



San Marcos

**UNIVERSIDAD SAN MARCOS
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO PARA OPTAR POR EL GRADO DE LICENCIATURA
DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD A TRAVÉS DE UNA GESTIÓN
ESTRATÉGICA PROACTIVA PARA LA APERTURA DE LA
EMPRESA ALL CLEANER CR EN ALAJUELITA, SAN JOSÉ,
DURANTE EL I CUATRIMESTRE DE 2024**

SUSTENTANTE

GERSON YOINER OBANDO OROZCO

TUTOR

LUIS ROBERTO MÉNDEZ PORRAS

SAN JOSE, COSTA RICA

MAYO, 2024



**#1 EN EDUCACIÓN
VIRTUAL**



**APRENDIZAJE
AUMENTADO**

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO.

San José, 02-03-2024

MBA. María Andrade González
Coordinadora Carrera de Administración y Posgrados.
Universidad San Marcos

Estimado señor director:

Yo, Gerson Yoiner Obando Orozco, en calidad de estudiante de licenciatura administración de empresas, portador de la cédula de identidad número: 1-1492-0736 , trabajo final de graduación titulado, estudio de factibilidad a través de una gestión estratégica proactiva para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José, durante el I cuatrimestre de 2024. como habilitador y soporte de la estrategia y la transformación digital, propuesta, manifiesto lo siguiente:

1. Que el proceso de trabajo final de graduación culmina satisfactoriamente.
2. Que se ha incorporado en el documento final las sugerencias hechas por el tribunal examinador.
3. Que he cumplido con las labores de tutoría encomendadas por la Universidad en forma y fondo.
4. Que considero que el documento final responde a las exigencias académicas establecidas por la Universidad

Atentamente,

Gerson Yoiner Obando Orozco
Estudiante

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de llegar aquí y poder cumplir mis metas profesionales en esta vida con tanto trabajo, esfuerzo y dedicación con mis estudios profesionales.

Además agradezco a mi familia, y en especial mi madre Daysi Orozco Rojas, por haberme dado la oportunidad de vida y haberme enseñado a ser perseverante con la vida y trabajador con las metas profesionales y personales, y a todos los conocidos en mi vida laboral como personal dentro de Costa Rica y todos los conocidos en el extranjero en especial en Montreal, Canadá.

Agradezco a todas las personas que han estado en toda mi etapa de preparación desde la escuela hasta la universidad y las personas que han estado en los buenos momentos y los malos momentos de mi vida.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo final de graduación, a la familia Obando Orozco, a mis hermanos y en especial a mi madre Daysis Orozco Rojas, por haberme dado la oportunidad de estudiar, de motivarme y darme la esperanza de seguir adelante con la vida, también agradezco a aquellas personas que nunca creyeron en mí, y me hicieron mal y a todas esas personas que por situaciones de la vida me ayudaron en los malos momentos en Costa Rica y como inmigrante en Canadá.

Además dedico este trabajo a los Costarricenses, que se radican fuera de su país, que nunca ven a su familia por las distancia por situaciones laborales, económicas y profesionales se han marchado de su tierra, Dios bendiga a Costa Rica para un retorno seguro y una unión familiar próxima.

Por ultimo dedico este trabajo final de graduación, a las personal que han sufrido maltrato en centros educativos de escuela, colegio y universidad, (Bullying) el perdón es la clave de superar todas las adversidades de la vida y seguir cosechando frutos para un mañana seguro.

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Gerson Yoiner Obando Orozco, mayor, soltero, estudiante de la carrera de administración de empresas de la Universidad San Marcos, domiciliado en San José, Costa Rica, portador de la cédula de identidad: 1-1492-0736 estudiante , en este acto, debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga, en el Código Penal, el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi Proyecto de Graduación para optar al título de Licenciatura en Administración de Empresas, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: Creación una agencia de reclutamiento de personal multisectorial , es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales así como la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, número 6683 de 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 de 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte: artículo 70º: Es permitido citar a un autor transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que estos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor y de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad San Marcos se reserva del derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. En fe de lo anterior firmo en la ciudad de San José, el día 2 del mes de marzo de 2024.

Gerson Yoiner Obando Orozco

Cédula 1-1492-0736

Contenido

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO.	I
AGRADECIMIENTO	II
DEDICATORIA	III
DECLARACIÓN JURADA	IV
INDICE DE CUADROS	VIII
INDICE DE IMÁGENES	IX
INDICE DE GRAFICOS	X
RESUMEN	XI
ABSTRACT	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
CAPITULO I PROBLEMA Y PROPÓSITO	14
1. ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1 Tema del proyecto	15
1.2 Antecedentes de la investigación	15
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	20
1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO	23
1.5 Delimitaciones, limitaciones y alcances de la investigación	25
CAPITULO II: MARCO SITUACIONAL O TEÓRICO	28
2. MARCO SITUACIONAL	29
2.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA	29
2.2 MARCO TEÓRICO	37
2.2.1 Estrategia de Marketing	38
2.2.2 Plan de Negocios	38
2.2.3 Innovación Empresarial	38
2.2.4 Análisis FODA (SWOT)	38
2.2.5 Segmentación de Mercado	39
2.2.6 Planificación Estratégica	39
2.2.7 Análisis PESTEL	40
2.2.8 Ventaja Competitiva	40
2.2.9 Análisis de Rentabilidad	41

2.2.10 Modelo de Negocio	41
2.2.11 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	41
2.2.12 Gestión de Recursos Humanos	42
2.2.13 Marketing Digital.....	42
2.2.14 Análisis de Riesgos	42
2.2.15 Globalización de Mercados	42
2.2.16 Estudio de Factibilidad y Apertura de Negocio	42
2.2.17 Gestión Estratégica	43
2.2.18 Análisis del Mercado Objetivo	43
2.2.19 Competencia y Posicionamiento en el Mercado	43
2.2.20 Proyecciones Financieras y Viabilidad del Proyecto	43
2.2.21 Toma de Decisiones y Estrategias de Crecimiento.....	44
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	45
3.1 Introducción del Marco Metodológico	46
3.2 Definición del enfoque metodológico	46
3.3 Método de investigación.....	47
3.4 Tipos de investigación	48
3.5 Método de la investigación	50
3.6 Diseño de la investigación.....	51
3.7 Sujetos y fuentes de información	52
3.8 Instrumentos y técnicas utilizadas en la recopilación de los datos	54
3.9 TABLA DE INSTRUMENTOS	55
3.10 TABLA DE VARIABLES	56
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS.....	59
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	96
CONCLUSIONES	97
RECOMENDACIONES	102
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	107
6.1 Introducción	108
6.2 Objetivos de la propuesta de mejora	110
6.2.1 Objetivo General	110
6.2.2 Objetivos Específicos	110

6.3 Pregunta del problema a resolver	111
6.3.1 Acciones concretas para resolver el problema	111
6.3.2 Recursos por utilizar	112
6.3.3 Cronograma de trabajo	114
6.3.4 Cronograma de plan de acción	115
6.4 Conclusiones	116
Recomendaciones	119
Bibliografía	121
ANEXOS	124
Anexo 1. Entrevista	125
Anexo 2 Cálculos de operación y logística	127
Anexo 3 Logo de empresa	130
Anexo 4 Materiales de Marketing	131
Anexo 5. Normativas y regulaciones locales aplicables a las empresas de limpieza en Alajuelita	134
Anexo 6. Listado de Proveedores y Cotizaciones	136
Anexo 7 Localización y planos	138

INDICE DE CUADROS

Tabla 1. <i>Tabla de instrumentos</i>	55
Tabla 2. <i>Tabla de Variables</i>	56
Tabla 3. <i>¿Qué aspectos valoran más al contratar un servicio de limpieza para su hogar o negocio?</i>	61
Tabla 4. <i>¿Con qué frecuencia busca servicios de limpieza profesional?</i>	63
Tabla 5. <i>¿Cuál es su rango de precio mensual aproximado para servicios de limpieza?</i>	64
Tabla 6. <i>¿Qué servicios específicos de limpieza busca con más frecuencia?</i>	66
Tabla 7. <i>¿Qué tan importante es para usted la puntualidad en el servicio de limpieza?</i>	69
Tabla 8. <i>¿Prefiere servicios de limpieza que utilicen productos ecológicos?</i>	71
Tabla 9. <i>¿Cómo descubrió servicios de limpieza anteriores que contrató?</i>	72
Tabla 10. <i>¿Cuál es su experiencia general con servicios de limpieza anteriores?</i>	74
Tabla 11. <i>¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por un servicio de limpieza de mayor calidad?</i>	75
Tabla 12. <i>¿Qué características de un servicio de limpieza le inspiran más confianza?</i>	77
Tabla 13. <i>¿Cómo prefiere comunicarse con el servicio de limpieza para programar citas o hacer consultas?</i>	78
Tabla 14. <i>¿Cuál es su nivel de familiaridad con los servicios de limpieza profesional?</i>	82
Tabla 15. <i>¿Cuál es su principal motivo para contratar un servicio de limpieza?</i>	84
Tabla 16. <i>¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de limpieza anteriores que ha contratado?</i>	86
Tabla 17. <i>¿Qué tipo de frecuencia de limpieza prefiere para su hogar o negocio?</i>	88
Tabla 18. <i>¿Cuál es su nivel de confianza en los servicios de limpieza profesional?</i>	90
Tabla 19. <i>¿Qué áreas específicas de su hogar o negocio considera más importantes para limpiar de manera regular?</i>	92
Tabla 20. <i>¿Qué características valoraría más en un servicio de limpieza nuevo que esté considerando contratar?</i>	93
Tabla 21. <i>Cronograma de Trabajo de la propuesta</i>	114
Tabla 22. <i>Cronograma de plan de acción</i>	115
Tabla 23. <i>Presupuesto para la propuesta</i>	115
Tabla 24. <i>Métricas y sistema de seguimiento para la propuesta.</i>	116
Tabla 25. <i>Normativas y regulaciones para permisos de funcionamiento.</i>	134
Tabla 26. <i>Proveedores y cotizaciones</i>	136
Tabla 27. <i>Contratos de Proveedores</i>	136
Tabla 28. <i>Localización en el cantón de la empresa All Cleaner</i>	138
Tabla 29. <i>Planos de las instalaciones</i>	138
Tabla 30. <i>Impacto Ambiental de ALL CLEANER CR</i>	139
Tabla 31. <i>Impacto Social de ALL CLEANER CR</i>	140

INDICE DE IMÁGENES

Ilustración 1. Modelo de Canvas _____	19
Ilustración 2. Imagen ilustrativa sobre los objetivos. _____	23
Ilustración 3. Imagen ilustrativa sobre Valores empresariales _____	25
Ilustración 4. Alcances de la investifacion _____	27
Ilustración 5. MISION Y VISION _____	31
Ilustración 6. Organigrama propuesto _____	32
Ilustración 7. Imagen tomada de la página internet Calidad Total (2016) _____	35
Ilustración 8. FODA _____	38
Ilustración 9. Elementos de un plan estratégico _____	39
Ilustración 10. Análisis Pestel _____	40
Ilustración 11. análisis de rentabilidad _____	41
Ilustración 12. Imagen ilustrativa a las fuentes de información _____	53
Ilustración 13. Imagen alusiva a la investigación _____	60
Ilustración 14. Plantilla para los cálculos de operación y logística de all cleaner _____	127
Ilustración 15. Plantilla para los márgenes de operación y logística de all cleaner _____	127
Ilustración 16. Plantilla para los cálculos de margen de operación y logística de all cleaner _____	128
Ilustración 17. Plantilla para los costos de operación y logística de all cleaner _____	128
Ilustración 18. Plantilla para los métricas de operación y logística de all cleaner _____	129
Ilustración 19. Logo ALL CLEANER CR _____	130
Ilustración 20. Materiales de Marketing 1 _____	131
Ilustración 21. Materiales de marketing 2 _____	132
Ilustración 22. Publicidad ALL CLEANER _____	133

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1. ¿Qué aspectos valoran más al contratar un servicio de limpieza para su hogar o negocio? _____	62
Gráfico 2. ¿Con qué frecuencia busca servicios de limpieza profesional? _____	63
Gráfico 3. ¿Cuál es su rango de precio mensual aproximado para servicios de limpieza? _____	65
Gráfico 4. ¿Qué servicios específicos de limpieza busca con más frecuencia? _____	66
Gráfico 5. ¿Qué factores influyen más en su decisión de contratar un servicio de limpieza? _____	68
Gráfico 6. ¿Qué tan importante es para usted la puntualidad en el servicio de limpieza? _____	70
Gráfico 7. ¿Prefiere servicios de limpieza que utilicen productos ecológicos? _____	71
Gráfico 8. ¿Cómo descubrió servicios de limpieza anteriores que contrató? _____	73
Gráfico 9. ¿Cuál es su experiencia general con servicios de limpieza anteriores? _____	74
Gráfico 10. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por un servicio de limpieza de mayor calidad? ___	76
Gráfico 11. ¿Qué características de un servicio de limpieza le inspiran más confianza? _____	77
Gráfico 12. ¿Cómo prefiere comunicarse con el servicio de limpieza para programar citas o hacer consultas? _____	79
Gráfico 13. ¿Qué tan importante es para usted la flexibilidad en los horarios de servicio de limpieza? _____	81
Gráfico 14. ¿Cuál es su nivel de familiaridad con los servicios de limpieza profesional? _____	83
Gráfico 15. ¿Cuál es su principal motivo para contratar un servicio de limpieza? _____	85
Gráfico 16. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de limpieza anteriores que ha contratado? ___	87
Gráfico 17. ¿Qué tipo de frecuencia de limpieza prefiere para su hogar o negocio? _____	89
Gráfico 18. ¿Cuál es su nivel de confianza en los servicios de limpieza profesional? _____	91
Gráfico 19. ¿Qué áreas específicas de su hogar o negocio considera más importantes para limpiar de manera regular? _____	92
Gráfico 20. ¿Qué características valoraría más en un servicio de limpieza nuevo que esté considerando contratar? _____	94

RESUMEN

El presente estudio de factibilidad se enfoca en la evaluación de la viabilidad para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José, durante el primer cuatrimestre de 2024. El objetivo principal es analizar las condiciones del mercado y las variables internas y externas que podrían influir en el éxito del negocio. Para lograr este propósito, se empleará una gestión estratégica proactiva que permita identificar oportunidades y anticiparse a posibles desafíos.

El estudio se llevará a cabo mediante un enfoque metodológico que incluye la recopilación y análisis de datos primarios y secundarios, así como entrevistas con expertos en el sector y potenciales clientes. Se evaluarán aspectos como la demanda del servicio de limpieza, la competencia en la zona, los requerimientos legales y regulatorios, y las proyecciones financieras.

Se espera que los resultados de este estudio proporcionen una visión clara de la viabilidad del proyecto, así como recomendaciones estratégicas para su implementación exitosa. Se pondrá énfasis en la importancia de una planificación detallada, una gestión eficiente de recursos y una estrategia de marketing efectiva para alcanzar el éxito en el mercado objetivo.

En resumen, este estudio de factibilidad busca ofrecer una guía integral para la toma de decisiones sobre la apertura de la empresa All Cleaner CR, destacando la importancia de una gestión estratégica proactiva para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades en el mercado de servicios de limpieza en Alajuelita, San José.

Palabras claves:

Estudio de factibilidad, Gestión estratégica, Apertura de negocio, Mercado objetivo, Análisis de mercado, Competencia, Proyecciones financieras, Viabilidad del proyecto, Toma de decisiones, Servicios de limpieza.

ABSTRACT

This feasibility study focuses on the evaluation of the viability for the opening of the All-Cleaner CR company in Alajuelita, San José, during the first four months of 2024. The main objective is to analyze market conditions and internal and external variables that could influence the success of the business. To achieve this purpose, proactive strategic management will be used to identify opportunities and anticipate possible challenges.

The study will be carried out using a methodological approach that includes the collection and analysis of primary and secondary data, as well as interviews with experts in the sector and potential clients. Aspects such as the demand for the cleaning service, competition in the area, legal and regulatory requirements, and financial projections will be evaluated.

The results of this study are expected to provide a clear view of the feasibility of the project, as well as strategic recommendations for its successful implementation. Emphasis will be placed on the importance of detailed planning, efficient resource management and an effective marketing strategy to achieve success in the target market.

In summary, this feasibility study seeks to offer a comprehensive guide for decision-making regarding the opening of the All-Cleaner CR company, highlighting the importance of proactive strategic management to face challenges and take advantage of opportunities in the cleaning services market. in Alajuelita, San José.

Keywords:

Feasibility study, Strategic management, Business opening, Target market, Market analysis, Competition, Financial projections, Project viability, Decision making, Cleaning services.

INTRODUCCIÓN

En el panorama empresarial contemporáneo, la viabilidad y sostenibilidad de cualquier empresa dependen en gran medida de una cuidadosa evaluación de factibilidad y una planificación estratégica integral. En este contexto, el presente estudio se propone investigar y analizar la viabilidad para la apertura de la empresa All Cleaner CR en la localidad de Alajuelita, San José, durante el primer cuatrimestre de 2024. La investigación se enmarca en la necesidad imperante de abordar de manera sistemática y proactiva los desafíos y oportunidades inherentes a la incursión en el mercado de servicios de limpieza en esta región específica.

El objetivo fundamental de esta investigación es realizar una evaluación exhaustiva de la factibilidad del proyecto, empleando una gestión estratégica que permita identificar y evaluar con precisión los diversos factores que inciden en su implementación exitosa. A través de un enfoque metodológico riguroso, se procederá a recopilar, analizar y sintetizar tanto datos primarios como secundarios pertinentes al mercado objetivo, la competencia, la demanda del servicio, así como los marcos normativos y regulatorios pertinentes.

Se anticipa que los resultados obtenidos a partir de esta investigación ofrecerán una visión holística y fundamentada sobre la viabilidad del proyecto All Cleaner CR en Alajuelita, San José. Además, se espera que las recomendaciones estratégicas derivadas de este estudio proporcionen una guía práctica y concreta para la implementación efectiva del negocio, destacando la importancia de una planificación estratégica detallada, una gestión eficiente de recursos y una estrategia de marketing adaptada a las necesidades del mercado local. En última instancia, este estudio aspira a contribuir al fortalecimiento del entramado empresarial en la región, al tiempo que ofrece una oportunidad de crecimiento económico y desarrollo sostenible en la comunidad de Alajuelita.

CAPITULO I PROBLEMA Y PROPÓSITO

1. ESTADO ACTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema del proyecto

Estudio de factibilidad a través de una gestión estratégica proactiva para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José, durante el I Cuatrimestre de 2024.

1.2 Antecedentes de la investigación

Según (Sampieri. R, Mendoza.C, 2018) los antecedentes *son todos aquellos trabajos de investigación que preceden al que se está realizando, pero que además guarda mucha relación con los objetivos del estudio que se aborda. Es decir, son los trabajos de investigación realizados, relacionados con el objeto de estudio presente en la investigación que se está haciendo.*

Con relación al presente proyecto investigativo; es de suma importancia acotar que la consulta de trabajos realizados de manera previa y de conformidad con la temática respectiva es fundamental para su desarrollo. De ahí que a continuación, se detalle información relevante sobre otros estudios de investigación a nivel nacional e internacional con respecto a la factibilidad de la apertura de una empresa de limpieza en el área urbana de San José, Costa Rica.

1.2.1 Síntesis de la investigación

En la actualidad a nivel nacional e internacional, las empresas que brindan servicios de limpieza han venido en auge. Lo que, por lo general se debe a los diferentes problemas económicos que la pandemia Covid -19 (Sáenz, J. L, 2021) dejó en la mayoría de los países a nivel mundial; y de igual manera a la gran incertidumbre generada en los habitantes y empresas asociada a los cierres obligatorios ordenados por parte de los gobiernos.

Este tipo de problemática ha ocasionado que las distintas sociedades por consiguiente hayan cambiado de comportamiento en materia empresarial. Esto en particular con el caso relacionado a las empresas que requieren solucionar problemas alusivo a la limpieza en sus plantas físicas; al tiempo que a su vez en materia de emprendimientos dicha situación se vislumbra como una alternativa de solución frente al inminente desempleo que en la actualidad afrontan las personas.

Lo anterior sin dejar de lado que, en este sentido la tecnología juega un papel valioso para enfrentar los problemas de limpieza. Lo cual responde al uso de nuevos tipos de maquinaria; como el caso de aquellas denominadas robóticas que son empleadas para limpiar áreas de difícil acceso; como por ejemplo en la industria química; que suele estar rodeada de sustancia peligrosas (Tennantco, 2023) Por lo que, en virtud de ello es preciso consultar referencias de antecedentes nacionales e internacionales.

1.2.2 Referencia nacional

A nivel nacional los investigadores y emprendedores han descubierto nuevas formas de realizar nuevos emprendimientos como crear nuevos servicios para satisfacer la necesidades de los sectores como la industria comercial, turismo, entretenimiento y hospitalario, en la actualidad se necesita más inventiva e innovación para la creación de emprendimiento para atraer crecimiento en la comunidad y en el país.

En su tesis, el señor (Naranjo. R, 2020) , elaboró un proyecto de investigación en San José, tuvo como objetivo realizar un estudio de viabilidad para la empresa de servicios de viajes personalizados Ride a Cuba para el Gran Área Metropolitana (GAM), durante el primer semestre del 2020. Esto a través de un enfoque mixto; mediante el cual se encuestaron a 394 personas; para la realización del estudio de mercado; asimismo; elaboro un estudio financiero proyectado con dicho estudio de mercado para analizar si el negocio es rentable y averiguar el plazo de recuperación de la inversión.

Para la tal efecto; es preciso señalar que; Naranjo (2020); obtuvo como principales resultados en su proyecto de investigación; El proyecto presenta una viabilidad positiva desde el punto de vista legal, ambiental, financiero y administrativo, siendo una opción el ejecutarse.

En los escenarios esperando y optimistas los resultados de los flujos e indicadores muestra resultados positivos, lo cual genera que el proyecto, en estos escenarios únicamente, es viable financieramente.

Se considera que el servicio de acompañamiento personalizado es de alto riesgo, debido a que necesita más inversión de capital de trabajo para brindarlo, lo cual es un recurso escaso en este momento.

Además, el señor Sandí (Sandí. E, 2021) en su tesis, 2021, plan de negocios, cafetería música Boutique en 5 esquinas de Tibás, la función primordial es brindar un servicio de primer nivel en un lugar confortable de forma tranquila y con opción de ponerse a la vanguardia en el tema de moda estilo boutique; La cafetería piensa en la necesidad social y el esparcimiento es por este motivo que crea este innovador concepto.

El señor Sandí, Utilizo el método mixto para realizar su proyecto de investigación, además aplico una encuesta a 100 personas en la localidad de Tibás para la elaboración de su plan de negocios.

Además en el proyecto de investigación se menciona las conclusiones que el proyecto tuvo, se identifica un mercado meta insatisfecho con los servicio que la localidad brinda, el negocio viene a solventar la demanda insatisfecha por medio del estudio mercadeo realizado.

El negocio goza de una ventaja competitiva lo cual en los estudios realizado de mercadeo, ninguna empresa tiene el mismo concepto en la zona de Tibás.

El análisis financiero realizado en el plan de negocio, es viable, rentable y con crecimiento a largo plazo, esto estados financiero dan una información positiva en cualquier escenario.

Por último, la señora Solís, en su tesis, 2023, Cartago, Viabilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa de alertas médicas y conexos, en Costa Rica.

La señora Solís, Elaboro este proyecto debido a que identifico que no había un proveedor de servicio de asistencia médica en Costa Rica, ella se basó en un estudio mixto para elaborar su proyecto debido a que ella aplico encuestas y con una muestra de 384 personas para la elaboración del estudio de mercado. Algunas conclusiones de su proyecto son las siguientes; Se determinó que el proyecto es viable, ya que al realiza el análisis de

sensibilidad en los flujos de efectivo, tanto en el flujo económico como en el financiero, se obtienen resultados de sus indicadores como el TIR que es superior a la tasa de descuento utilizada para este proyecto, además; según el estudio realizado la demanda de este producto no existe, a pesar de que existe un producto similar, no ha sido explotado este segmento, por lo que hay que trabajar en crear cultura y gusto para este tipo de productos, y por último se prevé que esta empresa tenga un tendencia al crecimiento debido a que tiene una ventaja competitiva y otras empresa no han empleado este tipo de sistema en la localidad.

1.2.3 Referencia internacional

Con la problemática de la pandemia que afecta a todos los países del mundo, y el cambiante ritmo de vida de los ciudadanos de todo el orbe, el asunto de la limpieza es de vital importancia para las organizaciones donde trabajan muchas personas, la tecnología ha venido ayudar y simplificar el trabajo del ser humano con nuevas máquinas modernas, nuevos métodos de limpieza, nuevas fórmulas químicas y nuevas maneras de realizar trabajos sin necesidad de asistir a una empresa física.

La señora (Amaya. M, 2018) de Quito Ecuador, en su tesis. Su proyecto plan de negocios empresa de limpieza, es ofrecer un servicio personalizado que limpie espacios como casas, departamentos, oficinas con materiales de alta calidad y a precios accesibles.

De acuerdo con el estudio y análisis de la señora Amaya, hay un creciente mercado en los servicio de limpieza para diferente áreas o industrias, además utilizo encuestas para elaborar su trabajo de investigación con 100 personas en el áreas de Quito, con este estudio de mercadeo avanzado para descubrir su mercado meta, en conclusión, resulto que la empresa de servicio de limpiezas es un negocio con tiene posibilidad de expansión rápida para otras regiones debido a sus ventaja competitiva servicio de limpieza personalizada y con el análisis financiero proyectado este proyecto la recuperación de la inversión es positivo al año 3.

En la tesis, de los señores (Abanto. R, Moreno.G, 2022) Lima, Perú, su metodología del trabajo de investigación, es el Business Model Canvas, donde ellos han definido como propuesta de valor la flexibilidad, conveniencia, seguridad, confiabilidad y

calidad de su servicio. Así también, como declarar cuales son las actividades claves para el éxito del negocio.

De acuerdo con el estudio realizado con de los señores Abanto y Moreno, ellos emplearon una encuesta a 182 personas de diversos estatus sociales en Lima, esta encuesta le permitió averiguar la necesidad de crear una empresa enfocada a servicio de limpieza y saneamiento, además se observan un crecimiento de los servicios de limpieza para hogares y empresas particular,

Ilustración 1. Modelo de Canvas



Fuente: (Abanto. R, Moreno.G, 2022)

En conclusión su proyecto da resultados como la clase social media prefiere adquirir los servicios de limpieza para pasar el tiempo en su trabajo, ocio u actividades familiares, además el proyecto indica que la realización de esta empresa da oportunidades laborales locales a la población sin experiencia laboral o que están buscando su primer empleo, y por ultimo a nivel financiero el proyecto da un indicador positivos de recuperación de la inversión a largo plazo y con un flujo de caja económicamente viable.

En la tesis, del señor Mendoza, 2006, Chetumal, México, En su proyecto de plan de negocio de la empresa de servicio doméstico de limpieza, el aplico una encuesta a 100 personas para realización de las tres partes esenciales para su investigación; estudio técnico, estudio de mercado y estudio financiero las cuales estos 3 estudios son de vital importancia para su proyecto de plan de negocio.

En conclusión, el estudio de mercadeo aplicado al proyecto da resultados positivos debido que en la localidad no hay otro proveedor de servicio de limpieza de hogares, además el proyecto atrae la estimulación de empleo y progreso en la zona, y por último el estudio financiero da resultado positivos de recuperación de la inversión a largo plazo y con crecimiento en las finanzas de la empresa.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según (Sampieri. R, Mendoza.C, 2018) *"el planteamiento del problema es el centro, el corazón de la investigación: dicta o define los métodos y la ruta a seguir"*

De acuerdo con el enunciado anterior, se define el siguiente planteamiento del problema

¿Cómo realizar un estudio de factibilidad a través del uso estrategias administrativas de marketing, y financieras para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, en San José, durante el primer Cuatrimestre de 2024?

1.3.1 Sistematización del problema

Según (Sampieri, 2014), se establece que la justificación del problema "Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante.

A través de esta investigación se encontrará información relevante sobre la viabilidad del proyecto e indicar las posibles opciones de la mezcla de marketing, que ayuden a tomar decisiones adecuadas para el negocio y su posible mercado.

A raíz de la problemática ocasionada por la pandemia y del cambio asociado al comportamiento de las personas debido a las distintas restricciones sanitarias, en Costa Rica y en el mundo; al igual que en otros tipos de emprendimientos; la apertura de

empresas que brinden servicios de limpieza también ha venido en aumento para abastecer diferentes segmentos de mercado; como aquellos de carácter comercial, de entretenimiento; o bien del sector salud entre muchas otros.

Razón por la cual, la creación de este tipo de microempresas contribuye a que la actividad económica del país se recupere y a que al mismo tiempo se generen nuevas fuentes de ingresos para las personas y su familias. Esto teniendo en consideración que el Covid – 19 vino a incidir fuerte y negativamente en cuanto al desempleo; pues como ya es sabido; muchas organizaciones debieron cerrar sus puertas y cesar a su personal.

De ahí que, en el presente proyecto investigativo encuentre fundamento llevar a cabo un estudio de factibilidad a través de una gestión estratégica proactiva para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, cantón perteneciente a la provincia de San José, durante el I cuatrimestre de 2024. Dado que a su vez, podría llegar a representar un impacto positivo en la economía nacional. En especial; porque dicha organización eventualmente se encontraría ubicada dentro de la Gran Área Metropolitana (GAM) de Costa Rica.

1.3.2 Justificación Teórica

La realización de este proyecto investigativo; es de gran relevancia; pues en primera instancia aborda la temática de la creación de una empresa de servicio de limpieza; el cual se ha venido presentando como un proyecto en bastante auge y cotización dentro de su respectivo mercado. Lo cual implica la interiorización dentro de diferentes tipos de acepciones relacionadas con la necesidad existente de diferentes segmentos de mercado de contratar servicios de limpieza cómodos, de alta calidad, accesibles y a su vez de multipropósito.

Según (Sampieri, 2014), se establece que la justificación del problema “Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante.

En este sentido, cabe mencionar que; dicho estudio permite subsanar posibles vacíos teóricos de índole mercadológica; administrativa; y/o financiera. Esto con respecto; a temáticas alusivas a la inicialización de un negocio; desde el análisis del comportamiento de compra del consumidor; la gestión empresarial requerida para llevar a cabo la

realización de las distintas funciones de limpieza; hasta las implicaciones en materia de inversión económicas correspondientes.

Asimismo, la presente investigación coadyuvará y servirá como fuente de consulta para estudiantes que eventualmente desarrollen futuros proyectos universitarios; de naturaleza similar. Esto máxime que, al ser un tema que recientemente ha empezado a tener presencia; por consiguiente; probablemente no sea posible contar con estudios previos suficientes asociados a dicha temática.

1.3.3 Justificación Metodológica

Debido a que este proyecto se realizara empleando instrumentos investigativos como entrevistas cualitativas a una persona experta en la materia; y las encuestas cuantitativas para análisis estadísticos del comportamiento del mercado compuesto con clientes reales y potenciales; es posible inferir la gran relevancia implícita en su elaboración; pues permitirá obtener un más alto grado de conocimiento desde una perspectiva metodológica para la creación empresa de servicio de limpieza para la creación de la empresa All Cleaner CR.

Según (Sampieri, 2014), se establece que la justificación del problema “Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante.

1.3.4 Justificación Práctica

La elaboración del presente proyecto investigativo; desde un enfoque práctico es relevante; pues contribuye a brindar una alternativa de solución alusiva a la apertura empresa All cleaner CR en la zona de Alajuelita; en la provincia de San José. Esto coadyuvando a ofertar diferentes servicios de limpieza; y de igual manera a ofrecer empleo a quienes se encuentren interesados (as) en desempeñar tales funciones laborales.

Según (Sampieri, 2014), se establece que la justificación del problema “Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante.

1.4 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Según (Sampieri. R, Mendoza.C, 2018), define objetivo a manera *que “señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio”*. Por lo anterior se presentan para esta investigación en los siguientes apartados el objetivo general y los objetivos específicos.

Ilustración 2. Imagen ilustrativa sobre los objetivos.



Fuente: Imágenes PNGEGG

1.4.1 Objetivo General

Para entender la finalidad de un objetivo (Sampieri. R, Mendoza.C, 2018), afirma: *“Objetivos de investigación señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio”*.

Realizar un estudio de factibilidad a través del uso estrategias de marketing, administrativas y financieras para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José, durante el I Cuatrimestre de 2024.

1.4.2 Objetivos Específico

La siguiente definición de (Sampieri. R, Mendoza.C, 2018) respecto a los objetivos específicos, indica: “Señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio”.

- I. Analizar el microentorno empresarial mediante el diagnóstico de la situación actual previo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.**
- II. Comprender el comportamiento de compra del mercado para la determinación de la apertura de la empresa All Cleaner CR, mediante la aplicación de encuestas a personas residentes en All Cleaner CR en Alajuelita, San José.**
- III. Determinar el impacto empresarial de los procesos estratégicos mediante la entrevista a un experto para enfocarlo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.**
- IV. Evaluar la información financiera mediante un estudio de viabilidad para el impulso de la apertura de la de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.**
- V. Proponer la apertura de la empresa All Cleaner CR a través del análisis de estudios previos en materia de marketing, estrategia empresarial y finanzas.**

1.4.3 Valores

- Compromiso: Cumplir con la tarea encomendada por el cliente.
- Integridad: Realizar el trabajo de forma honesta y responsable con el cliente.
- Servicio: Satisfacer las necesidades del cliente con una actitud positiva y con un ritmo de trabajo a gusto.
- Calidad: Garantizar que el servicio realizado por nuestra empresa sea optima y eficaz para nuestro cliente.
- Trabajo en equipo: Esfuerzo cooperativo o coordinado de un grupo de personas que actúan juntas por un objetivo común.

Ilustración 3. Imagen ilustrativa sobre Valores empresariales



Fuente: Imagen editada por Gerson Obando de Imágenes de pixabay

1.5 Delimitaciones, limitaciones y alcances de la investigación

Dentro del presente apartado se hará énfasis en las delimitaciones, limitaciones y alcances que este proyecto investigativo. Esto con el propósito de brindar una noción bastante cercana a la realidad con relación a las diferentes circunstancias alusivas a la creación de la empresa All Cleaner CR; en la zona del cantón de Alajuelita en la provincia de San José.

1.5.1 Delimitaciones

La delimitación del tema de investigación *"Consiste en precisar el objeto de estudio, es decir, qué se va a investigar. Esta acción significa acotar el tema a un problema concreto, específico y manejable"*. (p. 104) y su importancia: es *"Si el tema no se delimita, la investigación corre el riesgo de ser demasiado amplia y superficial, o*

de desviarse del objetivo original". (p. 105) (Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P., 2010).

El presente proyecto se enfocará únicamente en realizar un estudio de factibilidad a través del uso de estrategias de marketing, administrativas y financieras para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José, durante el I Cuatrimestre de 2024. Lo que a su vez implica enfocarse sólo en el caso particular de dicha organización desestimado en este sentido cualquier otra.

1.5.2 Limitaciones

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014) "Las limitaciones son las restricciones que se presentan en el desarrollo de una investigación y que afectan la generalización de los resultados." (p. 318).

Se mencionará algunas de las limitaciones del presente proyecto apertura de la empresa All Cleaner CR, en la zona de Alajuelita son las siguientes:

- Eventual falta de disponibilidad de tiempo de un experto o asesor en el temática organizacional asociada a la apertura de una empresa; como en particular de las que corresponden la industria de limpieza.
- Eventual Falta de disponibilidad de las personas a las cuales se les aplicarán las encuestas.
- Otras contingencias externas de carácter legal, burócrata, institucional; y/o financieras que puedan llegar a presentarse.

1.5.3 Alcances

- Realizar un estudio y análisis de mercadeo que permita determinar la apertura de la empresa All Cleaner CR, mediante las encuestas y opiniones que permita conocer los clientes potenciales y reales en la zona de Alajuelita.
- En segunda instancia se permitirá determinar el impacto de las gestiones estratégicas, como proceso de legalización municipal, y gubernamental a través

de una entrevista de un experto en tema de creación de la empresa para la creación de la empresa All Cleaner CR en la zona de Alajuelita.

- En último, se lograra un estudio financiero contable para el analizar de rentabilidad del negocio proyectado a largo plazo a través de cada año de productividad proyectado.

Ilustración 4. Alcances de la investifacion



Fuente: (Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P., 2010)

CAPITULO II: MARCO SITUACIONAL O TEÓRICO

2. MARCO SITUACIONAL

En el presente capítulo, se presenta el marco situacional que contextualiza la investigación sobre la factibilidad y gestión estratégica para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José. Este marco proporciona una visión detallada del entorno económico, social, político y empresarial en el que se desenvolverá el proyecto, así como de los factores que pueden influir en su viabilidad y éxito.

La comprensión del contexto situacional es fundamental para la toma de decisiones informadas y la elaboración de estrategias efectivas. Por lo tanto, este capítulo tiene como objetivo brindar una descripción exhaustiva de los elementos relevantes que impactarán en la implementación y operación de All Cleaner CR en Alajuelita, San José.

Se abordarán aspectos como la situación económica y demográfica de la zona de estudio, el panorama competitivo en el sector de servicios de limpieza, las regulaciones gubernamentales pertinentes, así como cualquier otra variable relevante que pueda influir en el desarrollo del negocio.

A través de este marco situacional, se busca proporcionar una base sólida para la formulación de estrategias y la toma de decisiones relacionadas con la apertura y operación de All Cleaner CR. Se espera que este análisis detallado del entorno permita identificar oportunidades, anticipar desafíos y diseñar un plan de acción adecuado para garantizar el éxito del proyecto empresarial en Alajuelita, San José.

2.1 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

A continuación, el detalle de los antecedentes

2.1.1 Reseña histórica

En la historia del Cantón de Alajuelita, se ha visto mucha incertidumbre por las situaciones económicas, municipales, políticas y sociales que el cantón ha experimentado en el pasado, en la actualidad el cantón de Alajuelita se está visualizando un crecimiento industrial y económico en la zona muy exponencial, por factores que favorecen al sector

empresarial del país que motivan la radicación de bases en el cantón y la creación de pequeñas empresas en la zona.

Por lo anterior se ha observado y detectado la necesidad de crear una empresa que brinde servicio de limpieza específica y general en la región de Alajuelita para el sector industrial, comercial y de entretenimiento, All Cleaner CR se enfocara en dar soluciones de limpieza en la zona de Alajuelita un servicio de mayor calidad y precisión para los clientes.

2.1.2 Misión

Se propone la siguiente misión en All Cleaner CR, La misión es proporcionar servicios de limpieza de alta calidad y confianza que superen las expectativas de nuestros clientes y contribuyan al bienestar y comodidad de sus hogares y espacios comerciales. El compromiso a ofrecer soluciones integrales de limpieza, respaldadas por un equipo dedicado de profesionales capacitados y productos de limpieza ecológicos y seguros.

Se esforzarán por establecer relaciones sólidas y duraderas con nuestros clientes, basadas en la confianza, la transparencia y la excelencia en el servicio. Entendiendo la importancia de mantener espacios limpios y saludables, y nos enorgullece ser parte del proceso de crear entornos más seguros y confortables para la comunidad.

En All Cleaner CR, se compromete a operar de manera ética, responsable y sostenible, respetando el medio ambiente y contribuyendo al desarrollo social y económico de nuestras comunidades. Buscamos ser líderes en el sector de servicios de limpieza, reconocidos por nuestra integridad, profesionalismo y compromiso con la satisfacción del cliente.

La misión es ser el socio de confianza de sus clientes en la limpieza y mantenimiento de sus espacios, brindando un servicio excepcional que marque la diferencia en la calidad de vida y el bienestar de quienes confían en nosotros.

Por todo lo anterior la misión de All Cleaner CR es: ***"Proporcionar servicios de limpieza de alta calidad y confianza que superen las expectativas de nuestros***

clientes y contribuyan al bienestar y comodidad de sus hogares y espacios comerciales."

2.1.3 Visión

La visión de All Cleaner CR propuesta es: ***"Convertirnos en el referente líder en el sector de servicios de limpieza en Alajuelita, San José, reconocidos por nuestra integridad, profesionalismo y compromiso con la satisfacción del cliente, contribuyendo al desarrollo social y económico de nuestras comunidades."***

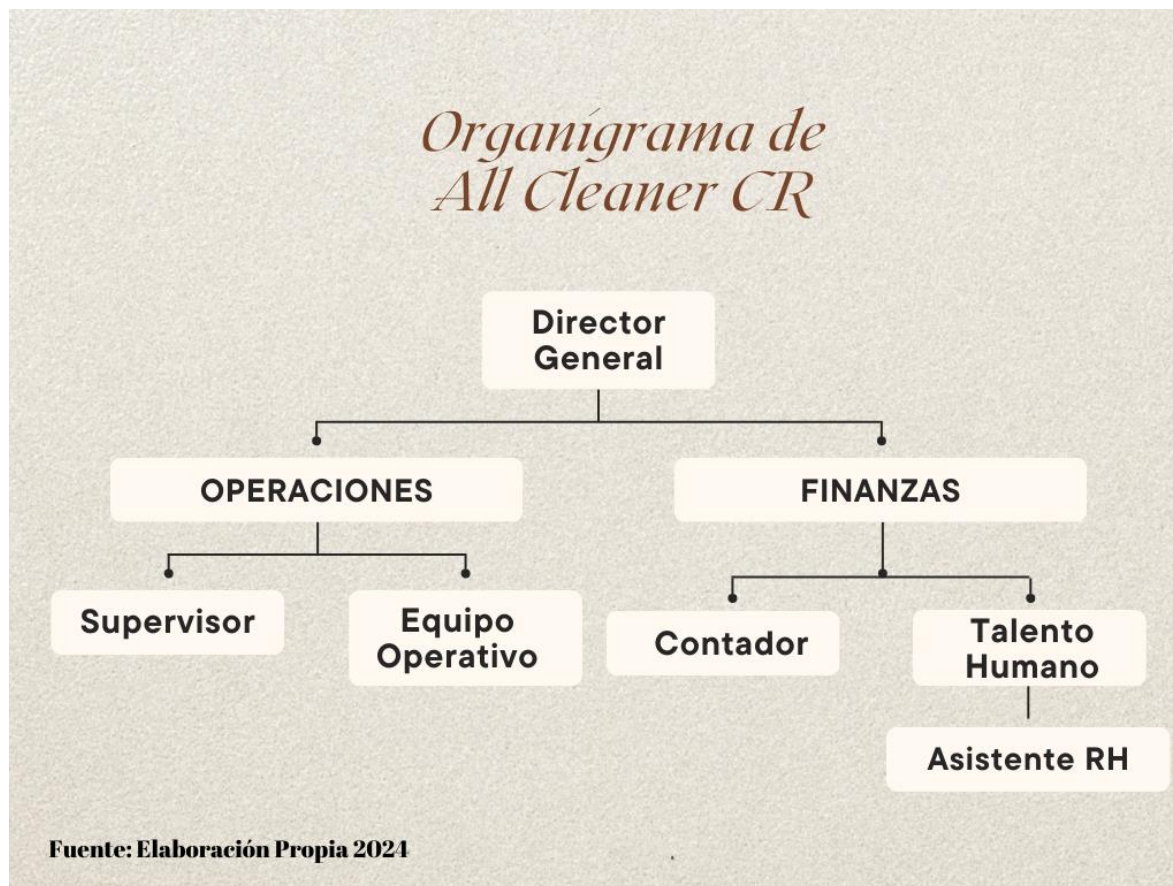
Ilustración 5. MISION Y VISION



Fuente: imágenes de pixabay.com 2023

2.1.3 Organigrama

Ilustración 6. Organigrama propuesto



Fuente: Elaboración Propia 2024

2.1.4 Estructura Organizativa de All Cleaner CR

La estructura organizativa de All Cleaner CR refleja una jerarquía clara y una distribución de responsabilidades diseñada para facilitar la eficiencia operativa y la coordinación entre los diferentes departamentos y equipos de la empresa.

En la cúspide de la estructura se encuentra el Director General, quien ocupa una posición de liderazgo estratégico y es responsable de supervisar y dirigir todas las operaciones de la empresa. Bajo su dirección, se encuentran dos figuras clave: el Gerente de Operaciones y el Gerente de Finanzas.

El Gerente de Operaciones está a cargo de supervisar las actividades operativas de la empresa, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y eficiencia en la

prestación de servicios de limpieza. Este rol implica la coordinación con el equipo de limpieza y el Supervisor de Limpieza, quien supervisa directamente las operaciones diarias y el desempeño del equipo.

Por otro lado, el Gerente de Finanzas es responsable de la gestión financiera y administrativa de All Cleaner CR. Esto incluye la planificación presupuestaria, la gestión de cuentas por pagar y por cobrar, así como el análisis financiero para respaldar la toma de decisiones estratégicas. Además, el Gerente de Finanzas supervisa al Contador, quien maneja las transacciones financieras y contables de la empresa.

En el ámbito de recursos humanos, el Coordinador de Recursos Humanos desempeña un papel fundamental en la gestión del personal de All Cleaner CR. Este rol implica la contratación, capacitación y desarrollo del equipo, así como la gestión de las relaciones laborales y la administración de beneficios. El Coordinador de Recursos Humanos trabaja en estrecha colaboración con el Equipo de Recursos Humanos para garantizar un ambiente laboral positivo y productivo.

Por todo lo anterior, la estructura organizativa de All Cleaner CR está diseñada para promover una gestión eficaz, una comunicación fluida y una colaboración efectiva entre todos los niveles de la organización. Cada posición desempeña un papel único y crucial en el logro de los objetivos de la empresa y en su compromiso de ofrecer servicios de limpieza de alta calidad y confianza a sus clientes en Alajuelita, San José.

2.1.5 Análisis del entorno

Análisis Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA).

De acuerdo con el análisis FODA, la empresa All Cleaner CR, presenta a continuación algunas características que le sucede normalmente a cualquier empresa en su inicio operacional.

2.1.6 Fortalezas

1. Ser una única empresa que brinde soluciones de limpieza a otras empresas en la zona de Alajuelita.
2. El personal a cargo del rumbo de la empresa tiene amplia experiencia en la administración de limpieza para zonas industriales, comerciales y lugares de entretenimiento, además se posee conocimiento en químicos para limpieza y herramientas.
3. Se cuenta con experto asesores en administración de negocios y emprendimientos de todo tipo.
4. La plaza del negocio está cerca de la zona industrial de Alajuelita para mayor rapidez para dar soluciones.
5. Se cuenta con cartera de clientes e información de la zona de Alajuelita.

2.1.7 Oportunidades

1. Financiación económicas por parte del gobierno de Costa Rica para la creación de pequeñas empresas.
2. Se cuenta con apoyo y capacitación por parte del Instituto de Aprendizaje, INA de Alajuelita para cursos de manejo de desechos y limpieza de zonas hospitalarias.
3. La municipalidad de Alajuelita apoya en temas de exonerar impuestos para pequeños emprendimientos semilla.

2.1.8 Debilidades

1. Tener un presupuesto limitado para adquirir herramientas y suministro de limpieza,
2. No poseer vehículo para transportar las máquinas de limpieza y químicos.
3. No tener la capacidad para brindar el servicio a mas clientes en la zona.
4. No poseer un local o una bodega propia de la empresa.

2.1.9 Amenazas

1. Incremento en los precios de los productos de limpieza que se emplean en el servicio.
2. Incremento de los precios de los combustibles en Costa Rica.
3. Incremento en los impuestos al valor agregado.

4. Otras empresas que brinden el servicio semejante en la zona de Alajuelita.

2.1.10 Las 5 fuerzas competitivas de Porter

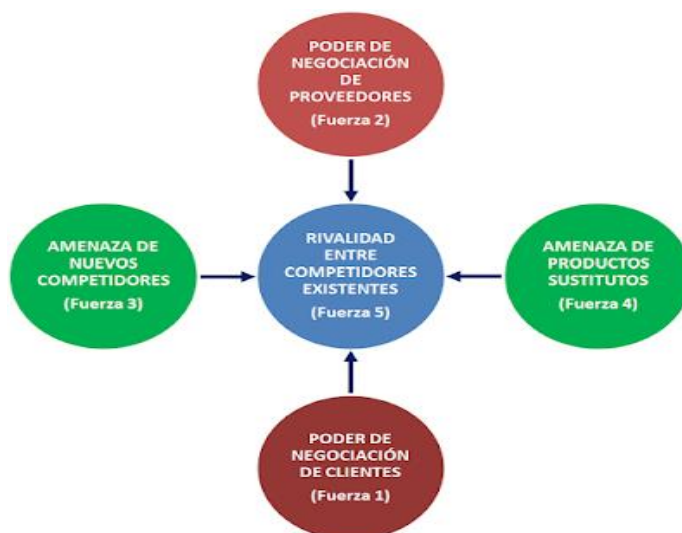
El modelo de las 5 fuerzas de Porter, como se lo suele conocer, permite identificar cómo factores externos de acción directa afectan a la competencia de la organización y así establecer una estrategia acorde.

2.1.11 La rivalidad entre los competidores existentes en el sector industrial.

En el cantón de Alajuelita, no existe competidores directos para el emprendimiento, el negocio va enfocado al cantón de Alajuelita, los motivos de la falta de competencia en la zona Alajuelita se debe a que hay poco desarrollo social y de infraestructura para la atracción de nuevas empresas en la zona, es por este motivo que no hay competidores en la zona de Alajuelita.

Pero los cantones aledaños son más desarrollados económicamente como los cantones de Escazú, San Sebastián, Santa Ana, hay presencia de competidores de servicio de limpieza que dan soluciones a otras empresa en tema de aseo y la higiene, además en estos cantones mencionados hay presencia de grandes empresas que realizan licitaciones de outsourcing con otras empresa para suplir la necesidad de mano de obra para la productividad de estas mismas.

Ilustración 7. Imagen tomada de la página internet Calidad Total (2016)



2.1.12 La amenaza de productos o servicios sustitutos.

En el cantón de Alajuelita, hay un crecimiento económico significativo y hay empresas con la modalidad retail que se han instalado en la zona que ofrecen productos de limpieza y sus derivados, algunas empresas son: Pequeño Mundo, Maxi Pali, Decavisa, corporación Wal-Mart.

Para el emprendimiento All Cleaner CR, consideramos que nuestro servicio esta orientado a brindar un servicio de mano de obra de calidad y eficiente para nuestros clientes, pero los productos sustitutos de limpieza es una amenaza indirecta debido a que nuestro cliente puede tener acceso a esto producto lo cual analizaría una futura permanencia con nosotros por temas de costos.

2.1.13 La amenaza de nuevos entrantes en el sector.

De acuerdo con el crecimiento económico en el cantón de Alajuelita, hay una posibilidad de que la competencia aledaña de otros cantones o de la provincia inicien operaciones en el sector de Alajuelita, lo cual afectaría el negocio directamente y se implementaría estrategia severas para captar y retener a nuestros clientes reales y potenciales.

De acuerdo a iniciativas del gobierno local y gubernamental en tema de desarrollo para el cantón de Alajuelita, se impulsa una estrategia de disminución de requisitos para colocar una empresa en el cantón de Alajuelita, lo cual provocaría que la competencia de otras zona se interesen en tener presencia en el cantón.

2.1.14 El Poder negociador de los clientes.

Para la empresa All Cleaner CR, el poder de negociación por parte de los clientes es de vital importancia , debido la capacidad que la empresa tiene para satisfacer las necesidades de los clientes, la empresa se ubicaría en el cantón de Alajuelita, lo cual por su desarrollo hay un gran número de empresas radicadas en la zona por las ventajas en reducido de trámite por la municipalidad, por lo cual estas empresa por su naturaleza tiene necesidades de limpieza en sus instalaciones para la productividad y la empresa All Cleaner CR apenas es un emprendimiento lo cual es una ventaja que los clientes

soliciten más servicio de limpieza pero con la consecuencia de no cubrir una alta demanda de servicio para todos los clientes.

2.1.15 Poder de negociación con los proveedores.

La empresa All Cleaner CR, por ser un emprendimiento en la zona de Alajuelita, tiene alianzas estratégicas con proveedores de servicio y productos de limpieza, para llevar a cabo con las exigencia de los clientes.

Una estrategia a elaborar por parte de la empresa es tener facilidades de crédito para adquirir productos de limpieza y suministros para las labores de productividad con diferentes empresas que suplen a otras en productos de higiene.

2.1.16 Ventaja competitiva.

La empresa All Cleaner CR en la zona de Alajuelita, cuenta con una ventaja competitiva muy sólida, debido que en el cantón de Alajuelita, no hay otra empresa en la que brinde soluciones de servicio de limpieza y derivados para la industria comercial, industrial y entretenimiento; Además, la empresa All Cleaner CR, su base de operaciones seria el cantón de Alajuelita al igual el recurso humano, los proveedores y la cartera de clientes nuestra empresa estará enfocado en satisfacer las necesidades de los clientes de la zona.

2.2 MARCO TEÓRICO

El estudio de factibilidad y la gestión estratégica son componentes críticos en el proceso de lanzamiento de un nuevo negocio. En este marco teórico, se exploran diversos conceptos y teorías relacionadas con la evaluación del entorno empresarial, la formulación de estrategias y la toma de decisiones para garantizar la viabilidad y el éxito de un proyecto empresarial, específicamente en el contexto de la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.

2.2.1 Estrategia de Marketing

La estrategia de marketing se refiere al plan general para promocionar y comercializar los productos o servicios de una empresa. Esto incluye la segmentación del mercado, la selección de canales de distribución, la fijación de precios y las estrategias de promoción (ORT Universidad, 2023).

2.2.2 Plan de Negocios

Un plan de negocios es un documento que describe la visión, los objetivos, la estrategia y el modelo de negocio de una empresa. Incluye análisis de mercado, proyecciones financieras, estrategias de marketing y operativas, entre otros aspectos (Moreno. J, 2022)

2.2.3 Innovación Empresarial

La innovación empresarial implica la introducción de nuevos productos, servicios, procesos o modelos de negocio que generen valor para la empresa y sus clientes. Es fundamental para mantener la competitividad y el crecimiento a largo plazo (Innovacion empresarial , 2023)

2.2.4 Análisis FODA (SWOT)

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) es una herramienta para evaluar la situación interna y externa de una empresa. Ayuda a identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento, así como amenazas potenciales (Raeburn. A, 2023).

Ilustración 8. FODA



Fuente: (Raeburn. A, 2023).

2.2.5 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado consiste en dividir el mercado en grupos homogéneos de consumidores con características y necesidades similares. Permite a las empresas adaptar sus estrategias de marketing a segmentos específicos y maximizar el impacto de sus acciones (Rockcontent, 2018).

2.2.6 Planificación Estratégica

La planificación estratégica es un proceso para establecer los objetivos a largo plazo de una empresa y desarrollar planes de acción para alcanzarlos. Incluye la definición de la misión, visión, valores y objetivos estratégicos de la organización (Martins. J, 2024).

Ilustración 9. Elementos de un plan estratégico

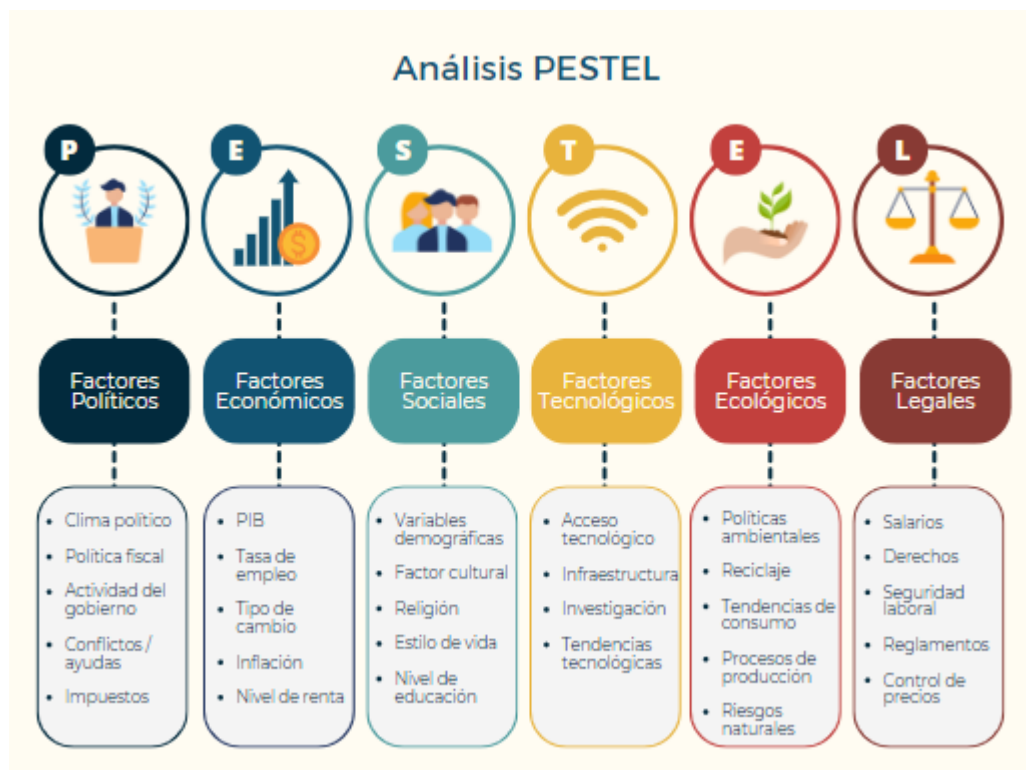


Fuente: (Martins. J, 2024) Imagen aditada por Gerson Obando.

2.2.7 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ambiental, Legal) es una herramienta para evaluar el entorno externo de una empresa. Ayuda a identificar factores macroeconómicos y sociopolíticos que pueden afectar su desempeño y decisiones estratégicas (Gestion IONO, 2021).

Ilustración 10. Análisis Pestel



Fuente: Elaboración propia 2024

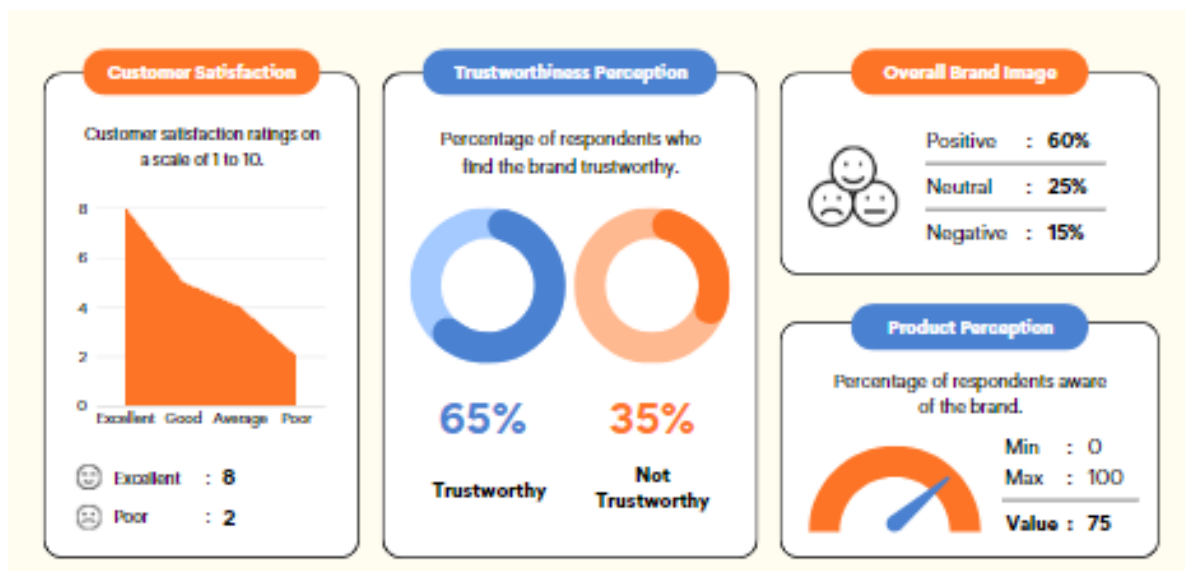
2.2.8 Ventaja Competitiva

La ventaja competitiva es aquella característica o conjunto de atributos que diferencia a una empresa de sus competidores y le permite obtener una posición dominante en el mercado. Puede ser producto, precio, calidad, servicio o innovación (Pursell. S, 2023)

2.2.9 Análisis de Rentabilidad

El análisis de rentabilidad es el proceso de evaluar la relación entre los ingresos generados y los costos incurridos por una empresa. Permite determinar la viabilidad económica de un proyecto y tomar decisiones informadas sobre su continuidad (MacNeil, C, 2024)

Ilustración 11. análisis de rentabilidad



Fuente: Elaboración Propia 2024

2.2.10 Modelo de Negocio

El modelo de negocio describe la forma en que una empresa crea, entrega y captura valor. Define la propuesta de valor, los segmentos de cliente, los canales de distribución, las fuentes de ingresos y la estructura de costos de la empresa (Clavijo, C, 2024).

2.2.11 Responsabilidad Social Corporativa (RSC)

La responsabilidad social corporativa se refiere al compromiso de una empresa con el bienestar social, económico y ambiental de las comunidades en las que opera. Incluye prácticas éticas, sostenibilidad ambiental y contribución a la sociedad (SAP Concur, 2023).

2.2.12 Gestión de Recursos Humanos

La gestión de recursos humanos se ocupa de reclutar, seleccionar, capacitar, motivar y retener al personal de una empresa. Es fundamental para asegurar el talento adecuado y crear un entorno laboral productivo y satisfactorio (Endalia, 2021).

2.2.13 Marketing Digital

El marketing digital se refiere al uso de canales y herramientas digitales para promocionar productos o servicios. Incluye estrategias como el marketing en redes sociales, SEO (optimización de motores de búsqueda) y publicidad en línea (Pecahna. V, 2021)

2.2.14 Análisis de Riesgos

El análisis de riesgos consiste en identificar, evaluar y gestionar los riesgos potenciales que pueden afectar el éxito de un proyecto o negocio. Permite tomar medidas preventivas y mitigar posibles impactos negativos (Martins. J, 2024).

2.2.15 Globalización de Mercados

La globalización de mercados se refiere al proceso de integración y conexión de los mercados a nivel mundial. Afecta la forma en que las empresas operan, compiten y se expanden, ofreciendo nuevas oportunidades y desafíos (CEPAL, 2002).

2.2.16 Estudio de Factibilidad y Apertura de Negocio

El estudio de factibilidad es un proceso sistemático para evaluar la viabilidad de un proyecto empresarial antes de su implementación. Involucra la recopilación y análisis de datos relevantes para determinar la viabilidad técnica, financiera, operativa y comercial del proyecto. La apertura de un nuevo negocio, como All Cleaner CR, requiere un estudio exhaustivo de factibilidad para identificar oportunidades, evaluar riesgos y tomar decisiones informadas (Solano. D, 2021).

2.2.17 Gestión Estratégica

La gestión estratégica se refiere al proceso de formulación, implementación y evaluación de estrategias para alcanzar los objetivos organizacionales a largo plazo. Implica el análisis del entorno empresarial, la definición de objetivos claros, la identificación de ventajas competitivas y la asignación eficiente de recursos. En el contexto de la apertura de All Cleaner CR, la gestión estratégica es fundamental para desarrollar planes de acción efectivos y sostenibles (Martins. J, 2024).

2.2.18 Análisis del Mercado Objetivo

El análisis del mercado objetivo es una parte integral del proceso de estudio de factibilidad y gestión estratégica. Consiste en la identificación y evaluación del segmento de mercado al que se dirige el negocio, así como de las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores dentro de ese segmento. Un análisis detallado del mercado objetivo proporciona información crucial para el desarrollo de estrategias de marketing, la segmentación del mercado y la diferenciación del producto (Mendoza. R, 2023)

2.2.19 Competencia y Posicionamiento en el Mercado

La evaluación de la competencia es esencial para entender el entorno competitivo en el que operará All Cleaner CR. Implica identificar a los competidores directos e indirectos, analizar sus fortalezas y debilidades, y evaluar sus estrategias de posicionamiento en el mercado. Con esta información, se pueden desarrollar estrategias efectivas para diferenciar los servicios de limpieza de All Cleaner CR y establecer una ventaja competitiva sostenible (Puro Marketing, 2023).

2.2.20 Proyecciones Financieras y Viabilidad del Proyecto

El análisis financiero es fundamental para determinar la viabilidad económica de la apertura de All Cleaner CR. Esto incluye la elaboración de proyecciones financieras, como estados de resultados, balances y flujos de efectivo, para estimar los costos, ingresos y beneficios esperados del negocio. La viabilidad del proyecto se evalúa en

función de la capacidad del negocio para generar ingresos suficientes para cubrir los costos y proporcionar un retorno de inversión adecuado a los inversionistas (Nava Rosillón, Marbelis. A, 2009).

2.2.21 Toma de Decisiones y Estrategias de Crecimiento

La toma de decisiones efectiva es fundamental en todas las etapas del proceso de estudio de factibilidad y gestión estratégica. Implica evaluar alternativas, analizar riesgos y seleccionar las mejores opciones para alcanzar los objetivos del negocio. Además, se deben desarrollar estrategias de crecimiento a largo plazo para garantizar la sostenibilidad y el éxito continuo de All Cleaner CR en el mercado de servicios de limpieza (ZANATTA. M, 2021)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 Introducción del Marco Metodológico

El presente capítulo establece el marco metodológico que guiará la realización de la investigación sobre la factibilidad y gestión estratégica para la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José. En este contexto, se abordarán los métodos, técnicas y procedimientos que se utilizarán para recopilar, analizar e interpretar la información necesaria para lograr los objetivos planteados en el estudio.

El desarrollo de este marco metodológico se fundamenta en la necesidad de seguir un enfoque riguroso y sistemático que garantice la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos. Además, se busca proporcionar una estructura clara y coherente para la ejecución de la investigación, permitiendo una comprensión profunda de los procesos involucrados en la evaluación de la viabilidad y planificación estratégica de la empresa All Cleaner CR.

En este sentido, se abordarán aspectos como la identificación de la población y muestra de estudio, la selección de los métodos de recolección de datos, el análisis de datos, así como las consideraciones éticas y prácticas relevantes para el desarrollo de la investigación. Cada decisión metodológica será fundamentada en la pertinencia y eficacia para abordar los objetivos específicos del estudio, así como en la maximización de la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos.

A lo largo de este capítulo, se detallarán los pasos y procedimientos que se seguirán en cada etapa de la investigación, proporcionando una guía clara y detallada para la ejecución del estudio. Se espera que este marco metodológico sirva como una herramienta fundamental para la realización de una investigación rigurosa y significativa que contribuya al desarrollo y éxito de la empresa All Cleaner CR en el contexto específico de Alajuelita, San José.

3.2 Definición del enfoque metodológico

El enfoque metodológico adoptado en esta investigación se basa en un enfoque mixto, combinando tanto elementos cualitativos como cuantitativos para obtener una comprensión completa y rigurosa de los factores que influyen en la viabilidad del

proyecto All Cleaner CR en Alajuelita, San José. Este enfoque se seleccionó debido a la complejidad inherente a la evaluación de factibilidad de un proyecto empresarial, que requiere una comprensión profunda tanto de las variables cuantificables como de los aspectos cualitativos que impactan en el entorno empresarial y el mercado objetivo.

En primer lugar, se llevará a cabo un análisis cuantitativo mediante la recopilación y el análisis de datos numéricos relacionados con el mercado, la competencia, la demanda del servicio de limpieza y las proyecciones financieras. Esto incluirá el uso de herramientas estadísticas y software especializado para analizar los datos recopilados y extraer conclusiones significativas.

Por otro lado, se empleará un enfoque cualitativo a través de la realización de entrevistas semiestructuradas con expertos del sector y potenciales clientes. Estas entrevistas permitirán explorar en profundidad las percepciones, necesidades y expectativas de los actores clave en relación con el servicio de limpieza y la posible apertura de la empresa All Cleaner CR en la zona.

El autor (Pazos.E, 2016) menciona que este enfoque se caracteriza por su capacidad para medir y cuantificar fenómenos a través de datos numéricos. Utilizando métodos estadísticos rigurosos y técnicas de análisis, este enfoque busca recopilar datos cuantitativos de una manera sistemática y objetiva.

Este enfoque metodológico mixto proporcionará una perspectiva holística y equilibrada sobre la viabilidad del proyecto, permitiendo una comprensión profunda de los diferentes aspectos que influyen en su éxito y ofreciendo una base sólida para la toma de decisiones estratégicas. De acuerdo con (Pazos.E, 2016), se pueden distinguir dos tipos principales de investigación, los cuales se describen a continuación:

3.3 Método de investigación

El método de investigación empleado en este estudio se caracteriza por ser de naturaleza exploratoria y descriptiva, con el propósito de obtener una comprensión profunda de los factores que influyen en la viabilidad del proyecto All Cleaner CR en Alajuelita, San José.

En primer lugar, se llevará a cabo un proceso de recopilación de datos primarios a través de encuestas y entrevistas semiestructuradas con expertos del sector y potenciales clientes. Estas técnicas permitirán obtener información detallada sobre la demanda del servicio de limpieza, las preferencias de los clientes, la percepción de la competencia y otros aspectos relevantes para la evaluación de la viabilidad del proyecto.

De acuerdo con (Pazos.E, 2016) el enfoque cualitativo se caracteriza por su énfasis en la comprensión de las cualidades y significados detrás de los fenómenos estudiados, centrándose en aspectos subjetivos, experiencias y perspectivas de las personas. A diferencia del enfoque cuantitativo, donde los datos se cuantifican y se analizan numéricamente, en el enfoque cualitativo, se busca captar la riqueza y la profundidad de los contextos sociales y humanos a través de métodos más flexibles y abiertos. Entre los métodos utilizados en la investigación cualitativa se encuentran las entrevistas en profundidad, la observación participante, el análisis de contenido y el análisis narrativo. Estos métodos permiten explorar la complejidad y la diversidad de las experiencias humanas, así como comprender los significados que las personas atribuyen a sus vidas y entornos sociales

Además, se recopilarán datos secundarios a partir de fuentes como informes de mercado, estudios previos relacionados con la industria de servicios de limpieza y marcos normativos y regulatorios pertinentes. Esta información complementaria proporcionará un contexto adicional para el análisis y la interpretación de los datos primarios recopilados.

Una vez recopilados los datos, se procederá a su análisis utilizando técnicas estadísticas y herramientas de análisis cualitativo, como análisis DAFO, para identificar y evaluar los principales factores que pueden influir en la viabilidad del proyecto.

3.4 Tipos de investigación

A continuación, se detalla los tipos de investigación.

3.4.1 Investigación Exploratoria

La investigación exploratoria se caracteriza por su enfoque en la exploración y descubrimiento de temas o problemas poco conocidos o estudiados. En el contexto del presente estudio, la investigación exploratoria se utilizará para obtener una comprensión inicial de la industria de servicios de limpieza en Alajuelita, San José. Mediante este enfoque, se buscará identificar tendencias emergentes, patrones de comportamiento del consumidor y posibles áreas de interés para investigaciones más profundas. La investigación exploratoria puede llevarse a cabo a través de métodos como revisión bibliográfica, entrevistas exploratorias con expertos en el campo y análisis de datos preliminares.

3.4.2 Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva tiene como objetivo describir características específicas de un fenómeno o situación dentro de un contexto determinado. En el marco de este estudio, la investigación descriptiva se empleará para analizar la demanda del servicio de limpieza en Alajuelita, San José, así como para estudiar las características demográficas de los potenciales clientes y la estructura competitiva del mercado. Para lograr este objetivo, se recopilarán datos a través de encuestas, entrevistas estructuradas y análisis de mercado, con el fin de proporcionar una descripción detallada y precisa de los elementos clave del mercado de servicios de limpieza en la zona.

3.4.3 Investigación Causal

La investigación causal busca establecer relaciones de causa y efecto entre variables. Aunque este tipo de investigación puede no ser el enfoque principal de este estudio, se podría considerar la investigación causal para analizar cómo ciertos factores, como la calidad del servicio, los precios o las estrategias de marketing, influyen en la intención de compra de los clientes. Este enfoque implicaría la realización de experimentos controlados o el análisis de datos longitudinales para identificar y evaluar el impacto causal de estas variables en el comportamiento del consumidor.

3.4.4 Investigación Documental

La investigación documental se basa en el análisis de documentos existentes, como informes de mercado, estudios previos, marcos normativos y regulatorios, entre otros. En el contexto de este estudio, la investigación documental será fundamental para recopilar información relevante sobre la industria de servicios de limpieza en Alajuelita, San José. Esto incluirá la revisión de informes de mercado, estudios de la competencia, regulaciones locales y prácticas comerciales comunes en la zona de estudio. La investigación documental proporcionará una base sólida de conocimientos previos que complementará la investigación de campo y el análisis de datos primarios.

3.4.5 Investigación de Campo

La investigación de campo implica la recopilación de datos directamente de la fuente, a través de métodos como encuestas, entrevistas u observaciones. Dado que el presente estudio involucra la evaluación de la viabilidad de un negocio en una ubicación específica, la investigación de campo será esencial para recopilar datos primarios sobre la percepción de los clientes, las necesidades del mercado y la competencia local. Este enfoque incluirá la realización de encuestas a consumidores, entrevistas con stakeholders clave y observaciones directas del mercado y el entorno empresarial en Alajuelita, San José. La investigación de campo proporcionará información detallada y actualizada que respaldará el análisis y las conclusiones del estudio.

3.5 Método de la investigación

El método de investigación empleado en este estudio se caracteriza por su enfoque integral y riguroso, diseñado para obtener una comprensión profunda de los factores que influyen en la viabilidad del proyecto All Cleaner CR en Alajuelita, San José.

En primer lugar, se llevará a cabo un proceso exhaustivo de recopilación de datos primarios mediante la aplicación de encuestas y la realización de entrevistas semiestructuradas con expertos del sector y potenciales clientes. Estas técnicas permitirán obtener información detallada sobre la demanda del servicio de limpieza, las preferencias de los clientes, la percepción de la competencia y otros aspectos relevantes para la evaluación de la viabilidad del proyecto.

Además, se recopilarán datos secundarios a partir de fuentes como informes de mercado, estudios previos relacionados con la industria de servicios de limpieza y marcos normativos y regulatorios pertinentes. Esta información complementaria proporcionará un contexto adicional para el análisis y la interpretación de los datos primarios recopilados.

Una vez recopilados los datos, se procederá a su análisis utilizando técnicas estadísticas y herramientas de análisis cualitativo, como análisis DAFO, para identificar y evaluar los principales factores que pueden influir en la viabilidad del proyecto.

Además, se empleará un enfoque cualitativo a través de la realización de entrevistas semiestructuradas con expertos del sector y potenciales clientes. Estas entrevistas permitirán explorar en profundidad las percepciones, necesidades y expectativas de los actores clave en relación con el servicio de limpieza y la posible apertura de la empresa All Cleaner CR en la zona.

Este enfoque metodológico mixto proporcionará una perspectiva holística y equilibrada sobre la viabilidad del proyecto, permitiendo una comprensión profunda de los diferentes aspectos que influyen en su éxito y ofreciendo una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.

3.6 Diseño de la investigación

- No experimental
- Transeccional o transversal
- Retrospectivos o históricos

El diseño de la investigación se estructurará en torno a un enfoque metodológico mixto que integre tanto elementos cualitativos como cuantitativos para obtener una comprensión completa y rigurosa de los factores que influyen en la viabilidad del proyecto All Cleaner CR en Alajuelita, San José.

En primer lugar, se llevará a cabo una fase exploratoria de la investigación, utilizando métodos cualitativos como entrevistas semiestructuradas con expertos del sector y potenciales clientes. Estas entrevistas permitirán explorar en profundidad las

percepciones, necesidades y expectativas de los actores clave en relación con el servicio de limpieza y la posible apertura de la empresa en la zona.

Posteriormente, se realizará una fase descriptiva de la investigación, en la que se recopilarán datos cuantitativos a través de encuestas estructuradas con el fin de obtener información cuantificable sobre la demanda del servicio de limpieza, las preferencias de los clientes y la percepción de la competencia.

El diseño de la investigación también incluirá la recopilación y análisis de datos secundarios a partir de fuentes como informes de mercado, estudios previos y marcos normativos y regulatorios pertinentes. Esta información complementaria proporcionará un contexto adicional para el análisis y la interpretación de los datos primarios recopilados.

Una vez recopilados los datos, se procederá a su análisis utilizando técnicas estadísticas y herramientas de análisis cualitativo, como análisis DAFO, para identificar y evaluar los principales factores que pueden influir en la viabilidad del proyecto.

3.7 Sujetos y fuentes de información

Los sujetos de estudio en esta investigación incluirán a diversas partes interesadas que desempeñan un papel relevante en el contexto del proyecto All Cleaner CR en Alajuelita, San José. Estos sujetos pueden clasificarse en varias categorías:

Expertos del Sector: Se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas con expertos del sector de servicios de limpieza, incluyendo empresarios locales, profesionales del sector y académicos especializados en temas relacionados con la industria de la limpieza. Estos expertos proporcionarán información valiosa sobre las tendencias del mercado, las mejores prácticas comerciales y los desafíos y oportunidades específicos del sector en la zona de estudio.

Potenciales Clientes: Se realizarán encuestas a una muestra representativa de potenciales clientes del servicio de limpieza en Alajuelita, San José. Esto incluirá a propietarios de hogares, administradores de propiedades, empresas locales y otros

posibles usuarios del servicio. Las respuestas obtenidas de los potenciales clientes permitirán comprender mejor sus necesidades, preferencias y expectativas en relación con el servicio de limpieza y la posible apertura de la empresa All Cleaner CR en la zona.

Fuentes de Datos Secundarios: Se recopilarán datos secundarios de diversas fuentes, incluyendo informes de mercado, estudios previos, bases de datos gubernamentales y marcos normativos y regulatorios pertinentes. Estos datos proporcionarán información complementaria sobre el mercado objetivo, la competencia, las tendencias del sector y otros aspectos relevantes para la evaluación de la viabilidad del proyecto.

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014) define la población como: *“conjunto total de elementos que comparten características comunes en un contexto específico que se seleccionan para realizar un estudio”*. Puede estar compuesta por personas, objetos, eventos o datos.

Ilustración 12. Imagen ilustrativa a las fuentes de información



Fuente: (Suarez. H, 2024)

3.8 Instrumentos y técnicas utilizadas en la recopilación de los datos

Para llevar a cabo la recopilación de datos en esta investigación, se emplearán una variedad de instrumentos y técnicas diseñadas para obtener información precisa y relevante sobre los aspectos clave relacionados con la viabilidad del proyecto All Cleaner CR en Alajuelita, San José.

Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, 2014) describe el plan de análisis como: *“una sección crucial del proyecto de investigación que describe detalladamente cómo se analizarán los datos recopilados para responder a las preguntas de investigación y alcanzar los objetivos del estudio”*.

Encuestas Estructuradas: Se diseñarán y administrarán encuestas estructuradas a una muestra representativa de potenciales clientes del servicio de limpieza en la zona de estudio. Estas encuestas contendrán preguntas cerradas que permitirán recopilar información cuantitativa sobre la demanda del servicio, las preferencias del cliente y la disposición a pagar por el mismo. Las encuestas se distribuirán de manera presencial, por correo electrónico o a través de plataformas en línea, según la conveniencia y accesibilidad de la muestra.

Entrevistas Semiestructuradas: Se llevarán a cabo entrevistas semiestructuradas con expertos del sector de servicios de limpieza, incluyendo empresarios locales, profesionales del sector y académicos especializados. Estas entrevistas proporcionarán información cualitativa detallada sobre las tendencias del mercado, las prácticas comerciales exitosas, los desafíos específicos del sector y las oportunidades de crecimiento en la zona de estudio.

Revisión Documental: Se realizará una revisión exhaustiva de documentos y fuentes secundarias, como informes de mercado, estudios previos, estadísticas gubernamentales y marcos regulatorios. Esta revisión documental permitirá recopilar información adicional sobre el mercado objetivo, la competencia, las

regulaciones locales y otros aspectos relevantes para la evaluación de la viabilidad del proyecto.

Observación Directa: Se llevará a cabo observación directa del entorno empresarial y del mercado en Alajuelita, San José. Esto incluirá la observación de la actividad comercial, la competencia, el comportamiento del consumidor y otros factores relevantes para comprender el contexto en el que operará la empresa All Cleaner CR. En conjunto, estos instrumentos y técnicas de recopilación de datos proporcionarán una amplia gama de información cuantitativa y cualitativa, permitiendo una comprensión integral de los factores que influyen en la viabilidad del proyecto y respaldando el análisis y las conclusiones de la investigación.

3.9 TABLA DE INSTRUMENTOS

Tabla 1. Tabla de instrumentos

Objetivo Específico	Instrumento
I. Analizar el microentorno empresarial mediante el diagnóstico de la situación actual previo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.	Análisis del entorno competitivo y normativo. Revisión de informes de mercado y estudios previos.
II. Comprender el comportamiento de compra del mercado para la determinación de la apertura de la empresa All Cleaner CR, mediante la aplicación de encuestas a personas residentes en All Cleaner CR en Alajuelita, San José.	Encuestas estructuradas a residentes locales.
III. Determinar el impacto empresarial de los procesos estratégicos mediante la entrevista a un experto para enfocarlo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.	Entrevistas semiestructuradas con expertos del sector.
IV. Evaluar la información financiera mediante un estudio de viabilidad para el impulso de la apertura de la de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.	Análisis financiero y estudio de viabilidad económica. Revisión de estados financieros y proyecciones.
V. Proponer la apertura de la empresa All Cleaner CR a través del análisis de estudios previos en materia de marketing, estrategia empresarial y finanzas.	Revisión de estudios previos en marketing, estrategia empresarial y finanzas. Análisis comparativo y propuestas de acción.

Fuente: Elaboración Propia 2024

3.10 TABLA DE VARIABLES

Tabla 2. Tabla de Variables

Objetivo Específico	Variable de Estudio	Definición Conceptual	Indicadores	Definición Instrumental
I. Analizar el microentorno empresarial mediante el diagnóstico de la situación actual previo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.	Entorno Competitivo	La estructura y dinámica de la competencia en la industria de servicios de limpieza en Alajuelita.	- Número de competidores directos e indirectos. - Participación de mercado de los competidores. - Estrategias de precios y promoción de la competencia.	Análisis de la competencia mediante revisión de sitios web, informes de mercado y observación directa.
	Normativas y Regulatorias	Las leyes, regulaciones y requisitos gubernamentales que afectan la operación de empresas de limpieza en Alajuelita.	- Requisitos de licencias y permisos. - Normativas de seguridad e higiene. - Reglamentos laborales y medioambientales.	Revisión de leyes y regulaciones locales, consulta con autoridades gubernamentales pertinentes.
	Características Demográficas y Socioeconómicas	Las características de la población y la economía de Alajuelita que pueden influir en la demanda de servicios de limpieza.	- Tamaño y composición demográfica. - Niveles de ingresos y educación. - Tasas de desempleo y actividad económica.	Análisis de datos demográficos y económicos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, encuestas de hogares, consulta con entidades gubernamentales y organizaciones locales.
II. Comprender el comportamiento de compra	Preferencias de Compra	Las preferencias, necesidades y expectativas de los	- Servicios de limpieza más solicitados. - Factores	Encuesta estructurada aplicada a una muestra

<p>del mercado para la determinación de la apertura de la empresa All Cleaner CR, mediante la aplicación de encuestas a personas residentes en Alajuelita, San José.</p>		<p>consumidores en relación con los servicios de limpieza.</p>	<p>determinantes en la elección de proveedores. - Niveles de satisfacción con los servicios actuales.</p>	<p>representativa de residentes locales.</p>
<p>III. Determinar el impacto empresarial de los procesos estratégicos mediante la entrevista a un experto para enfocarlo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.</p>	<p>Estrategias Empresariales</p>	<p>Las estrategias de marketing, operativas y financieras que pueden afectar el éxito de la empresa All Cleaner CR.</p>	<p>- Estrategias de marketing y publicidad. - Procesos operativos y de entrega de servicios. - Planes financieros y de inversión.</p>	<p>Entrevistas semiestructuradas con expertos del sector, análisis de documentos empresariales.</p>
<p>IV. Evaluar la información financiera mediante un estudio de viabilidad para el impulso de la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.</p>	<p>Viabilidad Financiera</p>	<p>La capacidad de la empresa para generar ingresos y beneficios suficientes para cubrir sus costos y alcanzar sus objetivos financieros.</p>	<p>- Proyecciones de ingresos y gastos. - Análisis de flujo de efectivo y punto de equilibrio. - Rentabilidad esperada y necesidades de financiamiento.</p>	<p>Análisis financiero utilizando estados financieros proyectados, cálculo de indicadores financieros.</p>
<p>V. Proponer la apertura de la empresa All Cleaner CR a través del análisis de estudios</p>	<p>Mejores Prácticas Empresariales</p>	<p>Las estrategias y prácticas empresariales exitosas identificadas en estudios previos que pueden</p>	<p>- Estrategias de marketing efectivas. - Modelos de negocio probados. - Prácticas</p>	<p>Revisión de estudios previos en marketing, estrategia empresarial y finanzas, identificación y</p>

previos en materia de marketing, estrategia empresarial y finanzas.		aplicarse a la empresa All Cleaner CR.	financieras sólidas.	adaptación de las mejores prácticas a la empresa All Cleaner CR.
--	--	--	----------------------	--

Fuente: Elaboración Propia 2024

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE DATOS

En este capítulo, se presenta el análisis de los datos recopilados a través de diversas fuentes, incluidas entrevistas con clientes potenciales, como parte de la investigación sobre la viabilidad de All Cleaner CR en Alajuelita, San José. Se examinan las percepciones, preferencias y comportamientos de los consumidores, así como otras variables relevantes para evaluar el potencial de éxito del negocio. Como también se describe la información suministrada por medio de gráficos y tablas.

Si bien es necesario saber cuál es el lugar dentro de la industria al cual se está investigando, es fundamental saber dónde se encuentra puntualmente los clientes potenciales para All Cleaner

Es fundamental dedicar tiempo y esfuerzo a comprender cuál será la impresión del público acerca de All Cleaner, lo cual las encuestas de investigación de mercado ayudan a identificar una enorme cantidad de datos importantes, como:

- Datos sobre el mercado objetivo.
- Información sobre la demanda del producto.
- Datos sobre los precios potenciales.
- Opiniones sobre la competencia.
- Impresiones sobre una marca en descubrirse orientada al mercado.

Ilustración 13. Imagen alusiva a la investigación



Fuente: Imágenes PNGEGG 2014

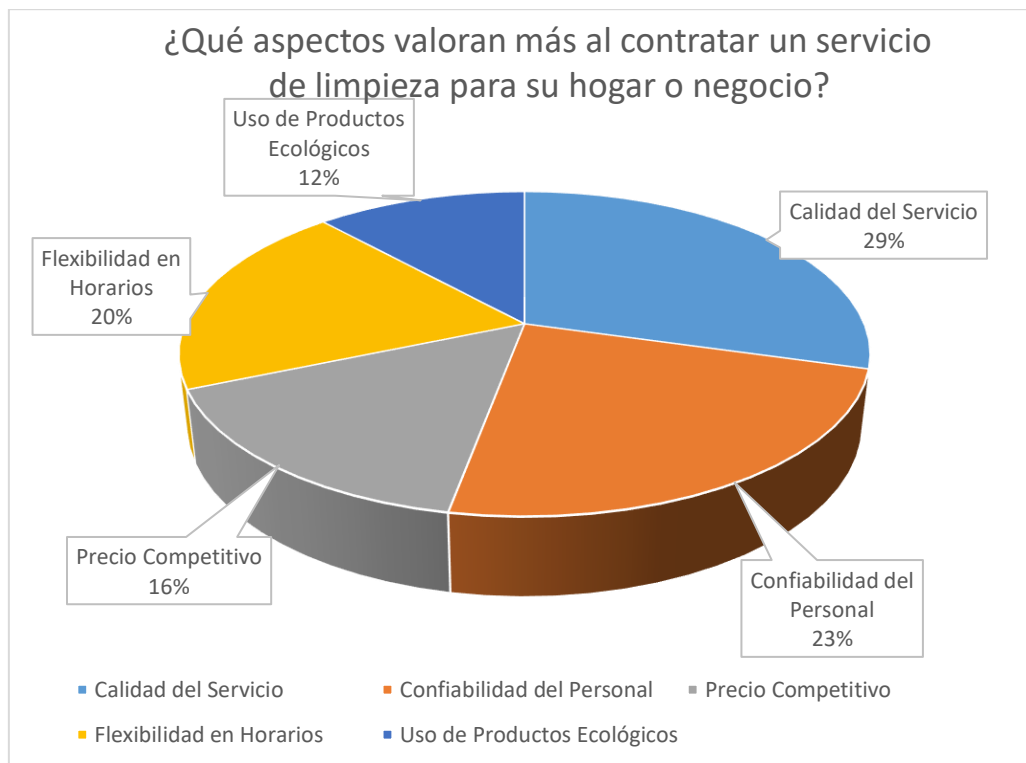
Pregunta 1: ¿Qué aspectos valoran más al contratar un servicio de limpieza para su hogar o negocio?

Tabla 3. *¿Qué aspectos valoran más al contratar un servicio de limpieza para su hogar o negocio?*

Aspectos Valorados	Absoluto	Relativo
Calidad del Servicio	15	29%
Confiabilidad del Personal	12	24%
Precio Competitivo	8	16%
Flexibilidad en Horarios	10	20%
Uso de Productos Ecológicos	6	12%
Total	51	100%

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 1. ¿Qué aspectos valoran más al contratar un servicio de limpieza para su hogar o negocio?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y Gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La alta prioridad dada a la calidad del servicio sugiere que los clientes potenciales están dispuestos a pagar más por un trabajo bien hecho, lo que indica una oportunidad para All Cleaner CR de diferenciarse en el mercado a través de un enfoque en la calidad y la excelencia.

La confiabilidad es crucial para la satisfacción del cliente, lo que indica que los clientes valoran la consistencia y la fiabilidad en la prestación de servicios de limpieza. All Cleaner CR puede destacarse enfocándose en la capacitación y retención de su personal para garantizar la confiabilidad.

Aunque la calidad es prioritaria, el precio sigue siendo un factor importante para los clientes. All Cleaner CR podría considerar estrategias de fijación de precios

competitivas que equilibren la calidad con la asequibilidad para atraer a una amplia base de clientes.

La flexibilidad en los horarios de servicio puede ser un diferenciador clave para All Cleaner CR, ya que los clientes valoran la conveniencia y la capacidad de adaptarse a sus horarios ocupados. Esto podría influir en la planificación operativa y de personal de la empresa. La preocupación por el medio ambiente es evidente, lo que sugiere que All Cleaner CR podría atraer a clientes conscientes del medio ambiente al ofrecer opciones de limpieza ecológicas y promover prácticas sostenibles.

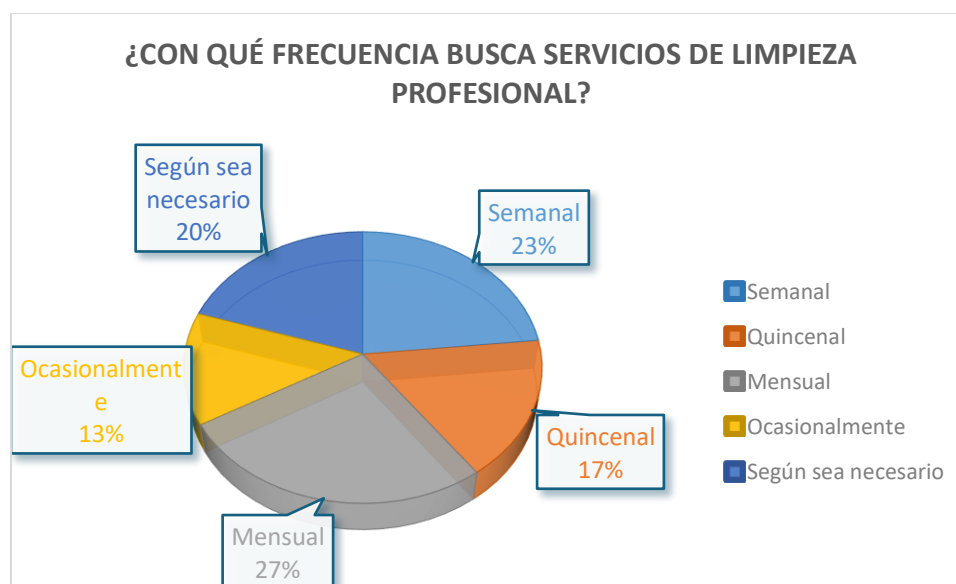
Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia busca servicios de limpieza profesional?

Tabla 4. ¿Con qué frecuencia busca servicios de limpieza profesional?

Frecuencia	Absoluto	Relativo
Semanal	7	23
Quincenal	5	17
Mensual	8	27
Ocasionalmente	4	13
Según sea necesario	6	20
Total	30	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 2. ¿Con qué frecuencia busca servicios de limpieza profesional?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y cuadro número anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La demanda semanal indica una necesidad constante de servicios de limpieza, lo que podría proporcionar a All Cleaner CR una base de clientes regulares y una fuente estable de ingresos recurrentes.

La necesidad ocasional indica un mercado potencial de clientes esporádicos que pueden requerir servicios de limpieza en momentos específicos, como después de eventos especiales o antes de la llegada de invitados. All Cleaner CR podría ofrecer servicios flexibles bajo demanda para satisfacer estas necesidades.

La demanda según sea necesario sugiere una flexibilidad extrema en la necesidad de servicios de limpieza. All Cleaner CR podría ofrecer servicios personalizados y programados según las preferencias individuales de los clientes.

La necesidad ocasional indica un mercado potencial de clientes esporádicos que pueden requerir servicios de limpieza en momentos específicos, como después de eventos especiales o antes de la llegada de invitados. All Cleaner CR podría ofrecer servicios flexibles bajo demanda para satisfacer estas necesidades.

La demanda según sea necesario sugiere una flexibilidad extrema en la necesidad de servicios de limpieza. All Cleaner CR podría ofrecer servicios personalizados y programados según las preferencias individuales de los clientes.

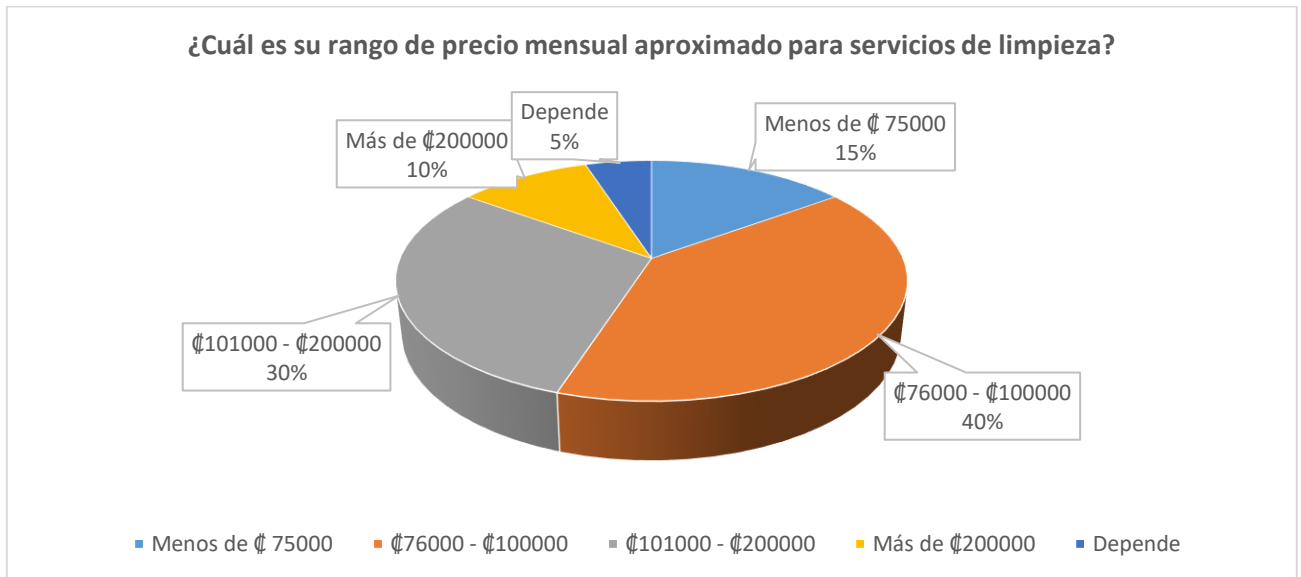
Pregunta 3: ¿Cuál es su rango de precio mensual aproximado para servicios de limpieza?

Tabla 5. ¿Cuál es su rango de precio mensual aproximado para servicios de limpieza?

Rango de Precio	Absoluto	Relativo
Menos de ₡ 75000	3	15%
₡76000 - ₡100000	8	40%
₡101000 - ₡200000	6	30%
Más de ₡200000	2	10%
Depende	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 3. ¿Cuál es su rango de precio mensual aproximado para servicios de limpieza?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y cuadro número anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

Indica una sensibilidad al precio, pero también puede haber una disposición a pagar por servicios de limpieza asequibles. All Cleaner CR podría ofrecer paquetes básicos a precios competitivos para atraer a este segmento de clientes.

Sugiere un presupuesto razonable para servicios de limpieza regular. All Cleaner CR podría ofrecer servicios estándar dentro de este rango de precios, asegurando calidad y valor para el dinero.

Indica una disposición a pagar por servicios de limpieza de mayor calidad o para hogares/negocios más grandes. All Cleaner CR podría ofrecer servicios premium con características adicionales o una mayor atención al detalle para satisfacer las expectativas de este segmento de clientes.

Refleja una demanda de servicios de limpieza de alta gama o para propiedades grandes. All Cleaner CR podría considerar paquetes premium que incluyan

servicios personalizados y un enfoque intensivo en la limpieza profunda para satisfacer las necesidades de este segmento.

Indica una variabilidad en el presupuesto basada en factores como la temporada, la frecuencia de limpieza necesaria y las necesidades específicas de cada cliente. All Cleaner CR podría ofrecer opciones flexibles para adaptarse a estas variaciones en el presupuesto.

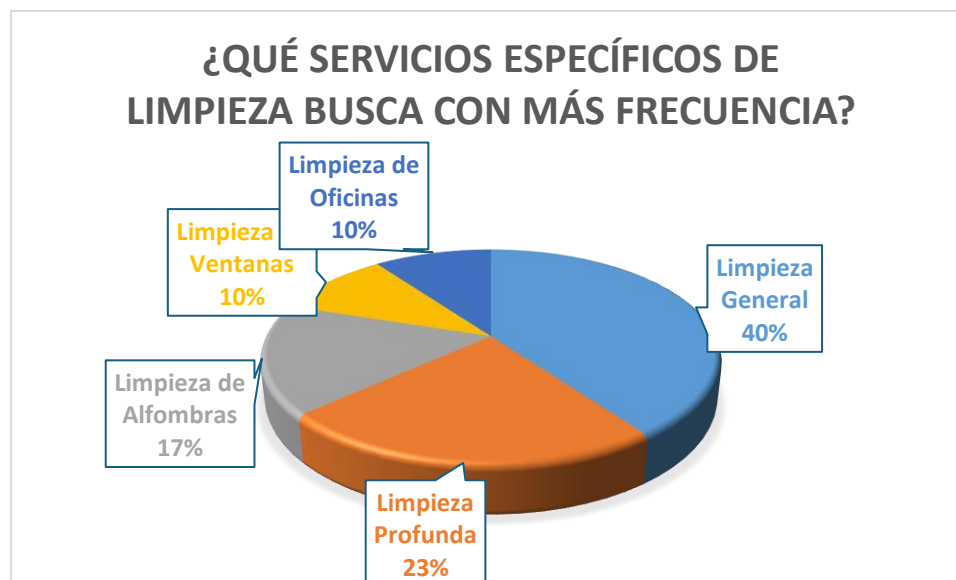
Pregunta 4 ¿Qué servicios específicos de limpieza busca con más frecuencia?

Tabla 6. ¿Qué servicios específicos de limpieza busca con más frecuencia?

Servicios de Limpieza	Absoluto	Relativo
Limpieza General	12	40,00
Limpieza Profunda	7	23,33
Limpieza de Alfombras	5	16,67
Limpieza de Ventanas	3	10,00
Limpieza de Oficinas	3	10,00
Total	30	100,00

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 4. ¿Qué servicios específicos de limpieza busca con más frecuencia?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y cuadro número anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La demanda de limpieza general sugiere una necesidad básica y recurrente en el mercado. All Cleaner CR podría ofrecer paquetes de limpieza estándar que cubran las áreas comunes de los hogares y negocios para satisfacer esta demanda constante.

La demanda de limpieza profunda indica una necesidad periódica de una limpieza más detallada y exhaustiva. All Cleaner CR podría ofrecer servicios especializados de limpieza profunda para abordar la acumulación de suciedad y garantizar un ambiente más higiénico y agradable.

La demanda de limpieza de alfombras sugiere un mercado específico con necesidades particulares. All Cleaner CR podría ofrecer servicios especializados de limpieza de alfombras utilizando equipos y técnicas profesionales para garantizar resultados óptimos y la prolongación de la vida útil de las alfombras.

La demanda de limpieza de ventanas puede indicar una preferencia por espacios luminosos y bien mantenidos. All Cleaner CR podría ofrecer servicios especializados de limpieza de ventanas para mejorar la apariencia y la luminosidad de los hogares y negocios de los clientes.

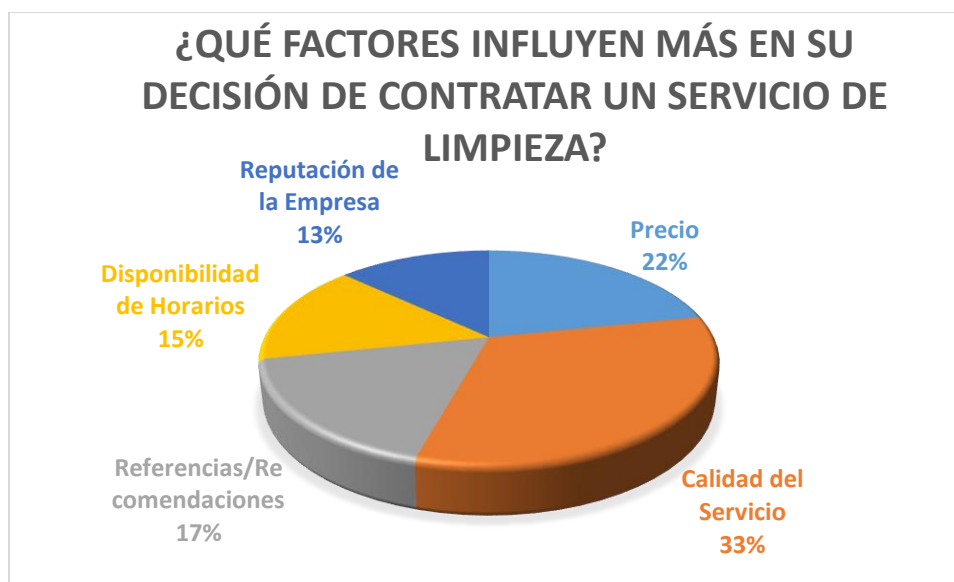
La demanda de limpieza de oficinas sugiere un mercado corporativo potencial. All Cleaner CR podría ofrecer servicios específicos de limpieza de oficinas que se adapten a las necesidades y horarios de los negocios, garantizando un entorno de trabajo limpio y profesional para sus clientes.

Pregunta 5. ¿Qué factores influyen más en su decisión de contratar un servicio de limpieza?

Factores de Decisión	Absoluto	Relativo
Precio	10	22
Calidad del Servicio	15	33
Referencias/Recomendaciones	8	17
Disponibilidad de Horarios	7	15
Reputación de la Empresa	6	13
Total	46	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 5. ¿Qué factores influyen más en su decisión de contratar un servicio de limpieza?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y cuadro número anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

El precio sigue siendo un factor importante para los clientes, lo que sugiere que All Cleaner CR debe ser competitivo en su fijación de precios para atraer y retener a los clientes en un mercado saturado.

La calidad del servicio es una prioridad clave para los clientes, lo que indica que All Cleaner CR debe enfocarse en ofrecer un servicio de alta calidad para diferenciarse y mantener la satisfacción del cliente.

Las referencias y recomendaciones positivas pueden influir en la decisión de contratación de los clientes, lo que sugiere que All Cleaner CR puede beneficiarse de programas de referencia y testimonios de clientes satisfechos para aumentar su base de clientes.

La flexibilidad en los horarios de servicio puede ser un diferenciador clave para All Cleaner CR, ya que los clientes valoran la conveniencia y la capacidad de adaptarse a sus horarios ocupados.

La reputación de la empresa puede influir en la percepción de los clientes sobre la calidad y confiabilidad del servicio, lo que destaca la importancia de establecer y mantener una reputación positiva en el mercado para All Cleaner CR.

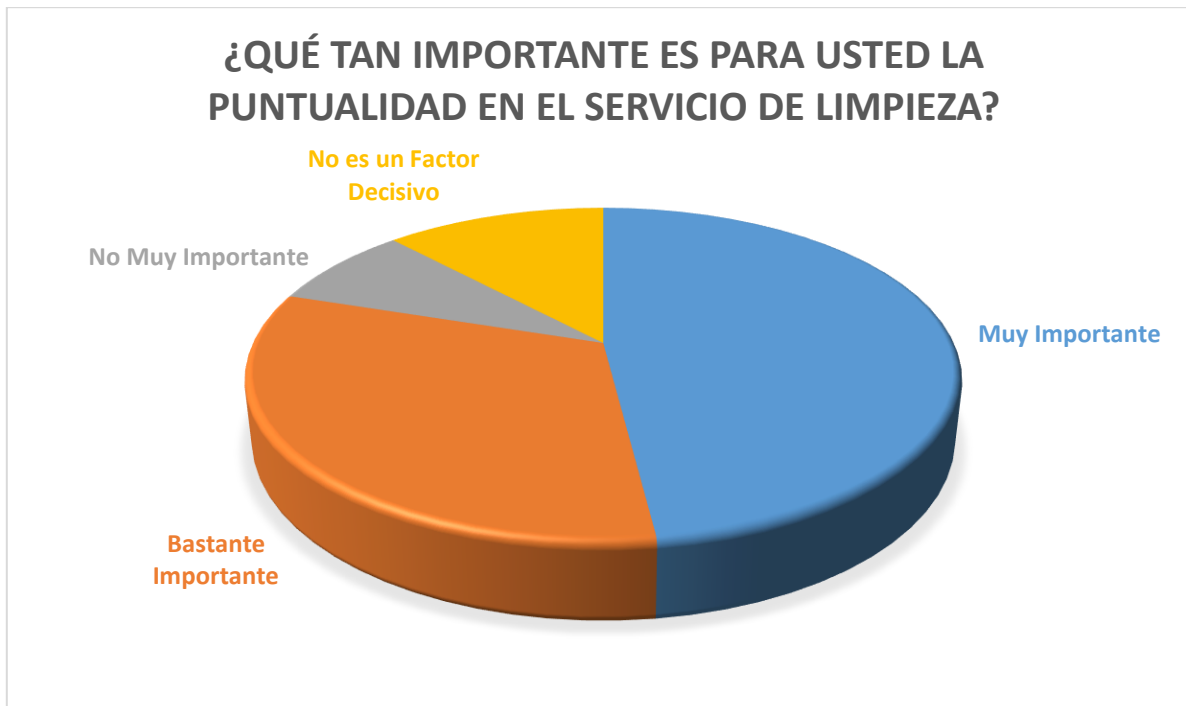
Pregunta 6 ¿Qué tan importante es para usted la puntualidad en el servicio de limpieza?

Tabla 7. ¿Qué tan importante es para usted la puntualidad en el servicio de limpieza?

Importancia de la Puntualidad	Absoluto	Relativo
Muy Importante	12	48
Bastante Importante	8	32
No Muy Importante	2	8
No es un Factor Decisivo	3	12
Total	25	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 6. ¿Qué tan importante es para usted la puntualidad en el servicio de limpieza?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y cuadro número anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La puntualidad es crucial para la satisfacción del cliente, lo que indica que All Cleaner CR debe garantizar la puntualidad en sus citas para mantener la confianza y la satisfacción del cliente.

Aunque no es un factor decisivo para todos, la mayoría de los clientes valoran la puntualidad, lo que sugiere que All Cleaner CR debe priorizar la puntualidad en sus operaciones para satisfacer las expectativas de los clientes.

Algunos clientes pueden no considerar la puntualidad como un factor crucial, pero aún así es importante para un segmento significativo, lo que sugiere que All Cleaner CR debe ser consciente de las preferencias individuales de los clientes.

La falta de importancia de la puntualidad para algunos clientes puede reflejar diferentes prioridades, pero All Cleaner CR aún debe esforzarse por cumplir con las expectativas de todos los clientes en términos de puntualidad.

Pregunta 7 ¿Prefiere servicios de limpieza que utilicen productos ecológicos?

Tabla 8. *¿Prefiere servicios de limpieza que utilicen productos ecológicos?*

Preferencia de Productos Ecológicos	Absoluto	Relativo
Sí	9	45
No	6	30
No es una Prioridad para Mí	5	25
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 7. *¿Prefiere servicios de limpieza que utilicen productos ecológicos?*



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y cuadro número anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La preferencia por productos ecológicos indica una preocupación por el medio ambiente y la salud, lo que sugiere que All Cleaner CR podría atraer a clientes conscientes del medio ambiente al ofrecer opciones de limpieza ecológicas.

Aunque algunos clientes pueden no priorizar productos ecológicos, aún hay un segmento significativo que lo valora, lo que sugiere que All Cleaner CR podría considerar ofrecer opciones tanto ecológicas como convencionales para satisfacer diversas preferencias.

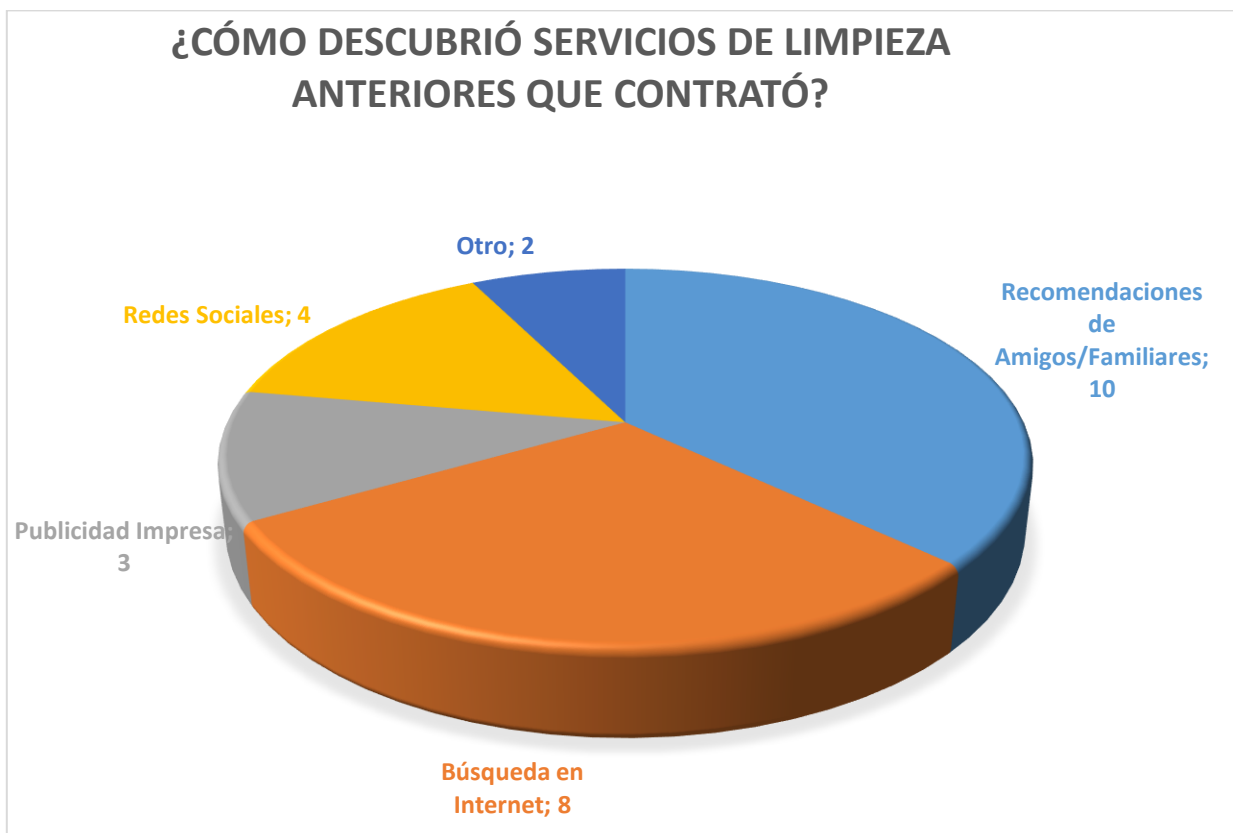
Algunos clientes pueden no tener una preferencia clara por productos ecológicos, lo que indica que esta característica puede no ser un factor decisivo en su decisión de contratar servicios de limpieza.

Pregunta 8: ¿Cómo descubrió servicios de limpieza anteriores que contrató?

Tabla 9. ¿Cómo descubrió servicios de limpieza anteriores que contrató?

Forma de Descubrimiento	Absoluto	Relativo
Recomendaciones de Amigos/Familiares	10	37
Búsqueda en Internet	8	30
Publicidad Impresa	3	11
Redes Sociales	4	15
Otro	2	7
Total	27	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 8. ¿Cómo descubrió servicios de limpieza anteriores que contrató?

Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

Las recomendaciones personales son una fuente poderosa de referencia, lo que sugiere que All Cleaner CR podría beneficiarse de programas de referencia y de testimonios de clientes satisfechos para ampliar su base de clientes.

La búsqueda en internet es una forma común de encontrar servicios de limpieza, lo que destaca la importancia de tener una presencia en línea sólida y bien optimizada para All Cleaner CR.

Aunque menos común en la era digital, la publicidad impresa aún puede ser efectiva para llegar a ciertos segmentos de la población, lo que sugiere que All Cleaner CR podría considerar estrategias de publicidad impresa dirigidas para llegar a estos clientes potenciales.

Las redes sociales son una plataforma popular para descubrir servicios locales, lo que sugiere que All Cleaner CR podría beneficiarse de una presencia activa en

plataformas de redes sociales para aumentar la visibilidad y la participación de la comunidad.

Las respuestas adicionales podrían proporcionar información adicional sobre formas menos convencionales de descubrir servicios de limpieza, lo que podría ser útil para informar las estrategias de marketing y publicidad de All Cleaner CR.

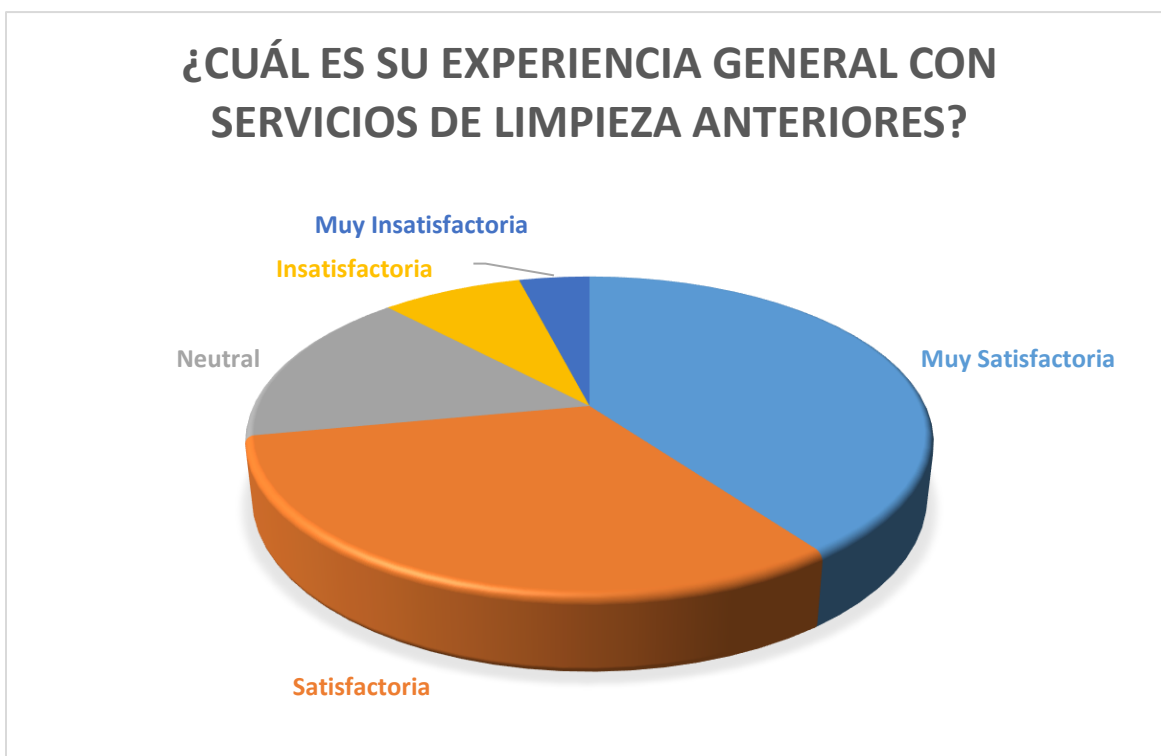
Pregunta 9: ¿Cuál es su experiencia general con servicios de limpieza anteriores?

Tabla 10. ¿Cuál es su experiencia general con servicios de limpieza anteriores?

Experiencia General	Absoluto	Relativo
Muy Satisfactoria	10	40
Satisfactoria	8	32
Neutral	4	16
Insatisfactoria	2	8
Muy Insatisfactoria	1	4
Total	25	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 9. ¿Cuál es su experiencia general con servicios de limpieza anteriores?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

Una experiencia muy satisfactoria indica un alto nivel de satisfacción del cliente, lo que sugiere que All Cleaner CR debe esforzarse por superar las expectativas del cliente para mantener la lealtad y la satisfacción.

Una experiencia satisfactoria indica una satisfacción general, pero aún hay margen de mejora, lo que sugiere que All Cleaner CR podría identificar áreas de oportunidad para mejorar y optimizar sus servicios.

La neutralidad puede indicar una experiencia promedio sin puntos destacados positivos o negativos, lo que sugiere que All Cleaner CR podría diferenciarse mediante la entrega de un servicio excepcional y memorable.

Una experiencia insatisfactoria indica una decepción por parte del cliente, lo que sugiere que All Cleaner CR debe investigar las causas y tomar medidas correctivas para evitar la insatisfacción futura.

Una experiencia muy insatisfactoria indica una falla significativa en la entrega del servicio, lo que sugiere que All Cleaner CR debe abordar urgentemente los problemas y mejorar la calidad y la satisfacción del cliente.

Pregunta 10: ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por un servicio de limpieza de mayor calidad?

Tabla 11. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por un servicio de limpieza de mayor calidad?

Disposición a Pagar por Calidad	Absoluto	Relativo
Sí	12	60
No	3	15
Depende	5	25
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 10. ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por un servicio de limpieza de mayor calidad?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La disposición a pagar más por calidad indica una demanda de servicios de limpieza de alta calidad, lo que sugiere que All Cleaner CR podría ofrecer opciones premium para clientes dispuestos a pagar por una experiencia superior.

La falta de disposición a pagar más puede reflejar restricciones presupuestarias o una priorización de otros gastos, lo que sugiere que All Cleaner CR debe equilibrar la calidad con la asequibilidad para satisfacer las necesidades de todos los clientes.

La disposición a pagar más depende de varios factores, lo que sugiere que All Cleaner CR debe ofrecer opciones flexibles y personalizadas para satisfacer las diversas necesidades y preferencias de los clientes.

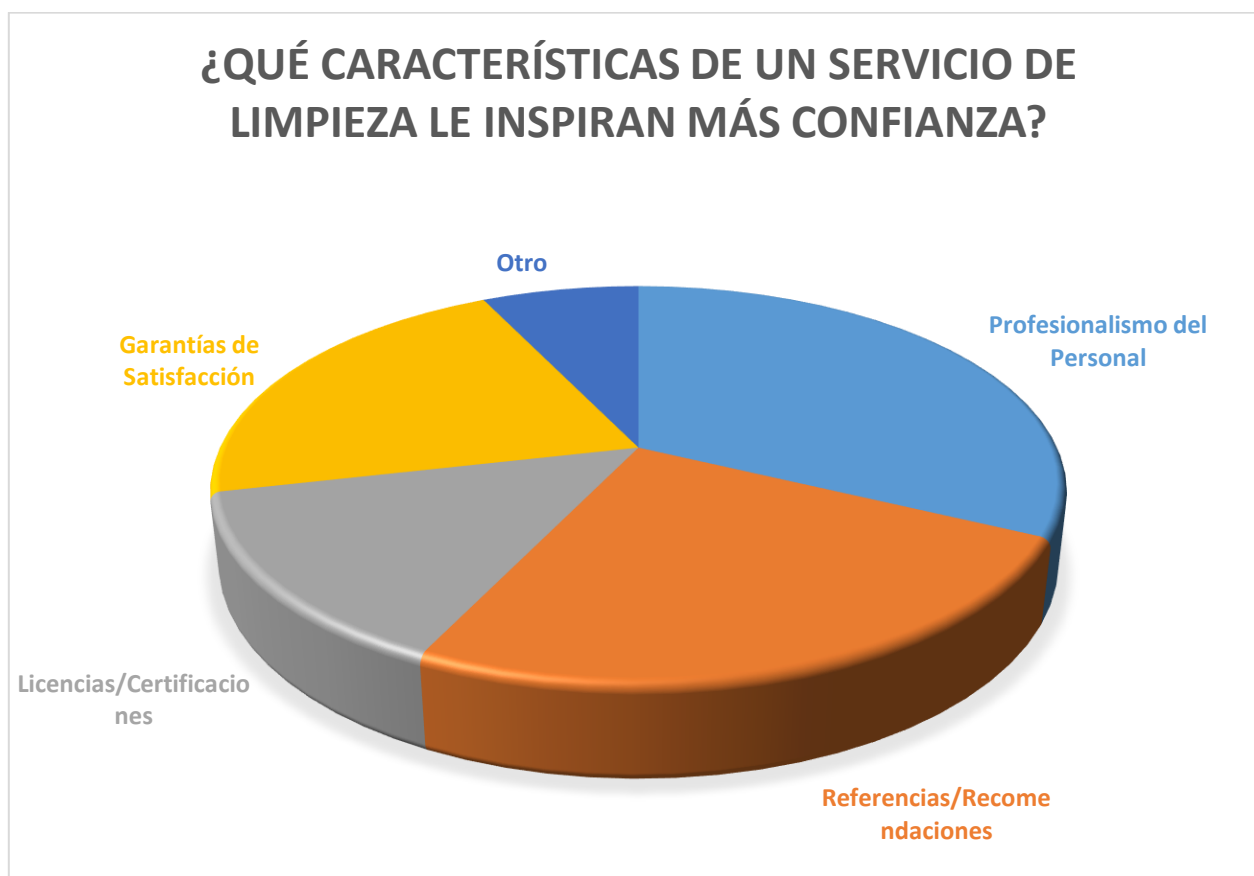
Pregunta 11: ¿Qué características de un servicio de limpieza le inspiran más confianza?

Tabla 12. ¿Qué características de un servicio de limpieza le inspiran más confianza?

Características de Confianza	Absoluto	Relativo
Profesionalismo del Personal	9	32
Referencias/Recomendaciones	7	25
Licencias/Certificaciones	4	14
Garantías de Satisfacción	6	21
Otro	2	7
Total	28	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 11. ¿Qué características de un servicio de limpieza le inspiran más confianza?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

El profesionalismo del personal es fundamental para generar confianza en los clientes, lo que sugiere que All Cleaner CR debe enfocarse en reclutar, capacitar y retener a un equipo altamente profesional y competente.

Las referencias y recomendaciones positivas son una fuente poderosa de confianza, lo que sugiere que All Cleaner CR podría beneficiarse de programas de referencia y testimonios de clientes satisfechos para aumentar la credibilidad y la confianza en la empresa.

Las licencias y certificaciones demuestran el compromiso con la excelencia y el cumplimiento de estándares profesionales, lo que sugiere que All Cleaner CR debería asegurarse de cumplir con los requisitos regulatorios y obtener las certificaciones pertinentes.

Las garantías de satisfacción pueden tranquilizar a los clientes al ofrecer un respaldo a la calidad del servicio, lo que sugiere que All Cleaner CR podría implementar políticas de garantía para garantizar la satisfacción y la confianza del cliente. Las respuestas adicionales pueden proporcionar información sobre otras características que inspiran confianza en los clientes, lo que podría ser útil para All Cleaner CR al identificar áreas clave para enfocarse en la construcción de confianza con sus clientes.

Pregunta 12: ¿Cómo prefiere comunicarse con el servicio de limpieza para programar citas o hacer consultas?

Tabla 13. ¿Cómo prefiere comunicarse con el servicio de limpieza para programar citas o hacer consultas?

Preferencia de Comunicación	Absoluto	Relativo
Llamada Telefónica	10	50
Correo Electrónico	6	30
Mensaje de Texto	3	15
Formulario en Línea	1	5
Aplicación Móvil	0	0
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 12. ¿Cómo prefiere comunicarse con el servicio de limpieza para programar citas o hacer consultas?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La preferencia por la comunicación telefónica indica una preferencia por la comunicación directa y personal, lo que sugiere que All Cleaner CR debe asegurarse de tener líneas telefónicas accesibles y un equipo de atención al cliente receptivo y eficiente.

El correo electrónico es una forma conveniente y eficiente de comunicarse, especialmente para consultas y confirmaciones, lo que sugiere que All Cleaner CR debe garantizar una respuesta rápida y profesional a las consultas por correo electrónico para satisfacer las preferencias de los clientes.

Los mensajes de texto son una forma rápida y conveniente de comunicarse, especialmente para recordatorios de citas y actualizaciones, lo que sugiere que All

Cleaner CR podría considerar ofrecer esta opción para clientes que prefieren la comunicación por mensaje de texto.

Los formularios en línea pueden ser una opción conveniente para algunos clientes, especialmente para solicitar citas y enviar consultas, lo que sugiere que All Cleaner CR podría mejorar su presencia en línea con formularios de contacto fáciles de usar.

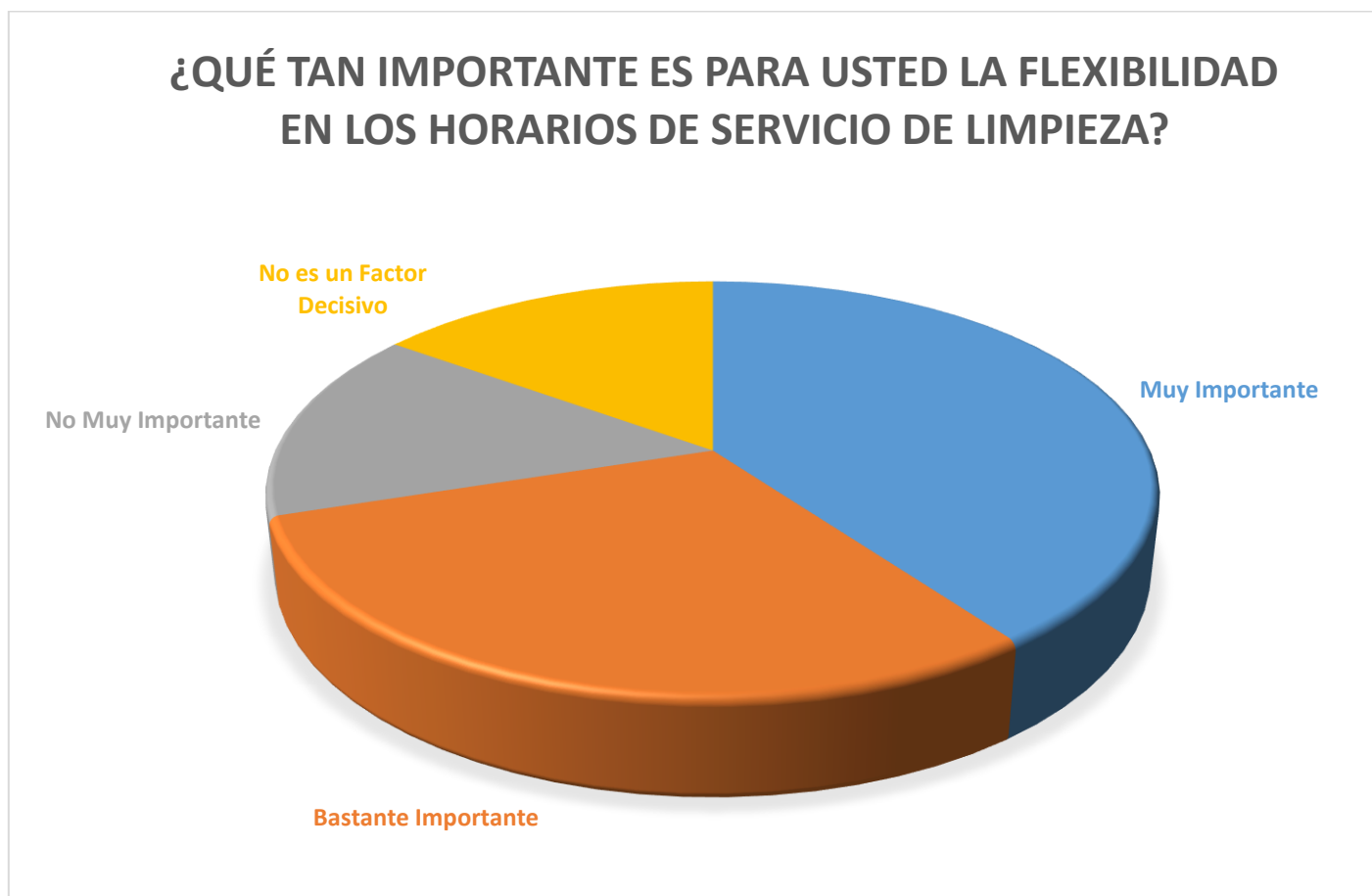
La ausencia de preferencia por aplicaciones móviles sugiere que esta opción puede no ser relevante para los clientes actuales, pero All Cleaner CR podría explorar esta opción en el futuro para mejorar la conveniencia y la accesibilidad de sus servicios.

Pregunta 13: ¿Qué tan importante es para usted la flexibilidad en los horarios de servicio de limpieza?

Importancia de la Flexibilidad	Absoluto	Relativo
Muy Importante	8	40
Bastante Importante	6	30
No Muy Importante	3	15
No es un Factor Decisivo	3	15
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 13. ¿Qué tan importante es para usted la flexibilidad en los horarios de servicio de limpieza?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La flexibilidad en los horarios de servicio es crucial para adaptarse a las necesidades individuales de los clientes, lo que sugiere que All Cleaner CR debe ser capaz de ofrecer horarios flexibles para satisfacer las demandas de una variedad de clientes.

Aunque no es un factor decisivo para todos, la mayoría de los clientes valoran la flexibilidad en los horarios de servicio, lo que sugiere que All Cleaner CR debe tener en cuenta las preferencias de horario al programar citas con los clientes.

Algunos clientes pueden no priorizar la flexibilidad en los horarios, lo que indica que All Cleaner CR podría ajustar su enfoque para centrarse en otros aspectos del servicio que sean más importantes para este segmento de clientes.

La falta de importancia de la flexibilidad en los horarios para algunos clientes puede reflejar diferentes prioridades, lo que sugiere que All Cleaner CR debe adaptarse a las preferencias individuales de los clientes en términos de horarios de servicio.

Pregunta 14: ¿Cuál es su nivel de familiaridad con los servicios de limpieza profesional?

Tabla 14. *¿Cuál es su nivel de familiaridad con los servicios de limpieza profesional?*

Nivel de Familiaridad	Absoluto	Relativo
Muy Familiarizado	5	25
Moderadamente Familiarizado	10	50
Poco Familiarizado	4	20
No Familiarizado	1	5
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 14. ¿Cuál es su nivel de familiaridad con los servicios de limpieza profesional?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La familiaridad con los servicios de limpieza profesional indica una experiencia previa y posiblemente una demanda estable de este tipo de servicios, lo que sugiere que All Cleaner CR podría atraer a estos clientes ya familiarizados con este tipo de servicios.

La moderada familiaridad sugiere que algunos clientes pueden haber utilizado servicios de limpieza profesional en el pasado, pero no son completamente expertos en el área, lo que indica un mercado potencial para All Cleaner CR para educar y atraer a estos clientes.

La falta de familiaridad puede indicar una falta de experiencia previa con servicios de limpieza profesional, lo que sugiere que All Cleaner CR podría necesitar educar

y demostrar el valor de sus servicios para atraer a estos clientes menos familiarizados.

La falta de familiaridad puede indicar una falta de experiencia o conocimiento sobre servicios de limpieza profesional, lo que sugiere que All Cleaner CR podría necesitar esfuerzos adicionales para educar y atraer a estos clientes potenciales.

Pregunta 15: ¿Cuál es su principal motivo para contratar un servicio de limpieza?

Tabla 15. ¿Cuál es su principal motivo para contratar un servicio de limpieza?

Motivo Principal para Contratar	Absoluto	Relativo
Falta de Tiempo	10	36
Deseo de Mayor Comodidad	6	21
Necesidad de Limpieza Profunda	4	14
Incapacidad para Realizar la Limpieza	5	18
Otro	3	11
Total	28	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 15. ¿Cuál es su principal motivo para contratar un servicio de limpieza?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La falta de tiempo es un motivo común para contratar servicios de limpieza, lo que sugiere que All Cleaner CR podría destacar su capacidad para liberar tiempo para otras actividades importantes para los clientes.

El deseo de mayor comodidad indica una preferencia por externalizar tareas domésticas para disfrutar de un estilo de vida más relajado, lo que sugiere que All Cleaner CR podría enfocarse en destacar la conveniencia y el alivio del estrés que ofrece.

La necesidad de limpieza profunda sugiere una demanda de limpieza más detallada y exhaustiva, lo que sugiere que All Cleaner CR podría ofrecer servicios

especializados de limpieza profunda para satisfacer estas necesidades específicas.

La incapacidad para realizar la limpieza por motivos de salud u otros problemas físicos indica una necesidad de ayuda externa, lo que sugiere que All Cleaner CR podría destacar su capacidad para proporcionar servicios de limpieza adaptados a las necesidades individuales.

Las respuestas adicionales pueden proporcionar información sobre otros motivos para contratar servicios de limpieza, lo que podría ser útil para All Cleaner CR al comprender las diversas necesidades y motivaciones de los clientes.

Pregunta 16: ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de limpieza anteriores que ha contratado?

Tabla 16. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de limpieza anteriores que ha contratado?

Nivel de Satisfacción	Absoluto	Relativo
Muy Satisfecho	7	35
Satisfecho	8	40
Neutral	4	20
Insatisfecho	1	5
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 16. ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de limpieza anteriores que ha contratado?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La alta satisfacción indica una experiencia positiva previa con servicios de limpieza, lo que sugiere que All Cleaner CR podría atraer a estos clientes satisfechos mediante la entrega de un servicio excepcional y una atención personalizada.

La satisfacción general sugiere una experiencia positiva, pero aún hay margen de mejora, lo que sugiere que All Cleaner CR podría identificar áreas de oportunidad para mejorar y optimizar sus servicios.

La neutralidad puede indicar una experiencia promedio sin puntos destacados positivos o negativos, lo que sugiere que All Cleaner CR podría diferenciarse mediante la entrega de un servicio excepcional y memorable.

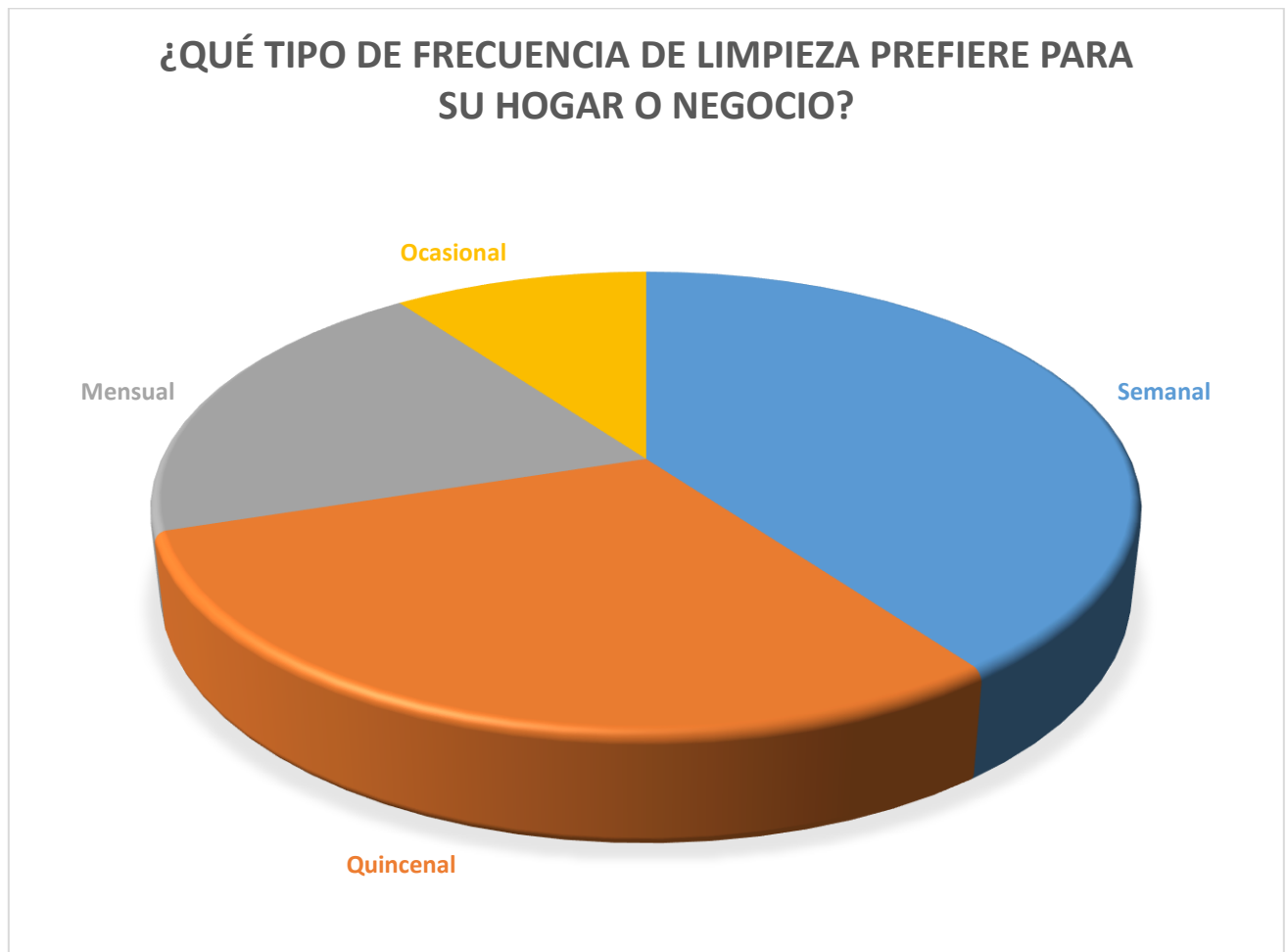
La insatisfacción indica una decepción por parte del cliente, lo que sugiere que All Cleaner CR debe investigar las causas y tomar medidas correctivas para evitar la insatisfacción futura.

Pregunta 17: ¿Qué tipo de frecuencia de limpieza prefiere para su hogar o negocio?

Tabla 17. ¿Qué tipo de frecuencia de limpieza prefiere para su hogar o negocio?

Frecuencia de Limpieza	Absoluto	Relativo
Semanal	8	40
Quincenal	6	30
Mensual	4	20
Ocasional	2	10
Total	20	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 17. ¿Qué tipo de frecuencia de limpieza prefiere para su hogar o negocio?

Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La preferencia por la limpieza semanal sugiere una demanda constante de servicios de limpieza para mantener la limpieza y el orden en el hogar o negocio, lo que sugiere que All Cleaner CR podría ofrecer paquetes de limpieza recurrentes para satisfacer esta demanda.

La limpieza quincenal puede ser preferida por aquellos que no requieren limpieza tan frecuente, pero aun así desean mantener un nivel razonable de limpieza y orden, lo que sugiere que All Cleaner CR podría ofrecer opciones flexibles para adaptarse a diferentes necesidades.

La limpieza mensual puede ser adecuada para aquellos con necesidades de limpieza menos frecuentes o para tareas de limpieza más intensivas, lo que sugiere que All Cleaner CR podría ofrecer servicios específicos para limpieza mensual para satisfacer esta demanda.

La limpieza ocasional puede ser preferida por aquellos que solo necesitan ayuda de limpieza de vez en cuando, lo que sugiere que All Cleaner CR podría ofrecer servicios de limpieza flexibles y a pedido para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes.

Pregunta 18: ¿Cuál es su nivel de confianza en los servicios de limpieza profesional?

Tabla 18. ¿Cuál es su nivel de confianza en los servicios de limpieza profesional?

Nivel de Confianza	Absoluto	Relativo
Muy Confiable	9	47
Moderadamente Confiable	7	37
Poco Confiable	3	16
Total	19	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 18. ¿Cuál es su nivel de confianza en los servicios de limpieza profesional?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

Un alto nivel de confianza indica una percepción positiva de los servicios de limpieza profesional, lo que sugiere que All Cleaner CR podría destacar su confiabilidad y experiencia para generar confianza entre los clientes potenciales.

Un nivel moderado de confianza sugiere que algunos clientes pueden tener ciertas reservas o dudas sobre los servicios de limpieza profesional, lo que sugiere que All Cleaner CR podría abordar estas preocupaciones y demostrar su fiabilidad y calidad.

Un bajo nivel de confianza puede indicar una percepción negativa de los servicios de limpieza profesional, lo que sugiere que All Cleaner CR debe esforzarse por demostrar su confiabilidad y calidad para ganar la confianza de estos clientes potenciales.

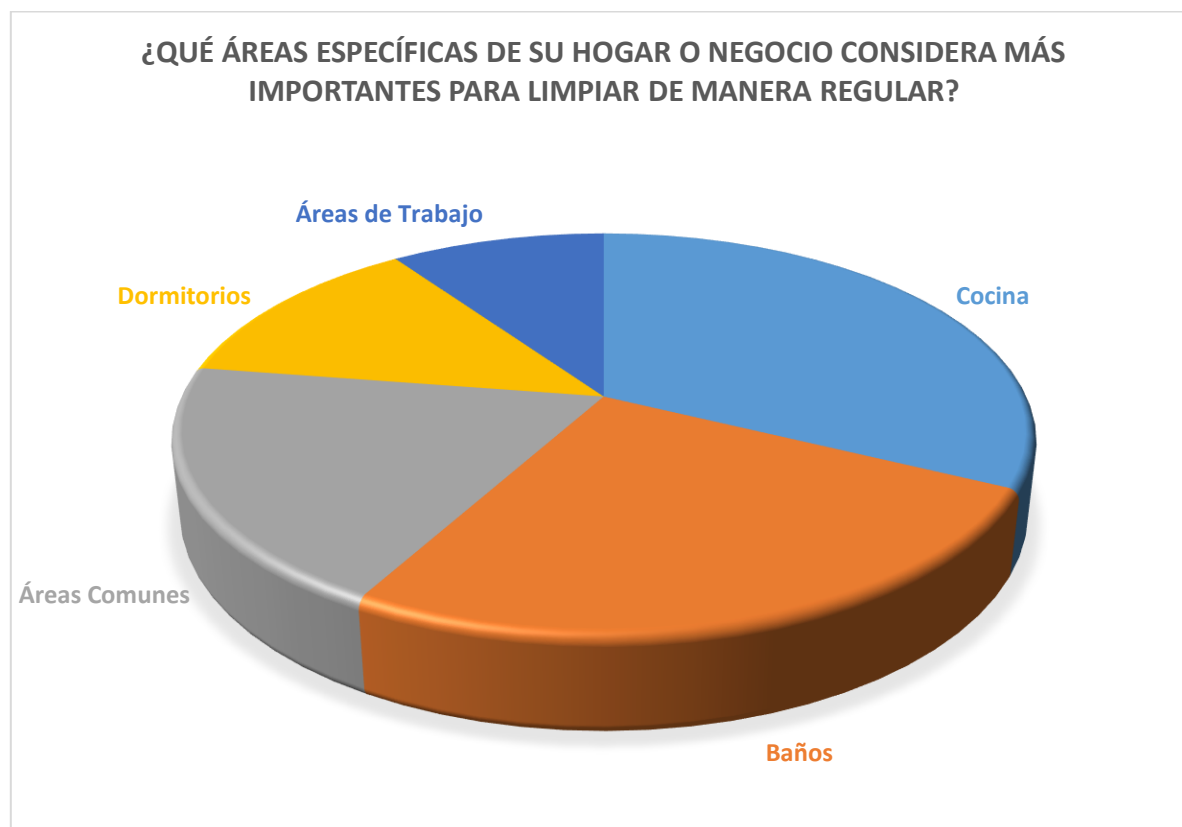
Pregunta 19: ¿Qué áreas específicas de su hogar o negocio considera más importantes para limpiar de manera regular?

Tabla 19. ¿Qué áreas específicas de su hogar o negocio considera más importantes para limpiar de manera regular?

Áreas Importantes de Limpieza	Absoluto	Relativo
Cocina	10	32
Baños	8	26
Áreas Comunes	6	19
Dormitorios	4	13
Áreas de Trabajo	3	10
Total	31	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 19. ¿Qué áreas específicas de su hogar o negocio considera más importantes para limpiar de manera regular?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

La cocina es una de las áreas más importantes para la limpieza regular debido a preocupaciones de higiene y seguridad alimentaria, lo que sugiere que All Cleaner CR debe prestar especial atención a esta área para garantizar la satisfacción del cliente.

Los baños son otra área crítica que requiere limpieza regular debido a consideraciones de higiene y comodidad, lo que sugiere que All Cleaner CR debe asegurarse de ofrecer servicios de limpieza exhaustivos para mantener la frescura y la higiene.

Las áreas comunes como salas de estar y pasillos son importantes para mantener una buena impresión general y comodidad, lo que sugiere que All Cleaner CR debe incluir estas áreas en su plan de limpieza regular para satisfacer las expectativas del cliente.

Los dormitorios son espacios personales donde se busca confort y relajación, lo que sugiere que All Cleaner CR debe asegurarse de mantener la limpieza y el orden para crear un ambiente acogedor y relajante para los residentes.

Las áreas de trabajo como escritorios y mesas son críticas para mantener un ambiente de trabajo productivo y saludable, lo que sugiere que All Cleaner CR debe prestar atención a la limpieza y organización de estas áreas para satisfacer las necesidades del cliente.

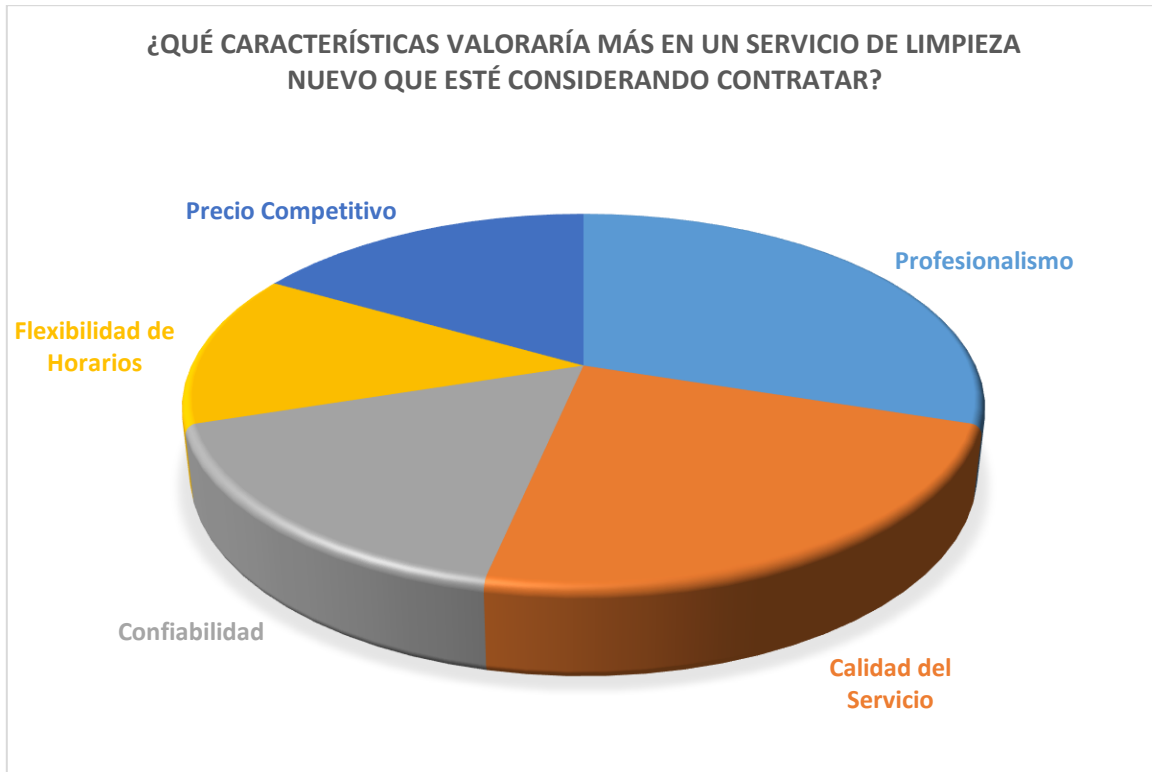
Pregunta 20: ¿Qué características valoraría más en un servicio de limpieza nuevo que esté considerando contratar?

Tabla 20. ¿Qué características valoraría más en un servicio de limpieza nuevo que esté considerando contratar?

Características Valoradas	Absoluto	Relativo
Profesionalismo	9	30
Calidad del Servicio	7	23
Confiabilidad	5	17
Flexibilidad de Horarios	4	13
Precio Competitivo	5	17
Total	30	100

Fuente: Elaboración propia 2024

Gráfico 20. ¿Qué características valoraría más en un servicio de limpieza nuevo que esté considerando contratar?



Fuente: Elaboración propia 2024

Según la tabla y gráfico anterior se explican a detalle los hallazgos arrojados.

El profesionalismo es crucial para generar confianza y satisfacción del cliente, lo que sugiere que All Cleaner CR debe destacar la profesionalidad de su equipo y sus operaciones para atraer nuevos clientes.

La calidad del servicio es un diferenciador clave en un mercado competitivo, lo que sugiere que All Cleaner CR debe enfocarse en ofrecer un servicio de alta calidad para ganar y retener clientes.

La confiabilidad es fundamental para establecer relaciones duraderas con los clientes, lo que sugiere que All Cleaner CR debe demostrar su fiabilidad y consistencia en la entrega de servicios de limpieza.

La flexibilidad en los horarios puede ser un diferenciador importante para adaptarse a las necesidades individuales de los clientes, lo que sugiere que All Cleaner CR podría ofrecer horarios flexibles para atraer nuevos clientes.

Un precio competitivo es importante para muchos clientes al evaluar servicios, lo que sugiere que All Cleaner CR debe ofrecer tarifas competitivas y transparentes para atraer y retener clientes.

Para concluir este capítulo de los análisis de datos realizado sobre All Cleaner CR. Los hallazgos revelan una serie de factores críticos que influyen las decisiones de los clientes al elegir un servicio de limpieza, destacando la importancia de la calidad del servicio, la confiabilidad, la flexibilidad en los horarios y el precio competitivo.

Estos hallazgos no solo ofrecen una comprensión profunda del mercado objetivo de All Cleaner CR, sino que también presentan valiosas oportunidades para diferenciarse en un mercado competitivo. La capacidad de la empresa para enfocarse en la calidad, la confiabilidad y la flexibilidad en la prestación de servicios emerge como un punto crucial para el éxito. Además, la identificación de áreas prioritarias de limpieza, como cocinas, baños y áreas comunes, proporciona una guía clara para la planificación de servicios y la atención al cliente.

Es fundamental reconocer las limitaciones inherentes al estudio, como la naturaleza de la muestra de datos y posibles sesgos, lo que destaca la necesidad de una interpretación cuidadosa de los resultados.

Por todo lo anterior realizado, se ve que se arroja luz sobre aspectos fundamentales del mercado objetivo de All Cleaner CR y ofrece una guía clara para el desarrollo de estrategias empresariales efectivas para los capítulos futuros de este documento de investigación.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El presente capítulo representa el punto culminante de esta investigación, donde se sintetizan los hallazgos obtenidos a lo largo del estudio y se ofrecen reflexiones fundamentales sobre su significado y relevancia. A través de un análisis detallado de los objetivos específicos planteados, se han explorado diversos aspectos relacionados con la factibilidad y viabilidad de la apertura de la empresa All Cleaner CR en el cantón de Alajuelita, de la provincia de San José.

Este capítulo ofrece una visión comprensiva de los resultados obtenidos, resaltando tanto los logros alcanzados como las áreas que requieren mayor atención y desarrollo futuro. Además, se proporcionan recomendaciones prácticas basadas en los hallazgos, con el objetivo de orientar la implementación efectiva de las estrategias propuestas. En última instancia, este capítulo pretende contribuir al entendimiento del panorama empresarial local y ofrecer una guía valiosa para la toma de decisiones estratégicas en el contexto de la apertura de una nueva empresa en la industria de servicios de limpieza en Alajuelita, San José.

A continuación se presentan las conclusiones por cada objetivo específico.

Objetivo específico I:

“Analizar el microentorno empresarial mediante el diagnóstico de la situación actual previo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José.”

- I. La investigación del microentorno revela la existencia de una demanda insatisfecha de servicios de limpieza de alta calidad en Alajuelita, San José, lo que sugiere un nicho de mercado prometedor para All Cleaner CR.
- II. La identificación de competidores directos e indirectos proporciona una comprensión clara del panorama competitivo, permitiendo a All Cleaner CR desarrollar estrategias efectivas para diferenciarse y destacarse en el mercado local.
- III. El análisis de factores económicos, sociales y políticos ofrece información clave sobre el contexto en el que operará All Cleaner CR, lo que facilita la

anticipación de posibles desafíos y la identificación de oportunidades para el crecimiento del negocio.

- IV. El estudio del entorno regulatorio y legal permite a All Cleaner CR cumplir con los requisitos normativos y evitar posibles obstáculos legales que podrían afectar su operación en Alajuelita, San José.
- V. La evaluación de tendencias y cambios en el entorno empresarial proporciona información útil para la formulación de estrategias a largo plazo, ayudando a All Cleaner CR a adaptarse de manera proactiva a las dinámicas del mercado.
- VI. La comprensión de las características demográficas y geográficas de la zona de Alajuelita, San José, permite a All Cleaner CR segmentar el mercado de manera efectiva y personalizar sus servicios para satisfacer las necesidades específicas de cada segmento de clientes.

Objetivo específico II:

“Comprender el comportamiento de compra del mercado para la determinación de la apertura de la empresa All Cleaner CR, mediante la aplicación de encuestas a personas residentes en Alajuelita, San José”.

- I. El análisis de las encuestas revela una alta demanda de servicios de limpieza de calidad, respaldando la viabilidad del negocio propuesto por All Cleaner CR en Alajuelita, San José.
- II. La identificación de las preferencias y necesidades específicas de los clientes proporciona información valiosa para la personalización de los servicios de All Cleaner CR, aumentando así su atractivo para el mercado local.
- III. La investigación del comportamiento de compra destaca la importancia de la confiabilidad y la reputación de la empresa en la toma de decisiones de los clientes, subrayando la necesidad de que All Cleaner CR priorice la calidad y la consistencia en la prestación de sus servicios.
- IV. El estudio de los factores que influyen en la elección de proveedores de servicios de limpieza ofrece ideas útiles para la formulación de estrategias

de marketing y la diferenciación de All Cleaner CR en un mercado competitivo.

- V. El análisis de la disposición a pagar de los clientes proporciona información crucial para la fijación de precios de All Cleaner CR, permitiéndole establecer tarifas competitivas que reflejen el valor percibido por los clientes.
- VI. La investigación del comportamiento de compra también destaca la importancia de la conveniencia y la accesibilidad en la elección de proveedores de servicios de limpieza, lo que sugiere que All Cleaner CR debería priorizar la flexibilidad en los horarios y la facilidad de contratación para satisfacer las necesidades de los clientes.

Objetivo específico III:

“Determinar el impacto empresarial de los procesos estratégicos mediante la entrevista a un experto para enfocarlo a la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José”.

- I. La entrevista con el experto proporciona una perspectiva enriquecedora sobre las mejores prácticas y estrategias clave para el éxito empresarial en el sector de servicios de limpieza, brindando a All Cleaner CR una orientación valiosa para su planificación estratégica.
- II. La retroalimentación del experto destaca la importancia de la calidad del servicio y la satisfacción del cliente como factores críticos para el éxito de All Cleaner CR, reforzando la importancia de mantener altos estándares en todas las operaciones.
- III. La entrevista resalta la necesidad de que All Cleaner CR se mantenga ágil y adaptable ante los cambios en el mercado y el entorno empresarial, subrayando la importancia de la innovación y la flexibilidad en su enfoque operativo.
- IV. El análisis de las recomendaciones del experto ofrece a All Cleaner CR ideas concretas para mejorar sus procesos internos y optimizar su

eficiencia operativa, lo que puede conducir a una mayor rentabilidad y competitividad en el mercado.

- V. La orientación estratégica proporcionada por el experto ayuda a All Cleaner CR a identificar y priorizar áreas de enfoque clave, facilitando una asignación más eficaz de recursos y esfuerzos para maximizar el éxito empresarial.
- VI. La entrevista también destaca la importancia de la construcción de relaciones sólidas con los clientes y la comunidad local como parte integral de la estrategia de crecimiento de All Cleaner CR, enfatizando la necesidad de establecer una reputación positiva y ganarse la confianza del mercado.

Objetivo específico IV:

“Evaluar la información financiera mediante un estudio de viabilidad para el impulso de la apertura de la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José”.

- I. El estudio de viabilidad financiera confirma la solidez del modelo de negocio propuesto por All Cleaner CR, demostrando su capacidad para generar ingresos sostenibles y rentables en el mercado de Alajuelita, San José.
- II. El análisis detallado de los costos operativos y los flujos de efectivo proyectados proporciona una visión clara de la estructura financiera de All Cleaner CR, identificando áreas de eficiencia y oportunidades de mejora para maximizar la rentabilidad.
- III. La evaluación de los riesgos financieros y las contingencias ayuda a All Cleaner CR a anticipar posibles obstáculos y a desarrollar estrategias de mitigación para abrir la empresa para estar mejor preparada para enfrentar los desafíos financieros y mantener su viabilidad a largo plazo.

Objetivo específico V:

“Proponer la apertura de la empresa All Cleaner CR a través del análisis de estudios previos en materia de marketing, estrategia empresarial y finanzas”.

- I. Identificar estrategias de marketing para promover la empresa All Cleaner CR en Alajuelita, San José, a través de la revisión de diversas tácticas publicitarias y promocionales.
- II. La revisión de las estrategias de marketing proporciona a All Cleaner CR una comprensión integral de las tendencias actuales en publicidad y promoción, permitiéndole seleccionar las tácticas más efectivas para su mercado objetivo en Alajuelita, San José.
- III. La exploración de diferentes canales de publicidad, como la publicidad en línea, las redes sociales y la publicidad impresa, ofrece a All Cleaner CR una gama de opciones para aumentar su visibilidad y llegar a su audiencia objetivo de manera efectiva.
- IV. El análisis de casos de estudio exitosos en el sector de servicios de limpieza brinda a All Cleaner CR ideas inspiradoras y estrategias probadas para diferenciarse y destacarse en un mercado saturado, aprovechando las mejores prácticas de la industria.
- V. La revisión de estrategias de promoción, como descuentos y ofertas especiales, sugiere a All Cleaner CR formas creativas de atraer y retener clientes, fomentando la lealtad y generando interés en sus servicios.
- VI. La consideración de estrategias de marketing de contenido y relaciones públicas resalta la importancia de contar historias y establecer conexiones emocionales con los clientes, lo que puede mejorar la percepción de la marca y aumentar su atractivo.
- VII. La evaluación de métricas de rendimiento y análisis de resultados proporciona a All Cleaner CR la capacidad de medir el éxito de sus campañas de marketing y ajustar sus estrategias según sea necesario para optimizar el retorno de la inversión y alcanzar sus objetivos comerciales.

RECOMENDACIONES

Tras un exhaustivo análisis de los datos recopilados y evaluados en el desarrollo de esta investigación, se han identificado diversas áreas de oportunidad y mejoras potenciales para potenciar el crecimiento y la eficiencia operativa de All Cleaner CR.

Estas recomendaciones se fundamentan en la integración de prácticas administrativas sólidas y la aplicación de estrategias innovadoras que permitan optimizar la calidad de los servicios ofrecidos, fortalecer la relación con los clientes y asegurar la competitividad en un mercado dinámico y exigente.

A continuación, se presentan una serie de recomendaciones clave, diseñadas para guiar a All Cleaner CR en la implementación de acciones concretas y efectivas que impulsen su desarrollo a corto, mediano y largo plazo. Estas recomendaciones están destinadas a aprovechar al máximo los recursos disponibles, mejorar la eficiencia operativa y promover la excelencia en el servicio, con el objetivo final de alcanzar un crecimiento sostenible y una posición destacada en el mercado de servicios de limpieza.

- I. Se recomienda la capacitación continua del personal, se debe ofrecer programas de formación en técnicas de limpieza avanzadas, seguridad laboral y servicio al cliente para garantizar un equipo altamente calificado y comprometido.

- II. Se recomienda la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad, estableciendo estándares de calidad claros y procesos de control de calidad para garantizar la consistencia en la entrega de servicios y la satisfacción del cliente.

- III. Se recomienda el desarrollo de estrategias de marketing digital. Se debe de invertir en publicidad en línea, optimización de motores de búsqueda (SEO), marketing de contenido y presencia activa en redes sociales para aumentar la visibilidad en línea y atraer nuevos clientes.
- IV. Se recomienda la diversificación de servicios, se debe de explorar oportunidades para ofrecer servicios adicionales, como limpieza de alfombras, limpieza de ventanas, limpieza de exteriores o servicios de limpieza especializados para satisfacer las diversas necesidades del cliente.
- V. Se recomienda realizar alianzas estratégicas, colaborar con proveedores de productos de limpieza y equipos especializados para obtener acceso a insumos de calidad a precios competitivos y mejorar la eficiencia operativa.
- VI. Se recomienda desarrollar de un programa de fidelización de clientes, se debe de implementar un programa de recompensas o descuentos para clientes frecuentes para fomentar la lealtad y aumentar la retención de clientes a largo plazo.
- VII. Se recomienda la optimización de procesos operativos e identificar y eliminar cuellos de botella en los procesos operativos para mejorar la eficiencia y reducir los tiempos de respuesta, lo que aumentará la capacidad de atención a clientes y la satisfacción del mismo.
- VIII. Se recomienda la inversión en tecnología, se debe adoptar tecnologías innovadoras, como software de gestión empresarial, aplicaciones móviles para el seguimiento de clientes y sistemas de seguimiento de tareas, para mejorar la productividad y la comunicación interna.

- IX. Se recomienda la mejora de la gestión de inventarios: Implementar un sistema de gestión de inventarios eficiente para optimizar el almacenamiento y controlar los niveles de stock de productos de limpieza y equipos necesarios para el funcionamiento diario.
- X. Se recomienda el seguimiento de comentarios y retroalimentación de los clientes, se debe de establecer un proceso estructurado para recopilar y analizar comentarios de clientes para identificar áreas de mejora y realizar ajustes necesarios en los servicios ofrecidos.
- XI. Se recomienda una promoción de prácticas sostenibles al adoptar prácticas de limpieza ecológicas y sostenibles para reducir el impacto ambiental y atraer a clientes preocupados por la sostenibilidad.
- XII. Se recomienda la participación en eventos y ferias comerciales, Asistir a eventos locales y ferias comerciales para aumentar la visibilidad de la empresa y establecer contactos con clientes potenciales y otros profesionales del sector.
- XIII. Se recomienda la implementación de políticas de salud y seguridad, el priorizar la salud y seguridad de los empleados mediante la implementación de políticas y procedimientos de seguridad en el lugar de trabajo y la provisión de equipos de protección personal adecuados.
- XIV. Se recomienda el establecimiento de precios competitivos, el realizar los análisis de precios de mercado para asegurar que las tarifas de los servicios ofrecidos sean competitivas y atractivas para los clientes, sin comprometer la rentabilidad del negocio.
- XV. Se recomienda la gestión proactiva de riesgos, se debe de identificar y evaluar los riesgos potenciales del negocio, como fluctuaciones del

mercado o cambios normativos, y desarrollar estrategias de mitigación para minimizar su impacto en las operaciones.

- XVI. Se recomienda el incentivar el desempeño del personal. implementando programas de reconocimiento y bonificaciones basados en el desempeño para motivar al personal y fomentar un ambiente de trabajo positivo y colaborativo.
- XVII. Se recomienda el seguimiento de tendencias del mercado, debe de mantenerse al tanto de las tendencias y cambios en el mercado de servicios de limpieza para adaptar estrategias y servicios según las necesidades y preferencias del cliente.
- XVIII. Se recomienda la participación en programas de responsabilidad social empresarial, el comprometerse con la comunidad local a través de iniciativas de responsabilidad social empresarial, como donaciones a organizaciones benéficas locales o proyectos de voluntariado, para fortalecer la reputación de la empresa.
- XIX. Se recomienda la optimización de la experiencia del Cliente, el mejorar continuamente la experiencia del cliente a través de la personalización de servicios, la atención al detalle y una comunicación clara y efectiva para aumentar la satisfacción y la lealtad del cliente.
- XX. Se recomienda la evaluación periódica del desempeño empresarial, el realizar evaluaciones regulares del desempeño empresarial mediante análisis de datos y métricas clave para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento a corto y largo plazo.

Las recomendaciones presentadas en este apartado ofrecen un marco integral para guiar el desarrollo y la mejora continua de All Cleaner CR. Al implementar

estas acciones sugeridas, la empresa estará mejor posicionada para enfrentar los desafíos del mercado y capitalizar las oportunidades emergentes. Es fundamental que la dirección y el equipo de All Cleaner CR se comprometan con la aplicación diligente y estratégica de estas recomendaciones, asegurando su alineación con los objetivos y valores de la empresa.

Es importante destacar que el éxito de estas recomendaciones dependerá en gran medida de la dedicación, el liderazgo y la colaboración de todos los involucrados. Además, se recomienda realizar un seguimiento continuo de las acciones implementadas, evaluando su efectividad y realizando ajustes según sea necesario para garantizar su relevancia y pertinencia a lo largo del tiempo.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

6.1 Introducción

En el dinámico panorama empresarial actual, la capacidad de adaptación y evolución constante se ha convertido en un imperativo para las organizaciones que aspiran a mantenerse competitivas y relevantes en su industria. En este contexto, la propuesta de mejora que se presenta a continuación surge como resultado de un exhaustivo análisis realizado a All Cleaner CR, una empresa dedicada a brindar servicios de limpieza y mantenimiento en la localidad de Alajuelita, San José.

Durante el transcurso de esta investigación, se llevó a cabo un meticuloso examen de diversos aspectos fundamentales de la empresa, desde su entorno empresarial y la dinámica del mercado hasta sus prácticas operativas internas y la percepción de los clientes. Los resultados obtenidos, junto con las conclusiones derivadas de ellos, proporcionan una visión holística de la situación actual de All Cleaner CR y sientan las bases para la formulación de una propuesta de mejora integral y estratégica.

En este documento se presentarán una serie de iniciativas estratégicas diseñadas para abordar las áreas de oportunidad identificadas durante el análisis. Estas iniciativas van desde el fortalecimiento de las capacidades del personal hasta la implementación de prácticas de gestión innovadoras, pasando por la adopción de tecnologías emergentes y el fortalecimiento de la presencia de la empresa en el mercado local.

La propuesta se estructura en torno a un conjunto de objetivos claros y medibles, orientados a impulsar el crecimiento y la competitividad de All Cleaner CR en el mercado. Cada iniciativa se fundamenta en un análisis detallado de las necesidades y desafíos específicos de la empresa, así como en las mejores prácticas y tendencias del sector de servicios de limpieza y mantenimiento.

Esta propuesta de mejora tiene como objetivo principal posicionar a All Cleaner CR como un referente en su sector, ofreciendo servicios de alta calidad, innovadores y adaptados a las necesidades cambiantes del mercado y de sus clientes. A través de la implementación de estas iniciativas estratégicas, se busca fortalecer la capacidad de la empresa para enfrentar los desafíos actuales y futuros, y garantizar su éxito a largo plazo en un entorno empresarial cada vez más competitivo y exigente.

6.2 Objetivos de la propuesta de mejora

6.2.1 Objetivo General

“Implementar una propuesta de mejora integral y estratégica para All Cleaner CR que permita fortalecer su posicionamiento en el mercado local y su capacidad para satisfacer las necesidades de sus clientes, impulsando así su crecimiento y competitividad a largo plazo”

6.2.2 Objetivos Específicos

- I. Realizar un análisis exhaustivo del entorno empresarial de All Cleaner CR, incluyendo factores económicos, sociales, tecnológicos y legales, para identificar oportunidades y amenazas relevantes para la empresa
- II. Evaluar la percepción y las expectativas de los clientes actuales y potenciales de All Cleaner CR respecto a los servicios de limpieza y mantenimiento, con el fin de identificar áreas de mejora y oportunidades de diferenciación.
- III. Fortalecer las capacidades del personal de All Cleaner CR mediante programas de capacitación y desarrollo profesional que permitan mejorar la calidad y eficiencia de los servicios prestados.
- IV. Implementar tecnologías innovadoras y herramientas de gestión que optimicen los procesos operativos de All Cleaner CR, aumentando su eficiencia y capacidad de respuesta ante las demandas del mercado.
- V. Mejorar la visibilidad y presencia de All Cleaner CR en el mercado local a través de estrategias de marketing y comunicación efectivas, orientadas a aumentar la captación de clientes y fortalecer la fidelización de los existentes.
- VI. Establecer indicadores de desempeño y sistemas de seguimiento que permitan monitorear y evaluar el impacto de la propuesta de mejora en el rendimiento y resultados de All Cleaner CR, asegurando así su efectividad y ajuste continuo a las necesidades del mercado y de la empresa.

6.3 Pregunta del problema a resolver

“¿Cuáles son los principales desafíos y obstáculos que enfrenta la empresa All Cleaner CR en su intento de establecerse y crecer en el mercado de servicios de limpieza en Alajuelita, San José, y cómo pueden ser superados eficazmente para garantizar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo del negocio?”

6.3.1 Acciones concretas para resolver el problema

El problema por resolver se centra en la identificación de las barreras y desafíos que enfrenta la empresa All Cleaner CR en su proceso de establecimiento y crecimiento en el mercado de servicios de limpieza en Alajuelita, San José. Entre los posibles problemas a abordar se incluyen:

Falta de Conocimiento del Mercado

La empresa podría enfrentar dificultades para comprender completamente las necesidades y preferencias de los clientes locales, así como para identificar oportunidades de mercado y competidores relevantes.

Déficit en la Estrategia de Marketing

Es posible que All Cleaner CR no cuente con una estrategia de marketing efectiva que le permita destacarse en un mercado saturado, lo que podría dificultar la atracción de nuevos clientes y la retención de los existentes.

Limitaciones en la Gestión Operativa

Podría existir una falta de eficiencia en los procesos operativos internos de la empresa, lo que podría afectar la calidad de los servicios prestados, la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio.

Escasez de Recursos Financieros

All Cleaner CR podría enfrentar desafíos financieros, como la falta de capital inicial para invertir en equipos modernos, tecnología y marketing, lo que podría obstaculizar su capacidad para competir en el mercado.

Competencia Feroz

La presencia de competidores establecidos y la entrada de nuevos actores en el mercado podrían representar una amenaza para la posición de All Cleaner CR, especialmente si no se diferencia de manera efectiva en términos de calidad, precio y servicio al cliente.

6.3.2 Recursos por utilizar

Recursos Humanos

- Contratación de personal adicional (por ejemplo, trabajadores de limpieza, personal administrativo, personal de ventas, y mas).
- Capacitación y desarrollo del personal existente.
- Honorarios de consultores externos (si es necesario).
- Costos asociados con la contratación de expertos en marketing, finanzas o gestión empresarial (si es necesario).

Recursos Materiales

- Equipos de limpieza adicionales (por ejemplo, aspiradoras, productos de limpieza, máquinas de limpieza a vapor, etc.).

- Materiales de oficina y suministros (por ejemplo papelería, consumibles de oficina, etc.).
- Equipos de oficina (por ejemplo computadoras, impresoras, mobiliario, etc.).

Recursos Financieros

- Capital inicial para la expansión del negocio (por ejemplo alquiler de local adicional, compra de vehículos de transporte, etc.).
- Fondos para actividades de marketing y publicidad (por ejemplo campañas publicitarias, material promocional, presencia en ferias comerciales, etc.).
- Reserva de efectivo para contingencias y gastos imprevistos.

Recursos Tecnológicos

- Software de gestión empresarial (por ejemplo sistemas de contabilidad, software de gestión de clientes, etc.).
- Herramientas de análisis de datos (por ejemplo software de análisis de mercado, herramientas de seguimiento de rendimiento, etc.).

Costos Operativos

- Alquiler de locales o instalaciones adicionales.
- Costos de transporte y logística.
- Gastos generales (por ejemplo servicios públicos, seguros, impuestos, etc.).

Costos de mantenimiento y reparación de equipos

Es importante realizar un análisis detallado de los recursos necesarios y los costos asociados con la implementación de la propuesta, así como desarrollar un presupuesto sólido que permita cubrir todas las necesidades y asegurar la viabilidad financiera del proyecto.

6.3.3 Cronograma de trabajo

Tabla 21. Cronograma de Trabajo de la propuesta

Objetivo	Acción	Tarea	Tiempo Aproximado	Recursos	Responsable
Aumentar la satisfacción del cliente	Mejorar la calidad del servicio	Implementar un programa de capacitación para el personal	2 meses	Material de capacitación, recursos humanos	Gerente de Recursos Humanos
Aumentar la cuota de mercado	Lanzar una campaña de marketing digital	Diseñar una estrategia de marketing digital	1 mes	Equipo de marketing, software de diseño	Gerente de Marketing
Mejorar la eficiencia operativa	Automatizar procesos administrativos	Evaluar e implementar un software de gestión empresarial	3 meses	Software de gestión empresarial, equipo de TI	Director de Operaciones
Reducir los costos operativos	Negociar con proveedores para obtener mejores precios	Analizar proveedores actuales y buscar nuevas opciones	2 semanas	Documentación de proveedores, equipo de compras	Gerente de Compras
Mejorar la comunicación interna	Implementar un sistema de comunicación interna	Seleccionar y configurar un software de comunicación interna	1 mes	Software de comunicación interna, equipo de TI	Director de Recursos Humanos
Aumentar la productividad del personal	Realizar una evaluación del desempeño	Diseñar y ejecutar un proceso de evaluación del desempeño	1 mes	Formularios de evaluación, recursos humanos	Gerente de Recursos Humanos

Fuente: Elaboración propia 2024

6.3.4 Cronograma de plan de acción

Tabla 22. Cronograma de plan de acción

Semana	Acción	Tareas	Responsable
Semana 1	Análisis de la situación actual	Revisar datos y hallazgos de la investigación	Equipo de investigación
Semana 2	Definición de objetivos y metas	Establecer objetivos específicos y medibles	Equipo de investigación
Semana 3-4	Diseño de estrategias y acciones	Desarrollar estrategias de marketing, administrativas y financieras	Equipo de investigación
Semana 5-6	Revisión y ajuste del plan	Recopilar retroalimentación y hacer ajustes según sea necesario	Equipo de investigación
Semana 7-10	Implementación de acciones	Ejecutar las estrategias y acciones planificadas	Equipo de implementación
Semana 11-12	Monitoreo y seguimiento	Evaluar el progreso y ajustar en caso necesario	Equipo de implementación
Semana 13	Evaluación final y elaboración de informe	Analizar resultados y preparar informe final	Equipo de investigación

Fuente: Elaboración propia 2024

Tabla 23. Presupuesto para la propuesta

CONCEPTO	COSTO (CRC)	CANTIDAD	TOTAL (CRC)
Investigación de mercado	300 000	1	300 000
Desarrollo de producto	500 000	1	500 000
Capacitación de Personal	200 000	2	400 000
Publicidad y Marketing	150 000	4	600 000
Equipamiento Necesario	250 000	1	250 000
Gastos Operativos mensuales	100 000	12	1 200 000
Contingencias	100 000	1	100 000
Total			3 350 000

Fuente: Elaboración propia 2024

Tabla 24. Métricas y sistema de seguimiento para la propuesta.

Métrica	Definición	Método de Seguimiento
Número de Clientes Nuevos	La cantidad total de nuevos clientes adquiridos en un período de tiempo determinado.	Registrar el número de nuevos clientes en un sistema de gestión de clientes.
Tasa de Retención de Clientes	El porcentaje de clientes existentes que continúan utilizando los servicios de la empresa en un período de tiempo determinado.	Calcular el porcentaje de clientes que permanecen activos durante un período específico.
Volumen de Ventas	El monto total de ventas realizadas por la empresa en un período específico.	Registrar todas las ventas realizadas durante el período y calcular el total.
Índice de Satisfacción del Cliente	El nivel de satisfacción de los clientes con los productos o servicios de la empresa.	Realizar encuestas de satisfacción, recopilar comentarios y reseñas de los clientes.
Costo de Adquisición de Clientes	El costo promedio para adquirir un nuevo cliente, que incluye todos los gastos relacionados con actividades de marketing y ventas.	Registrar todos los gastos de marketing y ventas y dividir entre el número de nuevos clientes adquiridos.
Tiempo Promedio de Respuesta	El tiempo medio que tarda la empresa en responder a las consultas o solicitudes de los clientes.	Registrar el tiempo que transcurre desde la recepción de una consulta hasta la respuesta al cliente.
Nivel de Ingresos Generados por Cliente	Los ingresos promedio generados por cada cliente para la empresa.	Calcular el promedio de ingresos totales dividido por el número de clientes activos.
Índice de Rentabilidad	La evaluación de la rentabilidad del proyecto o negocio en comparación con los costos totales.	Calcular la relación entre los ingresos generados y los costos totales del proyecto o negocio.

Fuente: Elaboración propia 2024

6.4 Conclusiones

6.4.1 Conclusiones basadas en el objetivo general

- I. Tras evaluar exhaustivamente la situación actual y aplicar estrategias de análisis, se concluye que la propuesta de mejora es viable y prometedora para abordar las necesidades identificadas.

6.4.2 Conclusiones basadas en los objetivos específicos

- I. Se concluye que el diagnóstico del entorno en el análisis detallado del entorno empresarial proporcionó información clave para comprender los desafíos y oportunidades, lo que orientó el diseño de estrategias específicas para abordar cada aspecto identificado.
- II. Se concluye que la comprensión del comportamiento de compra del mercado permitió diseñar estrategias de marketing más efectivas y personalizadas, adaptadas a las necesidades y preferencias de los clientes potenciales.
- III. Se concluye que la evaluación del impacto de los procesos estratégicos reveló áreas de mejora y oportunidades de crecimiento, fundamentales para el éxito a largo plazo de la propuesta de mejora.
- IV. Se concluye que el estudio de viabilidad financiera proporcionó una visión clara de los recursos necesarios y los posibles retornos de inversión, asegurando una planificación financiera sólida y realista para la implementación de la propuesta.
- V. Se concluye que, en base a los hallazgos y análisis realizados, se propone una serie de acciones concretas y medidas específicas que se espera conduzcan al logro de los objetivos establecidos, contribuyendo así a la mejora continua y sostenible del proyecto.
- VI. Se concluye que la propuesta de mejora se basa en una estrategia integral que aborda múltiples aspectos del negocio, desde el análisis del mercado hasta la planificación financiera, lo que garantiza un enfoque holístico y bien fundamentado.
- VII. Se concluye que la orientación hacia las necesidades y preferencias del cliente ha sido una piedra angular en el diseño de la propuesta, lo que asegura que las acciones propuestas estén alineadas con las expectativas y demandas del mercado objetivo.
- VIII. Se concluye que se ha priorizado la innovación y la capacidad de adaptación en la propuesta, reconociendo la importancia de mantenerse

actualizado con las tendencias del mercado y responder ágilmente a los cambios en el entorno empresarial.

- IX. Se concluye que se han establecido métricas claras y sistemas de seguimiento para evaluar el progreso y el impacto de la propuesta a lo largo del tiempo, lo que permitirá realizar ajustes y mejoras continuas según sea necesario.
- X. Se concluye que la propuesta promueve la colaboración y coordinación entre diferentes departamentos y equipos dentro de la organización, fomentando un enfoque integrado y sinérgico hacia la implementación de acciones estratégicas.
- XI. Se concluye que se reconoce la importancia de una cultura organizacional sólida y alineada con los objetivos de la propuesta, lo que implica un compromiso y una involucración activa de todos los miembros de la organización en su ejecución.

Recomendaciones

Las recomendaciones finales presentadas a continuación representan el punto culminante del análisis exhaustivo y estratégico para abordar los desafíos identificados y aprovechar las oportunidades de crecimiento.

Estas recomendaciones están dadas para ser acciones concretas y medibles que guiarán la implementación de la propuesta, garantizando un enfoque sistemático y efectivo para lograr objetivos. A través de estas recomendaciones, se busca no solo mejorar la eficacia operativa y la calidad del servicio, sino también sentar las bases para un crecimiento sostenible y una mayor satisfacción del cliente.

A continuación, el detalle de estas.

- I. Se recomienda implementar un sistema de retroalimentación continua, y establecer mecanismos formales para recopilar comentarios de clientes, empleados y otras partes interesadas para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento.
- II. Se recomienda capacitar al personal, de las áreas de servicio al cliente, técnicas de limpieza avanzadas, manejo de quejas y resolución de problemas para garantizar un servicio de alta calidad y satisfacción del cliente.
- III. Se recomienda mejorar la eficiencia operativa, el evaluar y optimizar los procesos internos para aumentar la eficiencia y reducir los costos operativos sin comprometer la calidad del servicio.
- IV. Se recomienda diversificar los servicios ofrecidos y explorar oportunidades para expandir la gama de servicios ofrecidos, como limpieza de exteriores, servicios de mantenimiento de jardines o servicios especializados para industrias específicas, para diversificar los ingresos y atraer a nuevos clientes.

- V. Se recomienda invertir en marketing digital y desarrollar una estrategia de marketing digital sólida, que incluya la optimización del sitio web, publicidad en redes sociales, marketing por correo electrónico y SEO, para aumentar la visibilidad en línea y atraer a una audiencia más amplia.
- VI. Se recomienda establecer alianzas estratégica y explorar oportunidades para establecer asociaciones con empresas complementarias, como agentes inmobiliarios o empresas de mudanzas, para generar referencias y aumentar la base de clientes.
- VII. Se recomienda monitorear y analizar métricas clave, como el número de clientes nuevos, la tasa de retención de clientes y el retorno de la inversión en marketing, para evaluar el rendimiento y tomar decisiones informadas.
- VIII. Se recomienda mantener la flexibilidad y adaptabilidad, estar preparado para ajustar la estrategia según sea necesario en función de las condiciones del mercado, los cambios en las preferencias del cliente y las tendencias de la industria para mantener la relevancia y la competitividad.
- IX. Se recomienda promover la responsabilidad social corporativa, el comprometerse con prácticas empresariales sostenibles y socialmente responsables, como el uso de productos de limpieza ecológicos y la participación en iniciativas comunitarias, para construir una reputación positiva y diferenciarse en el mercado.
- X. Se recomienda fomentar una cultura de mejora continua e inculcar una mentalidad de aprendizaje y mejora continua en toda la organización, alentando la creatividad, la innovación y la colaboración entre los empleados para impulsar la excelencia operativa y el crecimiento empresarial a largo plazo.

Bibliografía

- Abanto. R, Moreno.G. (2022). <https://repositorioacademico.upc.edu>. Recuperado el 04 de Abril de 2024, de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/660610>
- Amaya. M. (2018). <https://repositorio.uisrael.edu>. Recuperado el 03 de Abril de 2024, de <https://repositorio.uisrael.edu.ec/bitstream/47000/1518/1/UISRAEL-EC-ADME-378.242-2018-005.pdf>
- CEPAL. (10 de Mayo de 2002). <https://repositorio.cepal.org>. Recuperado el 19 de Abril de 2024, de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/454c4451-448a-4087-b41e-4ac0b3776d40/content>
- Clavijo. C. (16 de Febrero de 2024). <https://blog.hubspot.es>. Recuperado el 17 de Abril de 2024, de <https://blog.hubspot.es/sales/modelo-negocio>
- Endalia. (23 de Julio de 2021). <https://www.endalia.com>. Recuperado el 18 de Abril de 2024, de <https://www.endalia.com/news/claves-gestion-recursos-humanos/>
- Gestion IONO. (2021). <https://www.ionos.es>. Recuperado el 17 de Abril de 2024, de <https://www.ionos.es/startupguide/gestion/analisis-pestel/>
- Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Education. Recuperado el 25 de Febrero de 2024
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). Metodología de le investigación. En R. F. Hernández, *Metodología de le investigación*. McGraw-Hill Interamericana. Recuperado el 15 de Abril de 2024
- Innovacion empresarial . (2023). <https://www.mheducation.es>. Recuperado el 15 de Abril de 2024, de <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448614224.pdf>
- MacNeil. C. (Enero de 2024). <https://asana.com>. Recuperado el 17 de Abril de 2024, de <https://asana.com/es/resources/cost-benefit-analysis>
- Martins. J. (Febrero de 2024). <https://asana.com>. Recuperado el Abril de 2024, de <https://asana.com/es/resources/strategic-planning>
- Mendoza. R. (Noviembre de 2023). <https://es.semrush.com>. Recuperado el 18 de Abril de 2024, de <https://es.semrush.com/blog/pasos-para-hacer-un-analisis-de-mercado/>
- Moreno. J. (Enero de 2022). <https://blog.hubspot.es>. Recuperado el 15 de Abril de 2024, de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- Naranjo. R. (2020). <https://repositorio.usam.ac.cr>. Recuperado el 13 de Abril de 2024, de <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1542?show=full>
- Nava Rosillón, Marbelis. A. (2009). <http://ve.scielo.org/scielo.php>. (1. 6.-6. Revista Venezolana de Gerencia, Productor) Recuperado el Abril 18 de 2024, de

- http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842009000400009&lng=es&tlng=es.
- ORT Universidad. (2023). <https://facs.ort.edu.uy>. Recuperado el 15 de Abril de 2024, de <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>
- Pazos.E. (2016). *Comunicación Escrita*. San José: Licda Jennifer Pazos M. Recuperado el 13 de Abril de 2024, de www.ethelpazos.com
- Pecahna. V. (10 de Enero de 2021). <https://rockcontent.com>. Recuperado el 18 de Abril de 2024, de <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-digital/>
- Puro Marketing. (23 de Julio de 2023). <https://www.puromarketing.com>. Recuperado el 19 de Abril de 2024, de <https://www.puromarketing.com/44/212392/claves-esenciales-para-investigar-competencia-reforzar-estrategia-marketing>
- Pursell. S. (30 de Enero de 2023). <https://blog.hubspot.es>. Recuperado el 17 de Abril de 2024, de <https://blog.hubspot.es/marketing/ventaja-competitiva>
- Raeburn. A. (2023). <https://asana.com>. Recuperado el 15 de Abril de 2024, de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Rockcontent. (Agosto de 2018). <https://rockcontent.com>. Recuperado el 16 de Abril de 2024, de <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-segmentacion-de-mercados/>
- Sáenz, J. L. (2021). <https://www.dgan.go.cr>, 85, e534-e534. (R. d. Nacional, Editor) doi: e534-e534.
- Sáenz, J. L. (s.f.). Recuperado el 01 de Mayo de 2024
- Sampieri. (2014). Investigación . En Sampieri. Mexico. Recuperado el 04 de Abril de 2024, de <https://idolotec.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/03/sampieri-cap2.pdf>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. (2010). *Metodología de la investigación* (Vol. 6a edición). México: McGraw-Hill. Recuperado el 25 de Febrero de 2024
- Sampieri. R, Mendoza.C. (2018). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C. V. Recuperado el 16 de Febrero de 2024
- Sandí. E. (2021). <https://repositorio.usam.ac.cr>. Recuperado el 10 de Abril de 2024, de <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1528>
- SAP Concur. (Octubre de 2023). <https://www.concur.com>. Recuperado el 18 de Abril de 2024, de <https://www.concur.com.mx/blog/article/que-es-la-responsabilidad-social-corporativa>
- Solano. D. (2021). <https://repositorio.ulatina.ac.cr>. Recuperado el 18 de Abril de 2024, de https://repositorio.ulatina.ac.cr/bitstream/20.500.12411/1404/1/TFG_Ulatina_Diana_Solano_Garcia_20150270068.pdf

- Suarez. H. (22 de Febrero de 2024). <https://expertouniversitario.es>. Recuperado el 19 de Abril de 2024, de <https://expertouniversitario.es/blog/fuentes-primarias-y-secundarias/>
- Tennantco. (2023). <https://www.tennantco.com>. Recuperado el Abril 01 de 2024, de https://www.tennantco.com/es_la/recursos/centro-recursos/documentos/negocio-limpieza-robotizada-amr.html
- ZANATTA. M. (20 de Octubre de 2021). <https://www.captio.net>. Recuperado el 18 de Abril de 2024, de <https://www.captio.net/blog/las-ocho-etapas-en-el-proceso-de-toma-de-decisiones-de-la-empresa>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista

A continuación, se presenta las preguntas que se analizaron en el capítulo IV de esta investigación.

Pregunta 1: ¿Qué aspectos valoran más al contratar un servicio de limpieza para su hogar o negocio?

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia busca servicios de limpieza profesional?

Pregunta 3: ¿Cuál es su rango de precio mensual aproximado para servicios de limpieza?

Pregunta 4 ¿Qué servicios específicos de limpieza busca con más frecuencia?

Pregunta 5. ¿Qué factores influyen más en su decisión de contratar un servicio de limpieza?

Pregunta 6 ¿Qué tan importante es para usted la puntualidad en el servicio de limpieza?

Pregunta 7 ¿Prefiere servicios de limpieza que utilicen productos ecológicos?

Pregunta 8: ¿Cómo descubrió servicios de limpieza anteriores que contrató?

Pregunta 9: ¿Cuál es su experiencia general con servicios de limpieza anteriores?

Pregunta 10: ¿Estaría dispuesto a pagar un precio más alto por un servicio de limpieza de mayor calidad?

Pregunta 11: ¿Qué características de un servicio de limpieza le inspiran más confianza?

Pregunta 12: ¿Cómo prefiere comunicarse con el servicio de limpieza para programar citas o hacer consultas?

Pregunta 13: ¿Qué tan importante es para usted la flexibilidad en los horarios de servicio de limpieza?

Pregunta 14: ¿Cuál es su nivel de familiaridad con los servicios de limpieza profesional?

Pregunta 15: ¿Cuál es su principal motivo para contratar un servicio de limpieza?

Pregunta 16: ¿Cuál es su nivel de satisfacción con los servicios de limpieza anteriores que ha contratado?

Pregunta 17: ¿Qué tipo de frecuencia de limpieza prefiere para su hogar o negocio?

Pregunta 18: ¿Cuál es su nivel de confianza en los servicios de limpieza profesional?

Pregunta 19: ¿Qué áreas específicas de su hogar o negocio considera más importantes para limpiar de manera regular?

Pregunta 20: ¿Qué características valoraría más en un servicio de limpieza nuevo que esté considerando contratar?

Anexo 2 Cálculos de operación y logística

Ilustración 14. Plantilla para los cálculos de operación y logística de all cleaner

MI EMPRESA		Cálculo del COSTE UNITARIO (Coste por unidad vendida)								
		Coste fijo total que quieres repercutir								
Ref	Artículo	Ventas (facturación)	Unidades Vendidas	COSTES VARIABLES unitarios				COSTE VARIABLE TOTAL (unitario)	PRORRATA COSTE FIJO	COSTE UNITARIO TOTAL
				Coste 1	Coste 2	Coste 3	Coste 4			

Fuente: Elaboración propia 2024

Ilustración 15. Plantilla para los márgenes de operación y logística de all cleaner

MiEmpresa		MARGEN BRUTO SIMPLE de UN PRODUCTO	
b	Precio de compra unitario	100,00	
c	Margen Bruto unitario	200,00	< Margen Bruto = a - b
d	% Margen Bruto unitario	66,7%	< % Margen Bruto = (c ÷ a) %

Fuente: Elaboración propia 2024

Ilustración 16. Plantilla para los cálculos de margen de operación y logística de all cleaner

▶
INFORMACIÓN GENERAL
▶

Producto diseñado para efectuar cálculos de márgenes sobre producto o ventas.

Contenido de cada hoja:

- MB1 **Cálculo del Margen Bruto - simple -**
- MB2 **Cálculo del Margen Bruto - explotación -**

Garantía

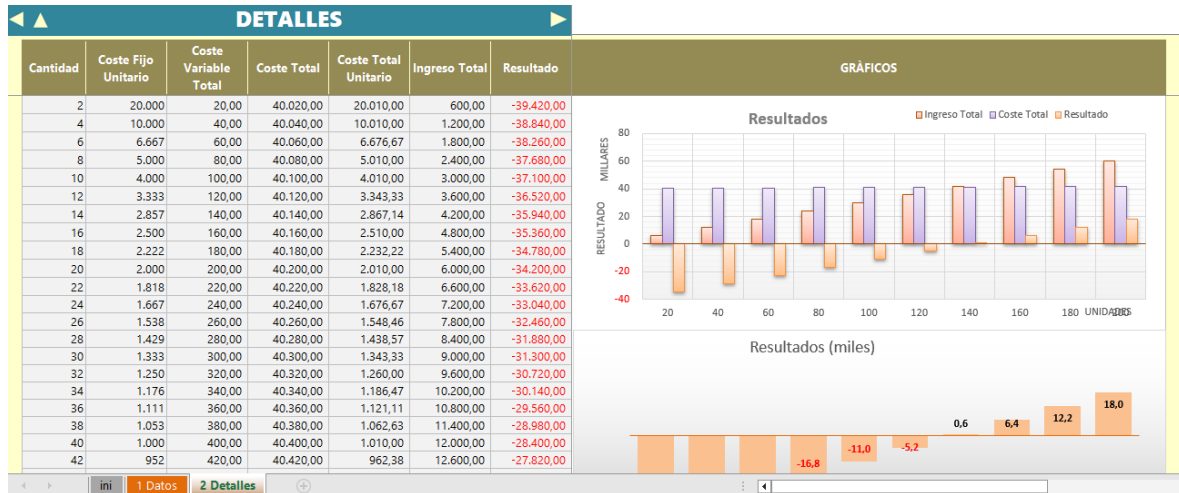
Fuente: Elaboración propia 2024

Ilustración 17. Plantilla para los costos de operación y logística de all cleaner

Mi empresa		1- DIRECT COSTING									
DIRECT COSTING		Mi empresa									
Concepto	Total	PRODUCTO UNO	PRODUCTO DOS	PRODUCTO TRES	PRODUCTO CUATRO	PRODUCTO CINCO	PRODUCTO SEIS	PRODUCTO SIETE	PRODUCTO OCHO	PRODUCTO NUEVE	PRODUCTO DIEZ
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Total unidades producidas</i>											
<i>Importe total de las ventas</i>											
Costes variables	Total	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<i>Materias primas</i>											
<i>Materiales directos y otros</i>											
<i>Embalajes y empaques</i>											
<i>Mano de obra por neces. de producción</i>											
<i>Otros variables</i>											
<i>Total costes variables</i>											
<i>Coste variable por unidad vendida</i>											
Margen bruto											
<i>% Margen bruto</i>											
<i>Importe Unitario de Venta</i>											
<i>Margen Bruto Unitario</i>											
Total costes fijos											

Fuente: Elaboración propia 2024

Ilustración 18. Plantilla para los metrcas de operación y logística de all cleaner



Fuente: Elaboración propia 2024

Anexo 3 Logo de empresa

Ilustración 19. Logo ALL CLEANER CR



Fuente: Elaboración propia 2024

Anexo 4 Materiales de Marketing

Ilustración 20. Materiales de Marketing 1



Fuente: Elaboración Propia 2024

Ilustración 21. Materiales de marketing 2



Fuente: Elaboración Propia 2024

Ilustración 22. Publicidad ALL CLEANER



Servicios de limpieza

Ofrecemos servicios de limpieza programados para mantener tu oficina en las mejores condiciones

Razones para elegirnos:

- Precios competitivos
- Profesionalismo garantizado
- Personal capacitado y confiable
- Productos de limpieza ecológicos

ALL CLEANER C R

WhatsApp, LinkedIn, Facebook, Instagram, Telegram, YouTube, Messenger, sinper móvil

Fuente: Elaboración Propia 2024

Anexo 5. Normativas y regulaciones locales aplicables a las empresas de limpieza en Alajuelita

Tabla 25. Normativas y regulaciones para permisos de funcionamiento.

Categoría	Descripción	Entidad Emisora	Requisitos/Documentos Necesarios
Regulaciones Locales	Documentos que describen las normativas y regulaciones locales aplicables a las empresas de limpieza en Alajuelita y San José.	Municipalidad de San José	Reglamento municipal sobre actividades comerciales, sanitarias y ambientales.
Permisos de Funcionamiento	Autorización para operar una empresa comercial en el cantón de Alajuelita y San José.	Ministerio de Salud	Formulario de solicitud, plano de ubicación, copia de cédula jurídica, pago de tasas.
Licencia Comercial	Licencia necesaria para la actividad comercial en el sector de servicios de limpieza.	Municipalidad de San José	Formulario de solicitud, copia del plano catastrado, pago de derechos municipales.
Permiso Sanitario	Permiso necesario para asegurar el cumplimiento de las normativas sanitarias en las operaciones de limpieza.	Ministerio de Salud	Formulario de solicitud, certificado de uso de suelo, informe de impacto ambiental.
Permiso Ambiental	Autorización necesaria para evaluar el impacto ambiental de las operaciones de	SETENA (Secretaría Técnica Nacional Ambiental)	Estudio de impacto ambiental, formulario D-1, pago de aranceles.

	limpieza y asegurar prácticas sostenibles.		
<i>Registro de Empleados</i>	Inscripción de empleados en el seguro social y cumplimiento de las normativas laborales vigentes.	CCSS (Caja Costarricense de Seguro Social)	Formularios de inscripción, copia de contratos de trabajo, planillas salariales.
<i>Normativas de Seguridad</i>	Cumplimiento de las regulaciones sobre seguridad laboral y prevención de riesgos en el lugar de trabajo.	INS (Instituto Nacional de Seguros)	Evaluación de riesgos, programa de prevención, capacitación para empleados.
<i>Registro de Proveedores</i>	Inscripción en el registro de proveedores de servicios para poder participar en licitaciones y contratos con entidades públicas.	SICOP (Sistema Integrado de Compras Públicas)	Formulario de inscripción, antecedentes legales y financieros, referencias.

Fuente: Elaboración Propia 2024

Anexo 6. Listado de Proveedores y Cotizaciones

Tabla 26. Proveedores y cotizaciones

Proveedor	Productos/Servicios Ofrecidos	Precio Unitario	Costo Total	Condiciones de Pago	Tiempo de Entrega
Limpieza Total S.A.	Detergentes, desinfectantes, escobas, mopas	Detergente: \$2/litro	\$1,000 (por 500 litros)	50% anticipo, 50% contra entrega	3 días hábiles
Productos Higiene CR	Productos de higiene personal y papel	Papel higiénico: \$0.50/rollo	\$500 (por 1,000 rollos)	30 días crédito	5 días hábiles
Equipos y Más S.R.L.	Equipos de limpieza industrial (aspiradoras, hidrolavadoras)	Aspiradora: \$150	\$1,500 (por 10 unidades)	40% anticipo, 60% a 30 días	7 días hábiles
EcoLimpieza Costa Rica	Productos de limpieza ecológicos	Desinfectante ecológico: \$3/litro	\$600 (por 200 litros)	Pago contra entrega	4 días hábiles
Distribuidora San José	Suministros generales de limpieza	Mopas: \$5 cada una	\$250 (por 50 unidades)	50% anticipo, 50% contra entrega	3 días hábiles

Fuente: Elaboración Propia 2024

Tabla 27. Contratos de Proveedores

Proveedor	Tipo de Contrato	Duración del Contrato	Términos y Condiciones	Obligaciones del Proveedor	Obligaciones del Comprador
Limpieza Total S.A.	Suministro de Productos de Limpieza	1 año	Precios fijos durante la vigencia del contrato, entregas mensuales	Proveer productos de acuerdo a las especificaciones	Realizar pagos según condiciones acordadas
Productos	Provisión de Productos	6 meses	Descuentos por compras	Suministrar productos en	Solicitar productos con

Higiene CR	de Higiene		al por mayor, entrega gratuita a partir de \$500	tiempo y forma	5 días de anticipación
Equipos y Más S.R.L.	Arrendamiento y Mantenimiento de Equipos	2 años	Mantenimiento incluido, opción a compra al final del contrato	Proveer equipos en buen estado y realizar el mantenimiento	Pagar cuotas de arrendamiento mensuales puntualmente
EcoLimpieza Costa Rica	Suministro de Productos Ecológicos	1 año	Productos certificados ecológicos, penalidad por retrasos en entrega	Garantizar calidad y cumplimiento de normas ecológicas	Realizar pedidos con 7 días de anticipación
Distribuidora San José	Provisión de Suministros Generales de Limpieza	1 año	Descuentos por volumen, servicio postventa	Entregar productos conforme a las especificaciones	Pagar en los términos acordados

Fuente: Elaboración Propia 2024

Anexo 7 Localización y planos

Tabla 28. Localización en el cantón de la empresa All Cleaner

Descripción	Detalles
Mapa de Localización Zonas de Influencia	Mapa que muestra la ubicación de Alajuelita en relación con San José y otras áreas cercanas.
Puntos de Referencia	Áreas circundantes a Alajuelita que podrían verse afectadas o beneficiadas por la apertura de la empresa, incluyendo posibles clientes residenciales y comerciales.
Infraestructura de Transporte Competencia Local	Indicaciones de lugares importantes cercanos, como centros comerciales, áreas residenciales, y vías principales de acceso.
Áreas Comerciales y Residenciales	Detalles sobre las principales rutas de acceso y transporte público disponibles en Alajuelita y sus alrededores.
	Ubicación de otras empresas de limpieza en la zona para análisis de competencia.
	Distribución de áreas comerciales y residenciales que podrían ser mercados potenciales para All Cleaner CR.

Fuente: Elaboración Propia 2024

Tabla 29. Planos de las instalaciones

Descripción	Detalles
Plano de Distribución	Diagrama que muestra la distribución interna de las instalaciones de la empresa, incluyendo oficinas, áreas de almacenamiento, y zonas de servicio.
Área de Oficinas	Espacios designados para actividades administrativas, recepción y salas de reuniones.
Área de Almacenamiento	Ubicación de los espacios destinados al almacenamiento de productos de limpieza y equipos.
Zona de Servicio	Áreas donde se realizarán actividades operativas como la preparación de productos y el mantenimiento de equipos.
Instalaciones Sanitarias	Ubicación y diseño de baños y áreas de descanso para el personal.
Medidas de Seguridad	Disposiciones y equipamiento de seguridad como salidas de emergencia, extintores y señalización.
Accesibilidad	Planificación de accesos para personas con discapacidad, rampas y elevadores si aplicable.
Plano de Estacionamiento	Diagrama del área de estacionamiento para empleados y visitantes.

Fuente: Elaboración Propia 2024

Tabla 30. Impacto Ambiental de ALL CLEANER CR

Aspecto Evaluado		Descripción	Medidas Propuestas	Responsable de Implementación
Consumo Recursos	de	Evaluación del consumo de agua, energía y materiales en las operaciones diarias de la empresa.	Implementación de prácticas de eficiencia energética y uso responsable del agua.	Departamento de Operaciones
Gestión Residuos	de	Análisis de la generación y disposición de residuos sólidos y líquidos.	Programa de reciclaje, tratamiento adecuado de residuos y reducción de desperdicios.	Departamento de Sostenibilidad
Emisiones Atmosféricas		Evaluación de las emisiones de gases y partículas generadas por las operaciones y vehículos de la empresa.	Uso de vehículos eficientes, mantenimiento regular y tecnologías de control de emisiones.	Departamento de Logística
Uso Productos Químicos	de	Análisis del impacto del uso de productos de limpieza químicos en el medio ambiente.	Sustitución por productos biodegradables y capacitación en el uso adecuado de químicos.	Departamento de Compras
Impacto en la Biodiversidad		Evaluación de los efectos de las operaciones en la fauna y flora local.	Planes de conservación y minimización de perturbaciones en áreas naturales.	Departamento de Medio Ambiente
Ruido y Contaminación Acústica	y	Análisis de los niveles de ruido generados por las operaciones y su impacto en la comunidad circundante.	Implementación de barreras acústicas y horarios de operación controlados.	Departamento de Operaciones

Fuente: Elaboración Propia 2024

Tabla 31. Impacto Social de ALL CLEANER CR

Aspecto Evaluado	Descripción	Medidas Propuestas	Responsable de Implementación
Empleo y Desarrollo Económico	Evaluación de la creación de empleo y su impacto en la economía local.	Prioridad de contratación local y programas de formación para empleados.	Departamento de Recursos Humanos
Relaciones con la Comunidad	Análisis de la interacción de la empresa con la comunidad local y la percepción pública.	Programas de responsabilidad social empresarial y comunicación transparente.	Departamento de Relaciones Públicas
Salud y Seguridad	Evaluación del impacto de las operaciones en la salud y seguridad de los empleados y la comunidad.	Implementación de medidas de seguridad laboral y programas de bienestar.	Departamento de Salud y Seguridad
Acceso a Servicios	Análisis de cómo las operaciones de la empresa afectan el acceso a servicios locales (transporte, educación, salud).	Colaboración con proveedores de servicios locales y contribuciones comunitarias.	Departamento de Relaciones Comunitarias
Educación y Capacitación	Evaluación de las oportunidades de educación y capacitación que la empresa ofrece a la comunidad.	Programas de capacitación y desarrollo profesional para empleados y comunidad.	Departamento de Recursos Humanos
Impacto Cultural	Análisis del impacto de la empresa en las prácticas y valores culturales locales.	Promoción de la cultura local y participación en eventos comunitarios.	Departamento de Relaciones Comunitarias

Fuente: Elaboración Propia 2024