los mismos. Pero la empresa de servicios FUMILIMPIEZA cuenta con varios proveedores, por lo tanto tiene un gran poder de negociación porque puede elegir al que más le convenga, los mismos que ofrecen a la empresa objeto de estudio beneficios tales como: productos a precios atractivos con garantía, productos de alta calidad y puntualidad en la entrega, lo que representa una **oportunidad** para la empresa.

Con respecto a los proveedores de los insumos y demás materiales necesarios para los servicios y productos que ofrece la empresa de servicios FUMILIMPIEZA son: JF Servidet-Loja, Insectacorp-Guauaquil, Distribuidora León de Loja, Loja limpia, Supermaxi, Zerimar, Gran Aki, los mismos que proporcionan excelente calidad de productos, ofreciéndoles la entrega de los mismos al lugar donde se encuentran ubicadas es decir en las oficinas de la empresa en estudio, con facilidades de pago, por lo que la empresa es puntual en sus pagos para evitar cualquier problema aunque hasta el momento no se ha presentado ningún inconveniente entre las mismos y de esa manera se ha logrado establecer buena relación entre empresa y proveedores.

4.2.2.4. Poder de negociación de los clientes.

Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, los servicios y productos tienen varios o muchos sustitutos, el producto y los servicios no son muy diferenciados o son de bajo costo para el cliente, lo que permite que pueda hacer sustituciones por igual o a muy bajo costo. A mayor organización de los usuarios o compradores, mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios, por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad.

Con respecto a los clientes la empresa Fumilimpieza estos se encuentran en la ciudad de Loja en las empresas privadas, instituciones públicas, ciudadanía en general, mantiene muy buena comunicación con los mismos, a los cuales les ofrece servicios y productos como: limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza que realizan

las inspecciones sin costo, pedidos bajo línea telefónica, y puntualidad en la realización de los servicios y entrega de los productos, por consiguiente esta es una de las razones para que los clientes prefieran a la empresa, lo que representa una **oportunidad** para la misma, ante estos beneficios que reciben los clientes por parte de la empresa, estos en cambio son puntuales con los pagos ya sea a afectivo o depósitos a la cuenta.

4.2.2.5. Amenaza de productos sustitutos.

Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

La empresa Fumilimpieza se encuentra afectada porque hay servicios y productos que sustituyen a lo que ofrece la empresa, es una amenaza los productos sustitutos porque reemplazan al producto o servicios que se encuentra en posición en el mercado cubriendo las mismas necesidades como lo es la limpieza, fumigación entre otros. Entre los motivos por los que se utilizan los servicios y productos sustitutos son la falta de cobertura, falta de control, falta de stock en marcas, falta de promociones, falta de publicidad, existe mucho contrabando, la competencia.

4.2.3. Matriz de perfil competitivo

La matriz del perfil competitivo identifica a los principales competidores de la empresa, así como sus fuerzas y debilidades particulares, en relación con una muestra de la posición estratégica de la empresa.

Para analizar la matriz del perfil competitivo se tomó en cuenta 4 competidores directos, los cuales se consideran los más importantes por la cercanía y ubicación de las mismas, además considerando la entrevista al gerente, observación de la competencia, encuesta a los clientes empleados y trabajadores, ayudando a implantar estrategias adecuadas; y, además logrando establecer el posicionamiento de la empresa en estudio en el mercado.

Para realizar la matriz de perfil competitivo primeramente se tomó en consideración los factores claves como es el posicionamiento, participación en el mercado, calidad del producto, imagen, competitividad, éxito, promociones, publicidad, posición financiera, proveedores, creatividad, liderazgo, precios relativos, logotipo, ubicación; utilizando las calificaciones de 0,01 a 0,99, las mismas que se dieron en forma directa en cómo se encuentran cada una de las empresas en relación a los factores establecidos, de la misma manera se destaca la calificación para cada factor utilizando la escala en el caso de las Fortalezas mayores que es de 4, la fortaleza menor de 3, la debilidad mayor de 2, y la debilidad menor de 1, con todo lo señalado se procedió a realizar la matriz de perfil competitivo dando como resultado lo que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 36. Matriz de perfil competitivo de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

FACTORES CLAVES PARA EL ÉXITO	Super Servicios			FUMILIMPIEZA		Lcs Leo's Cleaning Service		Fumitac Loja		FUMISUR	
	Ponderación	Calificación	Total Ponderación	Calificación	Total Ponderación	Calificación	Total Ponderación	Calificación	Total Ponderación	Calificación	Total Ponderación
Posicionamiento	0,1	3	0,3	4	0,4	4	0,4	3	0,3	4	0,4
Participación en el mercado	0,09	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36	4	0,36
Calidad del servicio	0,07	3	0,21	1	0,07	1	0,07	1	0,07	2	0,14
Imagen	0,08	3	0,24	4	0,32	4	0,32	3	0,24	4	0,32
Competitividad	0,05	1	0,05	2	0,1	3	0,15	1	0,05	1	0,05
Éxito	0,07	3	0,21	4	0,28	4	0,28	4	0,28	4	0,28
Promociones	0,1	2	0,2	2	0,2	2	0,2	1	0,1	2	0,2
Publicidad	0,09	2	0,18	2	0,18	2	0,18	1	0,09	2	0,18
Logotipo	0,04	2	0,08	4	0,16	4	0,16	3	0,12	2	0,08
Proveedores	0,06	3	0,18	3	0,18	3	0,18	3	0,18	3	0,18
Creatividad	0,04	2	0,08	2	0,08	2	0,08	1	0,04	1	0,04
Liderazgo	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,1	2	0,1	2	0,1
Posición Financiera	0,06	3	0,18	3	0,18	2	0,12	2	0,12	2	0,12
Precios	0,06	4	0,24	4	0,24	4	0,24	3	0,18	4	0,24
Ubicación	0,04	1	0,04	1	0,04	1	0,04	1	0,04	1	0,04
TOTAL	1	39	2,7	43	2,94	42	2,88	33	2,27	38	2,73

Fuente: Posición competitiva de la empresa

Elaboración: La autora

Análisis de los resultados obtenidos de la matriz de perfil competitivo

De acuerdo a los resultados obtenidos dentro de la matriz de perfil competitivo, tenemos que en cuanto a la empresa “**FUMILIMPIEZA**” frente a la competencia, se encuentra en primer lugar con una puntuación de **2,94**, mientras que **LCS LEO´S CLEANING SERVICE** ocupa el segundo lugar con un puntaje de **2,88**, la empresa **FUMISUR** se encuentra ubicada en tercer lugar con una puntuación de **2,73**, en cuarto lugar con un puntaje de **2,7** se ubica la empresa **SUPER SERVICIOS**; y, por último en quinto lugar se encuentra **FUMILAC LOJA** con una puntuación de **2,7**; con esto se puede observar que la ciudad de Loja se encuentra muy competitiva por las empresas que prestar servicios de limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza

Dentro de la fortaleza mayor de la empresa de servicios “**FUMILIMPIEZA**” con un total de 2,94 encontramos: posicionamiento, participación en el mercado, imagen, éxito, logotipo, precios con una calificación de **(4)**, como fortalezas menores encontramos a los proveedores, liderazgo, posición financiera con una calificación de **(3)**; en lo que se refiere a las debilidades mayores se evidencia que existe competencia, promociones, publicidad, creatividad con una calificación de **(2)**; y, de las debilidades menores se puede valorar que no disponen de una buena ubicación y calidad de servicios a los usuarios con una calificación de **(1)**.

Con respecto a la empresa “**Lcs Leo´s Cleaning Service**” con un total de 2,88 se tiene: posicionamiento, participación en el mercado, imagen, éxito, logotipo, precios con una calificación de **(4)**, como fortalezas menores encontramos a la competitividad, proveedores,

con una calificación de **(3)**; en lo que se refiere a las debilidades mayores se evidencia las promociones, publicidad, creatividad, liderazgo, posición financiera con una calificación de **(2)**; y, de las debilidades menores se puede valorar que no disponen de una buena ubicación y calidad de servicios a los usuarios con una calificación de **(1)**.

En relación a la empresa **“FUMISUR”** con un total de 2,73 se encuentra: posicionamiento, participación en el mercado, imagen, éxito, precios con una calificación de **(4)**, como fortalezas menores se evidencia a los proveedores con una calificación de **(3)**; en lo que se refiere a las debilidades mayores se consideran que existe calidad de servicios, de promociones, publicidad, logotipo, liderazgo, posición financiera con una calificación de **(2)**; y, de las debilidades menores se establece la competitividad, creatividad, ubicación con una calificación de **(1)**.

La empresa **“SUPER SERVICIOS”** con un total de 2,7 se evidencia: participación en el mercado, precios con una calificación de **(4)**, como fortalezas menores se encuentra posicionamiento, calidad de servicios imagen, éxito, proveedores, liderazgo, posición financiera con una calificación de **(3)**; en lo que se refiere a las debilidades mayores se consideran las promociones, publicidad, logotipo, creatividad con una calificación de **(2)**; y, de las debilidades menores se establece la competitividad, y la ubicación con una calificación de **(1)**.

En lo que respecta a la empresa **“FUMILAC LOJA”**, con un total de 2,27 se encuentra que: participación en el mercado, éxito con una calificación de **(4)**, como fortalezas menores se encuentra posicionamiento, imagen, logotipo, proveedores, precios, con una calificación

de **(3)**; en lo que se refiere a las debilidades mayores se consideran liderazgo, posición financiera con una calificación de **(2)**; y, de las debilidades menores se establece la calidad de servicios, competitividad, promociones, publicidad, creatividad y la ubicación con una calificación de **(1)**.

Pero cabe destacar que esta apreciación no significa que una u otra empresa sea mejor y más eficiente; debido a que los servicios de limpieza, mantenimiento, fumigación, venta de productos y equipos de limpieza son altamente competitivos, esta valoración está mayoritariamente establecida por el número de clientes que obtienen las empresas al final de cada año, a esto hay que sumarle la experiencia que se maneja en el medio.

Por eso es de vital importancia realizar una auditoría externa hacia el mercado, ya que la misma agiliza el proceso de la administración estratégica; por tal motivo aquellas empresas que no movilicen y faculten a gerentes y empleados para que éstos puedan identificar, vigilar, pronosticar y evaluar las fuerzas externas claves, no podrían anticiparse hacia las oportunidades y amenazas que se dan en este tipo de mercados y como resultado se podrían seguir estrategias ineficientes y dejar pasar verdaderas oportunidades y propiciar el cierre de las empresas.

La matriz de perfil competitivo es una herramienta que permite a la empresa detectar que factores favorecen a la empresa y cuáles son las que limitan su crecimiento, en base a cada uno de aquellos factores hacer un mayor análisis sobre el nivel de competencia de la empresa frente a las demás que participan en el mercado competitivo.

Además facilita hacer una comparación con la competencia y ver en qué condiciones se encuentra la empresa para poder tomar decisiones y establecer estrategias que le permitan posicionarse competitivamente en el mercado.

Capítulo 5

Análisis FODA de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

En el quinto capítulo se realizó el análisis **FODA** (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), siendo un instrumento que representa y esquematiza en términos operables y sintéticos un cuadro de situación que, por lo general, tiende a ser infinitamente complejo. Con ese propósito, el análisis **FODA** establece una mecánica clasificatoria que distingue entre el adentro y el afuera de la empresa. Se definen las fortalezas y debilidades que surgen de la evaluación **interna** de la empresa, y las oportunidades y amenazas que provienen del **escenario**. Su correcta utilización requiere contar con la información de base necesaria, así como una exhaustiva revisión con sentido estratégico de cada una de las variables intervinientes.

Con la información recopilada de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, a través del diagnóstico situacional, el diagnóstico de mercado, entrevistas y encuestas, permitió establecer la situación actual, y con ello estructurar un FODA empresarial. Identificando los factores internos, que consiste en una evaluación orientada a identificar las fortalezas y debilidades que posee esta. Una vez concluido este análisis se dispone de una idea suficientemente adecuada de las capacidades que se tiene para enfrentar el entorno que le rodea y las condiciones futuras. Por otro lado el análisis de los factores externos se pueden analizar las oportunidades y amenazas empresariales, cuyas tendencias influyen sobre su ocurrencia, y pueden obstaculizar considerablemente en el cumplimiento de la misión y visión empresarial. Con los resultados obtenidos de los factores internos y

externos se procedió a construir la matriz de alto impacto, la que permitió elaborar los objetivos y estrategias del plan de marketing.

Tabla 37. Matriz Foda

ANÁLISIS INTERNO		ANÁLISIS EXTERNO	
FORTALEZAS		OPORTUNIDADES	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Buen servicio al cliente 2. Calidad de los productos y de los servicios 3. Inspecciones gratis a domicilio 4. Sostenibles relaciones comerciales con proveedores. 5. Precios competitivos. 6. Fidelidad de los clientes 7. La empresa tiene más de 15 años en el mercado 8. Las utilidades son invertidas en el desarrollo de la empresa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la población, aumento de la demanda. 2. Existencia de nuevos segmentos de mercado. 3. Condiciones favorables de compra de indumentaria de personal. 4. Alcance de medios de comunicación. 5. Existencia de programas de capacitación integral para el personal de las empresas 6. Buena relación con proveedores que ofrecen productos para la limpieza y fumigación. 7. Gran uso de la demanda de limpieza y fumigación. 8. Lugares centrales y estratégicos para la ubicación de empresas 		
DEBILIDADES		AMENAZA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa no tiene definida su estructura jerárquica que permita delimitar obligaciones y responsabilidades 2. Ineficiente publicidad y promociones. 3. Contamos con indumentaria de personal de mediana protección para los trabajadores 4. Falta de capacitación al personal 5. Ausencia de equipos informáticos 6. No cuenta con un control de calidad. 7. Mala ubicación de las oficinas 8. No cuenta con un plan de marketing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción de remesas enviadas por migrantes. 2. Políticas fiscales agresivas. 3. Incremento de nueva Competencia. 4. Precios bajos de la competencia. 5. Inestabilidad económica 6. Tendencia a la inestabilidad del precio 7. Usuarios más exigentes 8. Impuestos altos a las empresas 		

Fuente: encuestas, entrevistas, análisis externo

Elaborado por: la autora

Los pasos para realizar los factores internos (EFI) y los factores externos (EFE) son los que se detallan a continuación:

5.1. Matriz EFI

Pasos a seguir de la matriz evaluación de factores internos (EFI)

- Se indican las fortalezas y debilidades de la Empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja.
- Se asigna una ponderación de cada factor, los valores son entre 0,01 a 0,99 dando como resultado 1 de estas ponderaciones.
- Asignar una calificación de 1 a 4 a los factores distribuidos.
- Se multiplica cada ponderación por la calificación asignada a cada factor, determinando como respuesta el resultado ponderado.
- La sumatoria de los resultados obtenidos, si da un valor mayor a 2.5 hay predominio de las fortalezas sobre las debilidades y la empresa de servicios no tiene problemas internos, si es menor a 2.5 indica que existe predominio de las debilidades sobre las fortalezas y tiene problemas internos, mientras que si es igual a 2.5 tiene un equilibrio, es decir la empresa se mantiene estable.

Tabla 38. Proceso para ponderar los factores internos

EFIPROCESO PARA PONDERAR	CALIFICACIÓN	
Ponderación: Corresponde de la frecuencia relativa o probabilidad estadística.		
Calificación: En esta columna se califica la respuesta que tiene la empresa. Utilizando la escala mencionada en el cuadro	Fortaleza Mayor	4
	Fortaleza Menor	3
Total Ponderado: Se obtiene multiplicando la calificación de la respuesta por su respectivo peso específico.	Debilidades Menor	2
	Debilidades Mayor	1
Total: Se obtiene la sumatoria del total ponderado de las fortalezas y el total ponderado de las debilidades		

Fuente: Fred (2013, pág. 98)

Elaborado por: La autora

Tabla 39. Matriz de evaluación de factores internos

FACTORES DETERMINANTES PARA EL ÉXITO	PESO O PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADOS PONDERADOS
FORTALEZAS			
1. Buen servicio al cliente	0,06	3	0,18
2. Calidad de los productos y de los servicios	0,07	4	0,28
3. Inspecciones gratis a domicilio	0,06	3	0,18
4. . Sostenibles relaciones comerciales con proveedores.	0,07	4	0,28
5. Precios competitivos	0,06	3	0,18
6. Fidelidad de los clientes	0,06	3	0,18
7. La empresa tiene más de 15 años en el mercado	0,08	4	0,32
8. Las utilidades son invertidas en el desarrollo de la empresa.	0,08	4	0,32
SUBTOTAL	0,54		1,92
DEBILIDADES			
1. La empresa no tiene definida su estructura jerárquica que permita delimitar obligaciones y responsabilidades	0,07	1	0,07
2. Ineficiente publicidad y promociones.	0,06	1	0,06
3. Contamos con indumentaria de personal de mediana protección para los trabajadores	0,05	1	0,05
4. Falta de capacitación al personal	0,06	1	0,06
5. Ausencia de equipos informáticos	0,05	2	0,10
6. No cuenta con un control de calidad	0,05	1	0,05
7. Mala ubicación de las oficinas	0,06	1	0,06
8. No cuenta con un plan de marketing	0,06	1	0,06
SUBTOTAL	0,46		0,51
TOTAL	1		2,43

Fuente: Matriz Foda

Elaborado por: La autora

5.2. Matriz EFE

Pasos a seguir de la matriz evaluación de factores externos (EFE)

- Se indican las oportunidades y amenazas de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

- Se asigna una ponderación de cada factor, los valores son entre 0,01 a 99 dando como resultado 1 de estas ponderaciones.
- Asignar una calificación de 1 a 4 a los factores distribuidos.
- Se multiplica cada ponderación por la calificación asignada a cada factor, determinando como respuesta el resultado ponderado.
- La sumatoria de los resultados obtenidos, si da un valor mayor a 2.5 hay predominio de las oportunidades sobre las amenazas y la empresa no tiene problemas externos, si es menor a 2.5 indica que existe predominio de las amenazas sobre las oportunidades y tiene problemas externos, mientras que si es igual a 2.5 tiene un equilibrio, es decir la empresa se mantiene estable.

Tabla 40. Proceso para ponderar los factores externos

PROCESO PARA PONDERAR	CALIFICACIÓN	
Ponderación: Corresponde de la frecuencia relativa o probabilidad estadística.	Oportunidad Mayor	4
Calificación: En esta columna se califica la respuesta que tiene la empresa. Utilizando la escala mencionada en el cuadro	Oportunidad Menor	3
	Amenaza Menor	2
Total Ponderado: Se obtiene multiplicando la calificación de la respuesta por su respectivo peso específico.	Amenaza Mayor	1
Total: Se obtiene la sumatoria del total ponderado de las oportunidades y el total ponderado de las amenazas		

Fuente: Fred (2013, pág. 99)

Elaborado por: La autora

Tabla 41. Matriz de evaluación de factores externos

FACTORES DETERMINANTES PARA EL ÉXITO	PESO O PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADOS PONDERADOS
OPORTUNIDAD			
1. Incremento de la población, aumento de la demanda.	0,07	4	0,28
2. Existencia de nuevos segmentos de mercado.	0,06	4	0,24
3. Condiciones favorables de compra de indumentaria de personal	0,07	4	0,28
4. Alcance de medios de comunicación.	0,07	4	0,28
5. Existencia de programa de capacitación integral para el personal de las empresas	0,07	4	0,28
6. Buena relación con proveedores que ofrecen productor para la limpieza y fumigación	0,07	3	0,21
7. Gran uso de la demanda de limpieza y fumigación	0,07	4	0,28
8. Lugares centrales y estratégicos para la ubicación de empresas	0,07	3	0,21
SUBTOTAL	0,55		2,06
AMENAZAS			
1. Reducción de remesas enviadas por migrantes.	0,07	1	0,07
2. Políticas fiscales agresivas.	0,04	1	0,04
3. Incremento de nueva Competencia	0,07	1	0,07
4. Precios bajos de la competencia.	0,07	2	0,14
5. Inestabilidad económica	0,04	1	0,04
6. Tendencia a la inestabilidad del precio	0,07	2	0,14
7. Usuarios más exigentes	0,06	1	0,06
8. Impuestos altos a las empresas	0,03	1	0,03
SUBTOTAL	0,45		0,59
TOTAL	1		2,65

Fuente: Matriz Foda

Elaboración: La autora

5.3. Análisis de la matriz EFE Y EFI.

Una vez realizadas las matrices de evaluación de factores externos e internos de acuerdo a la situación actual de la empresa se ha podido determinar lo siguiente:

La matriz de Evaluación de Factores Externos tiene con una ponderación de **2,65** lo que nos da a entender que la empresa cuenta oportunidades para enfrentar las amenazas, ya que las oportunidades que ofrece el mercado son mayores a las amenazas.

De acuerdo al resultado obtenido de la Matriz de Evaluación de factores internos de la empresa Fumilimpieza, da como resultado ponderado de **2,43** lo cual significa que en la empresa existe un predominio de las debilidades sobre las fortalezas, por lo que la empresa tiene problemas internos que puedan interferir en el crecimiento de la misma y en el normal desenvolvimiento dentro del mercado local.

Estas matrices permitieron determinar la propuesta que permitirá lograr un cambio sustancial en lo relacionado a la limpieza y fumigación para la obtención de utilidades sustentables.

Tabla 42. Matriz de alto impacto o de combinaciones FO- FA- DO- DA

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	FACTORES EXTERNOS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buen servicio al cliente 2. Calidad de los productos y de los servicios 3. Inspecciones gratis a domicilio 4. Sostenibles relaciones comerciales con proveedores. 5. Precios competitivos. 6. Fidelidad de los clientes 7. La empresa tiene más de 15 años en el mercado 8. Las utilidades son invertidas en el desarrollo de la empresa.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento de la población, aumento de la demanda. 2. Existencia de nuevos segmentos de mercado. 3. Condiciones favorables de compra de indumentaria de personal. 4. Alcance de medios de comunicación. 5. Existencia de programas de capacitación integral para el personal de las empresa 6. Buena relación con proveedores que ofrecen productos para la limpieza y fumigación. 7. Gran uso de la demanda de limpieza y fumigación. 8. Lugares centrales y estratégicos para la ubicación de empresas 	<p>F4-03. Adquirir indumentaria de personal, adecuado, para un buen servicio a la ciudadanía en general.</p> <p>F5-07. Implementar un sistema informático que permita llevar la información clara, detallada y actualizada de cada actividad que realizan los diferentes departamentos.</p>	<p>D1.-02. Determinar la estructura jerárquica de la empresa a través de la elaboración del organigrama y manuales de función.</p> <p>D2- 07. Realizar un plan de publicidad y promoción para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reducción de remesas enviadas por migrantes. 2. Políticas fiscales agresivas. 3. Incremento de nueva Competencia. 4. Precios bajos de la competencia. 5. Inestabilidad económica 6. Tendencia a la inestabilidad del precio 7. Usuarios más exigentes 8. Impuestos altos a las empresas 	<p>F1-A7. Efectuar un plan de capacitación al personal de la empresa con el objeto de mejorar las relaciones empresariales, de servicio y atención al cliente.</p> <p>F6-A6. Fortalecer el servicio de pedidos mediante la creación de una página web, facilitándole al cliente la adquisición de los productos y a la vez permitiéndole dejar cualquier sugerencia.</p>	<p>F6-A3. Implementar un sistema de control de calidad en los servicios.</p> <p>F7-A4. Ubicación de las oficinas en un lugar estratégico, para mejor posicionamiento de la empresa</p>

Fuente: matriz FODA, EFI, EFE

Elaborado por: La autora

Resultantes de la matriz de alto impacto

Luego de realizar el análisis de la matriz de alto impacto se han obtenido las siguientes estrategias, las cuales servirán como base para definir los objetivos estratégicos.

Resultantes FO

- Adquirir indumentaria de personal, adecuado, para un buen servicio a la ciudadanía en general.
- Implementar un sistema informático que permita llevar la información clara, detallada y actualizada cada actividad que realizad los diferentes departamentos.

Resultantes FA

- Efectuar un plan de capacitación al personal de la empresa con el objeto de mejorar las relaciones empresariales, de servicio y atención al cliente.
- Fortalecer el servicio de pedidos mediante la creación de una página web, facilitándole al cliente la adquisición de los productos y a la vez permitiéndole dejar cualquier sugerencia.

Resultantes DO

- Determinar la estructura jerárquica de la empresa a través de la elaboración del organigrama y manuales de función.
- Realizar un plan de publicidad y promoción para dar a conocer los productos que ofrece la empresa.

Resultantes DA

- Implementar un sistema de control de calidad en los servicios.
- Ubicación de las oficinas en un lugar estratégico, para mejor posicionamiento de la empresa

5.4. Definición de objetivos estratégicos

A partir de la solución estratégica propuesta se procede a definir las áreas de resultados claves.

Un área de resultado clave es aquella donde la empresa debe concentrar los mayores esfuerzos para asegurar el cumplimiento de la Misión y la Visión. Un área de resultado clave puede abarcar varias áreas funcionales.

El proceso de planeación estratégica, se orienta a las áreas de resultados claves y se considera funcional cuando las debilidades son disminuidas, las fortalezas incrementadas, el impacto de las amenazas atendido oportunamente y el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos, la Misión y la Visión de la empresa.

Luego del análisis realizado previamente, se ha considerado conveniente establecer los siguientes objetivos estratégicos.

OBJETIVO N° 1.- Determinar la estructura jerárquica de la empresa a través de la elaboración del organigrama y manuales de función.

OBJETIVO N° 2.- Realizar un plan de publicidad y promoción para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa

OBJETIVO N° 3.- Adquirir indumentaria de personal, adecuado, para un buen servicio a la ciudadanía en general

OBJETIVO N° 4.- Efectuar un plan de capacitación al personal de la empresa con el objeto de mejorar las relaciones empresariales, de servicio y atención al cliente.

OBJETIVO N° 5.- Ubicación de las oficinas en un lugar estratégico, para mejor posicionamiento de la empresa.

Capítulo 6

Propuesta del Plan estratégico para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

En este capítulo se realiza la propuesta del Plan estratégico para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, luego de analizar la situación tanto interna como externa de la empresa en estudio y plantear algunos objetivos que serán de gran aporte en el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Los objetivos estratégicos propuestos se plantean en función a las principales necesidades, requerimientos y falencias que posee la empresa de servicios en la actualidad; en los cuales se determina cada uno de los pasos necesarios que se debe seguir para su posterior ejecución.

Tabla 43. Construcción de la misión de la empresa

Qué somos como empresa	“FUMILIMPIEZA” es una empresa dedicada al servicio de Limpieza, mantenimiento, fumigación de Edificios, Oficinas, hogares, venta de productos y equipos.
Su base o fundamento político filosófico	Satisfacer las necesidades del mercado
El propósito o finalidad mayor	Servicios de limpieza, mantenimiento, fumigación
Área o campo de acción	Ciudad de Loja
Grupos sociales o usuarios productivos del producto y o servicio	Edificios, hogares, oficinas, público en general

Fuente: Análisis interno

Elaborado por: La Autora

Figura 57. Misión

Brindar a nuestros clientes de la ciudad de Loja bienes y satisfacción en cada uno de los servicios de Limpieza, Mantenimiento y Fumigación con personal altamente calificado en la puntualidad, honradez y trabajo en equipo, utilizando productos y herramientas de la más alta calidad

Fuente: Análisis interno

Elaborado por: La Autora

Tabla 44. Construcción de la visión de la empresa

Que somos y que queremos o deseamos en el futuro	Ser la mejor empresa del Ecuador, líder en brindar servicios de Limpieza, Mantenimiento y Fumigación de la más alta calidad, buscando siempre la excelencia y la mejora continua en todos y cada uno de los servicios que ofertamos
Que necesidades se requieren satisfacer	Satisfacer las necesidades del usuario a través de los servicios que ofrece la empresa
Personas o grupos que se beneficiarán	Edificios, hogares, oficinas, público en general
Bienes y o servicios a ofrecer	Servicios de limpieza, mantenimiento y fumigación
Como se ofrecerá el bien o servicio	Con excelencia y la mejora continua en todos los servicios que ofrece la empresa

Fuente: Análisis interno

Elaborado por: La Autora

Figura 58. Visión

Ser la mejor empresa del Ecuador, líder en brindar servicios de Limpieza, Mantenimiento y Fumigación de la más alta calidad, buscando siempre la excelencia y la mejora continua en todos y cada uno de los servicios que ofertamos

Fuente: Análisis interno

Elaborado por: La Autora

Valores, principios, políticas y objetivos empresariales de la empresa

- **Valores:** Los valores en los cuales se va a guiar le Empresa para con nuestros clientes y el personal que conforma la empresa son los siguientes.

Figura 59. Valores empresariales

- Puntualidad: Esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado.
- Honradez: Rectitud de ánimo e integridad en el obrar.
- Ética: Declaración moral en lo referente a una acción o a una decisión.
- Responsabilidad: Valor que permite reflexionar, administrar y orientar los actos.
- Respeto: Valoración que se tiene hacia una cosa o persona.
- Calidad: Capacidad que posee un objeto para satisfacer las necesidades
- Lealtad: Virtud de defender y de ser fieles a lo que creemos y a quien creemos.
- Confidencia: Secreto particular o íntimo que se cuenta con confianza a otra persona.
- Trabajo en Equipo: Conjunto de personas que se organizan para lograr un objetivo
- Tolerancia: Valor moral que implica el respeto íntegro hacia otro.
- Compromiso: Valor que permite que una persona de todo para lograr sus objetivos

Fuente: Análisis interno
Elaborado por: La Autora

- **Principios:** Los principios empresariales en las cuales se va a basar la Empresa para poder mantener su liderazgo son los siguientes:

Figura 60. Principios empresariales

- Eficiencia y agilidad
- Innovación y creatividad
- Libertad de expresión
- Manejar eficientemente los Recursos de la Empresa
- Promover el Trabajo en Equipo
- Orden, y limpieza dentro de la empresa.
- Compromiso con los trabajadores, clientes, proveedores y con la sociedad.

Fuente: Análisis interno
Elaborado por: La Autora

- **Políticas:** poseerá las siguientes políticas para empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

Figura 61. Políticas empresariales

- El personal a contratar deberá firmar un contrato de trabajo y al menos tener estudios secundarios
- Prohibido el ingreso al trabajo en estado etílico.
- La atención y servicio al cliente serán acciones de alta prioridad
- Prohibido ingresar con mascotas.
- Prohibido fumar o ingerir otros estupefacientes dentro de la empresa.
- Todo empleado deberá ser leal en los aspectos relacionados a la Empresa.
- La limpieza del local se la realizara al inicio y final de la jornada.
- Usar los respectivos uniformes de trabajo.

Fuente: Análisis interno
Elaborado por: La Autora

- **OBJETIVOS:** La empresa presenta los factores determinantes para el éxito de la misma, en otras palabras son los objetivos a los que apunta la empresa.

Figura 61 Objetivos empresariales

- Salir siempre hacia adelante, ofreciendo servicios de calidad
- Aportar a la economía de la provincia, ciudades y del Ecuador creando fuentes de trabajo.
- Capacitar al personal constantemente para que desarrollen eficientemente sus actividades.
- Ofrecer un buen servicio, atención puntual y oportuna a los clientes
- Hacer un compromiso con el cliente
- Tener una innovación constante

Fuente: Análisis interno
Elaborado por: La Autora

Objetivo estratégico 1

Determinar la estructura jerárquica de la empresa a través de la elaboración del organigrama y manuales de función.

Problema

La empresa de servicios FUMILIMPIEZA no cuenta con una organización estructural bien definida, provocando ineficiencia en la empresa y por lo cual le impide posicionarse en el mercado local.

Meta

Contar con una estructura formal dentro de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja de tal manera que se puedan conocer los niveles jerárquicos y las funciones de cada uno de los empleados – trabajadores para que de esta manera la empresa sea eficiente y eficaz.

Actividad

Establecer el organigrama estructura que determine las jerarquías dentro de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja.

Diseñar un manual de funciones acorde al cargo y nivel jerárquico.

Presupuesto referencial

Tabla 45. Presupuesto

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Materiales de oficina	13.50	13.50
15	Impresiones	0.10	1.50
10	Anillados	1.25	12.50
150	Copias	0.02	3.00
1	Pancartas	20,00	20,00
1	Servicios profesionales, elaboración de organigrama y manual de funciones	250,00	250,00
TOTAL			300,50

Fuente: Empresa FUMILIMPIEZA

Elaborado por: La Autora

Estrategias

Dar a conocer la estructura de la empresa a través de la exhibición gráfica en marcos publicitarios dentro de las instalaciones.

Otorgar un ejemplar de los aspectos más relevantes de cada cargo para que el personal pueda desempeñar sus funciones.

Políticas

El organigrama será ajustado acorde al crecimiento que tenga la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja.

Cada empleado- trabajador deberá regirse por el manual de funciones para su correcta ubicación y desempeño eficaz.

Tácticas

Determinar el crecimiento de la empresa con la finalidad de realizar posibles ajustes en el organigrama.

La estructura organizacional de la empresa será flexible a los cambios que la empresa pueda tener durante el período establecido.

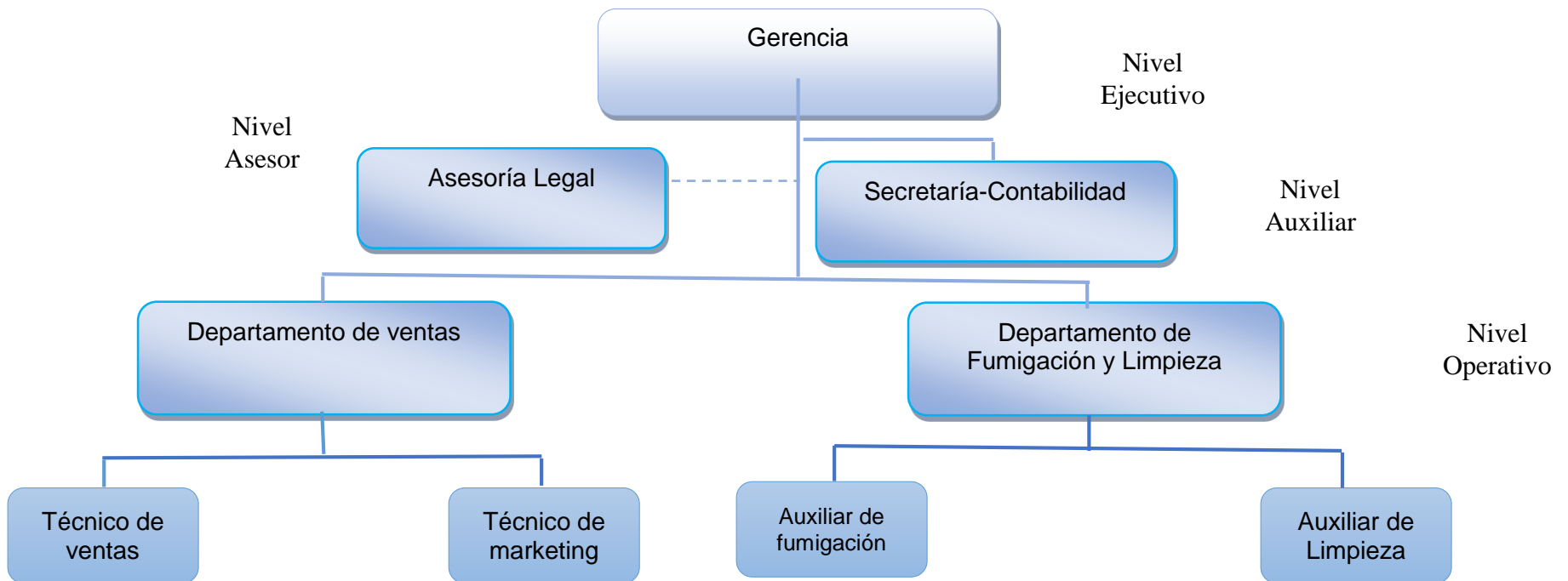
Responsable

Gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

COSTO

Costo de la estructura organizacional será de \$ **300,50**

Figura 62. Organigrama Estructural



Elaborado por: La autora



 <p>EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA "FUMILIMPIEZA"</p>		<h1 style="color: orange;">MANUAL DE FUNCIONES</h1>	
EMPRESA:	FUMILIMPIEZA	CODIGO N°	01
FECHA DE ELABORACION:	16/07/2019		
RESPONSABLE:	GERENTE		
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación del Cargo	GERENTE		
Área	ADMINISTRATIVA		
Inmediato Superior	-----		
Nivel Jerárquico	EJECUTIVO		
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Su labor principal es la toma de decisiones, además de planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, es el puesto en el cual se centra el mayor poder dentro de la empresa.			
III. FUNCIONES PRINCIPALES			
<ul style="list-style-type: none"> * Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. * Organizar la estructura de la empresa, así como también de las funciones y los cargos. * Dirigir, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de la empresa. * Controlar las actividades que se han planificado, comparándolas con lo realizado y detectar si hubo desviaciones o diferencias. * Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo. * Analizar los problemas de la empresa como lo son en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable, etc. * Mantener contacto con los proveedores para incrementar portafolio de proveedores de insumos y tecnologías. * Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente al equipo de trabajo. * Planificar las formas de capacitación o actualización del personal según sus funciones. * Hace cumplir con las políticas y reglamentos internos. * Controlar mensualmente lo concerniente al RUC 			
IV. REQUISITOS MINIMOS			
EDUCACIÓN	Superior Título de Ingeniero Comercial		
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años		
TIEMPO	Disponibilidad de tiempo		



EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA
"FUMILIMPIEZA"

MANUAL DE FUNCIONES

EMPRESA:	FUMILIMPIEZA	CODIGO N°	02
FECHA DE ELABORACION:	16/07/2019		
RESPONSABLE:	SECRETARIA/AUXILIAR CONTABLE		

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Denominación del Cargo	SECRETARIA/AUXILIAR CONTABLE
Área	ADMINISTRATIVA
Inmediato Superior	GERENTE
Nivel Jerárquico	AUXILIAR

II. NATURALEZA DEL PUESTO

Su labor principal es asistir al gerente en el área administrativa, es la encargada de la documentación de la empresa y de la atención a los clientes

III. FUNCIONES PRINCIPALES

- * Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas y en forma personal a los clientes.
- * Atender a todos los futuros clientes que requieran información.
- * Elaboración de oficios y documentos empresariales.
- * Organización de reuniones en las oficinas de la empresa
- * Confirmación de citas y reuniones agendadas con anterioridad.
- * Mantener actualizados los documentos de la empresa
- * Revisión de la contabilización de los documentos.
- * Recibir la documentación que llega a la empresa
- * Clasificar los documentos contables.
- * Seguimiento y facturación de gastos

IV. REQUISITOS MINIMOS

EDUCACIÓN	Superior Título de Ingeniero Comercial / Lic. en Contabilidad y Auditoría
EXPERIENCIA	Mínimo 3 años
TIEMPO	Disponibilidad de tiempo

 <p>EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA "FUMILIMPIEZA"</p>		<h1 style="color: orange;">MANUAL DE FUNCIONES</h1>	
EMPRESA: FECHA DE ELABORACION: RESPONSABLE:	FUMILIMPIEZA 16/07/2019 TÉCNICO DE VENTAS	CODIGO N°	03
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación del Cargo		TÉCNICO DE VENTAS	
Área		TÉCNICA	
Inmediato Superior		GERENTE / SECRETARIA-AUXILIAR CONTABLE	
Nivel Jerárquico		OPERATIVO	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Su labor principal es buscar, conseguir y atraer clientes a la empresa.			
III. FUNCIONES PRINCIPALES			
<ul style="list-style-type: none"> * Visitar domicilios y empresas para ofrecerles los servicios de fumigación y limpieza. * Agendar citas con los gerentes de empresas públicas y privadas, para realizar propuestas de ventas de servicios. * Conseguir contratos de fumigación y limpieza. * Hacer seguimiento de los clientes que ha visitado y de los que están recibiendo los servicios. * Crear una base de datos de todos los clientes. * Recoger sugerencias y comentarios para mejorar los servicios. * Orientar al personal auxiliar de servicios, para que realicen un mejor trabajo cada día.. * Llenar reportes periódicos de las tareas asignadas. * Tener los registros y documentos del servicio realizado * Mantener limpio y en orden equipos de trabajo. * Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad establecidos por la empresa. 			
IV. REQUISITOS MINIMOS			
EDUCACIÓN		Ingeniero comercial	
EXPERIENCIA		Mínimo 3 años	
TIEMPO		Disponibilidad de tiempo	

 <p>EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA "FUMILIMPIEZA"</p>		<h1 style="color: orange;">MANUAL DE FUNCIONES</h1>	
EMPRESA: FECHA DE ELABORACION: RESPONSABLE:	FUMILIMPIEZA 16/07/2019 TÉCNICO DE MARKETING	CODIGO N°	04
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación del Cargo		TÉCNICO DE MARKETING	
Área		TÉCNICA	
Inmediato Superior		GERENTE / SECRETARIA-AUXILIAR CONTABLE	
Nivel Jerárquico		OPERATIVO	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Su labor principal es posicionar a la empresa en el mercado local y nacional.			
III. FUNCIONES PRINCIPALES			
<ul style="list-style-type: none"> * Realizar campañas publicitarias agresivas para dar a conocer los servicios que ofrece la empresa. * Canalizar promociones en fechas especiales. * Conseguir espacios en ferias, foros, seminarios, para ubicar stand de la empresa. * Participar en conferencias, ponencias. * Buscar nuevos mercados. * Estar pendiente del aniversario de las empresas, para ofrecer un descuento por esa ocasión. * Elaborar cronogramas de capacitación al personal de servicios, ventas y administrativo sobre atención al cliente, ventas, relaciones humanas y desarrollo personal. * Llenar reportes periódicos de las tareas asignadas. * Tener los registros y documentos del servicio realizado * Mantener limpio y en orden su lugar de trabajo. * Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad establecidos por la empresa. 			
IV. REQUISITOS MINIMOS			
EDUCACIÓN		Ingeniero comercial o en Marketing.	
EXPERIENCIA		Mínimo 3 años	
TIEMPO		Disponibilidad de tiempo	

 <p>EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA "FUMILIMPIEZA"</p>		<h1 style="color: orange;">MANUAL DE FUNCIONES</h1>	
EMPRESA: FECHA DE ELABORACION: RESPONSABLE:	FUMILIMPIEZA 16/07/2019 TÉCNICO DE FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA	CODIGO N°	05
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación del Cargo		TÉCNICO DE FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA	
Área		TÉCNICA	
Inmediato Superior		GERENTE / SECRETARIA-AUXILIAR CONTABLE	
Nivel Jerárquico		OPERATIVO	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Su labor principal es identificar, fumigar o capturar, y destruir plagas que puedan causar daños a edificios, domicilios, etc., o que son un riesgo para la salud			
III. FUNCIONES PRINCIPALES			
<ul style="list-style-type: none"> * Determinar equipos y métodos a utilizar. * Preparar fórmulas para ser utilizadas en la fumigación o eliminación de diferentes plagas. * Efectuar una profilaxis general. * Hacer mantenimiento y reparar el equipo necesario para la realización de su trabajo. * Levantar inventarios de materiales y equipos. * Recomendar la adquisición de implementos de seguridad. * Orientar al personal de menor nivel. * Llenar reporte periódicos de las tareas asignadas. * Tener los registros y documentos del servicio realizado * Mantener limpio y en orden equipos de trabajo. * Cumplir con las normas y procedimientos de seguridad establecidos por la empresa. 			
IV. REQUISITOS MINIMOS			
EDUCACIÓN		Bachiller	
EXPERIENCIA		Mínimo 3 años	
TIEMPO		Disponibilidad de tiempo	

 <p>EMPRESA DE SERVICIOS DE LIMPIEZA "FUMILIMPIEZA"</p>		<h1 style="color: orange;">MANUAL DE FUNCIONES</h1>	
EMPRESA: FECHA DE ELABORACION: RESPONSABLE:	FUMILIMPIEZA 16/07/2019 AUXILIAR DE LIMPIEZA	CODIGO N°	06
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
Denominación del Cargo		AUXILIAR DE LIMPIEZA	
Área		TÉCNICA	
Inmediato Superior		GERENTE / SECRETARIA-AUXILIAR CONTABLE / TÉCNICO DE FUMIGACIÓN Y LIMPIEZA	
Nivel Jerárquico		OPERATIVO	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
<p>Su labor principal es realizar tareas de limpieza y mantenimiento de superficies y mobiliario en edificios, locales y domicilios; seleccionando las técnicas útiles, productos y máquinas para garantizar la higienización, conservación y mantenimiento; cumpliendo con la normativa establecida por la empresa</p>			
III. FUNCIONES PRINCIPALES			
<ul style="list-style-type: none"> * Limpiar las áreas internas de edificios, domicilios, oficinas y locales utilizando herramientas como escobas, trapeadores, productos de limpieza y aspiradoras. * Limpiar con aspiradora espacios que poseen alfombras o que generan polvo. * Barrer y trapear los pisos de losa y baldosas. * Encerado de los pisos. * Quitar polvo de las oficinas * Vaciar y limpiar los tarros de basura y trasladar al lugar de recolección. * Mover muebles * Demás funciones asignadas por sus superiores 			
IV. REQUISITOS MINIMOS			
EDUCACIÓN		Bachiller	
EXPERIENCIA		Mínimo 2 años	
TIEMPO		Disponibilidad de tiempo	

Tabla 46. Matriz objetivo estratégico 1

Determinar la estructura jerárquica de la empresa a través de la elaboración del organigrama y manual de funciones			
PROBLEMA	META	ACTIVIDAD	ESTRATEGIAS
La empresa de servicios FUMILIMPIEZA no cuenta con una organización estructural bien definida, provocando ineficiencia en la empresa y por lo cual le impide posicionarse en el mercado local.	Contar con una estructura formal dentro de la empresa FUMILIMPIEZA de tal manera que se puedan conocer los niveles jerárquicos y las funciones de cada uno de los empleados-trabajadores para que de esta manera la empresa sea eficiente y eficaz.	Establecer el organigrama estructural que determine las jerarquías dentro de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja. Diseñar un manual de función acorde al cargo y nivel jerárquico.	Dar a conocer la estructura de la empresa a través de la exhibición gráfica en marcos publicitarios dentro de las instalaciones. Otorgar un ejemplar de los aspectos más relevantes de cada cargo para que el personal pueda desempeñar sus funciones.
POLITICAS	TACTICAS	RESPONSABLE	COSTO
El organigrama será ajustado acorde al crecimiento que tenga la empresa de servicios FUMILIMPIEZA. Cada empleado deberá regirse por el manual de funciones para su correcta ubicación y desempeño eficaz.	Determinar el crecimiento de la empresa con la finalidad de realizar posibles ajustes en el organigrama. La estructura organizacional de la empresa será flexible a los cambios que la empresa pueda tener durante el período establecido.	Profesional para la elaboración del organigrama y manual de funciones, bajo la supervisión del gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA	Costo de la estructura organizacional es de \$300,50

Elaborado por: La autora

Objetivo estratégico 2

Realizar un plan de publicidad y promoción con la finalidad de dar a conocer los productos que ofrece la empresa.

Problema

La inexistencia de un plan publicitario y de promociones conlleva a la falta de fidelización del cliente.

Meta

Incrementar las ventas, en un 25%, de los servicios de limpieza, mantenimiento y fumigación, mediante la elaboración de un plan de publicidad y promoción.

Actividad

Difundir la campaña publicitaria y de promociones que reflejen las características de cada uno de los servicios.

Realizar publicidad a través de las redes sociales. Para ello se deberán realizar los respectivos anuncios a ser publicados en las diferentes plataformas de redes sociales.

Además de la actualización de la información de la página web.

Otorgar camisetas, calendarios, llaveros, gorras a los clientes fieles y posibles clientes en meses festivos durante un año y de esa manera lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

Elaborar y diseñar la información que va a ser difundida en las hojas volantes, a ser repartidas en la ciudad de Loja.

Presupuesto referencial

Tabla 47. Presupuesto para Publicidad

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1200	Hojas volantes.	0,05	60,00
4	Diseño de material publicitario para redes sociales.	50,00	200,00
12	Actualización de la página web (mensual)	50,00	600,00
TOTAL			860,00

Fuente: Zebra digital, Imprenta Grafimundo
Elaborado por: La Autora

Tabla 48. Presupuesto para Promociones

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO (dólares)	TOTAL
100	Camisetas	5,50	550,00
100	Calendarios	3,00	300,00
300	Llaveros	1,00	300,00
100	Gorras	1,50	150,00
TOTAL			1.300,00

Fuente: Imprenta Grafimundo, Comercial las Mil Maravillas
Elaborado por: La Autora

Estrategias

Buscar los medios de comunicación e imprentas que faciliten la realización de la campaña publicitaria y de promociones.

Analizar las mejores opciones de campaña publicitaria en redes sociales.

Diseñar calendario, llaveros, gorras y camisetas para entregar a clientes, usuarios finales, proveedores.

Creatividad en la publicidad, capaz que pueda ser recordada con facilidad, los mensajes diseñados deberán ser dirigidos directamente al usuario final.

Promociones llamativas, que permitan estimular a los clientes a utilizar los servicios de la empresa.

Políticas

La empresa desarrollará su campaña publicitaria mensualmente o cuando las condiciones del mercado así lo determine.

La publicidad en redes sociales, será constante de tal manera que los potenciales clientes tengan siempre presente que tienen una empresa que puede solventar sus problemas de limpieza en el hogar y en la oficina.

Entregar a la ciudadanía de Loja, las hojas volantes para que tengan conocimiento sobre los servicios que ofrece la empresa

Realizar promociones en temporadas de días festivos como las navideñas por el día de la madre, Independencia y fundación de Loja, o cuando las condiciones del mercado así lo determinen

Tácticas

Proponer la creación de mensajes publicitarios que contengan la información necesaria para generar mayor demanda.

Las promociones estarán dirigidas exclusivamente para los clientes, a los cuales se les hará la entrega de calendarios, llaveros, gorras y camisetas.

Responsable

Gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA

Costo

Coto del plan de promoción y publicidad de **\$2 160,00**

Figura 63. Publicidad

Fumi Limpieza
Soluciones integrales

Contamos con personal técnico altamente capacitado para asesorarlo y ofrecerle servicios eficientes con precios económicos

15 años
SERVIENDO A LQJA Y EL PAÍS

Fumi Limpieza
Soluciones integrales

Descuentos especiales por temporada

Limpieza, Mantenimiento y Fumigación

- **LIMPIEZA** OFICINAS, BANCOS, HOSPITALES.
- **MANTENIMIENTO** RESIDENCIALES, COMERCIALES E INSTITUCIONES.
- **FUMIGACIÓN** INSECTOS RASTREROS, VOLADORES, ROEDORES, MURCIÉLAGOS, ENTRE OTROS.
- **LIMPIEZA Y LAVADO** COLCHONES, MUEBLES, ALFOMBRAS Y CISTERNAS

LOJA MATRIZ: Rocafuerte y Nicolas Garcia Esq.
072-2581026 | Cel: 0939265543

Elaborado por: La Autora

Figura 64. Promociones

Fumi Limpieza
Soluciones integrales

Limpieza, Mantenimiento y Fumigación

- **LIMPIEZA** OFICINAS, BANCOS, HOSPITALES.
- **MANTENIMIENTO** RESIDENCIALES, COMERCIALES E INSTITUCIONES.
- **FUMIGACIÓN** INSECTOS RASTREROS, VOLADORES, ROEDORES, MURCIÉLAGOS, ENTRE OTROS.
- **LIMPIEZA Y LAVADO** COLCHONES, MUEBLES, ALFOMBRAS Y CISTERNAS

LOJA MATRIZ: Rocafuerte y Nicolas Garcia Esq.
072-2581026 | Cel: 0939265543

Elaborado por: La Autora

Tabla 49. Matriz objetivo estratégico 2

Realizar un plan de publicidad y promoción con la finalidad de dar a conocer los productos que ofrece la empresa			
PROBLEMA	META	ACTIVIDAD	ESTRATEGIAS
La inexistencia del plan un plan publicitario y de promociones conlleva a la falta de fidelización del cliente.	Incrementar las ventas, en un 25%, de los servicios de limpieza, mantenimiento y fumigación, mediante la elaboración de un plan de publicidad y promoción	<p>Difundir la campaña publicitaria y de promociones que reflejen las características de cada uno de los servicios.</p> <p>Realizar publicidad en redes sociales. Para ello se deberán realizar los respectivos anuncios a ser publicados en las diferentes plataformas de redes sociales. Además de la actualización de la información de la página web.</p> <p>Otorgar camisetas, calendarios, llaveros, gorras a los clientes fieles y posibles clientes en meses festivos durante un año y de esa manera lograr un mejor posicionamiento en el mercado.</p> <p>Elaborar y diseñar la información que va a ser difundida en las hojas volantes, a ser repartidas en la ciudad de Loja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar los medios de comunicación e imprentas que faciliten la realización de la campaña publicitaria y de promociones • Analizar las mejores opciones de campaña publicitaria en redes sociales. • Diseñar calendario, llaveros, gorras y camisetas para entregar a clientes, usuarios finales, proveedores. <ul style="list-style-type: none"> • Creatividad en la publicidad, capaz que pueda ser recordada con facilidad los cuales los mensajes diseñados deberán ser dirigidos directamente al usuario final. • Promociones llamativas, que permitan estimular a los clientes a utilizar los servicios de la empresa.
POLITICAS	TACTICAS	RESPONSABLE	COSTO

<p>La empresa desarrollara su campaña publicitaria quincenalmente o cuando las condiciones del mercado así lo determine.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La contratación del espacio publicitario se hará directamente con el medio de difusión. • Entregar a la ciudadanía de Loja, las hojas volantes para que tengan conocimiento sobre los servicios que ofrece la empresa • Realizar promociones en temporadas de días festivos como las navideñas por el día de la madre Independencia y fundación de Loja, o cuando las condiciones del mercado así lo determine 	<ul style="list-style-type: none"> • Proponer la creación de mensajes publicitarios que contengan la información necesaria para generar mayor demanda. <ul style="list-style-type: none"> • Las promociones estarán dirigidas exclusivamente para los clientes, a los cuales se les hará la entrega de calendarios, llaveros, gorras y camisetas. 	<p>Técnico de marketing, bajo la aprobación del gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA</p>	<p>Costo de la campaña publicitaria y de promoción es de \$2.160,00</p>
---	--	---	---

Elaborado por: La autora

Objetivo estratégico 3

Adquirir indumentaria de personal, adecuado, para un buen servicio a la ciudadanía en general

Problema

La empresa de servicios FUMILIMPIEZA no posee suficiente indumentaria de personal para la protección de cada auxiliar de limpieza y fumigación, que permita desarrollarse con eficiencia en las actividades en las que se desenvuelven.

Meta

Dotar al 100% del personal de las prendas de vestir necesarias para ejecutar su trabajo de mejor manera, más segura y confiable; además de proyectar buena imagen e la empresa, ante los clientes y público en general.

Actividad

Realizar un estudio de las prendas de vestir (indumentaria de personal) existentes en las diferentes distribuidoras a nivel nacional, para adaptarlas a los servicios que ofrece la empresa FUMILIMPIEZA.

Presupuesto referencial

Tabla 50. Presupuesto indumentaria de personal

CANTIDAD	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
4	Traje fumigación reforzado	60,00	240,00
14	Delantales	15,00	210,00
4	Capuchas fumigación	22,00	88,00
14	Guantes nitrilo	7,00	98,00
14	Botas plásticas	15,00	210,00
14	Antiparras	12,00	168,00
14	Mascarillas	8,00	112,00
TOTAL			1.126,00

Fuente: mercado libre

Elaborado por: La Autora

Estrategias

Buscar diseños y colores que se identifiquen con la empresa, para conservar los colores de la marca que representen a la empresa para proyectar una buena imagen corporativa. Además se realizará un análisis detallado de las proformas para la adquisición de la indumentaria de personal más conveniente para la empresa para de esa manera evitar costos recargados.

Políticas

La nueva indumentaria de personal para los trabajadores de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja es de exclusiva responsabilidad del gerente propietario de la empresa.

Todo el personal utilizará la indumentaria específicamente en horario de trabajo, queda a su responsabilidad el mal uso del mismo en otros lugares, y en horarios diferentes al de su trabajo. Es el responsable de proyectar una imagen profesional de la empresa.

Tácticas

Llevar a efecto del equipamiento de indumentaria de personal de acuerdo a las normas de seguridad industrial correspondientes.

Responsable

Gerente-propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja.

Costo

La adquisición de la indumentaria del personal tiene un costo de \$1.126,00.

Figura 64 Indumentaria del personal

EQUIPO DE PROTECCIÓN PERSONAL COMPLETO

- MAMELUCO
- DELANTAL IMPERMEABLE
- GORRO IMPERMEABLE o CAPUCHA
- GUANTES DE NITRILO
- BOTAS o ZAPATILLAS IMPERMEABLES DE SUELA GRUESA
- ANTIPARRAS o CAPUCHA con PROTECCIÓN
- MÁSCARAS RESPIRATORIAS

TRAJE DE FUMIGACIÓN REFORZADO

- Refuerzo en PVC Lona
- Broches plásticos
- Alcoba Cintura para cordón
- Broches Para Ajustar
- Capucha incorporada con botones de ajuste
- Hebillas de Regulación
- Pechera de Protección
- Refuerzo en PVC Lona

TALLAS: S, M, L, XL CALIBRE: 16 Más Lona

DELANTAL

Fabricado en tela a base de poliéster recubierto de PVC. Unión de piezas por electrofrecuencia talla única.

Calibre: 12. Trabajo Liviano.
Calibre: 14. Trabajo Sempesado.
Calibre: 15. Pesado.

120 X 70 cm

Colores:

Delantal con Refuerzo en el pecho

Con tiras unidas o sobre pedida con hebillas de ajuste

Opciones sin doblés / selos.

CAPUCHA DE FUMIGACIÓN

Visor en acetato de policarbonato de alta resistencia

Sistema de ajuste

Casquete de cabeza

Forma de Ajuste

LATERAL PERFIL

CALIBRE: 12

GUANTE NITRILO

EN-388

EN-420

Descripción: Flokeado interior de algodón, color verde, ideal para trabajos con químicos.
Espesor: 0,95mm Largo: 18cm

MÁSCARAS RESPIRATORIAS

MASCARILLA 2 FILTRO RM-602
Cod.7862105541986
Elaborado en caucho natural con válvulas de inhalación y exhalación. Filtros intercambiables.

MASCARILLA 1 FILTRO RM-601
Cod.7862105541487
Elaborado en caucho natural con válvulas de inhalación y exhalación. Filtros intercambiables.

FILTRO
Cod.7862105541832
R-610

R-610 R-611

Elaborado por: La autora

Tabla 51. Matriz objetivo estratégico 3

Adquirir indumentaria de personal adecuado para un buen servicio a la ciudadanía en general			
PROBLEMA	META	ACTIVIDAD	ESTRATEGIAS
La empresa de servicios FUMILIMPIEZA no posee suficiente indumentaria de personal para la protección de cada auxiliar de limpieza y fumigación, que permita desarrollarse con eficiencia en las actividades en las que se desenvuelven	Dotar al 100% del personal de las prendas de vestir necesarias para ejecutar su trabajo de mejor manera, más segura y confiable; además de proyectar buena imagen e la empresa, ante los clientes y público en general.	Realizar un estudio de las prendas de vestir (indumentaria de personal) existentes en las diferentes distribuidoras a nivel nacional, para adaptarlas a los servicios que ofrece la empresa FUMILIMPIEZA.	Buscar diseños y colores que se identifiquen con la empresa, para conservar lo colores de la marca que representen a la empresa para proyectar una buena imagen corporativa. Además se realizará un análisis detallado de las proformas para la adquisición de la indumentaria de personal más conveniente para la empresa para de esa manera evitar costos recargados.
POLITICAS	TACTICAS	RESPONSABLE	COSTO
<ul style="list-style-type: none"> La nueva indumentaria de personal para los trabajadores de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja es de exclusiva responsabilidad del gerente propietario de la empresa. Todo el personal utilizará la indumentaria específicamente en horario de trabajo, queda a su responsabilidad el mal uso del mismo en otros lugares, y en horarios diferentes al de su trabajo. Es el responsable de proyectar una imagen profesional de la empresa 	Llevar a efecto del equipamiento de indumentaria de personal de acuerdo a las normas de seguridad industrial correspondientes	Gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA	Costo de la campaña publicitaria y de promoción es de \$1.126,00

Elaborado por: La autora

Objetivo estratégico 4

Efectuar un plan de capacitación al personal de la empresa con el objeto de mejorar las relaciones empresariales, de servicio y atención al cliente.

Problema

Falta de capacitación tanto para el personal operativo como para el personal administrativo hace que límite el crecimiento de los servicios que ofrece la empresa como el desempeño administrativo y esto recae en la posición de la empresa.

Meta

Hasta el mes de julio del año 2020, mejorar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión y visión empresarial, mediante un plan de capacitación.

Actividad

Buscar centros de capacitación que ofrezcan mejores condiciones para el personal operativo y administrativo de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja.

La Gerencia recibirá conferencias en temas gestión empresarial, marketing y estrategias de negocio.

Capacitar al personal con los siguientes temas: Gerente: Marketing, estrategias de negocios, trabajo en equipo, relaciones humanas y atención al cliente, gestión empresarial, informática; a la secretaria contadora con temas sobre contabilidad, informática-secretariado, relaciones humanas y atención al cliente, trabajo en equipo; los técnicos de limpieza y fumigación con temas sobre: marketing y estrategias de negocios, trabajo en equipo, relaciones humanas y atención al cliente; a los auxiliares de limpieza y fumigación con temas sobre: trabajo en equipo relaciones humanas y atención al cliente, mantenimiento de equipos.

Presupuesto referencial

Para aplicar la capacitación, la empresa provee un salón dentro de la misma localidad ya que la empresa no cuenta con un espacio destinado para dichos eventos, la tecnología y el material de proyección será aportado por la empresa en caso de ser necesario. Los costos de dicho plan serán asumidos en su totalidad por la empresa de servicios FUMILIMPIEZA.

Tabla 52. Presupuesto de Capacitación

PLAN DE CAPACITACIÓN PARA LA EMPRESA					
CANTIDAD	DIRIGIDO A	DETALLE		PRECIO	TOTAL
2	Gerente		Marketing y estrategias	50,00	100,00
	Técnicos de Limpieza y fumigación		de negocios		
11	Todo el personal		Trabajo en equipo	20,00	220,00
11	Todo el personal		Relaciones Humanas y atención al cliente	20,00	220,00
7	Auxiliares de limpieza y fumigación		Mantenimiento de equipos	20,00	140,00

2	Gerente Técnicos de Limpieza y fumigación	Gestión empresarial	50,00	100,00
2	Gerente Secretaria-contadora	Informática y secretariado	40,00	80,00
1	Secretaria contadora	Contabilidad	50,00	50,00
TOTAL			910,00	

Elaborado por: La autora

Estrategia

- Se capacitará al personal de la empresa de acuerdo a las mayores falencias que tengan de acuerdo a sus funciones

Tabla 53. Cronograma de capacitación

N°	CURSO O SEMINARIO	INSTRUCTOR	LUGAR	TIEMPO DE DURACION	FECHAS	PARTICIPANTES	TIPO DE EVENTO		
							Asistencia	Evaluación	Valor
1	Marketing y estrategias de negocios	Por designar	SECAP	4 horas	Mes de enero 2020	Gerente, Técnicos de Limpieza y Fumigación	X		50,00 por persona
2	Trabajo en Equipo	Por designar	Instalaciones de la empresa	6 horas	Mes de febrero 2020	Todo el personal de la empresa	X	X	20,00 por persona
3	Relaciones Humanas y atención al cliente	Por designar	Instalaciones de la empresa	10 horas	Mes de marzo 2020	Todo el personal de la empresa	X	X	20 por persona
4	Mantenimiento de equipos	Por designar	Cámara de Comercio de Loja	5 horas	Mes de abril 2020	Auxiliares de limpieza y fumigación	X		20 por persona
5	Gestión Empresarial	Por designar	Instalaciones de la Empresa	5 horas	Mes de mayo 2020	Gerente y Técnicos de Limpieza y Fumigación	X	X	50 por persona
6	Informática y secretariado	Por designar	C.E.L.	16 horas	Mes de junio 2020	Gerente, secretaria-contadora	X	X	40 por persona
7	Contabilidad	Por designar	Colegio de Contadores	16 horas	Mes de julio 2020	Contadora	x	x	50 por persona

Elaborado por: La autora

Políticas

Determinar cuál es la institución adecuada para llevar a cabo la capacitación tanto para el empleador y empleados- trabajadores

La capacitación se llevará a cabo en horas no laborables,

La capacitación del personal será de carácter obligatorio.

Las conferencias para el personal serán gratuitas.

Tácticas

Los horarios no deben interferir en el desempeño de las actividades normales de la empresa.

La capacitación se efectuará con puntualidad y su aprobación con el 100% de asistencia.

Llevar a efecto el plan de capacitación de acuerdo a las necesidades de cada personal de la empresa, de esta manera se iniciará con el gerente-propietario de la empresa, posteriormente la capacitación se la realizará al personal operativo y administrativo de la empresa.

Responsable

Gerente-propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

COSTO

El plan de capacitación tiene un costo de **\$910.00**

Tabla 54. Matriz objetivo estratégico 4

Efectuar un plan de capacitación al personal de la empresa con el objeto de mejorar las relaciones empresariales, de servicio y atención al cliente			
PROBLEMA	META	ACTIVIDAD	ESTRATEGIAS
Falta de capacitación tanto para el personal operativo como para el personal administrativo hace que límite el crecimiento de los servicios que ofrece la empresa como el desempeño administrativo y esto recae en la posición de la empresa	Hasta el mes de julio del año 2020, mejorar la capacidad individual y colectiva para contribuir al cumplimiento de la misión y visión empresarial, mediante un plan de capacitación.	Buscar centros de capacitación que ofrezcan mejores condiciones para el personal operativo y administrativo de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja. La Gerencia recibirá conferencias en temas gestión empresarial, marketing y estrategias de negocio. Capacitar al personal con temas acordes a sus puestos de trabajo	Se capacitará al personal de la empresa de acuerdo a las mayores falencias que tengan de acuerdo a sus funciones
POLITICAS	TACTICAS	RESPONSABLE	COSTO
Determinar cuál es la institución adecuada para llevar a cabo la capacitación tanto para los empleados, gerente y trabajadores La capacitación se llevará a cabo en horas no laborables, La capacitación del personal será de carácter obligatorio. Las conferencias para el personal serán gratuito.	Los horarios no deben interferir en el desempeño de las actividades normales de la empresa. La capacitación se efectuará con puntualidad y su aprobación con el 100% de asistencia. Llevar a efecto el plan de capacitación de acuerdo a las necesidades de cada personal de la empresa, de esta manera se iniciará con el gerente-propietario de la empresa, posteriormente la capacitación se la realizara al personal operativo y administrativo de la empresa.	Gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA	Costo de la campaña publicitaria y de promoción es de \$910,00

Elaborado por: La autora

Objetivo estratégico 5

Ubicación de las oficinas en un lugar estratégico, para mejor posicionamiento de la empresa

Problema

La ubicación actual de la empresa no le permite tener contacto directo con los clientes, además se encuentra en un barrio lejano que le ocasiona más costos de transporte tanto para la movilización del personal, como de los productos que comercializa.

Meta

En el primer trimestre, se hará el cambio de local, a un lugar más céntrico.

Actividad

Buscar lugares estratégicos para ubicar a la empresa, que queden en lugares accesibles, vistosos y que proyecten buena imagen de la empresa.

Definir un lugar que tenga costos de arrendamiento de acuerdo a lo presupuestado por la empresa.

Hacer un contrato de arrendamiento de 1 año.

Realizar las adecuaciones necesarias en las nuevas instalaciones, de tal manera que no sean costosas pero atractivas, que proyecten seguridad, confianza, pulcritud, honestidad y responsabilidad; buscando colores para las paredes de acuerdo a la marca de la empresa.

Presupuesto referencial

Para realizar este objetivo, es necesario que la empresa realice la siguiente inversión:

Tabla 55. Presupuesto para reubicación

CANTIDADES	DETALLE	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	Transporte de mudanza	100	100,00
1	Pintura	500	500,00
5	Divisiones por paneles trasportables	2.200	2.200,00
10	Letreros de señalética	200	200,00
12	Incremento mensual de arriendo	150	1.800,00
TOTAL			4.800,00

Fuente: Dueños del local

Elaborado por: La Autora

Estrategias

Buscar un lugar céntrico para la nueva ubicación de la empresa, de tal modo que los clientes tengan contacto directo con esta.

Utilizar los colores de la marca para pintar las paredes de las nuevas instalaciones

Mantener siempre muy bien aseadas las instalaciones, de manera que proyecten todo lo que la empresa puede ofrecer a sus clientes.

Políticas

Mantener los colores corporativos de la empresa en paredes, letreros y todo lo relacionado a utilería.

Mantener siempre limpias todas las áreas de la empresa y de olor agradable.

Respetar los horarios de recolección de basura y hacerlo en los respectivos recipientes.

Está prohibido fumar dentro de las instalaciones de la empresa.

Tácticas

Las nuevas instalaciones de la empresa, deben proyectar todo lo que la empresa ofrece a sus clientes, es decir: limpieza, pulcritud, confianza, honestidad, responsabilidad, servicio de excelente calidad.

Los colaboradores son los responsable de hacer sentir a los clientes, seguros y escuchados cuando ingresen a las nuevas instalaciones.

Responsable

Gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA

Costo

La inversión de la reubicación es de **\$4.800,00**

Tabla 56. Matriz objetivo estratégico 5

Ubicación de las oficinas en un lugar estratégico, para mejor posicionamiento de la empresa			
PROBLEMA	META	ACTIVIDAD	ESTRATEGIAS
La ubicación actual de la empresa no le permite tener contacto directo con los clientes, además se encuentra en un barrio lejano que le ocasiona más costos de transporte tanto para la movilización del personal, como de los productos que comercializa	En el primer trimestre, se hará el cambio de local, a un lugar más céntrico.	<p>Buscar lugares estratégicos para ubicar a la empresa, que queden en lugares accesibles, vistosos y que proyecten buena imagen de la empresa.</p> <p>Definir un lugar que tenga costos de arrendamiento de acuerdo a lo presupuestado por la empresa.</p> <p>Hacer un contrato de arrendamiento de 1 año.</p> <p>Realizar las adecuaciones necesarias en las nuevas instalaciones, de tal manera que no sean costosas pero atractivas, que proyecten seguridad, confianza, pulcritud, honestidad y responsabilidad; buscando colores para las paredes de acuerdo a la marca de la empresa.</p>	<p>Buscar un lugar céntrico para la nueva ubicación de la empresa, de tal modo que los clientes tengan contacto directo con esta.</p> <p>Utilizar los colores de la marca para pintar las paredes de las nuevas instalaciones</p> <p>Mantener siempre muy bien aseadas las instalaciones, de manera que proyecten todo lo que la empresa puede ofrecer a sus clientes.</p>
POLITICAS	TACTICAS	RESPONSABLE	COSTO
Mantener los colores corporativos de la empresa en paredes, letreros y todo lo relacionado a utilería. Mantener siempre limpias todas las	Las nuevas instalaciones de la empresa, deben proyectar todo lo que la empresa ofrece a sus clientes, es decir: limpieza, pulcritud, confianza, honestidad,	Gerente de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA	La inversión para la reubicación es de \$4.800,00

<p>áreas de la empresa y de olor agradable. Respetar los horarios de recolección de basura y hacerlo en los respectivos recipientes. Está prohibido fumar dentro de las instalaciones de la empresa.</p>	<p>responsabilidad, servicio de excelente calidad. Los colaboradores son los responsable de hacer sentir a los clientes, seguros y escuchados cuando ingresen a las nuevas instalaciones.</p>		
--	---	--	--

Elaborado por: La autora

Tabla 57. Costo total del Plan estratégico

N°	OBJETIVOS ESTRATEGICO	COSTO
1	Determinar la estructura jerárquica de la empresa a través de la elaboración del organigrama y manual de funciones	\$300,50
2	Realizar un plan de publicidad y promoción con la finalidad de dar a conocer los productos que ofrece la empresa.	\$2.160,00
3	Adquirir indumentaria de personal adecuado para un buen servicio a la ciudadanía en general	\$1.126,00
4	Efectuar un plan de capacitación al personal de la empresa con el objeto de mejorar las relaciones empresariales, de servicio y atención al cliente.	\$910,00
5	Ubicación de las oficinas en un lugar estratégico, para mejor posicionamiento de la empresa	\$4.800,00
TOTAL		9.296,50

Elaborado por: La autora

INTERPRETACIÓN

El costo total del plan estratégico de mejora continua a implementar para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja tiene un costo total **\$8.186,50** los mismos que hacen referencia a los 5 objetivos planteados para mejorar la gestión de la empresa y serán solventados en su totalidad por el gerente propietario Ing. Luis Sandoval A.

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

Una vez elaborado el presente trabajo investigativo concerniente al tema: Plan Estratégico de mejora continua para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja, se ha determinado las siguientes conclusiones.

- De acuerdo al diagnóstico situacional de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA, se pudieron determinar las siguientes fortalezas: Buena calidad de los productos y servicios; sostenibles relaciones comerciales con proveedores; más de 15 años en el mercado; las utilidades son invertidas en el desarrollo de la empresa. Y se identificaron las siguientes debilidades: ausencia de equipos informáticos; la empresa no tiene definida su estructura jerárquica que permita delimitar obligaciones y responsabilidades; Ineficiente publicidad y promociones; cuentan con indumentaria de personal no acorde a las normas de seguridad vigentes; mala ubicación de las oficinas, entre otras.
- Mediante el análisis PORTER, se pudo identificar una fuerte amenaza de entrada de nuevos competidores, el poder de negociación de los clientes y proveedores; la rivalidad entre los competidores de la zona y la amenaza de productos sustitutos. Entre sus principales competidores se encuentra Súper Servicios, Lcs Leo's Cleaning Service, Fumitac y Fumisur, siendo su principal competidor Lcs Leo's Cleaning Service.

- La matriz EFE, arrojó un resultado de 2,65; donde se entiende que la empresa cuenta con oportunidades para enfrentar las amenazas. La matriz EFI, dio un valor de 2,43; que se interpreta que la empresa tiene debilidades que predominan sobre las fortalezas, pudiendo interferir en el crecimiento y en el desenvolvimiento de la misma.
- El análisis FODA, permitió la combinación de cuatro estrategias FO, DO, FA, DA, mismas que fueron la base para la formulación de la propuesta a través del planteamiento de cinco objetivos estratégicos orientados a determinar la estructura jerárquica de la empresa y la elaboración del manual de funciones; realizar un plan de promoción y publicidad; adquirir indumentaria de acuerdo a las normas de seguridad industrial vigentes; efectuar un plan de capacitación para el personal; y, buscar una ubicación estratégica de la empresa.
- La propuesta del plan estratégico propone la incorporación de cinco objetivos estratégicos, con una inversión que asciende a **\$9.296,50**; valor que será asumido por la gerencia de la empresa.

Recomendaciones

- Analizar las debilidades de la empresa, para minorarlas o erradicarlas de tal manera que aporten al desarrollo de la mejora continua de la empresa.
- Buscar más proveedores a nivel nacional para tener un abanico de alternativas a la hora de proveerse de los productos.
- Considerar las debilidades de la competencia para no caer en las mismas y superarlas en atención al cliente.
- Se recomienda al gerente propietario de la empresa FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja la aplicación del presente plan estratégico con la finalidad de buscar a mediano plazo posicionamiento en el mercado de dicha empresa.
- Socializar la presente propuesta con todos los colaboradores de la empresa, de tal manera que permitan el involucramiento de sus integrantes.

Bibliografía

- Arenal, C. (2019). *Plan e informes de marketing internacional*. La Rioja: Tutor formación.
- Asamblea Nacional. (2015). *Ley Orgánica para la justicia laboral y reconocimiento del trabajo en el hogar*. Quito: Registro Oficial.
- BCE. (10 de Mayo de 2019). *contenido.bce.fin.ec*. Obtenido de contenido.bce.fin.ec:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc201905.pdf>
- BCE. (29 de Marzo de 2019). *www.bce.fin.ec*. Obtenido de www.bce.fin.ec:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1158-la-economia-ecuatoriana-crecio-14-en-2018>
- Cara, T. (2014). *Limpeiza de cristales en edificios y locales*. Madrid: Elearning S.L.
- Del Campo, F. (2019). *Planeación estratégica y tecnologías de información para la pequeña y mediana empresa*. México: Universidad Iberoamericana.
- Fred, D. (2013). *Conceptos de administración estratégica*. México: Pearson Educación.
- Frías, P. (2001). *Desafíos de modernización de las relaciones laborales*. Santiago de Chile: Lom Ediciones.
- García, A. (2013). *Estrategias empresariales*. Bogotá: Bilineata Publishing.
- Gastalver, C. (2015). *Marketing cultural*. Málaga: Elearning S.L.
- Godínez, A., & Hernández, G. (2014). *Planeación estratégica total*. México: Lulu.
- González, A. (2014). *Organización del servicio de pisos en alojamiento*. España: Elearning S.L.
- Grande, I. (2005). *Marketing de los servicios*. Madrid: ESIC.

- Illera, L., & Illera, J. (2015). *Política empresarial; Línea de dirección estratégica*. Bogotá: CESA.
- INEC. (08 de Mayo de 2019). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de [www.ecuadorencifras.gob.ec: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Abril-2019/Boletin_tecnico_04-2019-IPC.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Abril-2019/Boletin_tecnico_04-2019-IPC.pdf)
- Jiménez, E. (2014). *Técnicas y procedimientos de limpieza*. España: Elearning S.L.
- Koenes, A. (2012). *Técnicas aplicadas de marketing*. Madrid: Díaz de Santos.
- Magretta, J. (2014). *Para entender a Michael Porter*. México: Grupo Editorial Patria.
- Maldonado, J. Á. (01 de 08 de 2014). *GESTIOPOLIS*. Obtenido de [www.gestiopolis.com: https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/](https://www.gestiopolis.com/estrategia-empresarial-formulacion-planeacion-e-implantacion/)
- Martos, F., Rivera, J., & Ochoa, O. (2014). *Mozos/as Limpiadores/as*. Sevilla: MAD Eduforma.
- Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1977). *El Proceso estratégico: Conceptos, contextos y casos*. México: PEARSON. Prentice Hall.
- Perdigones, J. (2011). *Limpieza, tratamiento y mantenimiento de suelos, paredes y techos en edificios y locales*. Málaga: IC editorial.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2014). *Administración*. México: PEARSON.
- Rognoni, P. (2012). *La limpieza integral de la casa*. Barcelona: De Vecchi Ediciones, S.A.
- Sainz, J. M. (2017). *El Plan Estratégico en la Práctica*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Secretaría General de Comunicación de la Presidencia. (31 de Mayo de 2019). <https://twitter.com/ComunicacionEc/status/1101580990592569345>. Obtenido de <https://twitter.com/ComunicacionEc/status/1101580990592569345>: <https://twitter.com/ComunicacionEc/status/1101580990592569345>

Soriano, C. (2018). *Estrategias de crecimiento*. Madrid: Díaz de Santos.

Trujillo, L. (2018). *Experiencias de innovación educativa*. Bogotá: POLI Politécnico
Grancolombiano.

Anexos

Anexo 1 Ficha resumen del proyecto

✓ **TEMA**

“Plan estratégico de mejora continua para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja ”

✓ **Objetivos de la investigación**

Objetivo General

Efectuar un plan estratégico de mejora continua para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar el diagnóstico situacional que permita identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del medio interno y externo de la empresa.
- ✓ Realizar un análisis de la empresa en base al modelo de Porter.
- ✓ Desarrollar la matriz de perfil competitivo para determinar el posicionamiento de la empresa frente a la competencia.
- ✓ Efectuar la matriz MEFE y MEFI con la matriz de alto impacto para contribuir al diagnóstico del FODA (Análisis interno y externo de la empresa).
- ✓ Formular la propuesta de Plan Estratégico de mejora continua para la empresa de servicios Fumilimpieza de la ciudad de Loja, considerando los objetivos, estrategias y planes de acción a seguir.

Anexo 2 Formato de entrevista al gerente - propietario



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL GERENTE - PROPIETARIO DE LA EMPRESA DE
SERVICIOS “FUMILIMPIEZA” ING. LUIS SANDOVAL**

Me dirijo a usted de la manera más comedida se digne proporcionarme información requerida en la elaboración de una propuesta de plan estratégico de mejora continua para el desarrollo empresarial de “FUMILIMPIEZA” de la ciudad de Loja, con el objetivo de mejorar la calidad del servicio que brinda, por lo que le ruego contestar la siguiente entrevista:

- 1. ¿Qué tiempo lleva la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” funcionando en la ciudad de Loja?**

.....
.....

- 2. ¿Cómo surgió la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” y que conocimientos aplica para su funcionamiento?**

.....
.....

- 3. ¿Cuenta la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” con un plan estratégico?**

.....
.....

4. ¿La empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” tiene establecido la misión, visión, valores empresariales?

.....
.....

5. ¿Tiene Organigrama la empresa de servicios FUMILIMPIEZA para ver su estructura?

.....
.....

6. ¿La empresa de servicios FUMILIMPIEA cuenta con un Manual de Funciones que identifique las actividades que deben desarrollar cada empleado-trabajador?

.....
.....

7. ¿Cuenta la empresa de servicios FUMILIMPIEZA con catálogos para que los clientes vean con facilidad los servicios que ofrece?

.....
.....

8. ¿Cómo realiza Ud. las actividades en su empresa, en grupo o equipo?

.....
.....

9. ¿El local donde funciona la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” es propio o arrendado?

.....
.....

10. ¿Qué servicios brinda la empresa de servicios FUMILIMPIEZA que usted dirige a la ciudadanía en general?

.....
.....

11. ¿Cuál es el proceso que realiza para la prestación de los diferentes servicios de la empresa “FUMILIMPIEZA que ofrece a la ciudadanía?

.....
.....

12. ¿Qué elementos toma en consideración para la prestación de los servicios que ofrece la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

.....
.....

13. ¿De qué manera usted mantiene un buen ambiente laboral en la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”?

.....
.....

14. ¿La empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” cuenta con una base de datos de sus clientes?

.....
.....

15. ¿A qué tipo de clientes va dirigido los servicios que ofrece su empresa?

.....
.....

16. ¿Cree usted que la ubicación física de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” es estratégica con respecto a la de sus competidores?

.....
.....

17. ¿A nivel local quienes cree usted que son sus principales competidores para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

.....
.....

18. ¿Indique quiénes son los principales proveedores para la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

.....
.....

19. ¿El personal de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” tiene definida las funciones que desempeña cada uno de los empleados-trabajadores?

.....
.....

20. ¿Tiene la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” promociones y publicidad para los clientes?

.....
.....

21. ¿Cómo gerente-propietario de la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” les ha otorgado capacitaciones constantemente a sus empleados-trabajadores?

.....
.....

22. ¿Mencione las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene su empresa?

.....
.....

Gracias por su colaboración

Anexo 3 Formato de las encuestas a los clientes de la empresa



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENCUESTA APLICADA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA**

Estimado cliente, con el objetivo de mejorar la calidad de los productos y servicio a usted, le solicito comedidamente contestar la siguiente encuesta, marcando con una **X** la alternativa que usted crea correcta:

1. ¿Seleccione su género?

Masculino ()

Femenino ()

2. ¿Indique cuáles son sus ingresos mensuales?

\$ 384 - \$ 484 ()

\$ 485 - \$ 585 ()

\$ 586- \$ 686 ()

\$ 687en adelante ()

3. ¿Indique con qué frecuencia al mes requiere de los servicios de la empresa

“FUMILIMPIEZA”?

1 a 2 veces ()

3 a 5 veces ()

6 a más veces ()

4. ¿Cómo considera usted que son los servicios que ofrece la empresa

FUMILIMPIEZA de la ciudad de Loja?

Excelentes ()

Buenos ()

Regulares ()

Malos ()

Por qué?.....

5. ¿Qué servicios le ofrece la empresa FUMILIMPIEZA?

- Limpieza y mantenimiento para todo tipo de edificios (Oficinas, Domicilios, Instituciones, hospitales, bancos, oficinas, entre otros) ()
- Fumigación para prevención y control de plagas urbanas ()
- Monitoreo para prevención de roedores ()
- Limpieza de cisternas ()
- Lavado de colchones, alfombras, muebles ()
- Limpieza de vidrios ()
- Destape de sifones ()
- Servicios Menores (gasfitería, electricidad, jardinería, mudanzas) ()

6. ¿La atención que le brinda el personal (empleados-trabajadores) en la empresa es?

Excelente ()

Buena ()

Regular ()

Mala ()

7. ¿Considera usted que la ubicación de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA es la adecuada?

Si ()

No ()

Por qué?.....

8. Como considera usted que los precios de los servicios de la empresa son.

Económicos ()

Normales ()

Elevados ()

Muy elevados ()

Por qué?.....

9. ¿Según su criterio que busca en los servicios que ofrece la empresa de servicios

FUMILIMPIEZA?

Servicios de calidad ()

Rapidez en el servicio ()

Variedad de servicios ()

Atención al cliente ()

Higiene ()

Por qué?.....

10. La empresa de servicios FUMILIMPIEZA le ha entregado algún catalogo para que observe los servicios que ofrece?

Si ()

No ()

11. ¿Ha recibido algún tipo de promociones por parte de la empresa de servicios

FUMILIMPIEZA?

Si ()

No ()

Indique cuales.....

12. ¿Qué tipo de cliente se considera usted?

Fiel ()

Temporal ()

Por qué?.....

13. ¿Elija mediante qué medios de publicidad le gustaría informarse de los servicios y promociones de la empresa FUMILIMPIEZA?

TV ()

Radio ()

Prensa ()

Hojas volantes ()

Redes sociales ()

Otros ()

14. ¿Piensa usted que la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” es reconocida y competitiva en el mercado lojano?

Si ()

No ()

Por qué?.....

Gracias por su colaboración

Anexo 4 Formato de las encuestas a los empleados-trabajadores de la empresa



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS- TRABAJADORES DE LA
EMPRESA DE SERVICIOS “FUMILIMPIEZA”**

Me dirijo a usted de la manera más comedida se digno proporcionarme información para la elaboración de una propuesta de plan estratégico de mejora continua para la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA”, con el objetivo de mejorar los servicios que brinda, le solicito contestar la siguiente encuesta, marcando con una **X** la alternativa que usted crea correcta:

1. ¿Indique qué cargo desempeña en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

- Gerente ()
- Secretaria/Auxiliar contable ()
- Técnicos de Fumigación y Limpieza ()
- Auxiliares de Limpieza ()

2. ¿Qué tiempo tiene usted laborando en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

- De 1 a 2 años ()
- De 3 a 4 años ()
- Más de 4 años ()

3. ¿Conoce usted la misión y visión de la empresa?

- Si ()
- No ()

Indique cuales:.....

4. ¿Usted como empleado- trabajador conoce los objetivos de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

Si ()

No ()

Indique cuales:.....

5. ¿Conoce usted si la empresa de servicios FUMILIMPIEZA cuenta con un plan estratégico?

Si ()

No ()

Indique cual:.....

6. ¿Cuál de los siguientes valores empresariales pone en práctica?

Responsabilidad ()

Cordialidad ()

Respeto ()

Puntualidad ()

Honestidad ()

7. ¿Cómo le gusta trabajar a Ud. en la empresa?

Solo ()

En equipo ()

8. ¿Cómo considera Ud. el comportamiento de sus compañeros, dentro de la empresa?

Excelente ()

Muy bueno ()

Bueno ()

Regular ()

9. ¿Utiliza programas informáticos, para realizar sus tareas o actividades de en la empresa?

Si ()

No ()

10. ¿Qué es lo más importante al momento de ofrecer los servicios que ofrece la empresa de servicios “FUMILIMPIEZA” a los clientes?

Servicios de calidad ()

Rapidez en el servicio ()

Variedad de servicios ()

Atención al cliente ()

Higiene ()

11. ¿El gerente- propietario de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA les ha brindado capacitación?. Si su respuesta es positiva indique en que temas

Si ()

No ()

Cuales:.....

12. ¿Se siente satisfecho con el ambiente de trabajo que existe en la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

Si ()

No ()

Por qué:.....

13. ¿Cree usted que las instalaciones de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA son las adecuadas?

Si ()

No ()

Por qué:.....

14. ¿Conoce si la empresa de servicios FUMILIMPIEZA realiza algún tipo de promociones?

Si ()

No ()

Cuales.....

15. ¿La empresa donde usted trabaja, cuenta con publicidad para dar a conocer los servicios que ofrece?

Si ()

No ()

16. ¿La empresa de servicios FUMILIMPIEZA actualmente cuenta con una base de datos de sus clientes?

Si ()

No ()

17. ¿Enumere las principales fortalezas con las que cuenta la empresa donde usted labora?

.....

18. ¿Establezca las principales debilidades de la empresa de servicios FUMILIMPIEZA?

.....

18. ¿Cuáles considera Ud. que son las principales oportunidades que tiene la empresa?

.....
19. ¿Mencione las principales amenazas que tiene la empresa?
.....

Gracias por su colaboración

Anexo 5 Fotos de la ubicación y el ambiente interno de la empresa

Fuente: Empresa FUMILIMPIEZA