



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**“PLAN DE NEGOCIO PARA EL SERVICIO DE LIMPIEZA Y
DESINFECCIÓN DE HOGARES EN LIMA MODERNA Y LIMA
SUR”**

Trabajo de investigación para optar el grado académico de:
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:

Keny Alain Alva Alcántara (0000-0003-4703-3638)
Esther Jacqueline Celis Alvarez (0000-0003-4856-1600)
Adoila Yanet Miranda Alcantara (0000-0002-9700-9276)
Karen Vanessa Morales Morales (0000-0003-4169-1146)
Jessica Rita Torreblanca Chavez (0000-0001-5490-9373)

Lima- Perú

2021

ANEXO 6

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE BACHILLER POR PROFESOR DEL CURSO

Fecha: 16 / marzo /2021

El profesor del curso evaluador del trabajo de investigación de Bachiller:

MBA JOSE RENAL YALLICO MADGE

En el curso de:

BUSINESS PLAN

Luego de evaluar el trabajo de investigación de Bachiller titulado:

"PLAN DE NEGOCIO PARA EL SERVICIO DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN DE HOGARES EN LIMA MODERNA Y LIMA SUR"

Presentada por los estudiantes:

CÓDIGO	ALUMNO
100036581	ALVA ALCANTARA, KENY ALAÍN
100012475	CELIS ALVAREZ, ESTHER JACQUELINE
100039737	MIRANDA ALCANTARA, ADOILA YANET
100039756	MORALES MORALES, KAREN VANESSA
100041638	TORREBLANCA CHAVEZ, JESSICA RITA

- Para optar al grado de Bachiller en: Administración de Empresas en la carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Luego de haber evaluado el informe final del trabajo de investigación de Bachiller, concluye en calificar a:

CÓDIGO	ALUMNO	CALIFICACIÓN	
(0000-0003-4703-3638)	ALVA ALCANTARA, KENY ALAÍN	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
(0000-0003-4856-1600)	CELIS ALVAREZ, ESTHER JACQUELINE	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
(0000-0002-9700-9276)	MIRANDA ALCANTARA, ADOILA YANET	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)
(0000-0003-4169-1146)	MORALES MORALES, KAREN VANESSA	Aprobado (15)	Desaprobado (Nota)
(0000-0001-5490-9373)	TORREBLANCA CHAVEZ, JESSICA RITA	Aprobado (16)	Desaprobado (Nota)

El profesor evaluador firma en señal de conformidad.

MBA JOSÉ RENÁN YALLICO MADGE

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
1.	2
1.1. Análisis del macroentorno (PESTEL)	2
1.1.1. Entorno político	2
1.1.2. Entorno económico	2
1.1.3. Entorno social	4
1.1.4. Entorno tecnológico	5
1.1.5. Entorno ecológico	6
1.1.6. Entorno legal	7
1.2. Análisis de la industria - Fuerzas de Porter	10
Identificación	10
Características	10
Evolución del sector	11
1.2.1. Poder de negociación de los clientes	12
1.2.2. Poder de negociación de los proveedores	13
1.2.3. Amenaza de nuevos competidores	14
1.2.4. Amenaza de servicios sustitutos	15

1.2.5. Rivalidad entre competidores existentes	15
Matriz del perfil Competitivo (MPC)	19
1.3. Análisis interno	20
1.3.1. Cadena de Valor de Porter	20
1.3.2. Análisis por áreas funcionales	21
Análisis FODA	25
CAPITULO II	27
2.	28
Visión	27
Misión	27
Valores	27
Objetivos estratégicos	27
3.	28
4.	29
5.	29
6.	29
7.	30
CAPITULO III	30
ESTUDIO DE MERCADO	30
3.1	31

3.2	31	
3.3	32	
3.4	32	
3.5	35	
3.6	35	
3.7	42	
3.8 Plan de muestreo		42
3.9 Diseño de muestra		42
3.10 Tamaño de muestra		43
3.11 Resultados de la investigación		44
3.12 Estimación de la demanda		47
PLAN DE MARKETING		48
4.1	49	
4.1.1	49	
4.1.2	49	
4.1.3	49	
4.1.4	50	
4.2	51	

4.3 51

4.4 53

4.4.1 53

4.4.2 55

Tomamos en cuentas los diferentes puntos en referencia para nuestro servicio de
calidad. 54

4.4.3 56

4.4.4 57

4.4.5 57

4.4.6 58

4.4.7 63

CAPITULO V 63

PLAN DE OPERACIONES 63

Objetivos y estrategias 63

a) 64

b) 64

Actividades previas 64

a) 65

b) 65

c) 65

d)	66	
e)	66	
Diseño de instalaciones		66
a)	67	
b)	70	
c)	72	
d)	73	
e)	75	
Requerimientos de personal, material e insumos		75
a)	76	
8.	79	
9.	80	
10.	81	
11.	82	
12.	82	
Proceso de producción del servicio		82
a)	83	
13.	85	
14.	91	

15.	92	
16.	97	
17.	104	
18.	104	
	Actividades preoperativas	105
	CAPITULO VI	107
	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	107
	Estructura organizacional	107
	Estrategias de administración de recursos humanos	108
19.	109	
20.	109	
	Planeamiento estratégico de recursos humanos	110
21.	111	
22.	112	
	Políticas de remuneraciones y compensaciones	113
23.	114	
24.	122	
25.	122	
	Presupuesto del plan de recursos humanos	122

26.	123	
27.	123	
28.	124	
29.	125	
30.	127	
31.	129	
CAPITULO VII		129
ASPECTOS LEGALES, TRIBUTARIOS Y LABORALES		129
Aspecto Legal		129
32.	130	
33.	131	
34.	132	
Aspecto Laboral		139
Aspecto Tributario		140
CAPITULO VIII		142
PLAN FINANCIERO		142
Historia financiera de la empresa		142
Datos y supuestos necesarios para el proyecto		142
35.	144	
36.	144	

Presupuesto de ingresos	144
Presupuesto de egresos	145
37. 146	
38. 146	
Punto de equilibrio ponderado	147
Materiales e insumos para brindar el servicio	149
Depreciacion y amortizacion de la inversion fija	150
Inversion Inicial	152
Capital de Trabajo	152
Fuente de Financiamiento	153
Análisis de la rentabilidad	154
Análisis de Sensibilidad y riesgo	157
39. 158	
CONCLUSIONES	158
RECOMENDACIONES	160
BIBLIOGRAFÍA	161

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Entrevistas	165
ANEXO 2: Test de sintomatología COVID-19	189
ANEXO 3: Formulario de Cotización	190
ANEXO 4: Encuesta de Satisfacción	191
ANEXO 5: Previsión contra el COVID-19	192
ANEXO 6: Kardex de salida del almacén	194
ANEXO 7: Perfiles de puestos	196
ANEXO 8: Modelo de Constitución de Bio Home Clean SAC	204
ANEXO 9: Modelo de Contrato de Trabajo Bio Home Clean SAC	208
ANEXO 10: Mapa mental para investigación sobre aspectos legales, tributarios y labores	210

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis del entorno externo	9
Tabla 2: Clasificación industrial internacional de las actividades económicas (CIIU)	10
Tabla 3: Empresas que brindan servicio de limpieza	16
Tabla 4: Análisis del Sector Industria	18
Tabla 5: Matriz del perfil Competitivo	19
Tabla 6: Actividades primarias y secundarias	20
Tabla 7 : Análisis de las actividades de la empresa	21
Tabla 8 : Análisis por áreas funcionales	22
Tabla 9 : Análisis interno	24
Tabla 10 : FODA	25
Tabla 11: FODA Cruzado	26
<i>Tabla 12</i> Cálculo del Mercado Potencial	35
Tabla 13: Estructura socioeconómica de la población de Lima Metropolitana por zonas geográficas.	36
<i>Tabla 14</i> ¿Has realizado anteriormente una compra por online?	37
<i>Tabla 15</i> Mercado disponible	37
<i>Tabla 16</i> ¿Qué tipo de producto o servicio usted compra por Internet?	38
Tabla 17 Variable geográfica	41
Tabla 18: Variable demográfica	41
Tabla 19: Variable psicológica	41
Tabla 20: Variable conductual	42

Tabla 21: Respuestas de entrevista	45
<i>Tabla 22 Objetivos de Marketing</i>	49
<i>Tabla 23 Segmentación de clientes</i>	50
<i>Tabla 24 Estrategia de precio</i>	55
<i>Tabla 25 Plano de oficina</i>	56
<i>Tabla 26 Presupuesto de Marketing digital</i>	62
Tabla 27 Localización de la empresa	68
Tabla 28 Micro localización	71
Tabla 29 Capacidad del personal por m2	74
Tabla 30 Personal operativo	75
Tabla 31 Limpieza y desinfección por ambiente/ tiempo	76
Tabla 32 Tiempo de trabajo operativo	76
Tabla 33 Materiales y útiles	78
Tabla 34 Productos de limpieza	79
Tabla 35 Intangibles	80
Tabla 36 Activos	81
Tabla 37 Muebles	81
Tabla 38 Presupuesto de inversión	82
Tabla 39 limpieza y desinfección	88
Tabla 40: Precedencia de actividades	106
<i>Tabla 41 Requisitos Contrato</i>	109
<i>Tabla 42 Expediente de colaborador</i>	110

Tabla 43 Inducción del colaborador	111
Tabla 44 Capacitación anual	112
Tabla 45 Remuneración gerente	113
Tabla 46 Presupuesto de remuneración del jefe de operaciones	114
Tabla 47 Presupuesto remuneración jefe comercial	115
Tabla 48 Presupuesto supervisor logístico	116
Tabla 49 Presupuesto asistente gerencia	117
Tabla 50 Presupuesto remuneración asistente marketing	118
Tabla 51 Presupuesto de remuneración chofer	119
Tabla 52 Presupuesto operario limpieza 1	120
Tabla 53 Beneficios sociales	121
Tabla 54 Datos de la empresa	122
Tabla 55 Planilla mensual	123
Tabla 56 Planilla con beneficios y descuentos	124
Tabla 57 Proyección de sueldo con beneficios a 5 años	125
Tabla 58 Mano de obra indirecta	126
Tabla 59 Presupuesto de recursos humanos	128
Tabla 60 Distribución de número de participantes	129
Tabla 61 Capital por accionista	130
Tabla 62 Gastos de constitución de la empresa	139
Tabla 63 Exigencias laborales para las microempresas	140
Tabla 64 Características del Régimen Tributario	141

<i>Tabla 65 Servicio Estándar – Premium</i>	143
Tabla 66 Costos Fijos Totales	144
Tabla 67 Costos Variables Unitarios	144
Tabla 68 Presupuesto de ingresos	145
Tabla 69 Presupuesto de Egresos	146
Tabla 70 Presupuesto para estimar el punto de equilibrio	147
Tabla 71 Punto de equilibrio	148
Tabla 72 Inversión en activos fijos	149
<i>Tabla 73 Depreciación y amortización de inversión fija</i>	151
Tabla 74 Inversión inicial	152
Tabla 75 Capital de Trabajo	152
Tabla 76 Servicio de Pago de deuda	153
Tabla 77 Flujo Económico	155
Tabla 78 Análisis por Escenarios	157

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Muestra de tendencia económica nacional, global y sectorial	3
Ilustración 2 Mapa de Lima Metropolitana	35
Ilustración 3 Cálculo de tamaño del mercado.	39
Ilustración 4: Calculo de tamaño del mercado.	43
Ilustración 5: Mapa de Empatía	46
Ilustración 6: ¿Qué tipo de producto o servicio usted compra por Internet?	47
Ilustración 7: Modelo del Uniforme del personal	51
Ilustración 8 Logo de Bio Home Clean	52
Ilustración 9: Flor del servicio	53
Ilustración 10: Merchandising	59
Ilustración 11 Vista de página web	61
Ilustración 12 Vista de página web ubicación	61
Ilustración 13 Lima Metropolitana	66
Ilustración 14: Mapa de Surquillo	69
Ilustración 15: Localización de la dirección	70
Ilustración 16: Cercanía con otros distritos	70
Ilustración 17: Distribución de las instalaciones	73
Ilustración 18: Proceso para brindar el servicio	84
Ilustración 19: Proceso de búsqueda y solicitud del servicio	85
Ilustración 20: Proceso de agendar y programar el servicio	87
Ilustración 21: Ejecución del servicio de limpieza	89

Ilustración 22 Limpiar	91
Ilustración 23 Aspirado	92
Ilustración 24: Barrer	93
Ilustración 25 Lavado de bucha	94
Ilustración 26: Lavado de wáter	94
Ilustración 27: Limpieza de cocina	95
Ilustración 28 Trapeado	96
Ilustración 29: Cronograma preoperativo	106
Ilustración 30 Organigrama	107
Ilustración 31Boleta de pago	127
Ilustración 32: SUNARP	131
Ilustración 33RUC	135
Ilustración 34 AFP	137
Ilustración 35 Formulario de Indecopi	138

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación ha sido diseñado y estructurado de acuerdo con la investigación realizada en un periodo de dos meses. Se propone poner en funcionamiento un servicio de limpieza y desinfección dirigido a hogares de Lima Moderna y Lima Sur que abarca los distritos de: Barranco, Jesús María, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo, Chorrillos, Pachacamac San Juan de Miraflores, Villa El Salvador y Villa María del Triunfo.

Toda la información recogida ha sido analizada y ha permitido concluir la factibilidad y viabilidad del proyecto, para lo cual, durante el análisis el mercado objetivo ha sido de mucha importancia, así como el análisis del perfil y el comportamiento del consumidor, además de las oportunidades que se han presentado en el sector de servicios (limpieza) durante esta coyuntura de pandemia a nivel mundial por el Covid 19 al que el Perú no es ajeno, lo que ha permitido mayor demanda de limpieza y la asepsia extrema de los ambientes que nos rodean.

También es importante y vital la evaluación de los resultados que ha arrojado la investigación del mercado, permitiendo que se diseñen las estrategias orientadas al sector que se ha elegido considerando la edad, nivel socio económico (NSE) y el segmento que se muestra interesado en obtener el servicio de limpieza y desinfección para hogares.

La empresa presentará la propuesta con el nombre de BIO HOME CLEAN SAC con el slogan “Limpieza y desinfección en manos expertas”, brindando el servicio de limpieza y desinfección para hogares, orientada a las personas que viven en casas, edificios por departamentos, hombres y mujeres de 25 a 70 años, casados, solteros, convivientes, ejecutivos, amas de casa, hombres y mujeres con trabajos dependientes o independientes.

La propuesta de valor está orientada en brindar el servicio de limpieza y desinfección con productos de alta calidad y de confianza, con el uso equipos modernos y productos de desinfección de última generación como es el Amonio Cuaternario que es un fuerte bactericida, fungicida y virucida, cuya relativa inocuidad lo convierte en un producto ideal para la desinfección de ambientes y superficies de los hogares, cuyos compuestos le confiere excelentes resultados ante todo tipo de microorganismos; lo que le permitirá producir beneficios para todos los grupos de interés de la empresa.

Las estrategias trazadas para este plan de negocios están dirigidas en posicionar la empresa como una alternativa segura y confiable, con insumos como el amonio y el ozono que brindan una limpieza y desinfección profunda de los hogares, los cuales permitirán la “diferenciación” en relación a los competidores.

La proyección de ventas e ingresos se han sustentado en la investigación de mercado, con la que se ha determinado los porcentajes de los hogares dispuestos en adquirir los servicios de Bio Home Clean S.A.C., la frecuencia del servicio y el precio idóneo que están dispuestos a pagar por el servicio.

En la estructura organizacional diseñada básicamente administrativa de soporte y apoyo al personal de limpieza, contará también con supervisión de la calidad en la realización del servicio, así como el desarrollo eficiente controlando el tiempo y el traslado del personal.

Bio Home Clean S.A.C. requiere una inversión en activos tangibles e intangibles, gastos preoperativos y capital de trabajo que ascendería a S / 231,580.84 soles, inversión que aportarían los socios de la empresa, con una inversión de S/ 138,948.51 en el primer año.

Los flujos económicos del proyecto con una tasa de oportunidad del 13%, reportarían un VAN de S/ 68,800.80 y una TIR de 21%.

Al final del presente trabajo se presentan conclusiones y recomendaciones que permiten perfeccionar y garantizar el éxito del proyecto.

ABSTRAC

This research project has been designed and structured according to the research carried out in a period of two months. It is proposed to put into operation a cleaning and disinfection service aimed at homes in modern Lima and southern Lima that covers the districts of: Barranco, Jesús María, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo, Chorrillos, Pachacamac San Juan de Miraflores, Villa El Salvador and Villa María del Triunfo.

All the information collected has been analyzed and has allowed to conclude the feasibility and viability of the project, for which, during the analysis the target market has been of great importance, as well as the analysis of the profile and consumer behavior, in addition to the opportunities that have occurred in the service sector (cleaning) during this global pandemic situation due to Covid 19 to which Peru is no stranger, which has allowed greater demand for cleaning and the extreme asepsis of the environments that surround us.

It is also important and vital to evaluate the results of the market research, allowing the design of strategies oriented to the sector that has been chosen considering age, socio-economic level (NSE) and the segment that is interested in obtaining cleaning and disinfection service for homes.

The company will present the proposal under the name of BIO HOME CLEAN SAC with the slogan "Cleaning and disinfection in expert hands", providing cleaning and disinfection service for homes, aimed at people who live in houses, apartment buildings, men and

women. women from 25 to 70 years old, married, single, partners, executives, housewives, men and women with dependent or independent jobs.

The value proposition is aimed at providing the cleaning and disinfection service with high-quality and reliable products, with the use of modern equipment and state-of-the-art disinfection products such as Quaternary Ammonium, which is a strong bactericide, fungicide and virucidal. whose relative innocuousness makes it an ideal product for the disinfection of environments and household surfaces, whose compounds give it excellent results against all types of microorganisms; which will allow it to produce benefits for all stakeholders of the company.

The strategies outlined for the project are aimed at positioning the brand and the company as a new and innovative, safe and reliable alternative, elements that will allow the "differentiation" of the competitors that already exist in the market.

Sales and income projections have been supported based on the information collected as a result of market research, which has determined the percentages of households willing to purchase Bio Home Clean SAC services, the frequency of the service and the ideal price that they are willing to pay for the service.

In the organizational structure designed basically administrative support and support to the cleaning staff, it will also have strict quality supervision in the performance of the service, as well as efficient development controlling the time and movement of the staff.

Bio Home Clean S.A.C. It requires an investment for the project in both tangible and intangible assets, pre-operating expenses and working capital that would amount to S /

231,580.84 soles, an investment that would be contributed by the company's partners, with an investment of S / 138,948.51 in the first year.

The economic flows of the project with an opportunity rate of 13%, would report a NPV of S / 68,800.80 and an IRR of 21%.

At the end of this work, conclusions and recommendations are presented that allow to improve and guarantee the success of the project.

INTRODUCCIÓN

La idea de negocio nace ante la coyuntura del estado de emergencia sanitaria mundial debido al virus sars cov 2 (Covid-19), generado la necesidad en las personas de tener un mayor cuidado en la limpieza y desinfección de sus hogares, para prevenir el contagio del virus.

Existe en el mercado productos de limpieza que garantizan un buen servicio, siendo la propuesta del trabajo de investigación el uso de productos para la desinfección, como es el Amonio Cuaternario y el ozono, cuya eficacia ha sido comprobada y demostrada en la desinfección de los ambientes en los establecimientos de salud.

Actualmente se observa que, debido al trabajo remoto sumadas a otras actividades, las personas no tienen tiempo para realizar labores domésticas, por lo que requieren contratar un servicio de apoyo.

Ante ello, se realizó el proyecto de investigación del Plan de Negocios para el servicio de Limpieza y Desinfección de hogares en Lima Moderna y Lima Sur, donde se propone la constitución de la empresa bajo el nombre de Bio Home Clean S.A.C.

El presente trabajo de investigación presente la información necesaria que permitirá determinar la viabilidad económica y financiera, así como la factibilidad técnica, operativa, comercial y legal de la idea de negocio.

CAPÍTULO I

I. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

I.1. Análisis del macroentorno (PESTEL)

I.1.1. Entorno político

En el aspecto político, nuestro país en los últimos años se encuentra sumergido en una profunda crisis política, debido al constante enfrentamiento entre los poderes del estado, generando un retraso en el progreso de reformas. A ello, se suma la pandemia por el COVID-19, que se inició el 6 de marzo con el primer contagio, agravando la crisis social, económica y sanitaria.

Según la agencia de noticias France 24 (2021) en la actualidad, frente a la renuncia de la ministra de salud por el escándalo de una vacunación prematura del expresidente Martin Vizcarra y otros funcionarios, ha incrementado la inestabilidad política en el Perú que afecta directamente a la cartera de Salud en un momento complicado, donde la pandemia hasta el momento ha dejado 43.255 víctimas mortales en la nación y más de 1,2 millones de individuos contagiados.

Finalmente, nos encontramos inmersos en un proceso electoral donde los políticos hacen más complejo cualquier situación reciente, generando desconfianza e incertidumbre a la población.

I.1.2. Entorno económico

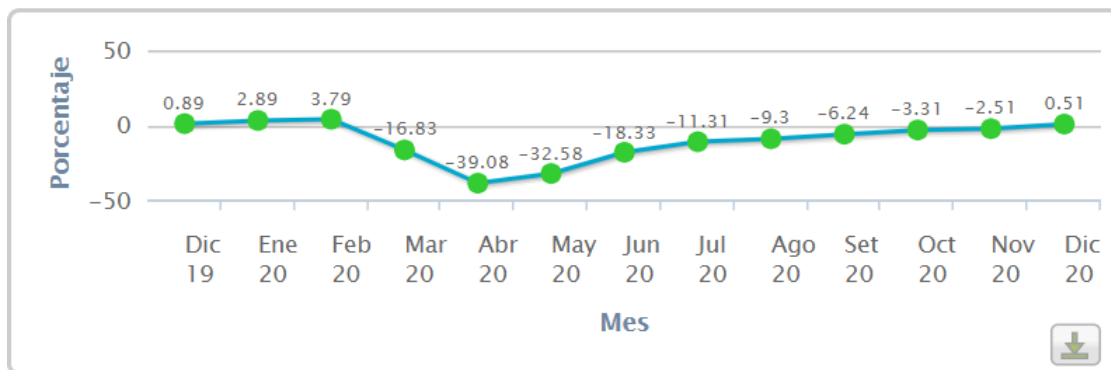
Perú, como muchos países del mundo se han visto perjudicado por la pandemia del COVID-19, debido a una cuarentena estricta que ha generado una caída del PBI de 17.4 % durante el primer semestre del 2020. Según, encuestas del Banco Mundial, las familias peruanas sufrieron una de las mayores pérdidas de empleo e ingresos en comparación con

otros países de América Latina. Sin embargo, considera que, a pesar de la fuerte recesión en el 2020, para el 2021 se espera un dinámico crecimiento, asumiendo una actuación rápida de inversión pública y un mejor panorama internacional a partir de la ejecución de la vacuna contra el COVID-19 (Banco Mundial, 2020), como se muestra en la Ilustración 1:

Tabla 1

Ilustración 1

Muestra de tendencia económica nacional, global y sectorial



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020).

Ante la pandemia, el estado ha dispuesto programas de apoyo económico y asistencial, como bonos y subsidios, que incluyen entre entregas de dinero en efectivo, prórroga del pago de impuestos y garantías crediticias para el sector privado, ello, con la finalidad de proteger a la población más vulnerable y a las empresas (Banco Mundial, 2020).

Además, con Decreto de Urgencia N° 029-2020, el Gobierno aprobó el Fondo de Apoyo Empresarial para las Mype (FAE-Mype), donde el Estado asignará recursos con la finalidad que las empresas puedan acceder a préstamos concedidos por instituciones financieras para salir de las dificultades provocadas por la pandemia del covid-19 (El Peruano, 2020).

El duro impacto económico provocado por la emergencia sanitaria, donde se han visto más afectadas las pequeñas empresas, por lo que el FAE MYPE ha incrementado sus coberturas hasta un 98% para préstamos hasta S/ 10 000, y hasta 90% para préstamos de hasta S/ 30 000. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020).

- El préstamo tiene un aplazamiento de hasta 36 meses.
- Periodo de gracia de hasta 12 meses.
- Tasa de interés dispuesta por entidades financieras.

De acuerdo con el informe presentado por Asbanc en el contexto de la Emergencia Nacional por la pandemia Covid-19, la economía peruana se encontraría posicionada para enfrentar esta pandemia, en comparación con las dificultades vividas en 1998-2001 y 2008-2009 (Andina, 2020).

En el aspecto económico, se espera una mejora en la economía con la implementación de la vacuna, visto los beneficios para las empresas se evaluará acceder a un préstamo a través del Fondo de Apoyo Empresarial para las MYPE para capital de trabajo. Además, se tomará como una oportunidad la tasa de desempleo para captar y contratar personal para el tipo de servicio a prestar y la probabilidad de una reducción de la demanda del público objetivo (NSE A y B).

1.1.3. Entorno social

Desde que inició la pandemia, el gobierno instó a la sociedad a tomar medidas de prevención, como lavado de manos y distanciamiento social para combatir el contagio, observándose cambios en el comportamiento de las personas en sus hábitos higiénicos para proteger su salud y la de su familia.

Convirtiendo a los servicios de limpieza en una necesidad fundamental para todos los niveles socioeconómicos para evitar el contagio, lo que hará que el cliente sea más exigente con relación al servicio de limpieza y desinfección.

La propuesta de brindar servicios de limpieza y desinfección nace con la idea de ayudar a reducir el riesgo de contaminación, eliminando gérmenes que se encuentren en superficies y objetos que se tocan con frecuencia, utilizando productos especiales y adecuados.

Otro factor importante que destacar es la tasa de desempleo en Lima Metropolitana, donde el 43.2% son mujeres frente al 37.6% de hombres, que en su mayoría laboraban en el sector informal y en negocios del servicios y comercio (El Economista América, 2020).

En consecuencia, hace determinar que las oportunidades de negocios son altas. Por un lado, la necesidad del público objetivo al que se dirigirá el negocio (NSE A y B) para mantener limpios y desinfectados sus hogares y, por otro lado, aprovechar el porcentaje de personas desempleadas para captarlos, capacitarlos y convertirlos en personal calificado para el tipo de servicios a prestar.

1.1.4. Entorno tecnológico

Los peruanos ocupan 25.5 horas. al mes en el internet, ubicando al país en el cuarto lugar en América Latina que más utiliza internet; por delante Brasil, Argentina y México con mayor población. Además, se aprecia que la población online peruana son jóvenes, el 30.2% de usuarios que visitan alguna página web o plataforma online tienen entre 15 y 24 años, el 21.1% tienen entre 25 y 34 años. Existiendo la mayor visita de hombres con un 56.2% de promedio, mientras que en mujeres representa el 43.8% (Perú Retail, 2019).

Según la Cámara de Comercio de Lima (CCL), el 40% de los negocios peruanos utilizan ecommerce para vender sus productos y servicios; asimismo la tasa de penetración es de 72,7% fomentando al comercio electrónico como un mercado potencial que empieza a despegar con proyecciones muy alentadoras a futuro (Perú Retail, 2021).

Bajo este contexto, se complementa el incremento de compras digitales convirtiéndose en una de las herramientas preferidas y seguras para los compradores al momento de adquirir productos y servicios, hoy en día el ecommerce es una necesidad para la permanencia y crecimiento de las grandes, medianas y pequeñas empresas que desean mantenerse y liderar en el mercado (Perú Retail, 2021).

Considerando que el público objetivo está adaptado al comercio electrónico, los servicios se ofrecerán en la página web, redes sociales y el WhatsApp de la empresa. EL modo de pago se realizará por transferencia bancaria y otros dispositivos. Para lo cual, se evaluará contratar el servicio SEO (Search Engine Optimization) para posicionar el servicio en la primera búsqueda de Google.

1.1.5. Entorno ecológico

Últimamente se ha visto una tendencia al cuidado del medio ambiente y la vida saludable, motivando a las personas la compra y consumo de productos que sean ecológicos y que no generen un gran impacto con el medio ambiente.

Para el servicio de desinfección se utilizará el amonio cuaternario, “derivado del amoniaco; compuesto químico de quinta generación y es recomendado por su amplio espectro bactericida, fungicida y virucida; siendo su uso seguro y de menor impacto en el medio ambiente” (Alvarado, 2020).

Se considerará el uso de productos de calidad y que no sean tan nocivos con el medio ambiente, para lo cual, se evaluará la compra de estos productos con la finalidad de contribuir con el medio ambiente.

1.1.6. Entorno legal

En el aspecto legal, “la Micro y Pequeña Empresa (MYPE) juega un papel muy importante en el desarrollo económico del Perú, al ser una gran fuente de empleo y agente dinamizador del mercado” (Guzman, 2018).

Por ello, “el Estado otorga varios beneficios a las micro y pequeñas empresas. Por ejemplo, facilidades para su creación y formalización, dando políticas que impulsan el emprendimiento y la mejora de estas organizaciones empresariales” (Guzman, 2018).

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) tiene implementado un dispositivo llamado Sistema de Intermediación Digital (SID), que permite constituir una MYPE en 24 horas. Mediante este SID se podrá iniciar el registro electrónico de manera rápida y fácil, además de garantizar la seguridad (Guzman, 2016).

Por otro lado, las micro y pequeñas empresas se registran en un régimen especial denominado REMYPE, que tiene como finalidad promover su desarrollo, facilitándoles condiciones más sencillas para que puedan cumplir con sus obligaciones tributarias. Pueden realizar cualquier tipo de actividad, no existiendo límite en compras y podrán emitir todo tipo de comprobante de pago como factura, boleta de venta y otros (Guzman, 2018).

Finalmente, el enfoque de la información es porque la empresa se constituirá como una MYPE, considerando favorable los beneficios para la idea de negocio el que se quiere emprender.

Tabla 1

Análisis del entorno externo

Factor/Indicador	Número	Tendencia al año 2025	Peso	Impacto				Puntaje Ponderado
				Altamente negativo 0 a 1	Negativo 1.1 a 2	Moderado 2.1 a 3	Positivo 3.1 a 4	
Político legal	1		20%					2.73
Inestabilidad política	1.1	Se mantiene	20%	1.0				0.20
Crisis social, económica y sanitaria	1.2	Se mantiene	15%		1.0			0.15
Reactivación económica	1.3	Aumenta	20%				4.0	0.80
Apoyo para micro y pequeñas empresas	1.4	Se mantiene	15%				4.0	0.60
Información para la constitución de la	1.5	Se mantiene	15%			2.5		0.38
Incentivos tributarios	1.6	Se mantiene	15%				4.0	0.60
Factor Económico	2		30%					2.25
Disponibilidad de créditos financieros	2.1	Se mantiene	30%				4.0	1.20
Tasas interés en entidades financieras	2.2	Aumenta	15%		2.0			0.30
Costo estable de demanda laboral	2.3	Se mantiene	30%			2.5		0.75
Débil crecimiento del PBI	2.4	Aumenta	25%		2.1			0.00
Factor Social	3		25%					3.32
Concientización en el cuidado de la salud	3.1	Aumenta	30%				4.0	1.20
Cambio de hábitos de higiene	3.2	Aumenta	30%				4.0	1.20
Exigencia del servicio por parte del	3.4	Se mantiene	20%		1.5			0.30
Alta tasa de desempleo	3.5	Aumenta	20%			3.1		0.62
Factor Tecnológico	4		10%					2.50
Acceso a internet del público objetivo	4.1	Aumenta	25%				4.0	1.0
Crecimiento de E-Commerce	4.2	Aumenta	25%				4.0	1.0
Uso de redes sociales	4.3	Aumenta	25%			3.0		0.75
Control de información para servicio	4.4	Aumenta	25%			3.0		0.75
Factor Ecológico	5		15%					3.00
Uso de productos no tan nocivos con el	5.1	Aumenta	50%			3.0		1.50
Interés por las empresas ecológicas	5.2	Aumenta	50%			3.0		1.50
			100%					2.75

Fuente: Elaboración propia

El valor ponderado de la matriz del análisis del entorno externo es de 2.75, como se aprecia en la tabla 2, superior a la media considerándose moderado, por lo que la empresa puede responder de manera positiva al impacto de la situación del macroentorno.

I.2. Análisis de la industria - Fuerzas de Porter

El modelo de Porter permitirá analizar el nivel de competitividad de la empresa dentro del sector de Limpieza.

- **Identificación**

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), identifica a las actividades de limpieza y desinfección en la clase 8121, que corresponde a la “Limpieza General de Edificios”, como se aprecia en la Tabla 2:

Tabla 2

“Clasificación Industrial Internacional Uniforme de las Actividades Económicas (CIIU)”

81		Actividades de servicios a edificios y paisajismo
811	8110	Actividades combinadas de apoyo a instalaciones
812		Actividades de limpieza
	8121	Limpieza general de edificios
	8129	Otras Actividades de limpieza a edificios y de instalaciones industriales

Fuente: Informes estadísticos Serie M, No. 4/Rev. 4

- **Características**

Identificada la clasificación del negocio y los servicios que se brindarán, es necesario mencionar en qué consiste cada una de ellas, “Servicios de limpieza y desinfección de casa y de departamentos”.

Limpieza, es el proceso de remover, eliminar la suciedad y los gérmenes de superficies u objetos, utilizando productos convencionales; proceso que no elimina por completo los gérmenes, pero ayuda a reducir el riesgo de contagio de alguna bacteria.

Desinfección consiste en eliminar de forma específica las bacterias y virus de superficies u objetos mediante el uso de productos químicos; este proceso no remueve o limpia superficies sucias, pero destruye bacterias reduciendo considerablemente el riesgo de contagio alguna infección.

Para ambas actividades, se requiere contar con personal calificado y equipos e insumos adecuados para brindar un servicio de calidad, con lo que se busca generar confianza al cliente, ofreciéndoles ambientes limpios y seguros. Además, de alargar la vida útil de las instalaciones y optimizar la calidad de vida de los individuos evitando la propagación de infecciones y enfermedades.

Ambos servicios, se realizarán dependiendo el requerimiento del cliente.

- ***Evolución del sector***

En el sector de limpieza en los últimos años, se ha notado un incremento considerable en el número de empresas en el rubro de limpieza. Vivir o trabajar en un ambiente sucio puede perjudicar la salud, afectar el desempeño de los colaboradores y no es una buena carta de presentación ya sea una casa privada o una oficina. Las necesidades pueden ser muy variadas y una empresa de limpieza seria y profesional debe brindar servicios diversificados no solo para empresas, comercios y establecimientos de alojamiento, sino también para particulares. Desde una limpieza común hasta una limpieza extraordinaria, que garanticen ambientes saludables como una desinfección con ozono: existen varias

maneras que un ambiente sea higiénico y seguro. Con la llegada de la pandemia, hay empresas de limpieza que están equipadas con productos de limpieza y desinfección, maquinaria y equipos de alto rendimiento y profesionales capacitados. Además, los colaboradores deben cumplir procesos y protocolos específicos para garantizar estándares de limpieza y desinfección de locales industriales, civiles u hospitalarios. Por tanto, según las necesidades del cliente, la empresa de limpieza debe estar preparado para garantizar el servicio solicitado de acuerdo al tiempo pactado (Servicios Empresariales Veep, 2020).

1.2.1. Poder de negociación de los clientes

Según Quiroga (2019b), se define: “el poder de negociación de los clientes, como la capacidad superior que poseen estos agentes económicos a la hora de comprar insumos, materias primas, bienes o servicios a las empresas”.

De acuerdo con las entrevistas realizadas, los clientes están dispuestos a tomar los servicios de limpieza, pero buscan servicios que garanticen la limpieza en sus hogares. Además, exigirán seguridad, porque ingresarán a sus hogares personas extrañas a realizar el servicio.

El servicio de limpieza y desinfección estará dirigido a las familias de Lima Moderna y Lima Sur, del nivel socioeconómico A y B. Estas familias, por un lado, no disponen de tiempo para realizar estas actividades y, por otro lado, debido a la pandemia y el miedo al contagio los clientes han extremado la higiene en todos ambientes de los hogares.

Por lo que se determina que existe la necesidad y la importancia de contratar una persona o empresa que realiza las actividades de limpieza y desinfección que garantice una

higiene adecuada en sus casas y departamentos para evitar la propagación de algún virus, pero también serán exigentes al momento de evaluar el servicio y el precio.

Considerando que son los clientes quienes tienen el poder de decidir, la empresa buscará desarrollar la estrategia de diferenciación, incrementando la calidad del servicio y brindando un valor añadido en la calidad de los productos a utilizar, con la finalidad de fidelizar al cliente.

1.2.2. Poder de negociación de los proveedores

Quiroga (2019a) define: “el poder de negociación de los proveedores, como la capacidad superior que poseen estos agentes económicos a la hora de vender insumos, materias primas, bienes o servicios a las empresas”.

Se ha realizado la búsqueda en la página web de proveedores insumos, materiales, accesorios, máquinas y equipos de limpieza, donde se ha encontrado varias alternativas de proveedores en el mercado de Lima Metropolitana.

Proveedores para insumos, materiales y accesorios: Proclean, Química Verde, Clorox, Corporación Prolider, ect.

Proveedores para máquinas y equipos: Karcher (equipos de limpieza para el uso de casa), Ingenia (equipos de limpieza de cocina, aspiradoras, barredoras, ect), 3G Distribuidores (aspiradoras), Proclean (pulidoras, lustradoras, abrillantadoras, barredoras, secadoras, etc.), Carpet Cleaner Perú (máquinas para lavado de alfombras).

Dentro de otros proveedores, se evaluará la compra de un medio transporte adecuado para el traslado del personal, maquinaria, equipos, materiales e insumos de limpieza, porque se considera un alto el costo del servicio tercerizado.

Se considera una negociación moderada, por la existencia de una gran cantidad de proveedores en el sector y la necesidad que tienen de comercializar sus productos, lo que se aprovechará para negociar precios competitivos, evaluando siempre la calidad y el tiempo de atención. Además, se tomará en cuenta la localización de estos.

1.2.3. Amenaza de nuevos competidores

Dentro de la Amenaza de los nuevos competidores se menciona lo complicado que es entrar en un mercado. Existen pocas opciones de triunfar si hay muchas barreras de ingreso en la industria como estrictas normas, avance de la ciencia y adelantos tecnológicos o requerimientos altos de inversión. De lo contrario, si en el mercado existen escasas barreras de ingreso o estas son frágiles, tienen la opción de triunfar (“Amenaza de los Nuevos Entrantes”, s.f.).

El emprendimiento tendrá como nuevos competidores a las diferentes empresas que ingresen al mercado para brindar servicios de limpieza y desinfección para casas y departamentos, estas requieren una inversión que se cree poco probable por la situación económica que se vive, pero, por otro lado, existe la necesidad de las personas por cuidar su salud a través de la limpieza debido a la pandemia lo que podría incentivar el ingreso de nuevos competidores con equipos especializados por el avance de la tecnología y/o servicios diferenciados.

Por lo descrito, se considerará como moderada la amenaza de nuevos competidores para la empresa, para ello, la empresa buscará mantener la calidad del servicio y mejorar sus procesos de atención y protocolos.

1.2.4. Amenaza de servicios sustitutos

Son aquellos bienes o servicios que satisfacen las mismas necesidades de un cliente, y ante el incremento de éstos la industria empieza a decrecer. La aparición de productos o servicios sustitutos dependerá del nivel en que compensen las necesidades de los clientes, inclusive el precio y los costos que genere buscar por otro producto u otro servicio (Peiro Ucha, 2015).

Se considera como servicios sustitutos a las personas naturales que brindan este tipo de servicios de manera informal, reduciendo sus precios y ofreciendo horarios flexibles; las que son ubicadas por recomendación de personas del entorno, familia y amigos. También, se considera a los mismos habitantes que realicen estas actividades por temor a que ingresen personas extrañas a sus hogares o porque emplean personal doméstico.

Los servicios sustitutos identificados, se considerará como alta, debido que el nivel socioeconómico al que está dirigido el negocio cuentan con personal doméstico o por el temor a que ingresen personas extrañas buscarán un personal recomendado; pero también, es preciso resaltar que estas personas no realizarán una limpieza profunda y no utilizarán productos adecuados y de calidad.

1.2.5. Rivalidad entre competidores existentes

Se le denomina a la forma cuando las empresas de un mismo rubro buscan liderar en el mercado y desarrollan diversas estrategias como competencia de precios, campañas promocionales agresivas, lanzamientos de nuevos productos. La rivalidad empieza a incrementar con mayor intensidad cuando las empresas se sienten presionados por la

competencia o lo ven como una oportunidad para buscar una posición de liderazgo (“Rivalidad entre competidores”, s.f.).

Para lo cual, se considerará como rivalidad entre competidores existentes a las empresas constituidas como personas jurídicas que brindan servicios similares (limpieza de oficinas, locales, desinfección, fumigación, etc.), que atienden sus pedidos por sus páginas web, redes sociales y el pago lo realizan por diferentes medios electrónicos. En el siguiente cuadro se puede apreciar la ubicación de las empresas y los servicios diferenciados que brindan.

Tabla 3

Empresas que brindan servicio de limpieza

Razón social	Ubicación	Servicios que brindan
SELIM Limpieza & desinfección SAC	Según SUNAT: San Miguel	Limpieza hogar / Limpieza oficinas Limpieza integral de casas y departamentos. Limpieza por horas de áreas específicas (cocinas, terrazas, etc). Desinfección de ambientes. Lavado y limpieza de muebles y autos. Limpieza de colchones.
Manitas Limpiadoras	Según página web: Santiago de Surco	Servicio de limpieza y desinfección dirigida a hogares y a empresas oficinas. (Limpieza diaria, periódica o profunda) Cobertura a los distritos de Lima Moderna Limpieza de departamento, casa y oficina.
LimpioTuDepaPeru	No registra	Precios desde 59 (4 horas – 75m2), 79(6 horas 90m2) y 109(8 horas- 100m2) Cobertura: Lima Metropolitana y Callao

Fuente: Elaboración propia

De las tres empresas que se detallan en cuadro se observa que son grandes, medianas y pequeñas empresas en el rubro de limpieza, quienes cuentan con productos diversificados. Por ejemplo: las grandes empresas brindan servicios especializados de limpieza,

desinfección y fumigación a casas y departamentos, oficinas, locales, etc.; las empresas medianas brindan servicios de limpieza para casas, departamentos, autos u otros, como colchones, alfombras, etc.; y las pequeñas que brindan servicios de limpieza casas, departamentos y oficinas, pero a más cobertura.

Considerando como alta la rivalidad de competidores existentes para la empresa.

Tabla 4: Análisis del Sector Industria
Análisis del Sector Industria

Factor / Indicador	Número	Tendencia al año 2025	Peso	Calificación (Impacto)					Calificación Ponderada
				Altamente negativo	Negativo	Moderado	Positivo	Altamente positivo	
				0 a 1	1.1 a 2	2.1 a 3	3.1 a 4	4.1 a 5	
Cientes	1		30%						
Importancia del servicio	1.1	Se mantiene	30%					4.1	1.2
Satisfacción del servicio	1.2	Se mantiene	30%				4.0		1.2
Exigencia de la calidad del servicio	1.3	Aumenta	10%			2.5			0.3
Exigencia de la calidad de los productos	1.4	Aumenta	10%			2.5			0.3
Rentabilidad del cliente	1.5	Se reduce	15%		1.1				0.2
Desconfianza del personal que ingresará a sus domicilios	1.6	Se mantiene	5%			3.0			0.2
Proveedores	2		30%						3.7
Gran cantidad de proveedores	2.1	Aumenta	30%					4.1	1.2
Necesidad de comercializar sus productos	2.2	Aumenta	30%				4.0		1.2
Localización adecuada de proveedores	2.3	Se mantiene	30%				4.0		1.2
Costos de cambio de proveedores	2.4	Se mantiene	10%		1.1				0.1
Nuevos competidores	3		10%						2.2
Ingreso de nuevas empresas	3.1	Se mantiene	25%			2.5			0.6
Servicios de manera informal	3.2	Aumenta	25%		1.1				0.3
Diferenciación del servicio (conocimientos y tecnología)	3.3	Aumenta	25%			2.5			0.6
Capital de trabajo	3.4	Se reduce	25%			2.5			0.6
Servicios sustitutos	4		10%						1.8
Incremento de servicios sustitutos	4.1	Aumenta	25%		1.1				0.3
Disponibilidad de sustitutos cercanos (servicio doméstico)	4.2	Aumenta	25%			2.0			0.5
Precios reducidos	4.3	Aumenta	25%			2.0			0.5
Horarios flexibles (domingos)	4.4	Aumenta	25%			2.0			0.5
Competidores existentes	5		20%						1.7
Posicionamiento en el mercado	5.1	Se mantiene	25%			2.0			0.5
Diversificación de servicios	5.2	Se mantiene	25%		1.1				0.3
Uso de equipos especializados	5.3	Se mantiene	20%			2.0			0.4
Nivel de capacidad de competidores	5.4	Se mantiene	20%		1.5				0.3
Ubicación adecuada	5.5	Se mantiene	10%			2.0			0.2
			100%						2.8

Fuente: Elaboración propia

El valor ponderado de la matriz del análisis del sector industrial es de 2.8, superior a la media 2.5, por lo que la empresa desarrollará ventajas competitivas para competir en el mercado y buscando relaciones a largo plazo con sus proveedores y clientes. Para diferenciarse utilizará productos económicos, eficaces, seguros y sostenibles; como es el amonio cuaternario y el ozono. Además, resaltaré el profesionalismo del personal, el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad y seguridad, buscando fidelizar al cliente.

- **Matriz del perfil Competitivo (MPC)**

Perez, M. (2021), la MPC tiene como finalidad identificar a los principales competidores de la compañía, las fortalezas y debilidades, en relación con el modelo de visión estratégica de la empresa. Los factores pueden ser temas internos y externos, estos describen y califican las fuerzas y debilidades.

Tabla 5

Matriz del perfil Competitivo

Factores críticos para el éxito	Bio Home Clean SAC		SELIM		Manitas limpiadoras		
	Peso	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
Calidad del servicio	0.20	4	0.80	4	0.8	4	0.8
Calidad de productos utilizado	0.20	4	0.80	2	0.4	2	0.4
Diversificación de servicios	0.10	1	0.10	4	0.4	4	0.4
Puntualidad en el servicio	0.10	3	0.30	2	0.2	2	0.2
Cumplimiento de protocolos	0.10	4	0.40	3	0.3	2	0.2
Competitividad de precios	0.10	3	0.30	3	0.3	3	0.3
Personal calificado	0.20	4	0.80	4	0.8	3	0.6
Total	1.00		3.50		3.2		2.9

Nota: valores de clasificación, 1=debilidad principal 2=debilidad menor 3= fortaleza menor 4= fortaleza principal Fuente: Elaboración propia.

El valor más alto de la MPC es de 3.50 en comparación con las demás empresas, por lo que se considera que la empresa tiene que buscar estrategias de competitividad para poder destacar en el mercado, teniendo en cuenta la media de la competencia.

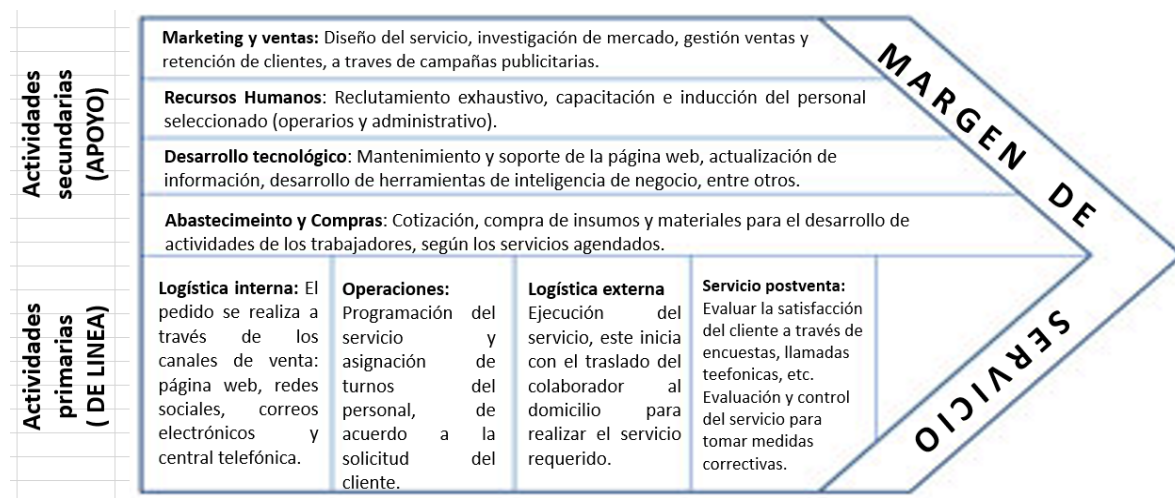
I.3. Análisis interno

I.3.1. Cadena de Valor de Porter

Se detalla las actividades del negocio. La infraestructura de la empresa por el momento no atenderá de manera presencial por motivos de la pandemia, los servicios se ofrecerán en la página web, central telefónica, redes sociales y correos electrónicos.

Tabla 6

Actividades primarias y secundarias



Nota: Cadena de valor. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7

Análisis de las actividades de la empresa

Actividades primarias	Actividades secundarias	Análisis de la cadena de valor
<p>Logística interna: El pedido se realiza por medio de canales de atención: página web, central telefónica, redes sociales y correos electrónicos.</p>	<p>Abastecimiento y Compras: Cotización, compra de insumos y materiales para el desarrollo de actividades de los trabajadores, según los servicios agendados.</p>	<p>Relación estrecha y coordinada entre logística y abastecimiento y compras, lo que permite atender de manera rápida y eficiente a los clientes.</p>
<p>Operaciones: Programación del servicio y asignación de turnos del personal, de acuerdo a la solicitud del cliente.</p>	<p>Desarrollo tecnológico: Mantenimiento y soporte de la página web, actualización de información, desarrollo de herramientas de inteligencia de negocio, entre otros.</p>	<p>La relación del área de operaciones y desarrollo tecnológico ha permitido eficiencia en la programación de los servicios en tiempo real.</p>
<p>Logística externa: Ejecución del servicio, este inicia con el traslado del colaborador al domicilio del cliente para realizar el servicio requerido.</p>	<p>Recursos Humanos: Reclutamiento exhaustivo, capacitación e inducción del personal seleccionado (operarios y administrativo).</p>	<p>Relación indirecta pero eficiente, porque el área de recursos humanos cubre las necesidades de la empresa con personal capacitado y permite brindar un servicio de calidad.</p>
<p>Servicio postventa: Evaluar la satisfacción del cliente a través de encuestas, llamadas, etc. Evaluación y control del servicio para tomar medidas correctivas. Fuente: Elaboración propia</p>	<p>Marketing y ventas: Diseño del servicio, investigación de mercado, gestión ventas y retención de clientes, a través de campañas publicitarias y otros.</p>	<p>Relación directa ya que el área de postventa recoge todas las necesidades, molestias e inquietudes de los clientes para ser convertidas en una oportunidad para el desarrollo de estrategias de Marketing.</p>

1.3.2. Análisis por áreas funcionales

Se analizará a la empresa en función de las áreas funcionales, para identificar sus fortalezas y debilidades.

Tabla 8 :

Análisis por áreas funcionales

Área Funcional	Eficiente o Deficiente
Logística interna	- Procesos que integran a todas las áreas de la empresa.
	- Sistematización de los pedidos por semanas, días y horas.
	- Control y seguimiento de la programación de los servicios solicitados.
	- Posibles cruces de horarios o cancelación de servicios a tiempo.
Operaciones	- Programación oportuna de los servicios de acuerdo con la capacidad de personal y la solicitud del cliente.
	- Distribución de productos y cantidades adecuadas para cada servicio.
	- Asegurar el cumplimiento de los servicios programados.
Logística externa	- Distribución y coordinación del traslado del personal.
	- Posible incumplimiento con los horarios programados.
	- Personal capacitado desarrolla sus actividades de manera óptima.
	- Trato amable y respetuoso con el cliente.
	- Cumple con los horarios programados.
Servicio postventa	- Uso de los productos y cantidades adecuadas.
	- Verificar el cumplimiento con los protocolos de bioseguridad.
	- Posibles problemas con los tiempos programados y costos del servicio.
	- Trato amable con el cliente.
	- Se brinda información correcta y precisa al cliente.
	- Se brinda soluciones inmediatas a cualquier inconveniente.
	- Se recibe y gestiona la atención de reclamos oportunamente.
	- Posibles problemas por cancelación de servicios.

Abastecimiento y Compras	<ul style="list-style-type: none">- Poder de negociación con proveedores.- Compras eficientes de acuerdo con requerimientos.- Manejo eficiente de los recursos de la empresa.
	<ul style="list-style-type: none">- Exceso de compras.
Desarrollo Tecnológico	<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo de plataforma para el giro del negocio eficiente.- Desarrollo de procesos óptimos de atención, control y seguimiento de los servicios.- Desarrollo de plataformas amigable y de fácil acceso para el cliente.- Comunicación interactiva y dinámica con el cliente.
	<ul style="list-style-type: none">- Posible caída del sistema.
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none">- Reclutamiento exhaustivo con la finalidad de contar con personal profesional adecuado y comprometido con la empresa.- Las labores de capacitación e inducción son eficientes para lograr un buen desempeño laboral del personal.- Falta de seguimiento y control para evitar la alta rotación del personal.
	<ul style="list-style-type: none">- Falta de encuesta para determinar el clima laboral.
Marketing y ventas	<ul style="list-style-type: none">- Desarrollo de estrategias para el lanzamiento del servicio.- Efectividad de campañas publicitarias.- Desarrollo de estrategias de diferenciación
	<ul style="list-style-type: none">- Posibles campañas donde el cliente no se sienta identificado con el servicio.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Análisis interno

Indicador interno	Patrón de comparación	Peso	Puntaje					Puntaje Ponderado
			1	2	3	4	5	
Logística interna		15%						3.9
Procesos integrados entre áreas	Meta interna	35%				4		1.4
Procesos sistematizados	Competencia	35%				4		1.4
Control y seguimiento de pedidos	Meta interna	25%				4		1.0
Cancelación de pedido	Necesidad del cliente	5%	1					0.1
Operaciones		20%						3.70
Programaciones oportunas de servicios	Meta interna	25%				4		1.0
Cumplimiento del servicio	Competencia	30%				4		1.2
Distribución de productos e insumos para cada servicio	Meta interna	10%			3			0.3
Plataforma de pago online	Meta interna	10%				4		0.4
Distribución y coordinación de traslado de personal	Meta interna	5%				4		0.2
Disponibilidad de personal	Meta interna	15%			3			0.5
Costo del servicio	Competencia	5%			3			0.2
Logística externa		25%						3.76
Servicio eficiente y con personal calificado	Competencia	45%				4		1.80
Calidad del servicio	Competencia	35%				4		1.40
Uso de productos y cantidades adecuadas	Meta interna	8%		2				0.16
Cumplimiento de protocolos de bioseguridad	Competencia	5%			3			0.15
Buen trato con el cliente	Competencia	6%				4		0.24
Cancelación del servicio por parte del cliente	Necesidad del cliente	1%	1					0.01
Servicio postventa		15%						3.75
Trato amable con el cliente	Competencia	30%					5	1.5
Información correcta y precisa	Meta interna	20%				4		0.8
Soluciones inmediatas	Competencia	20%			3			0.6
Se recibe y gestiona la atención de reclamos	Meta interna	25%				3		0.8
Problemas de atención	Meta interna	5%		2				0.1
Abastecimiento y compras		5%						3.30
Negociación con proveedores	Competencia	35%				4		1.4
Compras eficientes	Meta interna	30%				3		0.9
Manejo eficiente de los recursos	Equilibrio	30%				3		0.9
Exceso de compra de algunos insumos	Meta interna	5%		2				0.1
Desarrollo tecnológico		5%						3.74
Manejo y soporte de plataformas digitales	Competencia	25%				4		1.0
Sincronización de procesos con las demás áreas	Meta interna	25%				4		1.0
Plataforma amigables y de fácil acceso para el cliente	Competencia	25%				4		1.0
Comunicación interactiva y dinámica con el cliente	Necesidad del cliente	24%			3			0.7
Caída de sistema	Meta interna	1%		2				0.0
Recursos humanos		5%						3.65
Habilidades requeridas en el personal	Competencia	45%				4		1.8
Cumplimiento de instrucciones y protocolo	Meta interna	30%				4		1.2
Constante capacitaciones para un mejor desempeño laboral	Meta interna	20%			3			0.6
Alta rotación de personal	Meta interna	5%	1					0.1
MARKETING		10%						4.0
Desarrollo de estrategias para el lanzamiento del servicio	Competencia	30%				4		1.2
Efectividad de campañas publicitarias	Meta interna	35%				4		1.4
Desarrollo de estrategias de diferenciación	Competencia	35%				4		1.4
		100%						3.75

Matriz de evaluación de indicadores internos, unidad estratégica de servicio de Limpieza y desinfección
Fuente: Elaboración propia

El valor ponderado de la matriz de evaluación de indicadores internos es de 3.75, superior a la media 2.5, por lo que se considera favorable el factor interno para el inicio de la idea de negocio.

Análisis FODA

El análisis FODA, también llamado análisis DAFO o DOFA, es un proceso que consiste en evaluar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la situación actual de la empresa. Es una herramienta que se utiliza antes de ejecutar cualquiera estrategia comercial; estas estrategias pueden ser ofensivas o defensivas (Kyziryan, 2015).

Tabla 10

FODA

Fortalezas	Oportunidades
Calidad del servicio de limpieza y desinfección Personal calificado y de confianza Personal cuenta con seguro SCTR Servicio de postventa personalizado Uso de productos de calidad (Poder de negociación Sincronización de procesos con las áreas Cumplimiento de protocolos de bioseguridad	Cambio de hábitos de higiene Concientización del cuidado de la salud a través de la Menos disponibilidad de tiempo para estas actividades Incentivos tributarios y tasas atractivas en sistema Costo estable de demanda laboral Incremento de compras de servicios por internet Uso de redes sociales por parte del público objetivo
Debilidades	Amenzas
Empresa nueva en el mercado Altos de costos de inversión Récord crediticio Alta rotación de personal Disponibilidad de poco personal	Inestabilidad política, económica, social y sanitaria Informalidad en sector limpieza Desconfianza de los clientes. Incremento de servicios sustitutos Diversificación de servicios de la competencia Nivel de capacidad de competidores

Fuente: Elaboración propia

Para poder determinar las estrategias a utilizar se realizará el FODA cruzado (ver Tabla 11) que ayudará como métrica para trazar objetivos y estrategias competitivas.

Tabla 11

FODA Cruzado

		Fortalezas				Debilidades	
		F1	Calidad del servicio de limpieza y desinfección			D1	Empresa nueva en el mercado
		F2	Personal calificado y de confianza			D2	Altos de costos de inversión
		F3	Personal cuenta con seguro SCTR			D3	Récord crediticio
		F4	Servicio de postventa personalizado			D4	Alta rotación de personal
		F5	Uso de productos de calidad (Poder de negociación con proveedores)			D5	Disponibilidad de poco personal
		F6	Sincronización de procesos con las áreas involucradas (comunicación)				
		F7	Cumplimiento de de protocolos de bioseguridad				
		Capacitación constante al personal para brindar servicio de calidad y seguridad, que genere confianza al cliente.				Brindar servicios con altos estándares de calidad, buscando diferenciarnos de la competencia. Para ello, se realizará encuestas de satisfacción a través de nuestras plataformas (encuestas online y servicio posventa)	
Amenazas	A1	Inestabilidad política, económica, social y sanitaria	Brindar una comunicación clara y precisa por todos los medios de contacto con el cliente (pagina web, redes sociales, otros)		Estrategia DA	Uso de productos que garanticen la limpieza y desinfección de los ambiente, generando tranquilidad a cualquier contagio e infección. Para ello, se utilizará amonio cuaternario y ozono, productos que se utilizan en los hospitales.	
	A2	Informalidad en sector limpieza	Se utilizarán productos de calidad y que sean menos nocivos con el medio ambiente (amonio cuaternario y ozono) (poder de negociación)			Desarrollo de una plataforma de alto impacto para el cliente para generar curiosidad y necesidad, ésta será amigable y de fácil acceso.	
	A3	Desconfianza de los clientes.	Servicio personalizado para la atención de pedido y pagos a través de las plataformas de atención que garanticen la seguridad y atención del servicio.			Aprovechar la necesidad de mantener ambientes saludables para evitar la propagación y contagio de cualquier virus, lo que permitirá a la empresa penetrar y posicionarse en el mercado con un servicio de calidad y uso de productos altamente efectivos de desinfección.	
	A4	Incremento de servicios sustitutos	Aprovechar los cambios de hábitos e interés por cuidado de la salud a través de la limpieza y desinfección para lograr un posicionamiento en el servicio.			Buscar la mejor alternativa de inversión y financiamiento en entidad financieras a mediano plazo con la finalidad de una pronta recuperación de capital, para luego seguir invirtiendo. Además aprovechar los incentivos tributarios.	
	A5	Diversificación de servicios de la competencia	Aprovechar la demanda laboral para contratar personal calificado, a quien se le brindará los beneficios correspondientes para evitar rotación de personal.			Para lograr un impacto en el cliente con la información que se quiere transmitir por la pagina web y redes sociales, se contará con Community Manager para crear contenido de valor para la empresa.	
	A6	Nivel de capacidad de competidores	Aprovechar uso de la tecnología del mercado objetivo para difundir el servicio. Haciendo publicidad por la redes sociales, campañas de concientización de lo importante que es tener sus hogares limpios y desinfectados, generando una cultura para el cliente y a la empresa le permitirá un incremento de demanda.				
Oportunidades	O1	Cambio de hábitos de higiene			Estrategia DO		
	O2	Concientización del cuidado de la salud a través de					
	O3	Menos disponibilidad de tiempo para estas actividades					
	O4	Incentivos tributarios y tasas atractivas en sistema financiero					
	O5	Costo estable de demanda laboral					
	O6	Incremento de compras de servicios por internet					
	O7	Uso de redes sociales por parte del público objetivo					

Fuente: Elaboración propia

CAPITULO II

II. PLANEAMIENTO ESTRATÉGICO

Visión

“Ser reconocida como una empresa líder en el mercado de limpieza y desinfección, brindando servicios de calidad que garanticen la satisfacción de nuestros clientes a través de personal calificado y de confianza”.

Misión

“Somos una empresa que brinda servicios de limpieza y desinfección enfocados en el cuidado de la salud, utilizando productos de alta calidad y con el apoyo de expertos en limpieza para cubrir las necesidades de nuestros clientes”.

Valores

- Seguridad
- Honestidad
- Respeto
- Disciplina y puntualidad

Objetivos estratégicos

III. *Objetivos de rentabilidad*

El objetivo principal de la empresa a largo plazo es lograr un beneficio económico, ofreciendo servicios de limpieza y desinfección, con personal calificado a base del uso productos de óptima calidad; además de contribuir con el medio ambiente.

- Lograr una rentabilidad mayor al 13% a partir del primer año.
- Alcanzar un retorno de inversión dentro de los dos primeros años.

IV. Objetivos de crecimiento

El objetivo de crecimiento es consolidar a la empresa dentro del rubro de limpieza mediante una estrategia de penetración en el segmento meta, lo que permitirá ser reconocida y ayudará a captar más clientes.

- Incrementar los servicios en un 8.5% por año.
- Aumentar nuestra cartera de clientes en un 5% por año.

V. Objetivos de supervivencia

Para el objetivo de supervivencia, la empresa analizará buscar otros segmentos de cobertura geográfica, para desplegar sus servicios a más distritos de Lima Metropolitana, con la finalidad de posicionar a la empresa como la mejor alternativa para la limpieza y desinfección de casa y departamentos.

- Posicionar a la empresa dentro de las cinco empresas líderes del sector a mediano plazo.

VI. Estrategia competitiva

Una empresa tiene una ventaja competitiva cuando tiene un atributo insuperable y sostenible en relación a la competencia, permitiéndole lograr mejores resultados y por consiguiente una posición superior en el mercado (Espinoza, 2017).

Bio Home Clean SAC, desarrollará la estrategia de diferenciación para llegar a más clientes del segmento buscando la valoración del cliente, las propuestas son:

- Convertir a los colaboradores en socios estratégicos a través de capacitaciones constantes en la manipulación de los equipos y uso adecuado de insumos con la finalidad de garantizar un servicio de calidad y de manera segura.

- Se utilizará el amonio cuaternario y el ozono, que son productos que sirven para desinfectar los ambientes sin causar daño a las personas y al medio ambiente, éstos son usados en hospitales y tienen una efectividad para la prevención de cualquier enfermedad y la eliminación de bacterias y virus.

VII. Estrategia de crecimiento

Es un conjunto de acciones y reglas que elabora una empresa con la finalidad de incrementar su participación en el mercado con la finalidad de lograr una ventaja única y competitiva en el entorno competitivo (Quiroga, 2020).

En ese sentido, Bio Home Clean SAC desarrollará la estrategia de penetración de mercado buscando aumentar su participación en el mercado del sector al que está dirigido el negocio, para lo cual, se propone:

- Buscar una penetración en el mercado brindando un servicio diferenciado, de calidad a través de una campaña publicitaria agresiva, tecnología de punta y plataformas interactivas y de fácil acceso, con lo que se espera impactar al cliente generando la necesidad del servicio.
- Evaluar ingresar a otros distritos de Lima Metropolitana.
- Desarrollar otros servicios evaluando la necesidad de los clientes existentes.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1 Objetivo General

Nuestro objetivo es poder recopilar y analizar toda la información necesaria para ofrecer una alternativa diferente, innovadora y un servicio de alta calidad a nuestros potenciales y futuros clientes, ofreciendo un servicio para la limpieza y desinfección en sus hogares, utilizando plataformas digitales, en el año 2021.

3.2 Objetivos Específicos

- Determinar la tarifa del servicio, según la demanda del mercado, de acuerdo, con los dos tipos de servicios que vamos a ofrecer, en Lima Moderna y Lima Sur, en los próximos 15 días.
- Identificar el valor agregado y la preocupación de las personas al contratar el servicio.
- Determinar la frecuencia de uso de los servicios, en el año 2020.
- Determinar el volumen de la demanda de servicios de limpieza y desinfección en los hogares en el 2021, en Lima Moderna y Lima Sur.
- Conocer el gasto promedio de los productos que se usarán para la limpieza y desinfección en los hogares, en el año 2021.
- Identificar 3 características y comportamientos del perfil que tiene nuestro público objetivo, dentro de los 20 días.

3.3 Metodología

En la siguiente investigación se usarán dos enfoques de investigación cualitativa y cuantitativa.

3.4 Investigación Exploratoria

Para la investigación cualitativa se utilizó herramientas digitales, como WhatsApp, Zoom, video llamadas, para realizar las 10 entrevistas a los nuestros potenciales

clientes y especialistas, las cuales tuvieron una duración de más de 30 minutos por persona, de esta manera se obtuvo la información para determinar la solución de la problemática. La entrevista se desarrollará con preguntas abiertas, con ello determinaremos el comportamiento de nuestros clientes, a través de las herramientas digitales, debido a que no se encontró información histórica de las ventas, por todo lo mencionado determinamos que la investigación es de carácter exploratorio. (ver Anexo 1: Entrevistas).

3.4.1 Guía de entrevista

3.4.1.1 Presentación de entrevista

Buenas noches, mi nombre es...gracias por estar con nosotros

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza y desinfección en tu hogar ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

3.4.1.2 Preguntas de iniciación

- Datos Personales:
 - Nombre
 - Edad
 - Estado Civil

-Distrito en el que vives

- Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?

- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realizas en casa o es remoto?

- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?

- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?

3.4.1.3 Cuerpo de la entrevista

- Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

- Preguntas:

1.- ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?

2.- ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?

3.- ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en tu hogar?

4.- ¿Con qué frecuencia hacen la limpieza en su hogar?

5.- ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?

6.- ¿Qué productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:

a) Lejía

b) Desinfectantes

c) Detergente

d) Todos

e) Otros, mencione cuales

7.- ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?

8.- ¿Se realizan protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?

9.-Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?

3.4.1.4 Cierre de la entrevista

1.- ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?

2.- ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?

3.- ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?

4.- ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?

5.- ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?

Hemos llegado al final de la entrevista, agradecemos tu tiempo, la ayuda por la información brindada.

Muchas gracias

3.5 Investigación Concluyente

Para poder obtener la investigación cuantitativa, se utilizaron herramientas digitales, como Google Forms para realizar las encuestas, de esta manera se obtuvo la información para determinar nuestro mercado.

3.6 Selección de mercado

Determinamos el público objetivo, tomando en cuenta las siguientes variables:

- Segmentación Geográfica y demográfica

Tomamos en cuenta a las personas que viven en Lima Moderna y Lima Sur, entre las edades de 25-70 años del NSE A Y B.

Barranco, Jesús María, lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo, La Molina, son los distritos que pertenecen a Lima Moderna, teniendo una población en total de 1'416.000 M. habitantes, esto equivale al 13.4% del total de la población.

Los distritos que pertenecen en Lima Sur son: Chorrillos, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador y Villa María del Triunfo, con un total de población de 1'830.800 habitantes, representando el 17.4%.

Lima Moderna y Lima Sur tienen 3'255.80 habitantes.

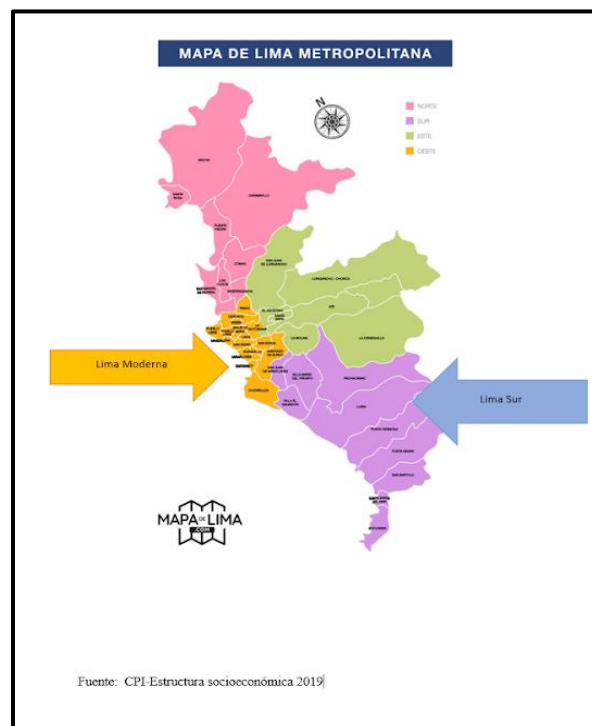
Tabla 12 Cálculo del Mercado Potencial

Variable de segmentación	Características	Datos	Fuente de información	Resultados
Geográfica	Lima Moderna	1,416,000	CPI	1,416,000
	Lima sur	1,839,800	CPI	1,839,000
				3,255,000
NSE - Lima Moderna	A-B	76.80%	CPI	1,087,000
NSE - Lima sur	A-B	13.30%		244,000
Edad - Lima Moderna	25 a 70 años	50.10%	CPI	544,931
Edad - Lima sur	26 a 70 años	45.39%	CPI	111,066
Mercado potencial				655,898

Fuente: Elaboración propia con datos de CPI

Ilustración 2

Mapa de Lima Metropolitana



Fuente: mapadelima.com

Tabla 13

Estructura socioeconómica de la población de Lima Metropolitana por zonas geográficas.

Zonas	Distritos	Población		Estructura socioeconómica (% horizontal)			
		Miles	% Sobre total	AB	C	D	E
Lima norte	Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres	2,627.6	24.8	22.9	44.1	27.6	5.4
Lima centro	Breña, La Victoria, Lima, Rimac, San Luis	828.4	7.8	33.1	43.4	20.2	3.5
Lima moderna	Barranco, Jesús María, La Molina, Lince, Magdalena del Mar, Miraflores, Pueblo Libre, San Borja, San Isidro, Santiago de Surco, Surquillo	1,416.0	13.4	76.8	17.4	4.5	1.3
Lima este	Ate, Chaclacayo, Cieneguilla, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, Santa Anita	2,616.4	24.7	17.7	45.7	29.6	7.0
Lima sur	Chorillos, Lurín, Pachacamac, San Juan de Miraflores, Villa el Salvador, Villa María del Triunfo	1,839.8	17.4	13.3	53.4	27.4	5.9
Callao	Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, Mi Perú, Ventanilla	1,100.4	10.4	21.7	45.9	23.6	8.8
Balnearios	Ancón, Pucusana, Punta Hermosa, Punta Negra, San Bartolo, Santa María del Mar, Santa Rosa	152.5	1.4	9.7	39.9	37.7	12.7
Total Lima metropolitana		10,580.9	100.0	27.7	42.6	24.1	5.6

Fuente: CPI Estructura socioeconómica 2019

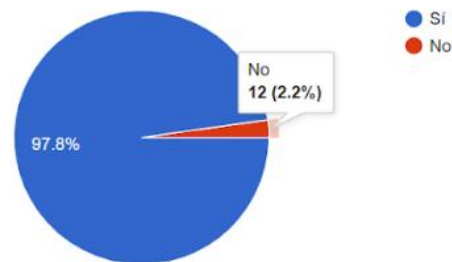
- Segmentación psicológica

Utilizamos la información de una encuesta realizada sobre el perfil del online Shopper Universidad Científica del Sur (UCS), a través de la herramienta digital Google, obteniendo de la pregunta: ¿Ha realizado anteriormente una compra por online? teniendo como resultado, un total de 534 respuestas, en donde 522 personas, siendo el 97.8% de los encuestados respondieron SI, y 12 personas, el 2.2% respondió No.

Tabla 14

¿Has realizado anteriormente una compra por online?

5. ¿Has realizado anteriormente una compra online?
534 respuestas



Fuente: Encuesta sobre el perfil del online Shopper Universidad Científica del Sur (UCS).

Tabla 15

Mercado disponible

Respuesta	%	Personas
Sí	98%	641,468
No	2%	14,430
	100%	641,468

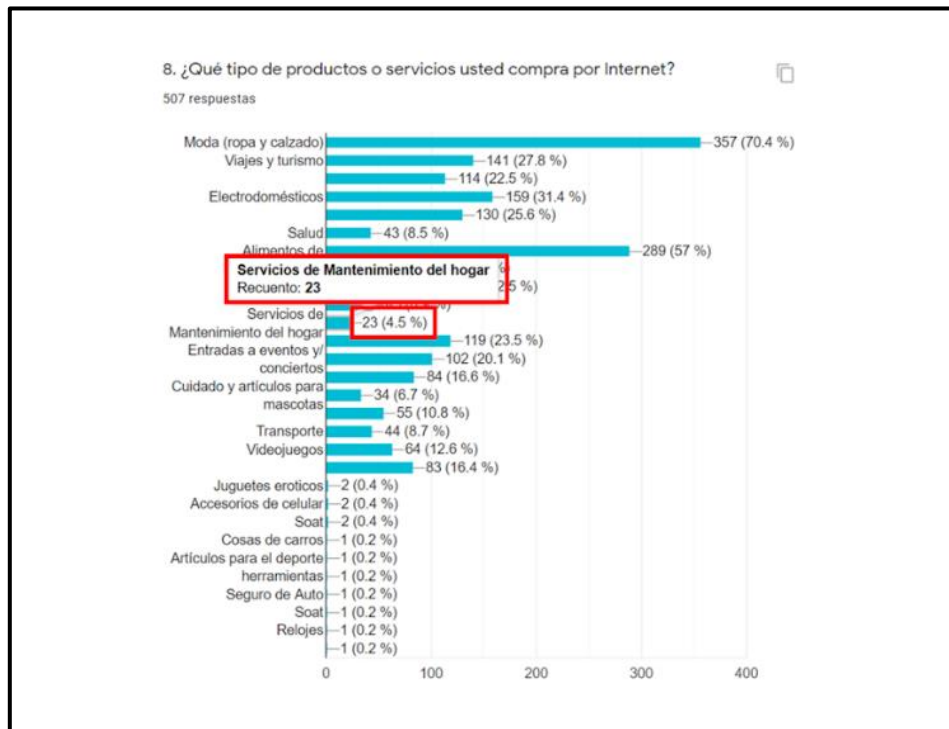
Fuente: Elaboración propia

- Segmentación Conductual

Mediante la encuesta que realizaron los alumnos de la Universidad Científica del Sur, sobre el perfil del online Shopper (UCS), a través de la herramienta digital Google, se determinó que el 4.5% usaría servicios domésticos.

Tabla 16

¿Qué tipo de producto o servicio usted compra por Internet?



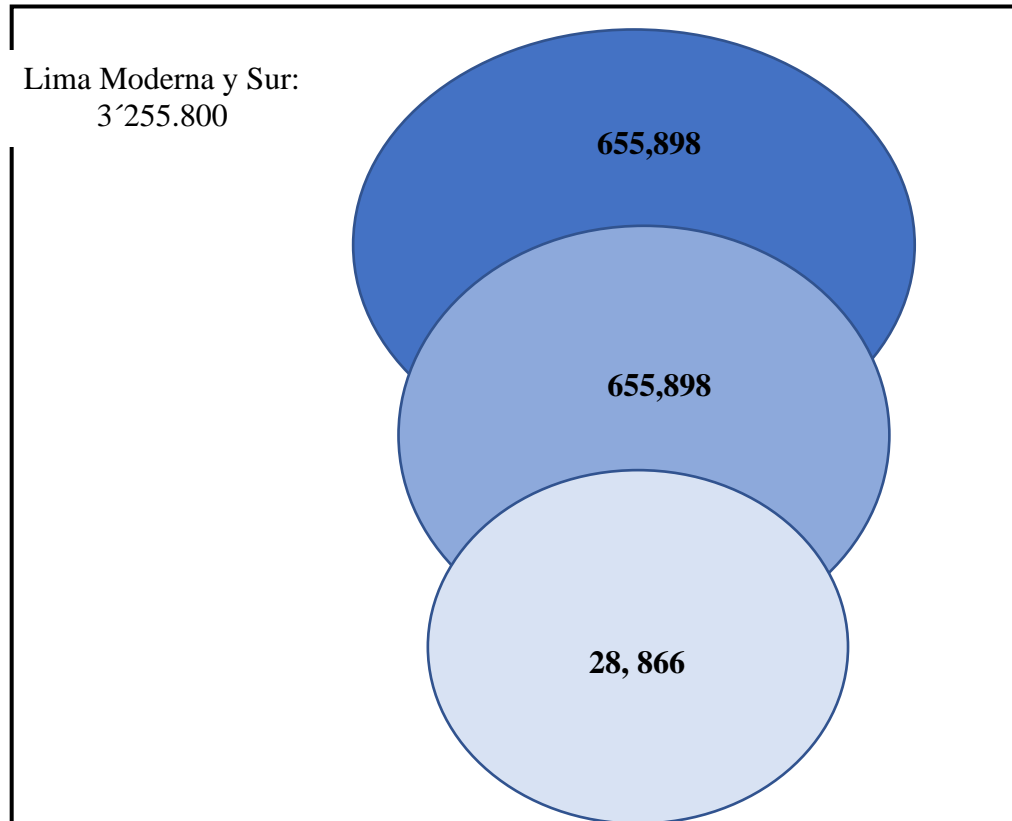
Fuente: Encuesta sobre el perfil del online Shopper Universidad Científica del Sur (UCS).

- Tamaño del mercado

Se usaron las variables ya mencionadas, herramientas digitales, además de la encuesta que realizaron los alumnos de la Universidad Científica del Sur, sobre el perfil del online Shopper (UCS).

Ilustración 3

Cálculo de tamaño del mercado.



Fuente: Elaboración propia

De la información obtenida, determinamos el SAM y el SOM, proyectamos el total de 164(SOM) servicios semanales, el cual por año nos da el volumen de ventas de 2,872, con una proyección de venta de 3,906 (SAM) al 5to año, con una tasa de crecimiento del 8% en las ventas por cada año.

Tabla 16

Estimación del tamaño del Mercado

	TAM=	28,866	HOGARES / MES		AÑO 5	
13.53%	SAM=	3,906	SERVICIOS / MENSUAL	➔	3,906	SERVICIOS / AÑO
4.19%	SOM=	164	SERVICIOS / MENSUAL			

1. SERVICIO ESTANDAR

AÑO 1	SEMANA	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	
	P1	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	
	Q1	24	24	24	24	96 SERVICIO / MES
2. SERVICIO PREMIUM	INGRESOS	S/ 4,320.00	S/ 4,320.00	S/ 4,320.00	S/ 4,320.00	S/ 17,280.00 MENSUALES

CUANTO REPRESENTA EN % CADA SERVICIO	MENSUAL	DIARIO
Serv. Standar	96 60%	24 4
Serv. Premium	64 40%	16 3
TOTAL	160 100%	40 7

AÑO 1	SEMANA	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	
	P2	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	
	Q2	16	16	16	16	64 SERVICIO / MES
	INGRESOS	S/ 4,480.00	S/ 4,480.00	S/ 4,480.00	S/ 4,480.00	S/ 17,920.00 MENSUALES

AÑO 1	MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	
	P1	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	
	P2	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	
	Q TOTAL	160	160	173	188	203	220	239	259	280	303	329	356	2871
	Q1	96	96	104	113	122	132	143	155	168	182	197	214	2871
	Q2	64	64	69	75	81	88	95	103	112	121	131	142	2871
	INGRESOS	S/ 35,200.00	S/ 35,200.00	S/ 38,132.16	S/ 41,308.57	S/ 44,749.57	S/ 48,477.21	S/ 52,515.36	S/ 56,889.89	S/ 61,628.82	S/ 66,762.50	S/ 72,323.82	S/ 78,370.09	S/ 631,558.01 ANUAL (1ER AÑO)

AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
P1	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00	S/ 180.00
P2	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00	S/ 280.00
Q TOTAL	2871	3100	3348	3616	3906
Q1	1722	1860	2009	2170	2343
Q2	1148	1240	1339	1447	1562
INGRESOS	S/ 631,558.01	S/ 682,082.65	S/ 736,649.26	S/ 795,581.20	S/ 859,227.69

SERVICIOS (5TO AÑO)	➔ (SAM)	3906
60%	60%	60%
40%	40%	40%
100%	100%	100%

TOTAL DE INGRESOS AL AÑO 5 S/ 3,705,098.80

Tasa de crecimiento de las ventas 8.00%

Fuente: Elaboración propia.

3.7 Segmentación demográfica

Determinamos la segmentación de la siguiente manera, considerando las siguientes variables:

Tabla 17

Variable geográfica

Variable geográfica	
Provincia	Lima
Región geográfica	Lima metropolitana
Zonas	Lima sur

Fuente: Elaboración propia

Tabla 18:

Variable demográfica

Variable demográfica	
Edad	25-70 años
Género	Femenino y Masculino
Generaciones	Generación" Y "Millennials
	Generación" X "
	Baby Boomers
NSE	AB

Fuente: Elaboración propia

Tabla 19:

Variable psicológica

Variable psicológica	
Estilo de vida	-Personas que se preocupan por la limpieza y desinfección de sus hogares.
	-Personas que se preocupan por usar productos de última generación y equipos de última tecnología
	-Personas que no se sienten satisfechas con la desinfección de sus hogares.
	-Personas exigentes.
	-Personas que buscan la satisfacción personal

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20

Variable conductual

Variable conductual	
Producto	Personas que buscan servicios de buena calidad
Servicio	Personas que buscan servicios personalizados
Beneficio	Personas que buscan satisfacer su necesidad a un precio razonable

Fuente: Elaboración propia

3.8 Plan de muestreo

Para nuestro plan de muestreo consideramos lo siguiente:

- Para nuestro universo, los hogares de la Lima Metropolitana.
- Para nuestra muestra, Hogares de Lima Moderna y Sur, del NSE A-B de edades entre 25-70 años, que adquieren servicios online.
- Para nuestra técnica de muestreo, consideramos un muestreo no probabilístico por ser una variable cualitativa. Se debe ser un muestreo no probabilístico sin la variable es cuantitativa.

3.9 Diseño de muestra

Para el diseño de muestra, se tomó en cuenta lo siguiente:

- Información obtenida de la entrevista de profundidad, usamos la técnica de muestreo probabilístico, con un margen de error del 5% y con el nivel de confianza de 95%.

N: Es el tamaño de la población es de 3'255.800.

z: Desviación standard determinamos que el nivel de confianza es el 95% es decir 1.96(patrones predeterminados).

p: Es una proporción de la población, que se desea estudiar y posee características determinadas, teniendo en consideración 0.5

q: 1-p teniendo en cuenta que p:0.5

E: Margen de error determinado es del 5% (0.05)

3.10 Tamaño de muestra

Consideramos que nuestro tamaño de muestra es de 344 personas

Ilustración 4

Cálculo de tamaño del mercado.

Calculadora Datum

Si estás pensando en comenzar una investigación, pero tienes dudas sobre cómo calcular tu margen de error y tamaño de muestra, ponemos a tu disposición nuestra herramienta.


Calculadora Datum para que despejes tus dudas sobre estas dos importantes variables en cada de estudio.

Tamaño de muestra

Margen de error permitido (e): %

Tamaño de población (N):

Calcular



384

personas

Si no conoce el tamaño de la población o es mayor a 100,000 unidades, se recomienda dejar el casillero en blanco. Nivel de confianza de 95% y probabilidad de éxito-fracaso (p y q) de 50% p ambos casos.

Fuente: <https://www.datum.com.pe/calculadora>

3.11 Resultados de la investigación

3.11.1 Resultado de la investigación exploratoria

De la información obtenida, por las entrevistas realizadas, llegamos a determinar los siguientes aspectos de los clientes al contratar el servicio de limpieza y desinfección en sus hogares:

- Esperan recibir un servicio de calidad y personalizado.
- A pesar de la inseguridad y el miedo de contagiarse por Covid 19, la mayoría de los entrevistados permitiría el ingreso del personal a sus hogares para que realicen el servicio de limpieza y desinfección, usando los protocolos de bioseguridad.
- De los entrevistados, usan productos de limpieza comerciales o tradicionales, los cuales sienten que no les brinda una desinfección adecuada en sus hogares.
- Los entrevistados refieren que no están satisfechos con la limpieza habitual que se realiza en sus hogares, por ello siempre están en la búsqueda de un buen servicio y usen productos para la eliminación de virus, bacterias sin ser dañinos o agresivos para la salud.
- Los entrevistados concuerdan que carecen de tiempo para poder realizar una buena limpieza y desinfección de sus hogares, por eso, contratan a otras personas para que realicen esta actividad.
- La mayoría de las personas entrevistadas viven en departamentos de menos de 100 metros cuadrados.

- De las personas entrevistadas, todos pueden pagar por un servicio de limpieza y desinfección en sus hogares, un promedio de 80 y 300 nuevos soles.
- Casi todos los entrevistados contratarían los servicios de personas para limpiar sus hogares por lo menos dos o tres veces por semanas.

Tabla 21

Respuestas de entrevista

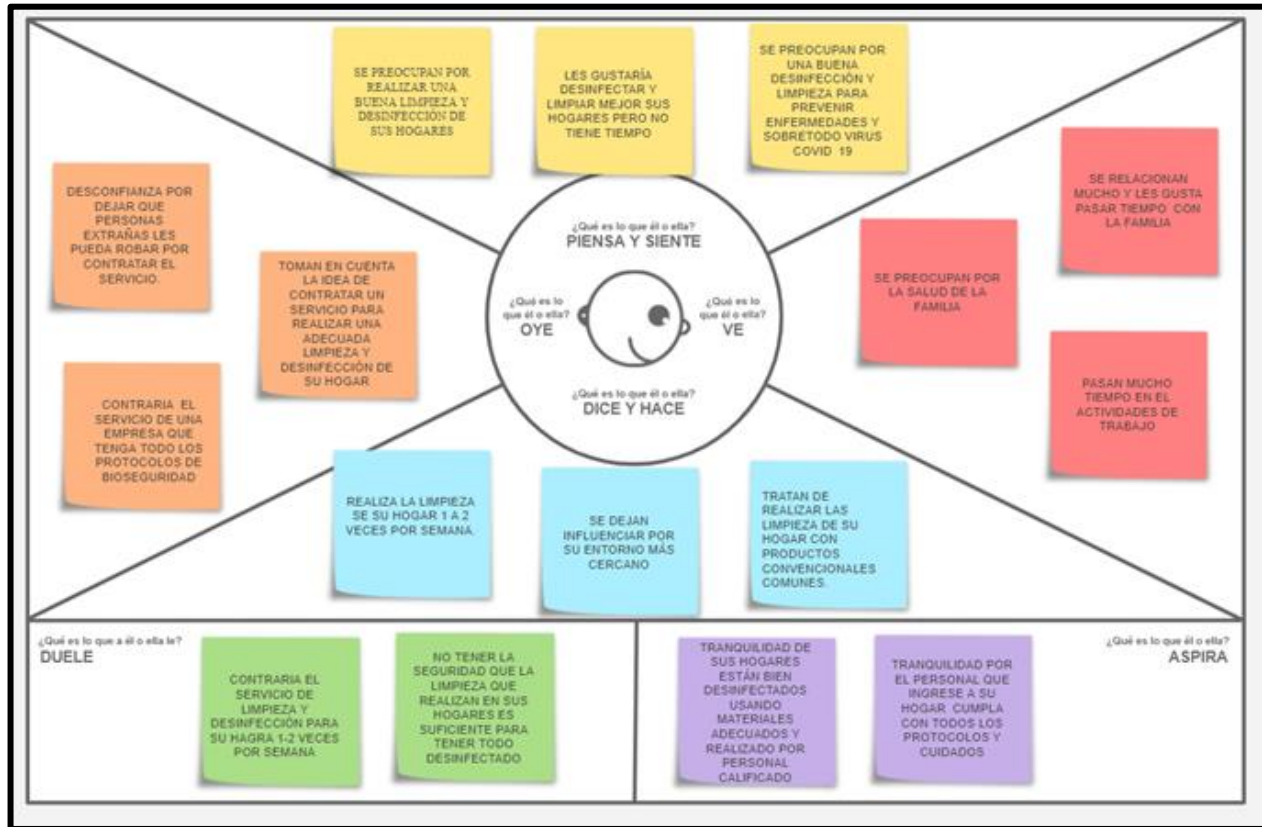
Preguntas	Zenida Alegre Bernal	Rosa María Pescoran Ryan
1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?	Creo que es importante mantener la casa limpia, para evitar enfermedades, sobre todo ahora con el corona virus, venimos de la calle y debemos limpiarnos los zapatos, lavarnos las manos, bañarnos.	A mi personalmente, me gusta mantener la casa limpia, considero que un ambiente limpio es saludable para la familia, evita enfermedades, evita contagiarnos de cualquier virus o enfermedad.
7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?	Si, creo que cuando realizan una limpieza profunda, me da seguridad pero muchas veces no es ese tipo de limpieza que hacemos por falta de tiempo.	Respecto a un ambiente limpio, creo que si, la casa siempre está limpia, pero lo que no sabemos es si está libre de bacterias, como sabemos son los organismos que no se ven y creo que por eso es importante utilizar productos que ayuden a eliminar esas bacterias sobre todo de lugares donde se sabe que si o si hay más cantidad, como en los baños, pasamanos, colchones que tienen ácaros, los muebles.
13. ¿Contratarías los servicios de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad?	Básicamente creo que este tipo de servicios el precio es de acuerdo con el tamaño de la casa. Mi casa es amplia, tenemos dos pisos, la verdad no sabría decirte con exactitud el monto.	Depende de los comentarios y la reputación de la empresa, si es una empresa que brinda garantías.
15. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar para contratar el servicio?	Básicamente creo que este tipo de servicios el precio es de acuerdo con el tamaño de la casa. Mi casa es amplia, tenemos dos pisos, la verdad no sabría decirte con exactitud el monto.	Creo que hay promociones, paquetes, será entre 20 y 100 la visita, te mentiría si te doy un precio. Desconozco cuanto pueda costar, siempre he tenido alguien que me ayude en casa, no he tenido la necesidad de contratar este servicio.

Fuente: Elaboración propia.

Se elaboró un mapa de empatía con la información obtenida de las entrevistas:

Ilustración 5: Mapa de Empatía

Mapa de Empatía

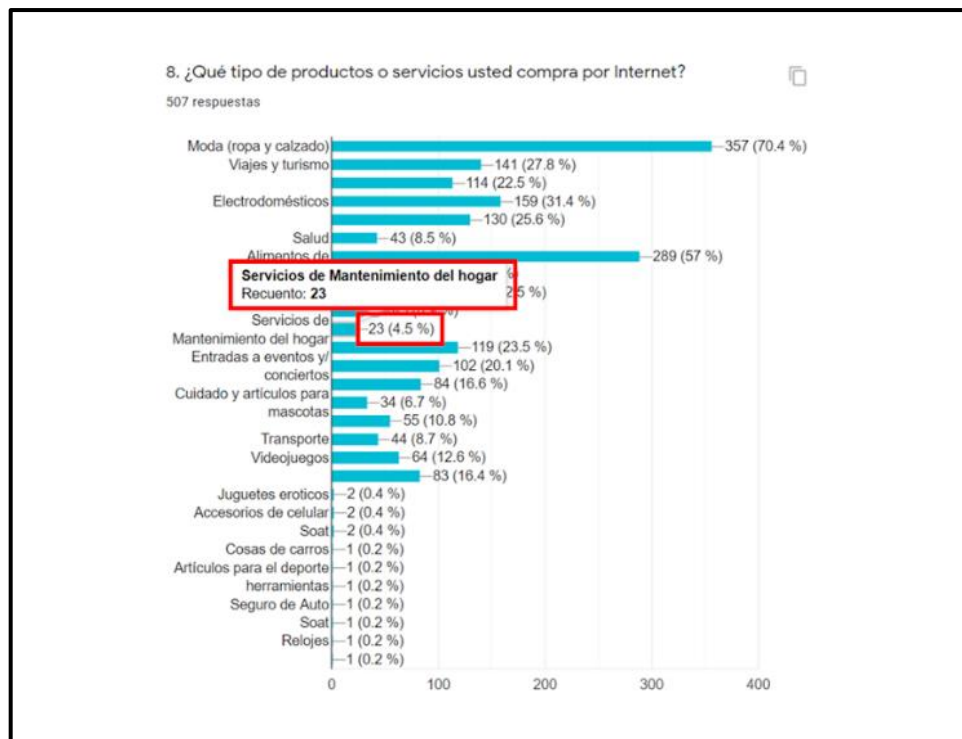


Fuente: Elaboración propia

3.11.2 Resultado de la Investigación concluyente

Llegamos a la conclusión de la problemática por la insatisfacción de las personas, usando la información de la encuesta que realizaron los alumnos de la Universidad Científica del Sur, sobre el perfil del online Shopper, a través de la herramienta digital Google, se determinó que el 4.5% contratan servicios domésticos vía internet.

Ilustración 6: ¿Qué tipo de producto o servicio usted compra por Internet?



Fuente: Encuesta sobre el perfil del online Shopper Universidad Científica del Sur (UCS).

3.12 Estimación de la demanda

Para poder considerar el tamaño de la demanda tomamos en cuenta las siguientes variables demográficas, geográfica, conductual y psicológica, así como también consideramos la encuesta que realizaron los alumnos de la Universidad Científica del Sur, sobre el perfil del online Shopper, a través de la herramienta digital, por ello, determinamos que en el primer año nos proyectamos en ventas de 1873 con una tasa anual de crecimiento del 8%.

IV CAPITULO

PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivo del plan de marketing

4.1.1 *Objetivo general*

Nuestro principal objetivo es satisfacer la necesidad del cliente, brindando un servicio de calidad y teniendo la seguridad que haya realizado una adecuada limpieza y desinfección, cumpliendo los protocolos de bioseguridad con el personal que ingresa a sus hogares.

4.1.2 *Objetivos a corto plazo*

- Alcanzar la satisfacción de los clientes por los servicios de calidad ofrecidos, en 15 días en Lima Moderna y Lima Sur.
- Alcanzar las metas establecidas, teniendo 164 servicios mensuales entre los dos servicios a ofrecer Estándar y Premium en el primer año iniciando sus actividades.
- Incrementar la frecuencia de solicitud por nuestros servicios en el año 2021.
- Llegar al 8% de la tasa del crecimiento de ventas establecidas para el primer año.
- Aumentar el Market Share año tras año.
- Afianzar la fidelización y la satisfacción del cliente, a través de múltiples canales como encuestas de satisfacción, llamadas, etc.

4.1.3 *Objetivos a mediano plazo*

- Posicionar a Bio Home Clean dentro de las 10 mejores empresas del mercado en el 2021.
- Mejorar la calidad de nuestros servicios con un 60% de eficacia y eficiencia.

- Lograr incorporar al 30% del personal para brindar más servicios y cumplir con las necesidades de los clientes.
- Aumentar la credibilidad de Bio Home Clean en Lima Moderna y Lima Sur.

4.1.4 Objetivos a largo plazo

- Posicionarnos dentro de las 5 mejores empresas a nivel nacional, haciendo de Bio Home Clean, una marca líder en el mercado en la limpieza y desinfección de hogares para el quinto año.
- Lograr aumentar en un 50% las atenciones para más zonas de Lima Metropolitana y provincias.
- Lograr aumentar en 10% los tipos de servicio dentro de los 5 años.

Tabla 22

Objetivos de Marketing

Ventas	Lograr los objetivos establecidos llegando al 8.5% de las ventas para el primer año
Posicionamiento y publicidad	hacer de Bio Home Clean una marca lider en el mercado de la limpieza y desinfección de hogares para el quinto año
Mercado	Avalar el crecimiento del Market Share año tras año
Marca	Publicar la credibilidad y calidad de la marca en Lima Moderna y Sur
Fidelidad	Afianzar la satisfacción y la fidelización de los clientes
Producto	Lanzar al mercado los dos servicios: Estándar y Premium a nuestros clientes, en el primero año

Fuentes: Elaboración propia.

4.2 Estrategia de Segmentación

Según Kotler (2012), el segmento de mercado tiene las siguientes variables.

Tabla 23

Segmentación de clientes

Variable	Descripción
Variable demográfica	NSE A-B
Variable geográfica	Lima moderna y Lima sur
Variable psicológica	Se preocupan por la limpieza y desinfección de sus hogares Servicio de calidad
Variable conductual	Buscan satisfacer sus necesidades a un precio razonable Servicios personalizados

Fuentes: Kotler, 2012. Elaboración, propia.

4.3 Estrategia de posicionamiento

Bio Home Clean busca la satisfacción del cliente, por ellos brindamos servicios de calidad con ventajas diferenciales, para poder posicionar la marca en la mente de los clientes.

Para nuestra estrategia de crecimiento realizaremos campañas de publicidad por satisfacción de servicios, a través de personas públicas o influencers.

Se analizó que este personaje, tiene una cantidad de 2.2 millones de seguidores, dirigidos la mayoría al segmento A-B, por ello consideramos sería efectiva la relación de imagen de ella asociada a la nuestra marca.

En el mercado actual existen empresas que ofrecen los mismos servicios o parecidos a precios bajos, la empresa busca resaltar el valor diferenciado, de incluir los materiales y productos para realizar los servicios creando un estatus a la empresa.

Realizaremos encuestas de satisfacción a los clientes por los servicios realizados así obtendremos retroalimentación que nos permitirá mejorar y cumplir con los objetivos establecidos.

Usaremos polos con el logo de la empresa para poder identificar al personal, así como también por la situación de pandemia, guantes, mascarilla y gorros descartables, de esta manera podrán identificar al personal, y cumpliremos con los protocolos de bioseguridad brindados a nuestros servicios. Así mismo, también contarán con fotocheck para la identificación de la personal de la empresa.

Ilustración 7

Modelo del Uniforme del personal



Fuentes: Elaboración propia con figuras de: <https://tinly.co/HedmA>

Cómo posicionamiento de marca usaremos en el logo el color azul oscuro, porque se relacionan con el color del agua que refleja limpieza, frescura, tranquilidad y transparencia para la limpieza y desinfección de hogares con el slogan "Limpieza y desinfección en manos expertas".

Ilustración 8

Logo de Bio Home Clean



Fuente: Elaboración propia.

4.4 Estrategia de la mezcla de marketing

4.4.1 Servicio

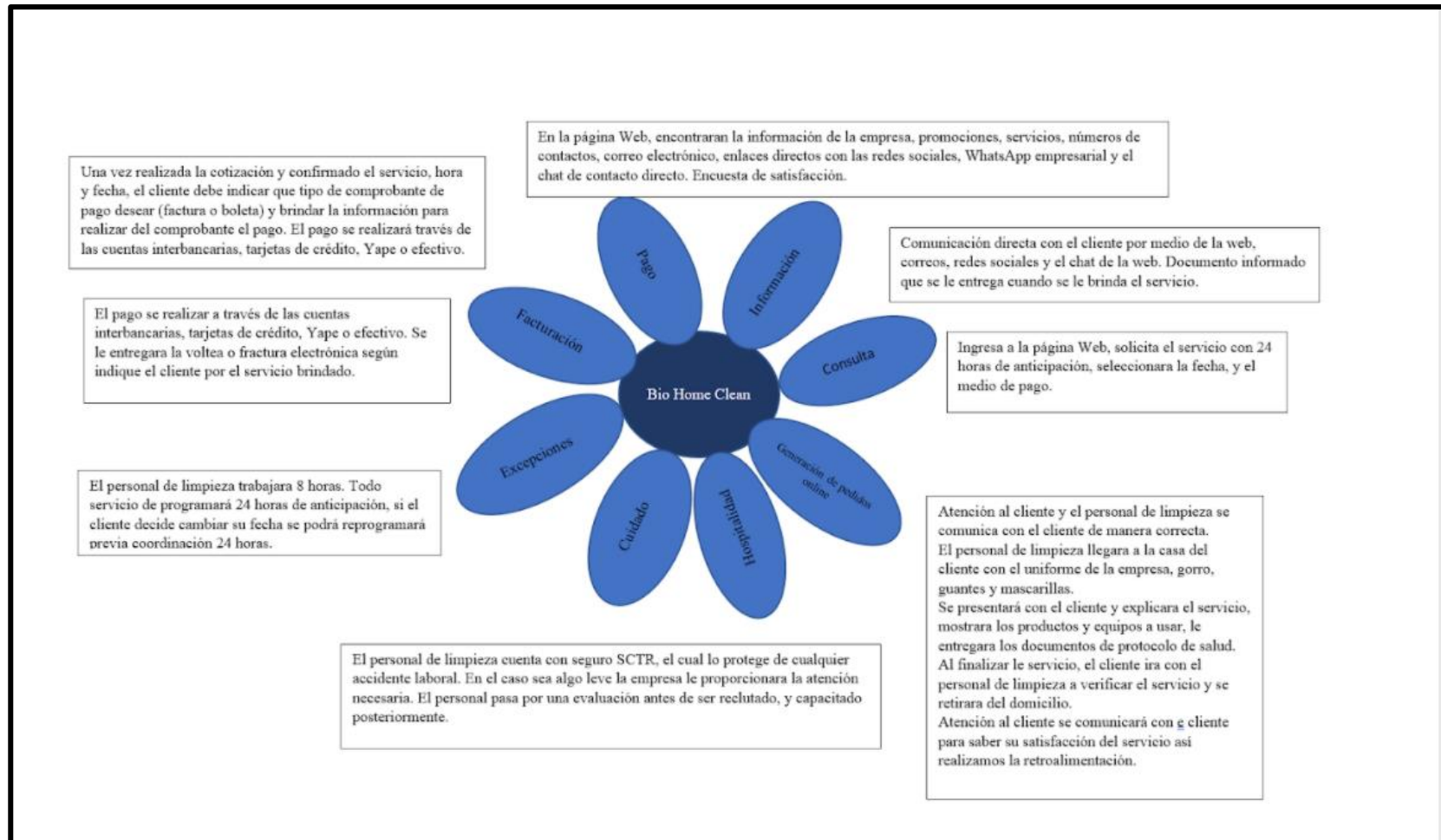
Bio Home Clean ofrece a sus clientes no solo servicio de calidad, con productos de 5ta generación y equipos de última tecnología, además ofrecemos los materiales que incluyen dentro de nuestros servicios.

Existen diferentes tipos de productos en el mercado, que se utilicen para la desinfección de los hogares, pero se determinó que el Amonio Cuaternario es un potente viricida de Ph neutro, de 5ta generación este ha sido desarrollado para el uso doméstico contra el virus Covid -19, teniendo una eficacia en la eliminación de los virus, bacterias y hongos; pudiéndose usar en cualquier superficie con sus otros componentes tienen mejor potencia a la acción de desinfectar, sin ser corrosivo o causar algún daño en comparación a los otros productos que existen en el mercado.

Se elaboró un gráfico de la flor de servicio en donde contiene el servicio esencial, suplementarios, de aumento y características en el cual se detalla a continuación:

Ilustración 9

Flor del servicio



Fuente: Elaboración propi

4.4.2 Calidad

Tomamos en cuentas los diferentes puntos en referencia para nuestro servicio de calidad.

- Fidelización, Bio Home Clean nos preocupamos por la satisfacción del cliente, por ello se le realiza un seguimiento post venta, en el cual se hace una encuesta de satisfacción, de esta forma podemos obtener la información de satisfacción del cliente por servicios dados.
- Capacidad de respuesta, cumplimos con la disponibilidad de tiempo y con el personal capacitado para poder brindar los servicios.
- Personal, contamos con el personal que tiene las habilidades, experiencia y es capacitado para brindar de forma correcta y precisa los servicios que solicita el cliente.
- Accesibilidad, el cliente se puede contactar fácilmente con nosotros, por las redes sociales, así como nuestra página Web.
- Seguridad, Bio Home Clean, se preocupa por sus clientes y personal por ello, no solo pedimos documentos donde acredite la tranquilidad por falta de seguridad; así mismo, cumplimos con todos los protocolos de Bioseguridad recomendadas por el estado.
- Credibilidad y cortesía, el personal de Bio Home Clean, tiene una correcta comunicación, proyectando una imagen de honestidad y confianza. Todo el personal trata al cliente con consideración, respeto con una buena actitud y cordialidad.

4.4.3 Precio

Nos enfocamos en los atributos y ventajas de nuestros servicios Estándar y Premium, dándole al cliente servicios de calidad dentro de la zona de Lima Sur y Lima Moderna.

Para determinar el precio consideramos varios factores antes de establecer los precios:

- **Costos:** Los precios deben tomar en cuenta y cubrir los costos fijos y variables, permitiendo un margen de utilidad.
- **Precio de competencia:** El precio será igual al del mercado, un precio competitivo, accesible para nuestros clientes, así fortalecer nuestra estrategia de diferenciación en tecnología y no de precios bajos por nuestra calidad de servicio diferenciado.

Se determinó el precio de cada servicio por metraje de la casa o departamento.

El comportamiento de consumo del cliente nos permitirá determinar el precio máximo, comprendiendo que no hay más demanda por encima de esta.

Determinamos que el precio mínimo, considerando los costos de los productos que se incluyen en nuestros servicios, es decir, por debajo de esto no podría generar utilidades para la empresa.

Tabla 24

Estrategia de precio

Descripción	Precio	UND.
Servicio estándar	S/. 180	UND.
Servicio premium	S/. 280	UND.

Servicios de limpieza. Fuente: Elaboración Propia

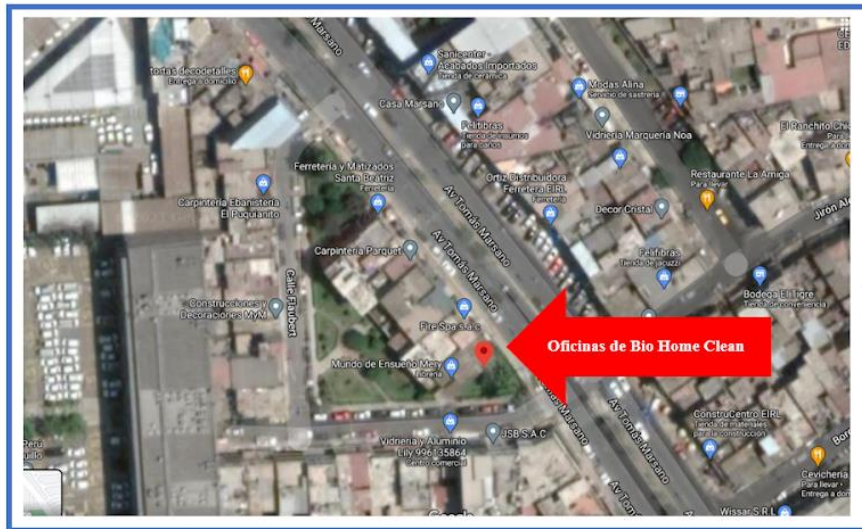
4.4.4 Plaza

Nuestros clientes podrán contactarnos y tener toda la información de nuestras promociones, cotizaciones, forma de pago, información de nuestros servicios a través de la página web, redes sociales, vía telefónica, WhatsApp empresarial, o correos electrónicos.

Determinamos la ubicación de nuestras oficinas en la siguiente dirección: Av. Tomas Marsano N° 540 en el distrito de Surquillo, porque tiene fácil acceso a las avenidas principales para poder desplazarnos por los distritos de Lima Moderna y Lima Sur, así poder atender los servicios solicitados para trasladar a nuestro personal y también por la disponibilidad de locales en alquiler.

Tabla 25

Plano de oficina



Fuente: <https://n9.cl/bl384>

4.4.5 Distribución

Bio Home Clean tiene un canal de distribución de línea directo con sus clientes.

4.4.6 Promoción y Publicidad

Según refiere Weinberger (2009) “El objetivo fundamental de la estrategia de promoción es comunicar y dar a conocer al mercado objetivo las bondades del producto o servicio que se ofrece”. (p.74)

4.4.6.1 Social Marketing

Se realizará una estrategia de empuje, a través de nuestra página web y redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y correos electrónicos, les permitirá a los clientes interactuar con la empresa y de esta forma obtener la información de promociones actualizada.

Los clientes de Bio Home Clean podrán usar los siguientes medios de comunicación digital ver promociones y contactarnos:

4.4.6.2 Página Web

- De fácil acceso, de manejo amigable para el cliente, en ella encontrará: quienes somos, la visión y misión de la empresa, así como los valores.
- Enlaces directo con las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter para ver promociones de la empresa.
- Chat virtual donde se le ayuda con las consultas en el momento.
- Comentarios de satisfacción de los clientes.
- Descripción de los dos servicios Estándar y Premium que ofrecemos.
- Reservas online de los servicios.
- Enlace directo con el número de WhatsApp empresarial, donde podrá tener comunicación directa con nosotros.
- Dirección de nuestras oficinas.

- Teléfonos y correos electrónicos de la empresa.
- Enlace para poder acceder al pago del servicio a través de su tarjeta de crédito o vía transferencia bancaria.

4.4.6.3 Actividad de promoción.

- Se realizará una promoción por introducción con el 15 % de descuentos en nuestros servicios, en los tres primeros meses de inicio del negocio.
- Tendremos las siguientes promociones: Día de los enamorados, Retorno a clases, Día de la madre, Día del padre, Fiestas Patrias, navidad y año en la cual también se realizarán descuentos del 10%-al 15% de descuento.
- Algunas de las promociones mencionadas tendrán duración de una o dos semanas.
- Se obsequiará a nuestros primeros clientes un producto de merchandising, polos, tazas y lapiceros de esta manera impulsar y posicionar la marca y posteriormente con las promociones por años que tengamos.
- Se les llamará a los clientes por sus cumpleaños, y se les obsequiará un servicio un plus a su servicio siguiente a tomar.
- Se les dará una cuponera virtual, donde se les llevará un control de frecuencia de uso de servicios, por ello legando al 5to el sexto servicio será gratis.

Ilustración 10

Merchandising



Fuente: Elaboración propia.

4.4.6.4 Publicidad

- Todas las promociones y los servicios se publicarán en las redes sociales y la página web.
- Realizaremos 7 campañas, que se lanzarán en Facebook e Instagram dirigidas a nuestro segmento de mercado.
- Para hacer que la marca tenga más impacto y podamos hacerla líder en el mercado, contactaremos con un influencer para que sea la imagen de la marca.
- Se harán campañas de publicidad en radios, periódicos como Comercio y Gestión para llegar a nuestro público objetivo.
- Realizaremos convenios con Bonus, y las tarjetas de créditos de gama alta para llegar nuestros NSE A-B.
- El personal se presentará con el uniforme; polo, pantalón, gorro, guantes descartables, mascarilla.

4.4.6.5 Marketing directo

Enviaremos información de las promociones a través de los correos, esto será de manera directa.

4.4.6.6 Marketing de boca en boca

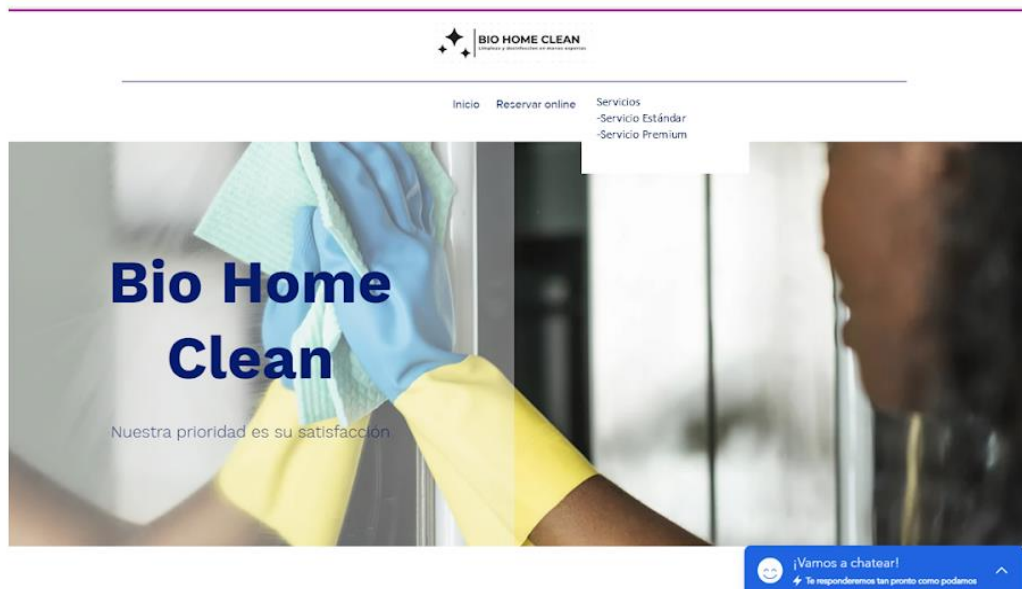
Nuestros clientes podrán expresar sus comentarios, experiencias y consejos en la página Web; la cual es muy amigable para que el cliente, pueda familiarizarse con ella, así obtener la información necesaria que necesite.

4.4.6.7 Marketing Digital

Hoy en día, por la situación en la que el país atraviesa por la pandemia ha hecho que el uso Marketing digital se vuelva indispensable para las empresa, debido a que muchas personas compran por online, por ello, no es suficiente tener un página Web, consideramos que cuando las personas quieren buscar el rubro de servicios de limpieza y desinfección en hogares en un buscador como Google saldremos primeros en esa búsqueda, por esta razón, contrataremos la asesoría de una agencia para que nos brinde los servicios de SEO (optimizadores de búsqueda) de esta forma podemos incrementar nuestras ventas y llevar a los objetivos establecidos.

Ilustración 11

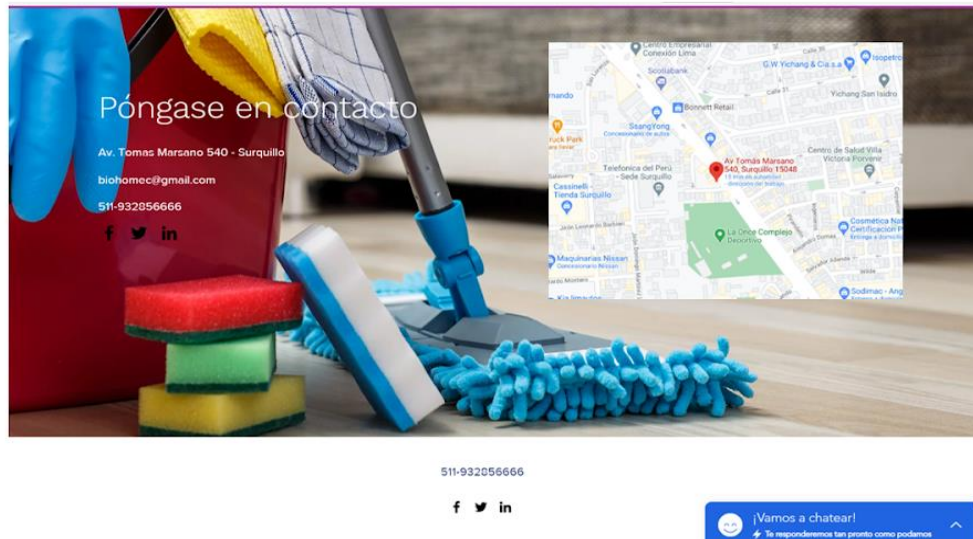
Vista de página web



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 12

Vista de página web ubicación



Fuente: <https://n9.cl/qmwdk>

Cuenta de página Web: <https://biohomec.wixsite.com/website>

Cuenta de Facebook: <https://m.facebook.com/Bio-home-clean103161938501646/>

Cuenta de Twitter: <https://twitter.com/biohome3>

Cuenta de Instagram: https://instagram.com/biohome_clean?igshid=154lfo8ngrx9o

Tabla 26

Presupuesto de Marketing digital

Actividades	Gastos Gasto mensual Mes (S/.)	Pre lanzamiento 2021						Lanzamiento Año 1 - 2022									
		SET	OCT	NOV	DIC	ENR	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Lanzamiento de la página web		2,000															
Costo publicitario de la página web Google adds																	
Publicidad en vehículos	1,400			1,400	1,400		1,400		1,400	1,400	1,400	1,400		1,400			1,400
Campañas y promociones en redes sociales	350	350			650		325			325	325	325		325			650
Dominio y almacenamiento de la página web	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Merchandising	2,000	3,000			2,000		1,000			1,000	1,000	1,000					2,000
Asesoría de SEO	1,500	1,500				1,500						1,500					1,500
Ubicación en Google keep word	1,000	1,000				1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Total	6,310	7,910	60	1,460	4,110	2,560	3,785	1,060	2,460	3,785	3,785	5,285	1,060	2,785	1,060	1,060	6,610
Total por etapas	12,620			13,540								35,295					

Fuente: Elaboración propia.

4.4.7 Personas

Bio Home Clean contará con un personal de marketing (Se explicará con detalle la información del personal en el Capítulo VI).

CAPITULO V

PLAN DE OPERACIONES

Objetivos y estrategias

a) Objetivos

Brindar un servicio de calidad y confianza a un costo justo, donde el cliente pueda adquirir el servicio de limpieza con un líquido de mucha eficiencia, que elimina gran cantidad de gérmenes y está elaborado de amonio, el cual tiene acides y alcalinidad neutra para un buen aseo y también la limpieza de los ambientes de su hogar con ozono, de una manera rápida.

b) Estrategias

- Brindar al cliente un servicio de confianza y calidad con personal capacitado en el uso de un líquido de mucha eficiencia, elaborado de amonio, el cual tiene acides y alcalinidad neutra, eficaz en la eliminación de virus, bacterias, hongos y la utilización de un desinfectante de ambientes con ozono.
- Ofrecer un servicio con horarios de atención flexibles que pueda adaptarse a los requerimientos del cliente, elaborando procesos eficientes en la cadena operativa para poder cubrir esta necesidad.
- Brindar calidad y garantía en la ejecución del servicio ofrecido, cubriendo los inconvenientes que se puedan generar en la realización del servicio.
- Supervisar los servicios brindados, orientado a mejorar los procesos internos que nos permitan seguir mejorando los servicios que se ofrecen.

Actividades previas

a) *Diseño del servicio*

La empresa está dedicada a brindar servicios de limpieza y desinfección a hogares, con un líquido de mucha eficiencia que está elaborado de amonio, el cual tiene acides y alcalinidad neutra, eficaz en la eliminación de virus, bacterias y hongos, con personal capacitado y de confianza. Se realizarán dos tipos de servicios.

b) *Servicio estándar*

- Limpieza de superficies en muebles y estantes que se encuentren en los ambientes dentro del hogar y desempolvado de ventanas.
- Limpieza y desinfección de pisos: Barrido, trapeado y desinfectado.
- Limpieza y desinfección de baños y duchas.
- Limpieza de la cocina: Limpiar, desinfectar y ordenar el ambiente de la cocina (Incluye limpieza externa de campanas y hornos), todas las superficies y estantes del ambiente (No incluye lavado de platos).
- Acopio de basura
- Servicio de consejería en limpieza y desinfección en el hogar.

c) *Servicio premium*

- Limpieza de superficies en muebles y estantes que se encuentren en los ambientes dentro del hogar y limpieza de ventanas(vidrios).
- Limpieza y desinfección de pisos: Barrido, trapeado, desinfección, encerado y lustrado según sea el caso.
- Limpieza y desinfección de baños y duchas.

- Limpieza de la cocina: Limpiar, desinfectar y ordenar el ambiente de la cocina y todas las superficies, artefactos y estantes de este ambiente (No incluye lavado de platos).
- Acopio, lavado y desinfección de tachos de basura.
- Desinfección del ambiente con ozono

d) Incluye en el servicio

- Los materiales, equipos e insumos para la realización del servicio están incluidos (a excepción de escobas y recogedores).
- El personal encargado de realizar la limpieza contará con un test de sintomatología diario (ver Anexo 2: Test de sintomatología COVID-19).
- El personal de limpieza contará con una indumentaria proporcionada por la empresa para la realización de su trabajo.
- Los materiales e insumos desechables solo serán utilizados de manera única en cada servicio.
- Los trapeadores serán cambiados considerando el ambiente a limpiar.
- Verde: Sala, pasadizo, habitaciones y áreas comunes.
- Celeste: Cocina
- Rojo: Baño y ducha
- La limpieza está sujeta a protocolos, pero pueden variar de acuerdo a las prioridades o indicaciones del cliente siempre y cuando no afecte o dañe las superficies o al operario.

e) No incluye en el servicio

- Una vez confirmado el servicio (previo pago) el cliente contará con 24 horas para poder realizar cambio de dirección o reprogramación de fecha.

- Meter ropa a la lavadora, lavar, cocinar, cuidar de un bebe, niño, adulto mayor o mascotas.
- Mover muebles pesados
- Lavar cortinas
- Fumigación de plagas (roedores, insectos, etc.)
- Uso de productos químicos que puedan malograr superficies y que lo solicite el cliente.
- Limpieza interna de refrigeradoras.
- Limpieza de luminarias.

Diseño de instalaciones

a) *Macro localización*

Ilustración 13

Lima Metropolitana



Fuente: <https://n9.cl/bl384>

La macro localización nos indica la zona donde se ubicará la empresa, se toma en cuenta los distritos que comprende Lima moderna y Lima sur los cuales será analizados según los siguientes aspectos:

- **Desarrollo inmobiliario**, se busca cubrir la mayoría de las casas, siendo que en estos distritos el desarrollo inmobiliario es alto, podemos contar con mayor cantidad de hogares a los que podamos brindar el servicio
- **Precios de alquiler**, es importante considerar los costos del alquiler en los distritos elegidos y comparar las diferencias que existen, para poder tomar la mejor elección.
- **Cercanía a lugares comerciales**, contar con una ubicación donde se tenga acceso a lugares comerciales, nos brinda beneficios de mayor visibilidad para poder llegar a la mayor cantidad de clientes.
- **Cercanía al sistema de transporte**: contar con cercanía a un sistema de transporte que beneficie al cliente, a los colaboradores y también a los proveedores.
- **Seguridad ciudadana**, la seguridad al momento de buscar el lugar de ubicación de la empresa es de mucha importancia, debido a que como empresa el almacén se encontrara dentro de las instalaciones alquiladas.
- **Costo de servicios**, el alquiler de los locales va de la mano con el costo en el pago de servicios que se puede realizar en el distrito donde se ubica la empresa, algunos distritos cuentan con costos de servicios muy elevados.

Tabla 27

Localización de la empresa

Factor de localización	Peso asignado	Surquillo		Surco		San Juan de Miraflores	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Densidad poblacional	0.25	3	0.75	4	1	4	1
Precios de alquileres de local	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Cercanía a lugares comerciales	0.12	3	0.36	3	0.36	2	0.24
Seguridad ciudadana	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.3
Cercanía al sistema de transporte	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.3
Costos de servicios	0.13	3	0.39	2	0.26	3	0.39
Sumatoria	1		3		2.92		2.83

Calificaciones: 0: Muy malo; 1: Malo; 2: Regular, 3: Bueno, 4: Muy bueno, 5: Excelente. Fuente: Elaboración propia

Apreciamos que los distritos elegidos para una posible ubicación de la empresa son Surquillo, Surco y San Juan de Miraflores. Los factores que se evaluaron son la densidad poblacional, los precios de alquiler de los locales, cercanía a lugares comerciales, seguridad ciudadana, cercanía al sistema de transporte, costos de servicios.

El factor con mayor peso es la densidad poblacional, que cuenta con un 25% esto debido a que se considera que la cantidad de personas a los que podemos ofrecer el servicio nos genera mayor oportunidad, el siguiente factor con un peso del 20% es el precio de alquiler de local seguidos de la seguridad ciudadana y la cercanía al sistema de transporte que cuentan con un 15% y finalmente vemos que el costo de los servicios cuenta con un peso de 23% y la cercanía a lugares comerciales cuenta con un 12% de peso.

Luego de evaluar cada factor, se puede observar que el área de Surquillo recibió el puntaje más alto, el área de Surco recibió 2.92 puntos y el área de San Juan de Miraflores recibió 2.83 puntos, en relación con los seis factores evaluados.

b) Micro localización

Ilustración 14

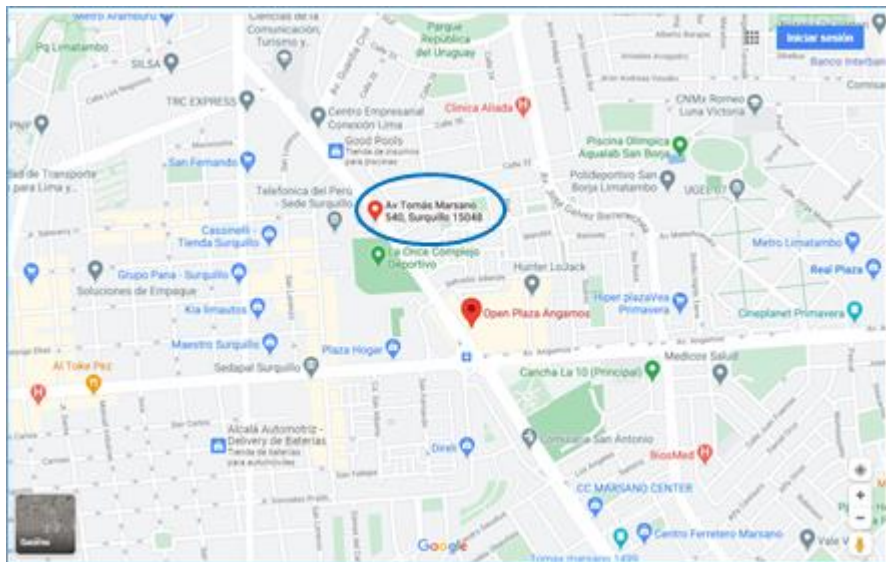
Mapa de Surquillo



Fuente: <https://n9.cl/2f2y7>

Ilustración 15

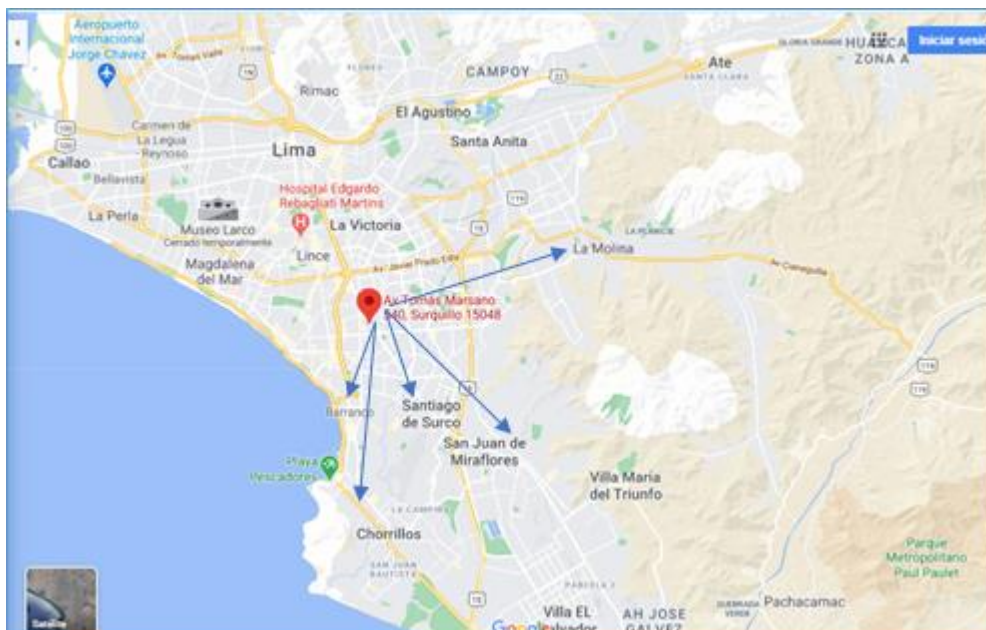
Localización de la dirección



Fuente: <https://n9.cl/eyco8>

Ilustración 16

Cercanía con otros distritos



Fuente: <https://n9.cl/198ox>

Determinamos la ubicación de nuestras oficinas en la siguiente dirección: Av. Tomas Marsano N°540 en el distrito de Surquillo, porque tiene fácil acceso a las avenidas principales para poder desplazarnos por los distritos de Lima Moderna y Lima Sur.

Tabla 28

Micro localización

Factor de localización	Peso asignado	Surquillo		Surco		San Juan de Miraflores	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Densidad poblacional	0.25	3	0.75	4	1	4	1
Precios de alquileres de local	0.2	3	0.6	2	0.4	3	0.6
Cercanía a lugares comerciales	0.12	3	0.36	3	0.36	2	0.24
Seguridad ciudadana	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.3
Cercanía al sistema de transporte	0.15	3	0.45	3	0.45	2	0.3
Costos de servicios	0.13	3	0.39	2	0.26	3	0.39
Sumatoria	1		3		2.92		2.83

Calificaciones: 0: Muy malo; 1: Malo; 2: Regular, 3: Bueno, 4: Muy bueno, 5: Excelente. Fuente: Elaboración propia.

En el análisis del microentorno para la ubicación de la empresa, podemos apreciar que los factores con mayor porcentaje es el de disponibilidad de alquiler de locales y acceso a un local con infraestructura ya construida, con un peso de 20% siendo que es de suma importancia que ubiquemos un local con estos dos factores ya que la empresa para iniciar sus actividades no considera aún contar con un local propio, pero sí con un local que pueda brindar un acercamiento a la distribución que se tiene. Los factores que continúan en orden de peso es el de la seguridad con un 17%, el de vías de transporte accesible para el personal con un 15% al igual que la visibilidad del local y finalmente la cercanía a los clientes con un 13%.

c) Espacio

Las instalaciones de la empresa tendrán una superficie de 120 metros cuadrados, por lo que el entorno está razonablemente distribuido y las vías de circulación cumplen con sus propios

estándares de seguridad, especialmente en la zona de almacén, donde los equipos deben estar bien conservados para su durabilidad.

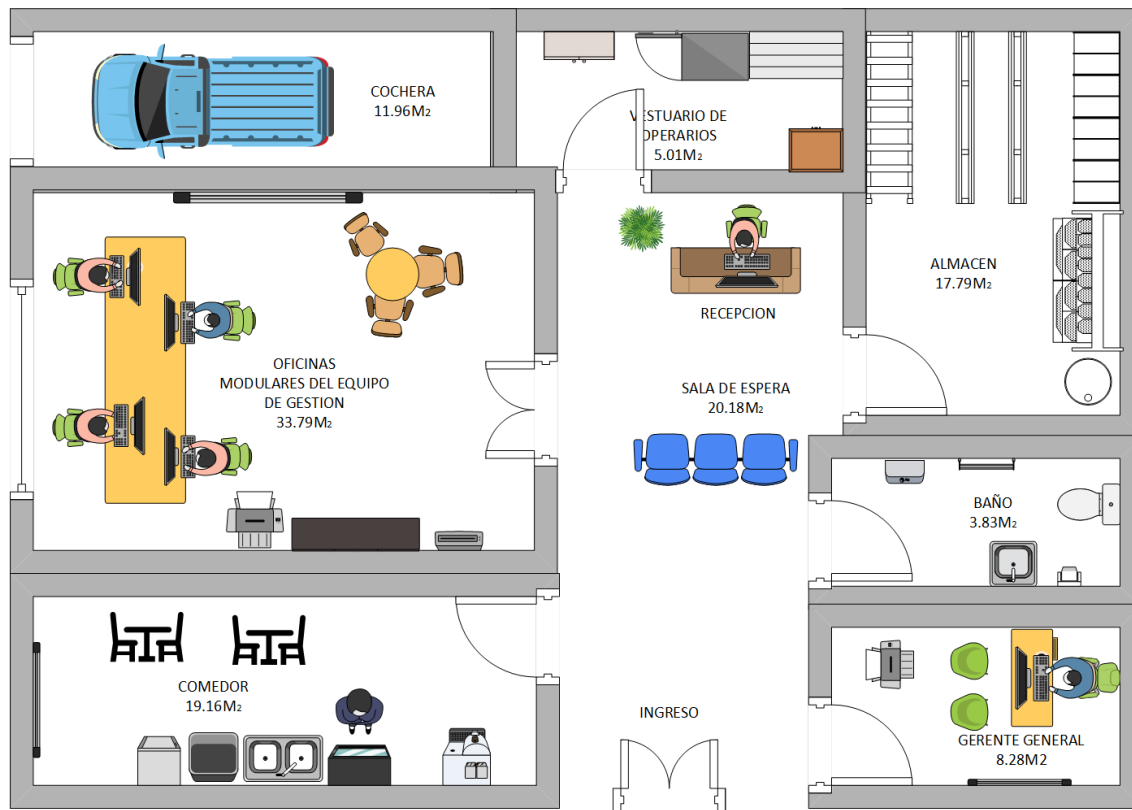
d) Distribución

Una forma de atender a los clientes es teniendo un local, por lo cual se ha considerado el alquiler, el cual debe contar con la distribución que se requiere, considerando la distribución de los ambientes en relación a las funciones que cada uno desempeña para la ubicación más adecuada, también se considera importante contar con un área de comedor para atender a las necesidades del cliente interno.

- **Recepción:** Lugar donde serán recibidos los clientes y proveedores.
- **Almacén:** Sitio asignado para almacenamiento de los equipos, materiales e insumos.
- **Vestuario del operario de limpieza:** Espacio físico para que el personal de limpieza se pueda cambiar la indumentaria de trabajo(uniforme).
- **Cochera:** Lugar donde se guardará la movilidad de la empresa.
- **Oficinas del equipo de gestión:** Donde se encontrarán ubicados: el jefe de operaciones, el jefe comercial, supervisor logístico y una asistente, cuenta con una mesa adicional para reuniones de equipo.
- **Comedor:** Área destinada para poder ingerir alimentos, cuenta con un lavatorio y un microondas para calentar los alimentos.
- **Oficina de gerencia:** Oficina del gerente de la empresa.
- **Baño:** Destinado al uso de empleados y clientes de la empresa.

Ilustración 17:

Distribución de las instalaciones



Fuente: Elaboración propia

e) Capacidad de personas por área

Debido a la coyuntura actual es importante que podamos calcular los aforos de cada una de las áreas, considerando que por cada persona se utilizará 4m².

Tabla 29

Capacidad del personal por m²

Área	Aforo	m ²
Recepción	5	20.18
Almacén	4	17.79
Vestuario	1	5.01
Cochera	2	11.96
Oficina de gestión	8	33.79
Comedor	4	19.16
Oficina de gerencia	2	8.28
Baño	1	3.83

Fuente: Elaboración propia.

Requerimientos de personal, material e insumos
a) Personal Operativo
Tabla 30
Personal operativo

Servicio	Horas por servicio	Costo por hora	Total
Estándar	4	4.84	19.36
Premium	6	4.84	29.04

Fuente: elaboración propia.

Por cada servicio solo se contará con un operario de limpieza, el tiempo asignado para la realización de cada servicio es de 4 y 6 respectivamente. Si cada operario percibe de forma mensual 930 soles y al mes se labora 192 horas en promedio, su paga por hora es de 4.84 lo que quiere decir que el pago por cada servicio que se realiza tanto premium como estándar es de 19.36 y 29.04 nuevos soles respectivamente, como se puede apreciar en el cuadro de personal operativo.

Buscando conseguir una estandarización en el servicio que cada operario de limpieza realiza, se cuenta con el siguiente cuadro, el cual muestra el tiempo promedio en que el colaborador debe realizar la limpieza y desinfección de cada ambiente de la vivienda.

Tabla 31

Limpieza y desinfección por ambiente/ tiempo

Ambiente	Tiempo	
	Estándar	Premium
Habitación	00:45	01:00
Sala	00:45	01:00
Cocina	01:00	02:00
Baño y ducha	01:00	01:00
Otros	00:30	01:00
Total	04:00:00	06:00:00

Fuente: Elaboración propia.

Una vez que tenemos esta información es de suma importancia que podamos revisar las principales actividades que se realizan en el proceso de limpieza, otorgándole tiempos a cada actividad para ver, cual es el tiempo real de la realización del proceso.

Tabla 32

Tiempo de trabajo operativo

Servicio estándar	Hora inicio	Hora Fin	Tiempos suplementarios y de transporte
Personal llega al punto de encuentro	7:00:00 a. m.		
Solicita los materiales para servicio			
Viaje a lugar del servicio	7:00:00 a. m.	8:00:00 a. m.	1
Protocolo de inicio de servicio	8:00:00 a. m.	8:15:00 a. m.	0.15
Inicio del servicio básico	8:15:00 a. m.	12:15:00 p. m.	
Refrigerio	12:15:00 p. m.	1:00:00 p. m.	0.45
Transporte	1:00:00 p. m.	2:00:00 p. m.	1
Inicio del servicio básico	2:00:00 p. m.	6:00:00 p. m.	
Retorno a la empresa	6:00:00 p. m.	7:00:00 p. m.	1
Validar Kardex	7:15:00 p. m.		0.15
Total			4.15

Servicio premium	Hora inicio	Hora Fin	Tiempos suplementarios y de transporte
Personal llega al punto de encuentro	7:00:00 a. m.		
Solicita los materiales para servicio			
Viaje a lugar del servicio	7:00:00 a. m.	8:00:00 a. m.	1
Protocolo de inicio de servicio	8:00:00 a. m.	8:15:00 a. m.	0.15
Inicio del servicio premium	8:15:00 a. m.	2:15:00 a. m.	
Refrigerio	2:15:00 p. m.	3:00:00 p. m.	0.45
Transporte	3:00:00 p. m.	4:00:00 p. m.	1
Retorno a la empresa	4:00:00 p. m.	5:00:00 p. m.	
Validar Kardex	5:00:00 p. m.	5:15:00 p. m.	0.15
Total		9	3.15

Fuente: Elaboración propia.

Como podemos apreciar en los cuadros anteriores, cada actividad hasta el momento de la realización del servicio propiamente, tiene un tiempo promedio, el cual teniéndolo en cuenta se puede llegar a optimizar los tiempos.

En el caso en particular del servicio estándar, cuando un colaborador realizar en un día dos servicios estándar, genera un tiempo suplementario y de transporte de 4.15 horas lo se debe analizar y plantear estrategias de mejora, como se realizó en este caso, que se sugiere el colaborador no vaya hasta la empresa para poder recoger el material para el servicio, ya que esto puede tomarle 30 o 40 minutos que pueden ser usadas de una manera más adecuada, si se le recoge de algún punto que aminore los tiempos de transporte y recojo de insumos, se efectivizaría el proceso.

VIII. Materiales y útiles

Los materiales que se utilizan para cada servicio, serán dosificados en paquetes dependiendo del tipo de servicio: Estándar y premium, para que al momento que el operario esté programado para realizar el servicio de limpieza el material esté listo para utilizar.

Tabla 33

Materiales y útiles

Items	Servicio					
	Estándar			Premium		
	Cantidad	Precio	Total	Cantidad	Precio	Total
Balde de 12 litros	1	2.85	2.85	1	2.85	2.85
Escobilla para baño	1	1.9	1.9	1	1.9	1.9
Esponja para limpieza de cocina	1	10.8	10.8	1	10.8	10.8
Esponja para limpieza de baño	1	1.14	1.14	1	1.14	1.14
Guante de goma	1	2.85	2.85	1	2.85	2.85
Mopa para trapeador	3	4.75	14.25	3	4.75	14.25
Trapeador fregona plana de microfibra mopa	1	23.75	23.75	1	23.75	23.75
Paño lavable Scoot	10	0.82	8.2	20	0.82	16.4
Total			S/. 56.02			S/. 64.22

Fuente: Elaboración propia

Los materiales que se requieren para la realización del servicio son los mismos en ambos servicios, con la diferencia que en el servicio premium la cantidad varía en relación al servicio estándar.

IX. Productos de limpieza
Tabla 34
Productos de limpieza

Ítems	Precio Unidad	Unidad de medida	Servicio			
			Estándar		Premium	
			Cantidad	Total	Cantidad	Total
Amonio cuaternario	10	Litro	0.25	2.50	0.50	5.00
Ambientador	2.85	Litro	0.25	0.71	0.25	0.71
Bolsas de basura	0.19	Unidad	3.00	0.57	3.00	0.57
Desengrasantes	6.47	Litro	0.25	1.62	0.25	1.62
Detergentes	4.11	Kilo	0.25	1.03	0.25	1.03
Jabón	0.95	Barra	0.25	0.24	0.25	0.24
Lavavajillas	1.9	Litro	0.50	0.95	0.50	0.95
Lejía	2.47	Litro	0.25	0.62	0.50	1.24
Limpia vidrios	7.51	Litro	0.25	1.88	0.25	1.88
Pastilla para baño	2.85	Unidad	1.00	2.85	2.00	5.70
			Total	12.96		18.93

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el amonio cuaternario es uno de los dos productos que ofrece la empresa para la desinfección profunda, se busca proveedores que cumplan con todas las normativas en su venta y distribución.

En la siguiente tabla apreciaremos los costos que nos genera cada servicio, considerando la mano de obra, los materiales y los productos de limpieza que se requieren para brindar el servicio.

X. Intangibles

Tabla 35

Intangibles

Intangible	Precio
Búsqueda y reserva de nombre	25.00
Elaboración de acto común constitutivo (minuta)	600.00
Abono capital y bienes	35.00
Elaboración de escritura pública	200.00
Inscripción en registro públicos y RUC	220.00
Obtención de facturas electrónicas	0.00
Legalización de libro de planillas	12.90
Inscripción en seguro social SIS, AFP NET y ONP	0.00
Tramitación de aprobación en INDECOPI del registro de la	534.99
Tramitación de aprobación en INDECOPI del registro del nombre comercial	534.99
Solicitud, trámite y aprobación de Defensa Civil	100.00
Solicitud, trámite y aprobación de Licencia de Funcionamiento	148.50
Trámites complementarios-contratos	400.00
Licencia de funcionamiento	220.00
Licencia de letrado	120.00
Total	3151.38

Fuente: Elaboración propia.

Podemos observar que la mayoría de gastos, se da en licencias y trámites para la puesta en marcha de la empresa.

XI. Activos

Tabla 36

Activos

Items	Vida útil/años	Precio unitario	Cantidad	Total
Aspirador	5	199.00	6	1,194.00
Lustradora	5	629.00	6	3,774.00
Aspiradora de mano	5	259.00	6	1,554.00
Purificador de aire ozono	2	2,488.00	6	14,928.00
Deshumecedor	3	349.00	6	2,094.00
Capillo eléctrico de limpieza	3	80.00	6	480.00
Vehículo de segundo uso	3	30,600.00	1	30,600.00
Total				54,624.00

Fuente: elaboración propia

Los activos con los que la empresa iniciará sus actividades, básicamente como observamos en la tabla de activos son los que se requiere para la ejecución del servicio, se buscará equipos de primer uso, ya que se considera importen la vida útil de estos activos.

XII. Muebles y equipos

Tabla 37

Muebles

Equipos y muebles	Precio unitario	Cantidad	Total
Laptop	1,400.00	6	8,400.00
Impresora	395.00	2	790.00
Escritorio	150.00	7	1,050.00
Silla	120.00	8	960.00
Silla giratoria	135.00	6	810.00
Locker	665.00	2	1,330.00
Microondas	190.00	1	190.00
Mesa	120.00	3	360.00
Andamios	600.00	3	1,800.00
Extintores	90.00	2	180.00
Total			15,870.00

Fuente: elaboración propia.

Con la información brindada, podemos indicar que el presupuesto de inversión por la parte operativa sería de 73,645.38 como se puede apreciar en el la siguiente vista

Tabla 38

Presupuesto de inversión

Items	Precio
Intangibles	3,151.00
Activos	54,624.00
Muebles y equipos administrativos	15,870.00
Total	73,645.38

Fuente: Elaboración propia.

Proceso de producción del servicio
a) Descripción del proceso
i. Búsqueda y Solicitud del servicio

- Buscar el servicio, de forma presencial, página web o telefónicamente.
- Seleccionar el servicio, ingresar e indicar los datos necesarios para la cotización (ver Anexo 3: Formulario de cotización)
- Validar disponibilidad en las fechas solicitada.
- Seleccionar la forma del pago.
- Aceptar los términos del servicio.
- Realizar pago.
- Confirmación del servicio

ii. Programación del servicio

- Contactar al operario de limpieza para el servicio y confirmar disponibilidad.
- Comunicarse con el cliente para indicarle el nombre del personal que asistirá a realizar el servicio.
- Programar servicio en la agenda de la empresa.

- Coordinar con el personal encargado de la movilidad el traslado del operario.
- Apersonarse a la empresa, para recoger los materiales, equipos e insumos.
- Retirar los materiales.

iii. Ejecución del servicio

- El encargado del transporte debe estar a la hora programada.
- El operario de limpieza debe iniciar el protocolo de atención y entregar los formatos de detalle de servicio y satisfacción para ser llenados (ver Anexo 4: Encuesta de satisfacción)
- Realizar la limpieza de la vivienda de acuerdo a los protocolos (ver Anexo 5: Prevención contra el COVID-19).
- Al concluir el servicio solicitar los formatos entregados al cliente al inicio del servicio, en caso de no encontrarse el cliente, enviar los formatos para el llenado vía email.
- Llamar al personal encargado de la movilidad para su traslado.

iv. Post Servicio

- Volver a la empresa, para informar sobre el servicio y validar los Kardex (ver formato E).
- Entregar al personal encargado la encuesta de satisfacción llenada por el cliente.

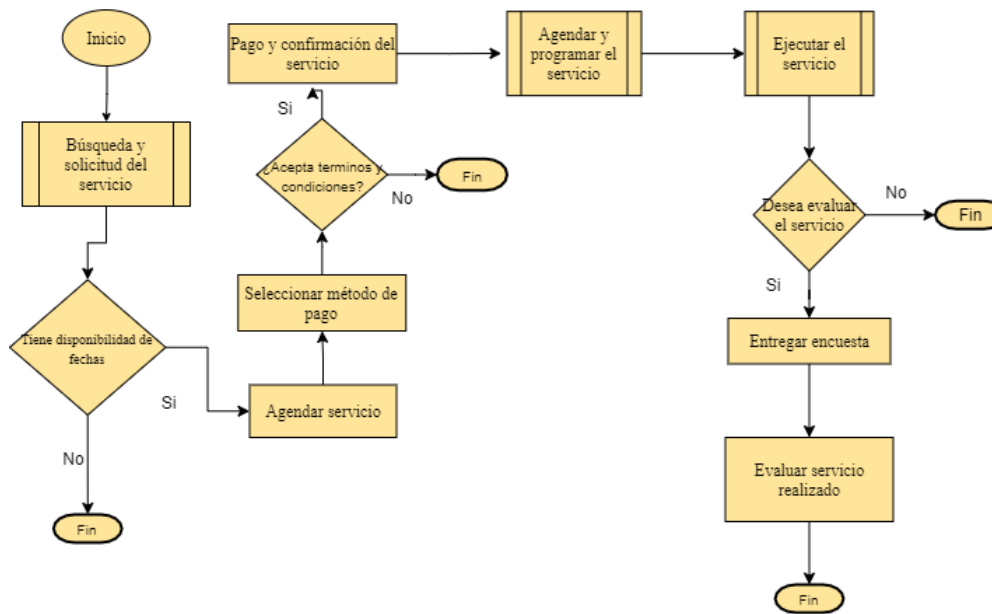
v. Fidelización

- Evaluar las encuestas de satisfacción realizadas por el cliente.

- Plantea alternativas de solución y/o de agradecimiento para las personas que han respondido las encuestas sobre el servicio.
- Comunicar promociones y descuentos.

Ilustración 18

Proceso para brindar el servicio



Fuente: Elaboración propia

XIII. Descripción de los principales procesos

i. Proceso de búsqueda y solicitud del servicio

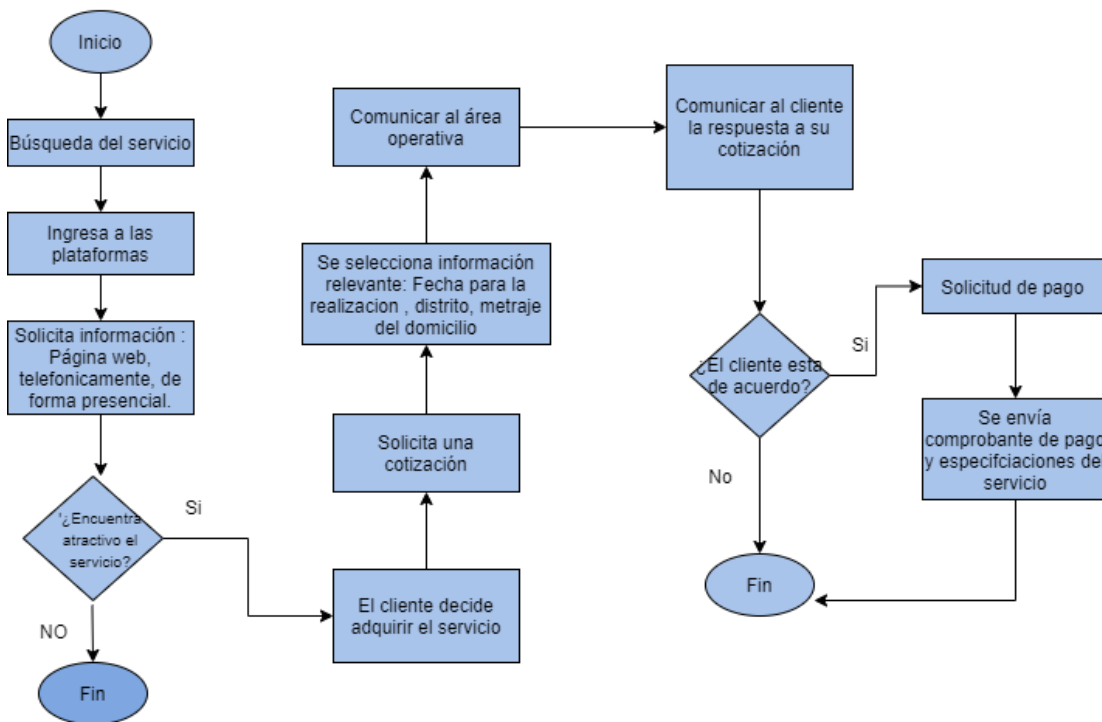
El proceso inicia al momento que el cliente decide buscar ayuda para la limpieza y desinfección de su vivienda, a continuación, detallamos este proceso.

1. El cliente realiza la búsqueda de servicios de limpieza y desinfección a través del internet, en anuncios publicitarios, con sus conocidos, etc.
2. Ingresa a la plataforma de la empresa y decide adquirir el servicio que se ofrece.

3. Realiza la solicitud de cotización de un servicio de limpieza.
4. Se selecciona la información relevante de la cotización: Fecha solicitada para la realización del servicio, distrito, metraje de la vivienda, etc.
5. Se realiza la selección del personal e indica si se puede realizar el servicio en la fecha solicitada.
6. Se comunica al cliente la respuesta sobre la cotización solicitada.
7. Si el cliente está de acuerdo se solicita el pago del servicio y se envía comprobante con las especificaciones del servicio.
8. Si el cliente no está de acuerdo se finaliza el proceso.

Ilustración 19

Proceso de búsqueda y solicitud del servicio



Fuente: Elaboración propia.

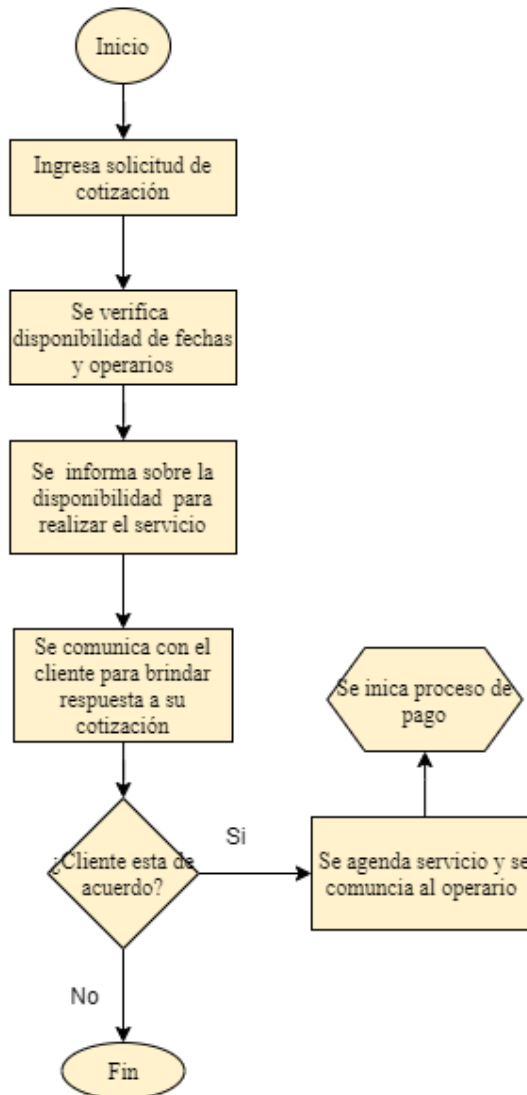
ii. Proceso de agendar y programar el servicio

Este proceso es propio de la empresa, consiste en poder realizar la selección y asignación del personal operativo que realizará el servicio, se debe considerar aspectos importantes como la fecha solicitada por el cliente y también la disponibilidad del personal operativo.

1. Al ingresar la solicitud de cotización para un servicio de limpieza, se valida que la fecha solicitada esté disponible y se coordina con el operario que realizará este servicio.
2. Se informa al encargado de comunicarse con el cliente, la disponibilidad o no para realizar el servicio solicitado.
3. Se comunica al cliente la respuesta a su cotización, si el cliente está de acuerdo, se procede a solicitar el pago para continuar con el proceso.
4. Si el cliente no está de acuerdo con la respuesta, se finaliza el proceso.

Ilustración 20

Proceso de agendar y programar el servicio



Fuente: Elaboración propia.

iii. Proceso de limpieza y desinfección

Tabla 39

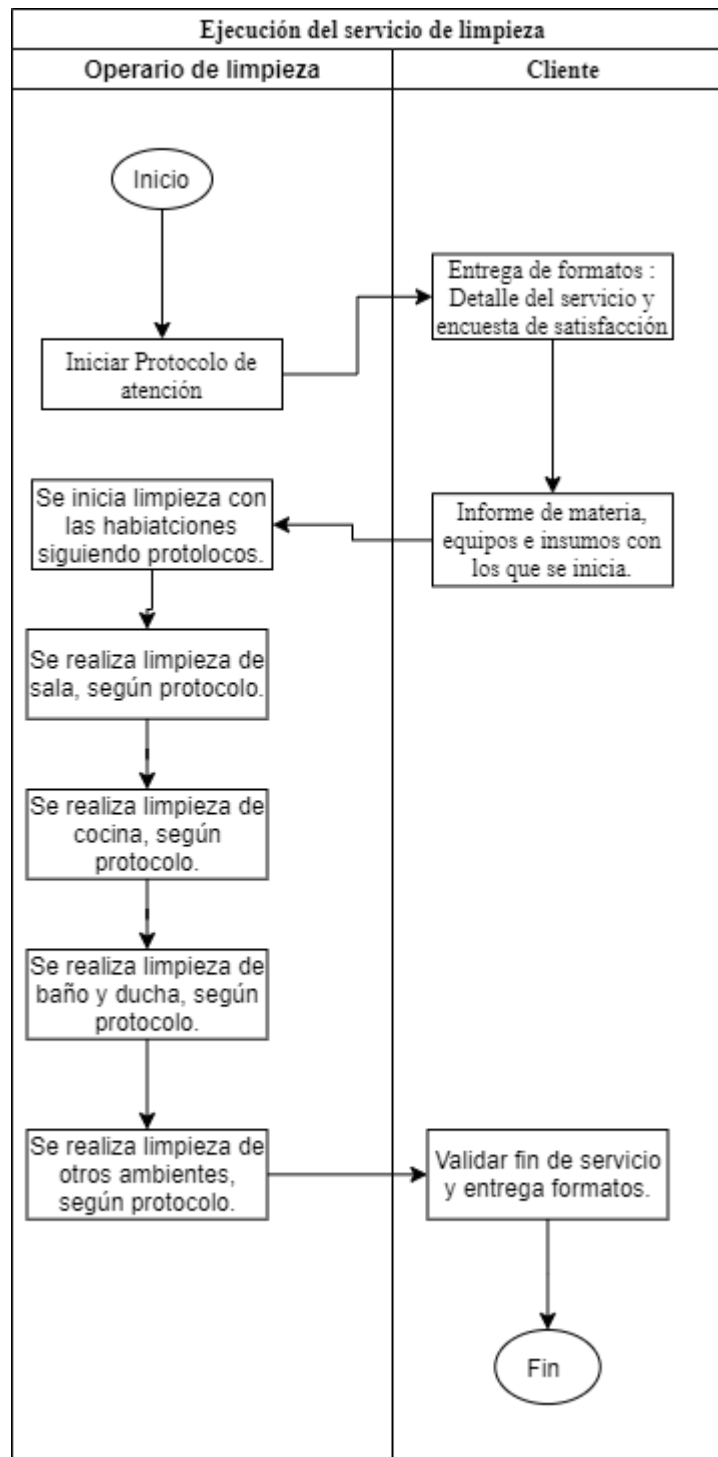
Proceso de limpieza y desinfección

Proceso	Responsable	Detalle
Pago del servicio	Cliente	Se consulta el medio en el que desea realizar el pago: transferencia BCP, Yape, efectivo.
Coordinar el servicio	Jefe de operaciones	Una vez que se haya generado la solicitud de un servicio, se contactará con el jefe de operaciones, quien coordinará y verificará la disponibilidad del operario de limpieza para cubrir la solicitud. Luego se lo comunicará con el asistente, quien será el encargado de la comunicación con el cliente, brindándole el nombre del personal que ha sido asignado para el servicio.
Iniciar el servicio	Operario de limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • El operario obtiene los insumos, materiales y equipos necesarios para el servicio, de acuerdo al tipo de servicio seleccionado por el cliente (en la empresa u otro punto de encuentro entre el encargado de la movilidad y el operario). • El personal operativo, será trasladado en la movilidad de la empresa a la dirección del cliente. • Una vez en la vivienda, deberá realizar la presentación y explicación del servicio que se brindará, según el protocolo de atención al cliente. • Al llegar al domicilio, el personal entregará al cliente el formulario con el resumen del servicio contratado y una encuesta de satisfacción.
Servicio	Operario de limpieza	<p>La limpieza y desinfección será realizada en el siguiente orden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Habitaciones • Sala • Cocina • Baño y ducha • Otros ambientes <p>Se tendrán en cuenta los protocolos para la limpieza de cada área.</p>
Evaluar el servicio	Cliente	Al terminar la limpieza y desinfección, el cliente debe entregar los formatos: Detalle del servicio y encuesta (ver anexos).
Cierre de servicio	Operario de limpieza	El personal de limpieza realizará el cierre del servicio según protocolo.

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 21

Ejecución del servicio de limpieza



Fuente: Elaboración propia.

XIV. Protocolos**i. Definición de términos**

- **Limpieza:** Quitar todos los residuos de suciedad (polvo, restos de comida, etc.) A través de la aplicación de un paño con detergente y su posterior enjuague con un paño húmedo.
- **Desinfección:** Se refiere a la destrucción completa de todos los microorganismos patógenos y no patógenos a un nivel que no afecte negativamente la calidad del producto.
- **Amonio cuaternario 5ta generación:** Es un derivado del amoníaco. La fórmula química del amoníaco es NH_3 (nitrógeno, hidrógeno 3), que forma hidróxido de amonio cuando se mezcla con agua., es un excelente desinfectante con efectos bactericidas, fungicidas y antiviral de amplio espectro, sus principales características son: Tiene un pH neutro, no requiere enjuague, no destiñe ropa ni mancha, no malogra superficies, no tiene reacciones químicas como ardor o picazón.

XV. Actividades básicas de la limpieza**✓ Sacudir**

Consiste en retirar el polvo de una superficie, existen dos tipos de sacudido, el primero es el bajo, el cual consiste en retirar el polvo de todos los objetos hasta donde la persona pueda alcanzar puesta en pie y el segundo que es el sacudido alto, que consiste en retirar el polvo de las zonas que sean más elevadas que la persona que realiza la limpieza (Mayor al 1.80 metros). Los objetos y espacios donde se puede realizar el sacudido, pueden ser: Mesas de centro de sala, lámparas, sillas y muebles de los distintos ambientes, ventanas, etc.

Ilustración 22

Limpiar



Fuente: <https://n9.cl/1duid>

✓ Aspirar

Consiste en succionar el polvo, basura o tierra que se encuentre en una superficie como: muebles, alfombras, paredes, pisos entre otros.

Ilustración 23

Aspirado



Fuente: <https://n9.cl/hjx41>

ii. Barrer

Consiste en recoger la basura y tierra del piso con una escoba, es muy común que esta operación se haga antes de trapear. La medida de la escoba que se use depende de las magnitudes que tenga el área que se quiere limpiar. El recogedor se utiliza para recoger la basura o tierra acumulada al momento de barrer. Los espacios donde se aplica el barrido dentro del hogar son: Sala, escaleras, habitaciones, comedor, cocina, baños, entre otros.

Ilustración 24

Barrer



Fuente: <https://n9.cl/w1h3c>

iii. Lavar

Esta operación consiste en limpiar con agua y detergente un objeto como espejo, ventanas, cocina, superficies de la cocina, etc.

Ilustración 25

Lavado de bucha



Fuente: <https://n9.cl/g7lk8>

Ilustración 26

Lavado de wáter



Fuente: <https://n9.cl/bsho>

Ilustración 27:

Limpieza de cocina



Fuente: <https://n9.cl/03j6>

✓ Trapear

Esta actividad se realiza después de haber barrido, consiste en pasar el trapeador mojado y escurrido sobre la superficie del piso que se está limpiando, se debe realizar con movimientos de adelante hacia atrás para no pisar por donde se ha limpiado, si el piso está muy sucio se debe repetir más de una vez.

Ilustración 28

Trapeado



Fuente: <https://n9.cl/r6wg>

- ✓ **Encerar:** Luego de barrer y trapear se deja unos minutos para que seque el piso y se retira con un trapo seque todas las impurezas que hayan quedado, el encerado consiste en echar cera al piso, el tipo de cera dependerá del tipo de piso el cual puede ser: Piso de madera, de loseta, de cerámica, etc.

XVI. Protocolos de limpieza

iv. Protocolo de atención operativo de limpieza

a. Presentación personal

- Al apersonarse al domicilio del cliente, debe presentarse con el uniforme brindado por la empresa.
- Mantener su limpieza y aseo personal (cabello recogido, uñas cortas, ropa limpia).
- No portar cartera, mochila o accesorios adicionales a los brindados por la empresa.

- Usar permanentemente su identificación brindada por la empresa.
- Mantener los protocolos de bioseguridad (uso de mascarilla) como se detalla en protocolo de lavado de manos, y uso de mascarilla.

b. Relacionamiento con el cliente

- Saludar atentamente al cliente desde el ingreso a su domicilio.
- Presentarse, indicando su nombre completo, mostrar su identificación brindada por la empresa,
- Mostrar la documentación que acredite su buen estado de salud (ver Anexo 2: Test de sintomatología COVID-19)
- Brindar al cliente los formatos para la evaluación del servicio
- Solicitar al cliente un espacio dentro de la vivienda para poder dejar los materiales, insumos y equipos para el servicio.
- Previo a iniciar el aseo, el operario muestra al cliente los materiales, insumos y equipos con los que se cuenta para realizar el servicio.
- En la realización del servicio el operario no debe utilizar el celular a menos que se trate de una emergencia.
- El consumo de alimentos solo está permitido a la hora del almuerzo.
- Cuando haya concluido la limpieza de todos los ambientes deberá comunicar al cliente.
- Al finalizar la limpieza deberá mostrar todo lo que retirará de la vivienda.

- El personal no debe recibir regalos, alimentos o algún otro artículo en señal de agradecimiento por parte del cliente, por ser políticas de la empresa no recibir presentes.
- Recepcionar los formatos entregados: Indicación del servicio y encuesta de satisfacción.
- Se despide del cliente con la frase: “Un gusto haberle ayudado, gracias por confiar en Bio Home Clean, nos gustaría poder atenderlo nuevamente”

v. *Protocolos de limpieza de habitaciones*

- **Preparación**

- El proceso se inicia seleccionando los materiales que correspondan para la limpieza de este ambiente.
- Se utilizará el trapeador color verde que corresponde a este ambiente, y paños desechables.
- Solicitar al cliente la escoba para este ambiente.

- **Proceso**

- Sacudir, limpiar y desinfectar los muebles de la habitación
- Limpiar y desinfectar los espejos y lunas.
- Sacudir, limpiar y arreglar los accesorios de la habitación: Cuadros, floreros, objetos que haya sobre los muebles.
- Arreglar y tender la cama.
- Barrido, trapeado y desinfección del piso de la habitación (De acuerdo al servicio contratado se incluye el encerado).

- Deshumedecer el ambiente, si se requiere.
- Una vez que se ha concluido la limpieza general de la habitación, se realiza la desinfección del ambiente con ozono.

vi. *Protocolos de limpieza de cocina*

- **Preparación**

- El proceso se inicia seleccionando los insumos que correspondan para este ambiente.
- Se utilizará trapeador, esponjas de color celeste que corresponde para este ambiente, y paños desechables.
- Solicitar al cliente la escoba para este ambiente.

- **Proceso**

- Limpiar y desinfectar todas las superficies de la cocina y dejar la menor cantidad de objetos sobre los muebles visibles.
- Limpieza superficial de reposteros altos y bajos.
- Limpieza y desinfección de manera superficial de refrigeradora, cocina y electrodomésticos que se encuentren expuestos.
- Limpieza y desinfección del lavatorio de cocina.
- Barrido, trapeado y desinfección del piso (De acuerdo al servicio contratado se incluye el encerado).
- Limpieza, desinfección de tachos de basura.
- Eliminación de basura
- Deshumedecer el ambiente, si se requiere.

- Una vez que se ha concluido la limpieza, se realiza la desinfección del ambiente con ozono.

vii. Protocolos de limpieza de sala

- **Preparación**

- El proceso se inicia seleccionando los insumos que correspondan para este ambiente.
- Se utilizará el trapeador, esponjas y paños desechables.
 - Solicitar al cliente la escoba para este ambiente.

- **Proceso**

- Limpiar y desinfectar los muebles y aparatos electrónicos que se encuentren en este espacio (Televisor, equipo de sonido, ventilador, etc.).
- Limpiar los espejos y las mesas de vidrio.
- Limpieza de sillas y muebles utilizando la aspiradora manual o el equipo que se requiera.
- Ordenar el área, dejando la menor cantidad de objetos a la vista (Esta indicación puede cambiar a solicitud del cliente)
- Barrido, trapeado, aspirado y desinfección del piso (De acuerdo al servicio contratado se incluir el encerado).
- Limpieza de ventanas.
- Limpieza superficial de alfombras (Si las hubiera)
- Deshumedecer el ambiente, si se requiere.

- Una vez que se ha concluido la limpieza, se realiza la desinfección del ambiente con ozono.

viii. *Protocolos de limpieza de baños y duchas*

- **Preparación**

- El proceso se inicia seleccionando los insumos que correspondan para este ambiente.
- Se utilizará trapeador, escobilla de baño y paños desechables.
- Solicitar al cliente la escoba para este ambiente.

- **Proceso**

- Limpiar y desinfectar el inodoro y el tacho de papeles (si lo tuviera.)
- Limpiar y desinfectar la ducha, las paredes de la ducha, la cortina o vidrio (si lo tuviera).
- Ordenar, limpiar y desinfectar los estantes (Solo se ordena lo que está a la vista) si el cliente lo solicita se ordena algún estante de manera interna.
- Barrido, trapeado y desinfección del piso.
- Deshumedecer el ambiente, si se requiere.
- Una vez que se ha concluido la limpieza, se realiza la desinfección del ambiente con ozono.

ix. *Protocolos de limpieza de otros ambientes*

- **Preparación**

- Si la vivienda cuenta con otros ambientes como lavandería, cochera o cuarto de servicios, la limpieza se realizará con los materiales utilizados en las habitaciones.
- Solicitar al cliente la escoba para este ambiente.
- **Proceso**
 - Limpiar y desinfectar los muebles y aparatos electrónicos que se encuentren en este espacio
 - Ordenar el área, dejando la menor cantidad de objetos a la vista (Esta indicación puede cambiar a solicitud del cliente)
 - Barrido, trapeado y desinfección del piso (De acuerdo al servicio contratado se incluir el encerado).
 - Deshumedecer el ambiente, si se requiere.
 - Una vez que se ha concluido la limpieza, se realiza la desinfección del ambiente con ozono.
- **Importante**
 - Eliminar el ruido tanto como sea posible cuando se realice la limpieza y desinfección del hogar.
 - Notificar las condiciones anormales que se observen en la vivienda, al momento de realizar el servicio.
 - Tener en cuenta los riesgos y permanecer siempre alerta para evitar accidentes.
 - Usar guantes, botas de goma o cualquier otro utensilio que ayude a realizar la tarea de una manera segura.

XVII. Uso de insumos de limpieza**5 Amonio cuaternario**

- Usar la solución con una concentración de 7 ml. por litro de agua.
- Aplicar la solución al área por inmersión, aspersion o manualmente asegurando un contacto completo con la solución.
- Dejar actuar 10 minutos, no requiere enjuague.
- Para usar en loza como platos o vasos, dejar actuar el producto mínimo 3 minutos y enjuagar si se va a emplear inmediatamente.
- Si vas a emplear los utensilios después de 30 minutos, puedes dejarlos secar de forma natural.
- Preparar la cantidad que se va a consumir cada día y no dejar el producto preparado más de 24 horas para que conserve todas sus propiedades.

Lejía

- Mezclar 20 ml. (cuatro cucharas de 5ml cada una) en 1 litro de agua.
- Dilución en lugar ventilado.
- Tener cuidado con las superficies donde se utilizará el producto, ya que decolora.
- Preparar la mezcla solo que se va a usar ese día.
- No lo mezcle con amoniaco u otros productos de limpieza.

XVIII. Procedimientos

En la limpieza de hogares vemos varios procedimientos que se realizan al momento de realizar la limpieza, a continuación, detallamos tres de los más frecuentes.

6 Limpieza y desinfección de monitores

- Utilice un paño desechable con amonio cuaternario de quinta generación para limpiar la superficie con movimientos circulares.
- Tenga en cuenta el punto de partida y limpie toda la pantalla del monitor de forma horizontalmente para evitar cruzar el área nuevamente.
- De la misma forma que la parte delantera, limpie la parte trasera con un paño desechable.
- Aplicar el amonio en un paño nuevo y pasar por la superficie limpias.

7 Limpieza y desinfección de sillas

- Primero limpie el respaldo de la silla horizontalmente ambos lados y bordes, teniendo en cuenta la posición inicial para evitar volver a limpiar.
- Luego limpie el respaldo de la silla horizontalmente.
- Limpiar las ruedas o patas de la silla con un paño.
- Desinfecte todas las superficies limpias con un paño con amonio cuaternario.

x. Limpieza de televisores

- Limpie las caras frontales, posterior y los bordes, tratando de no volver a pasar por la misma zona.
- También se debe limpiar los cables que estén expuestos de arriba hacia abajo.
- Una vez limpio toda la superficie, aplicar en un paño el amonio y pasar por toda la superficie del televisor.

8 Limpieza y desinfección de cocina

- Limpiar los desechos que contengan la superficie de la cocina

- Retirar todas las superficies que puedan ser retiradas y lavarlas de forma separada, dejándolas limpias y desinfectadas.
- Con un paño húmedo limpiar lo más que se pueda las superficies, si hay alguna mancha difícil de retirar aplicar los productos que correspondan para limpiar.
- Luego de limpiar la totalidad de la superficie, aplicar con un paño húmedo el amonio cuaternario y volver a poner las piezas retiradas.
- Luego se debe pasar un paño con detergente por todo el rededor visible de la cocina.
- Una vez limpia toda la superficie, pasar con el amonio para desinfectar.

9 Limpieza y desinfección de equipos (microondas, refrigeradoras, etc.)

- La limpieza de los equipos electrónicos que se encuentren en el ambiente de la cocina será limpiados y desinfectados de una manera superficial.
- Se debe limpiar con un paño con detergente.
- Con un paño con agua, retirar los restos de detergente,
- Una vez limpia la superficie del equipo, se debe aplicar el amonio para la desinfección.

Actividades preoperativas

Las ocupaciones que se realizarán antecedente de la puesta en marcha de la organización Bio home Clean SAC. Permanecen detallados en el siguiente cronograma, que se hizo teniendo presente las ocupaciones y los tiempos que se observan en la ilustración de cronograma preoperativo.

Ilustración 29:

Cronograma preoperativo

Cronograma Preoperativo														
AÑO	1												2	
Actividades/ Mes	1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1
Toma de desición para implementar el proyecto	█													
Formación de la empresa		█												
Tramite de documento para comenzar a operar			█											
Busqueda de local				█	█									
Alquiler del local						█								
Trámite de licencia en municipalidad							█							
Trámite del financiamiento				█	█	█	█	█						
Selección de proveedores									█					
Compra de de activos										█				
Compra de equipos y vehiculo											█			
Compra de insumos y materiales de limpieza												█		
Convocatoria, selección, contratación e inducción de personal													█	
Puesta en marcha														█

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 40

Precedencia de actividades

Código	Actividad	Actividad precedente	Tiempo en meses
A	Toma de desición para implementar el proyecto	-	-
B	Formación de la empresa	A	1
C	Trámite de documento para comenzar a operar	B	1
D	Búsqueda de local	C	2
E	Alquiler del local	D	1
F	Trámite de licencia en la municipalidad	E	1
G	Trámite de financiamiento	F	1
H	Selección de proveedores	G	1
I	Compra de activos	H	1
J	Compra de equipos y vehículo	GI	1
K	Compra de insumos y materiales de limpieza	J	1
L	Convocatoria, selección, contratación e inducción de personal	K	1
M	Puesta en marcha	L	

Fuente: Elaboración propia

● **CAPITULO VI**

PLAN DE RECURSOS HUMANOS

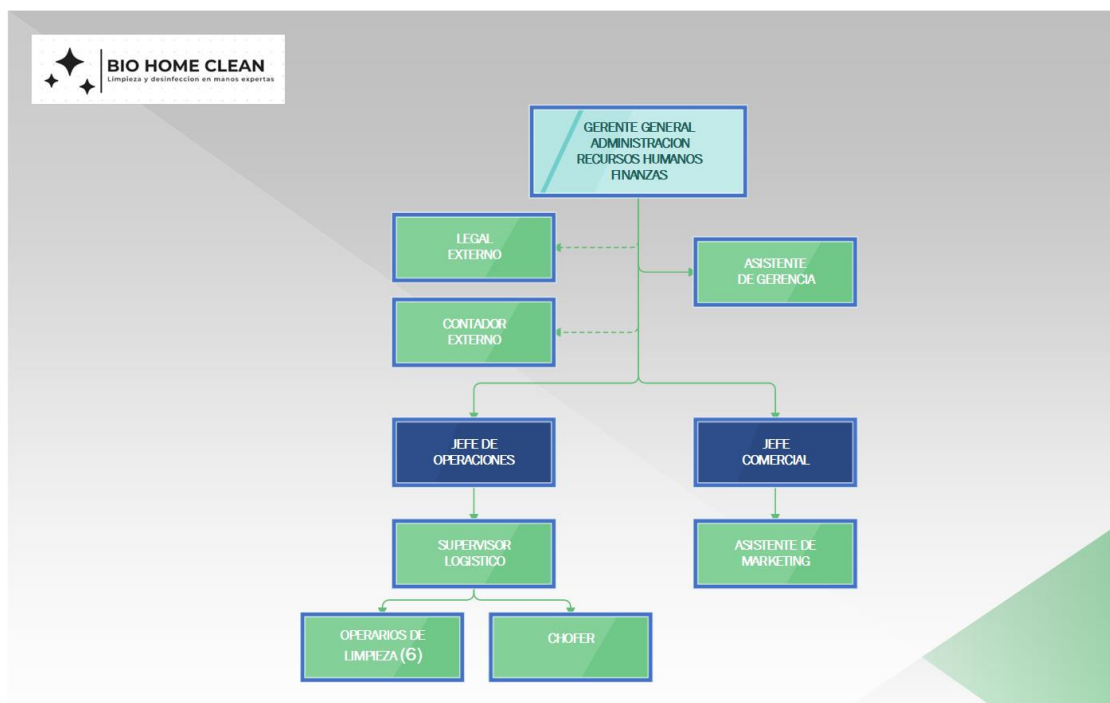
Estructura organizacional

La estructura de la organización es esencial porque permite representar de forma clara y objetiva la estructura jerárquica de la empresa, todos los cargos y funciones están presentados en el organigrama contribuyendo a promover la interacción y comunicación frecuente entre las áreas agilizando procesos.

También permitirá al colaborador a conocer y entender cuál es su posición dentro de la organización en la cual es parte. En Bio Home Clean SAC la estructura organizacional está conformada de la siguiente forma:

Ilustración 30 Organigrama

Organigrama



Fuente: Elaboración propia.

Estrategias de administración de recursos humanos

XIX. Descripción de cargos y funciones

Bio Home Clean S.A.C., requiere de perfiles que fortalezcan el equipo humano, creando puestos idóneos para el desarrollo del potencial y capacidad del colaborador, los puestos a necesitar serán:

- Perfil del puesto del Gerente General
- Perfil del puesto del Jefe de Operaciones
- Perfil del puesto del Jefe Comercial
- Perfil del puesto del Supervisor Logístico
- Perfil del puesto del Asistente de Gerencia
- Perfil del puesto del Asistente de Marketing
- Perfil del puesto de Chofer
- Perfil del puesto de Operario de Limpieza

Se detalla el perfil de cada puesto en el Anexo 7: Perfiles de puestos.

XX. Reclutamiento y Selección de Personal

xi. Reclutamiento

El reclutamiento que realizará Bio Home Clean SAC será a través de LinkedIn, Redes Sociales (Facebook, Instagram) y/o recomendaciones; se espera contar personal con las características descritas en el perfil del colaborador.

xii. Preselección

El Gerente General recibirá los currículos vitae tanto descriptivo como documentado de los postulantes y realizará un pre filtro, solo continuará la etapa final el postulante que cumpla lo requerido en el Perfil del Colaborador establecido.

xiii. Selección

Habiendo concluidos la etapa de Pre selección, se citará vía Zoom o Meet a todas las personas seleccionadas que cumplan los requisitos establecidos y se dará inicio a lo siguiente:

Entrevista Gerente General

- El entrevistado se presentará y dará a conocer su experiencia, conocimiento y habilidades.
- El entrevistador hará unas preguntas al entrevistado, manteniendo en todo momento un clima de confianza y seguridad.
- De haber aprobado favorablemente la entrevista, será contratado.
- El entrevistador le explicará acerca de los requisitos que necesita para iniciar sus labores.

Tabla 41

Requisitos Contrato

n°	Requisitos de contrato
1	Copia del documento Nacional de Identidad DNI
2	Currículo Vitae descriptivo y documentado
3	Copia de un recibo de luz, agua o teléfono
4	Constancia de antecedentes penales o policiales

Fuente: Elaboración propia.

Expediente del Colaborador

Después de ser contratado, el empleador le dará una constancia de todos los documentos oficiales entregados al momento de la firma del contrato. Se detalla a continuación.

Tabla 42

Expediente de colaborador

n°	Expediente del colaborador
1	Constancia de resultado de prueba Covid 19.
2	Ficha de datos personales.
3	Contrato de plazo fijo.
4	Recomendaciones de seguridad y salud en el trabajo.
5	Cargo del Reglamento interno de seguridad y salud en el trabajo .
6	Declaración de antecedentes penales.
7	Cargo de recepción de boletín informativo del sistema de pensiones.
8	Acta de compromiso para uso de computadoras.
9	Elección de banco sueldo y otros beneficios.
10	Acuerdo de compensación de horas extras por descansos.
11	Cargo de recepción de información adicional sobre derechohabientes.
12	Registro de entrega de capacitación en riesgos de puesto de trabajo.
13	Registro de entrega de Manual de organización y funciones.

Fuente: Elaboración propia.

Planeamiento estratégico de recursos humanos
XXI. Plan de inducción y formación

Luego de la firma de contrato, el colaborador pasará por una inducción en la empresa, para su familiarización y desarrollo óptimo de sus funciones.

La inducción se realiza una vez al ingreso del nuevo trabajador y tiene por objetivo dar a conocer información sobre manejo de la empresa, teniendo como meta lograr que el nuevo colaborador se adapte a la empresa, a sus nuevos compañeros y directivos, además le permitirá conocer la cultura organizacional, historia, valores y políticas de la empresa.

Para lograr una inducción beneficiosa, Bio Home Clean SAC incluirá ciertos elementos que ayudarán a que sea más efectiva.

Tabla 43

Inducción del colaborador

n°	Inducción del colaborador	Actividades
1	Preparar la inducción anticipadamente	A) Informar al equipo de colaboradores sobre la llegada del nuevo integrante. Asimismo, se informará al nuevo colaborador de sus obligaciones y de todas las responsabilidades que cumplirá, también se le proporcionará información sobre el perfil de su cargo y objetivos. Esta actividad podrá llevarse a cabo a través de una reunión virtual y la información se proporcionará vía correo electrónico. B) Asimismo, el colaborador será informado de su horario de trabajo, vestimenta y las actividades en su primer día de trabajo.
2	Durante la inducción	C) Bienvenida a la Empresa y entrega de un Kit, se brindará información sobre la empresa, como por ejemplo Misión, Visión, Objetivos, Organigrama, asimismo, se le informará a dónde y a quién acudir para solucionar un problema, y sobre las actitudes no permitidas en la organización, entre otros.
3	No saturar de información	D) El principal objetivo de la inducción es proporcionar información sobre la empresa, su funcionamiento, tipo rubro, giro y su público objetivo. E) Se considerará los siguientes datos: Pago, políticas sobre la ausencia laboral, vacaciones, normas de bioseguridad, capacitaciones entre otras y las responsabilidades en sus actividades. F) Se evitará saturar de mucha información al nuevo colaborador
4	Motivar a los nuevos trabajadores	H) La inducción estará a cargo del Gerente General, se llevará a cabo de forma presencial en la oficina donde también se hará recorrido dentro de las instalaciones de la empresa y se le presentará a todos los integrantes que la conforman.
5	Firma de contrato	I) Será realizado en el menor plazo posible para brindar al colaborador tranquilidad y seguridad para cumplir sus tareas, pero sobre todo evitar encontrarse estresado y preocuparse en trámites administrativos.

Fuente: Elaboración Propia

XXII. Plan de capacitación anual

El plan de Capacitación se realizará anualmente, no tendrá un costo adicional, puesto que será realizado por el encargado de Operaciones o Supervisor Logístico de la propia empresa, el cronograma de actividades se presentará los meses de octubre de cada año. La finalidad de cada capacitación es fortalecer y mejorar los conocimientos de los colaboradores, prepararlos para que brinden un buen servicio y crecer como organización, así como mejorar el desempeño laboral, motivar al personal.

Para tal fin se ha diseñado un cronograma con los temas propuestos.

Tabla 44 Capacitación anual
Capacitación anual

Meses	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Total
Enero		Uso de insumos de limpieza			1
Febrero					0
Marzo					0
Abril			Uso adecuado de insumos de acuerdo con la limpieza		1
Mayo					0
Junio					0
Julio		Protección de pisos y enseres			1
Agosto					0
Septiembre					0
Octubre			Cuidado y protección en el uso de artículos de limpieza		1
Noviembre					0
Diciembre					0

Fuente: Elaboración propia.

Políticas de remuneraciones y compensaciones

XXIII. Remuneraciones y compensaciones por perfiles

Se detalla las remuneraciones y compensaciones conforme al régimen laboral los perfiles requeridos para la conformación de la empresa Bio Home Clean S.A.C.

Tabla 45

Remuneración gerente

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46

Presupuesto de remuneración del jefe de operaciones

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 47

Presupuesto remuneración jefe comercial

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48

Presupuesto supervisor logístico

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 49

Presupuesto asistente gerencia

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 50

Presupuesto remuneración asistente marketing

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51

Presupuesto de remuneración chofer

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

Tabla 52 Presupuesto operario limpieza 1

Presupuesto operario limpieza 1

Concepto	Monto Mensual S/	Asignación anual	Monto anual S/
Sueldo	930.00	11 meses y 15 días	10,695.00
Vacaciones (1)	465.00	15 días	465.00
Sis (2)	15.00		180.00
			11,340.00

Descripción	Anual	Mensual
Sueldo con Beneficios S/	11,340.00	S/ 945.00
Sueldo sin Beneficios S/	10,695.00	S/ 930.00
Beneficios S/	645.00	S/ 53.75
	% de diferencia entre sueldo con beneficio vs sueldo sin beneficio	S/ 11,340.00 6.03%

Se considera medio sueldo anual (15 días) por concepto de vacaciones. El empleador paga por cada trabajador 15.00 soles mensualmente. Fuente: Elaboración propia.

XXIV. Beneficios Sociales

Bio Home Clean SAC se ha acogido al Régimen Laboral Especial para la Micro y Pequeña Empresa y será inscrita en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE), por lo cual, corresponde a todos sus empleados ser registrados en planilla y obtener los siguientes beneficios sociales:

Tabla 53

Beneficios sociales

Concepto	Beneficios sociales
Remuneración	No deberá ser menor a la remuneración mínima vital (S/ 930.00)
Descanso semanal	Es obligatorio el descanso de 24 horas consecutivas
Vacaciones	15 días calendario
Seguro Salud	Sistema Integral de Salud (S/. 15.00) mensual
Afiliación SPP	Elegir entre AFP u ONP

Fuente: Propia con datos obtenidos de Beneficios sociales de la micro y pequeña empresa Decreto Supremos N° 013-2013- PRODUCE

XXV. Servicios Tercerizados

- **Legal:** Se contratará a un abogado que brindará un servicio de consultoría de manera externa a la empresa, para la realización de trámites legales de aspecto, laboral, tributario y civil.
- **Contabilidad:** Se contará con un contador público colegiado que se encargará de llevar todas las cuentas, además es el profesional responsable de establecer los procedimientos

de información y llevar a cabo el control de la Contabilidad, estados financieros y libros auxiliares cuentas.

Presupuesto del plan de recursos humanos

XXVI. Datos de la empresa

Tabla 54

Datos de la empresa

Datos de la empresa	
Razón social	BIO HOME CLEAN S.A.C.
RUC	20112378864
Periodo	MARZO

RMV	930
Asignación familiar	10%
SIS	S/15.00

Concepto	SNP/ONP	Prima	Habitad	Integra	Profuturo
Aporte obligatorio	13%	10%	10%	10%	10%
Comisión % sobre R.A.		1.60%	1.47%	1.55%	1.69%
Prima Seguro		1.35%	1.35%	1.35%	1.35%

Fuente: Elaboración propia

XXVII. Planilla Mensual

En la planilla se registrará la información mensual de sueldos, descuentos laborales y beneficios que percibirán los colaboradores dependientes de la empresa. Se registrará el cálculo desde el primer día desde el inicio de labores, conforme a Ley, lo que brindará información precisa y exacta del gasto mensual conforme al régimen laboral de la empresa.

Tabla 55
Planilla mensual

Orden	Cargo u ocupación	ASIGNACIÓN FAMILIAR	Ingresos del trabajador			Retenciones a cargo del trabajador								Aportación del empleador		
			Sueldo básico	Otros	Total Remuneración Bruta	SNP/AFP	ONP/SNP	Sistema privado de pensiones - AFP				Total descuento	Total Remuneración neta	Seguro Integral de Salud (SIS)	Total Aportes	
								APF	Aporte obligatorio	Comisión % sobre R.A.	Prima de seguro					
01	Gerente General	NO	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
02	Jefe de Operaciones	NO	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
03	Jefe Comercial	NO	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
04	Supervisor Logístico	NO	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
05	Asistente de Gerencia	NO	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
06	Asistente de Marketing	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
07	Chofer	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
08	Operario de Limpieza 1	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
09	Operario de Limpieza 2	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
10	Operario de Limpieza 3	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
11	Operario de Limpieza 4	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
12	Operario de Limpieza 5	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
13	Operario de Limpieza 6	S/	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	AFP	-	PRIMA	S/ 93.00	S/ 14.88	S/ 12.56	S/ 120.44	S/ 809.57	S/ 15.00	S/ 15.00	
Totales S/			S/ 12,090.00	S/ -	S/ 12,090.00	-	-	-	S/ 1,209.00	S/ 193.44	S/ 163.22	S/ 1,565.66	S/ 10,524.35	S/ 195.00	S/ 195.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de la AFP y SIS.

XXVIII. Planilla anual con beneficios y descuentos

La planilla anual de remuneraciones compete a la suma total pagada por Bio Home Clean SAC, correspondiente a un año calendario, como resultado de un contrato de trabajo. Se toman los datos exactos con descuentos y beneficios sociales, anualmente se tendría un gasto de S/ 129,568.14 nuevos soles, lo cual no da una visión exacta.

Tabla 56

Planilla con beneficios y descuentos

n°	Puesto	Remuneración neta mensual	Remuneración neta anual	Sub-total	SIS mensual	SIS anual	Total
1	Gerente General	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 15.00	S/ 180.00	S/ 9,894.78
2	Jefe de Operaciones	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 16.00	S/ 192.00	S/ 9,906.78
3	Jefe Comercial	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 17.00	S/ 204.00	S/ 9,918.78
4	Supervisor Logístico	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 18.00	S/ 216.00	S/ 9,930.78
5	Asistente	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 19.00	S/ 228.00	S/ 9,942.78
6	Asistente de Marketing	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 20.00	S/ 240.00	S/ 9,954.78
7	Chofer	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 21.00	S/ 252.00	S/ 9,966.78
8	Operario de Limpieza 1	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 22.00	S/ 264.00	S/ 9,978.78
9	Operario de Limpieza 2	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 23.00	S/ 276.00	S/ 9,990.78
10	Operario de Limpieza 3	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 24.00	S/ 288.00	S/ 10,002.78
11	Operario de Limpieza 4	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 25.00	S/ 300.00	S/ 10,014.78
12	Operario de Limpieza 5	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 26.00	S/ 312.00	S/ 10,026.78
13	Operario de Limpieza 6	S/ 809.57	S/ 9,714.78	S/ 9,714.78	S/ 27.00	S/ 324.00	S/ 10,038.78
Total general anual		S/ 10,524.35	S/ 126,292.14	S/ 126,292.14	S/ 273.00	S/ 3,276.00	S/ 129,568.14

Fuente: Elaboración propia.

XXIX. Proyección de sueldos con beneficios a 5 años

En la proyección a cinco (05) años de los sueldos con beneficios estimados para el pago de remuneraciones, se considera como una provisión porque no tiene descuentos de AFP u ONP, solo remuneración básica y beneficios sociales de acuerdo con el régimen especial elegido por Bio Home Clean S.A.C.

Tabla 57

Proyección de sueldo con beneficios a 5 años

Detalle	Horizonte de evaluación (años)					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Supervisor Logístico						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Chofer						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Operario de Limpieza 1						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Operario de Limpieza 2						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Operario de Limpieza 3						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Operario de Limpieza 4						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Operario de Limpieza 5						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Operario de Limpieza 6						
Número	1	1	1	1	1	1
Suelo do Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Suelo do Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Total Presupuesto Mano de Obra Directa	S/ 90,720.00	S/ 90,720.00	S/ 90,720.00	S/ 90,720.00	S/ 90,720.00	S/ 90,720.00

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 58

Mano de obra indirecta

Detalle	Horizonte de evaluación (años)					
	0	1	2	3	4	5
Inflación proyectada	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Gerente General						
Número	1	1	1	1	1	1
Sueldo Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Sueldo Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Jefe Comercial						
Número	1	1	1	1	1	1
Sueldo Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Sueldo Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Jefe de Operaciones						
Número	1	1	1	1	1	1
Sueldo Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Sueldo Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Asistente de Gerencia						
Número	1	1	1	1	1	1
Sueldo Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Sueldo Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Beneficios Sociales (%)	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%	6.03%
Asistente de Marketing						
Número	1	1	1	1	1	1
Sueldo Básico Mensual por Persona	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00	S/ 930.00
Sueldo Anual considerando Beneficios Sociales por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Anual por Persona	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00	S/ 11,340.00
Total Presupuesto Mano de Obra Directa	S/ 56,700.00	S/ 56,700.00	S/ 56,700.00	S/ 56,700.00	S/ 56,700.00	S/ 56,700.00
Total MOI y MOD	S/ 147,420.00	S/ 147,420.00	S/ 147,420.00	S/ 147,420.00	S/ 147,420.00	S/ 147,420.00

Fuente: Elaboración propia.

XXX. Boleta de pago

Se ha desarrollado un modelo de boleta de remuneración mensual, en la que se registrará los ingresos y egresos del colaborador, la misma que será entregada de manera física a más tardar

tres días hábiles de realizado el depósito de la remuneración, debidamente firmada y sellada por el Gerente General quien es el representante legal de la empresa. Por acuerdo con el trabajador, se podrá remitir la boleta de pago por correo electrónico dejando constancia de recepción de ésta. Bio Home Clean SAC tiene la obligación de guardar hasta cinco años duplicado de las boletas de sus trabajadores en caso de que la autoridad competente lo requiera.

Ilustración 31

Boleta de pago

NUMERO DE ORDEN:	01	▲ ▼
-------------------------	-----------	--------

RUC: 20112378864

EMPLEADOR: BIO HOME CLEAN S.A.C.

PERIODO: MARZO – 2021

Documento de Identidad		Nombre y Apellidos	Situación
Tipo	Número		
DNI	42900459	KENY ALAIN ALVA ALCANTARA	ACTIVO
Fecha de Ingreso	Cargo del Trabajador	Régimen Pensionario	CUSPP
1/01/2021	Gerente General	AFP PRIMA	622041DORFE9

Código	Conceptos	Ingresos S/	Descuentos S/	Neto S/
Ingresos				
	REMUNERACIÓN O JORNAL BÁSICO	930.00		
	ASIGNACION FAMILIAR	-		
	OTROS INGRESOS	-		
Aportes del Trabajador				

RENTA QUINTA CATEGORÍA	
RETENCIONES	-
SISTEMA NAC. DE PENSIONES DL 19990	-
COMISION AFP PORCENTUAL	14.88
PRIMA DE SEGURO AFP	12.56
SSP-APORTACION OBLIGATORIA	93.00
Neto a Pagar	809.57

Aportes de Empleador	
SIS (SISTEMA INTEGRAL DE SALUD)	15.00

Fuente: Elaboración propia

XXXI. Presupuesto General del Área de RR.HH.

Finalmente, como presupuesto a considerar para Recursos Humanos en Bio Home Clean S.A.C., se ha calculado un aproximado de S/ 154,895.00 nuevos soles, se debe tener en cuenta que este monto variará de acuerdo con los cambios que surjan de incremento de personal, requerimiento del abogado y contador externos.

Tabla 59

Presupuesto de recursos humanos

n°	Concepto	Cantidad	Veces al año	Valor unitario	Valor anual
1	Kit de bienvenida	13	1	S/5.00	S/65.00
2	Externo: Contador	1	12	S/500.00	S/6,000.00
3	Externo: Legal	1	4	S/350.00	S/1,400.00
4	Planilla de Remuneraciones	13	12	S/12,090.00	S/145,080.00
Total general					S/152,545.00

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO VII

ASPECTOS LEGALES, TRIBUTARIOS Y LABORALES

Aspecto Legal

XXXII. Forma Societaria

Bio Home Clean es una empresa que será constituida como SOCIEDAD ANONIMA CERRADA, amparada por la Ley General de Sociedades (Ley 26 887), estará compuesta por cinco socios que formarán la Junta General de Accionistas, un Gerente general que será también el representante legal.

- *Inversión inicial:*

La empresa no contará con un Directorio dado que la sociedad no lo exige, se ha decidido dicha FORMA SOCIETARIA dado que los socios no serán objeto de responsabilidad por las deudas sociales de la empresa. La inversión inicial de capital será de S/. 138,948.51 (Ciento Treinta y Ocho Mil Novecientos Cuarenta y Ocho con 51/100 soles).

Tabla 60

Distribución de número de participantes

Accionistas	% Participación
Alva Alcantara, Keny	20%
Celis Alvarez, Esther	20%
Miranda Alcántara, Yanet	20%
Morales Morales, Karen	20%
Torreblanca Chavez, Jessica	20%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 61

Capital por accionista

Accionistas	Participación S/.
Alva Alcantara, Keny	46,316.17
Celis Alvarez, Esther	46,316.17
Miranda Alcántara, Yanet	46,316.17
Morales Morales, Karen	46,316.17
Torreblanca Chavez, Jessica	46,316.17
Alva Alcantara, Keny	46,316.17
Total	231,580.84

Fuente: Elaboración propia.

XXXIII. Actividades

La empresa Bio Home Clean SAC realizará los siguientes trámites para su Constitución y formalización:

- a. Elegir y registrar el nombre de la empresa
- b. Elaboración de la Minuta
- c. Abono de capital y bienes
- d. Elaboración de Escritura Pública
- e. Inscripción en Registros Públicos
- f. Inscripción al RUC para persona Jurídica
- g. Obtención de las Facturación Electrónica.
- h. Legalización en el ministerio de trabajo el libro de planillas.
- i. Inscripción en SEGURO SOCIAL y AFP NET u ONP a los trabajadores.

XXXIV. Procedimientos

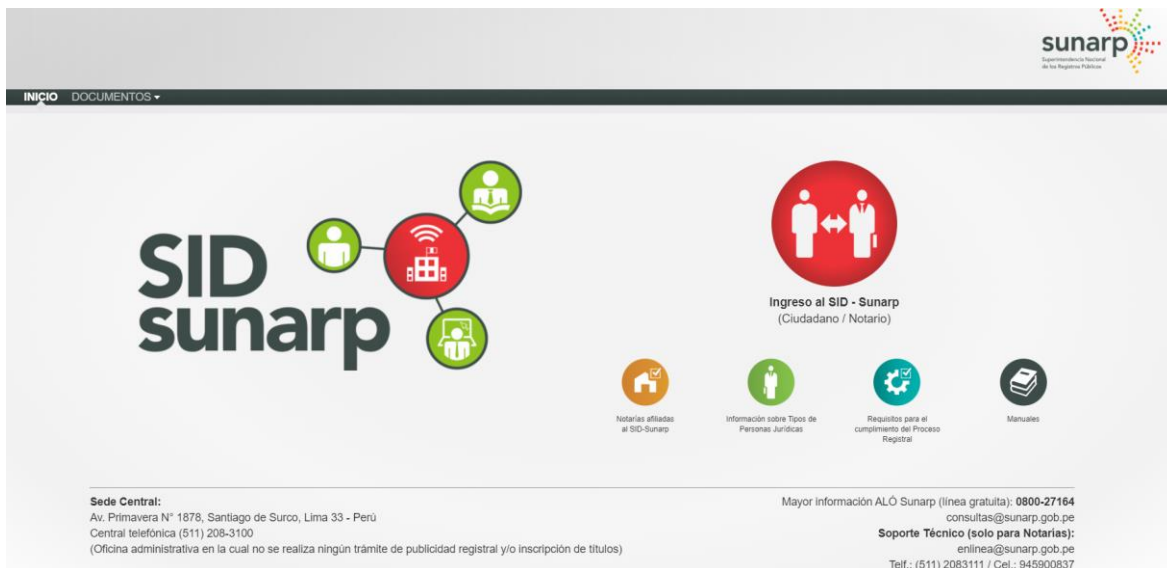
xiv. Elegir y registrar el nombre de su empresa

Se procederá a la verificación en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (Sunarp) que no exista nombres o razón social igual, para lo cual, se procederá a ingresar al SID-Sunarp a través del siguiente enlace web: <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>, esta página proporcionará un usuario y clave, siguiendo los pasos indicados.

El costo de la reserva es de S/ 21.00 (veintiún soles) lo que garantizará que nadie pueda utilizar el nombre elegido.

Ilustración 32: SUNARP

SUNARP



Fuente: de <https://www.sunarp.gob.pe/w-sid/index.html>

xv. Elaborar la Minuta

La elaboración de la Minuta es el acto constitutivo a través de la cual todos los miembros de la sociedad expresan su voluntad para constituir la empresa, allí se señalarán todos los acuerdos correspondientes.

Requisitos:

- Dos (02) copias de los documentos de cada socio y cónyuges.
- Original y dos (02) copias de la búsqueda y la reserva de nombre de la empresa.
- Se presentará en un USB el archivo que puede ser en PDF, Word y/o Excel con el giro del negocio y el listado de todos los bienes para el capital. El trámite puede ser realizado en los siguientes lugares:

Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC), actualmente no están atendiendo de manera presencial, pero sí de manera virtual a través de su correo electrónico tuempresa@produce.gob.pe o vía WhatsApp al número 938 258 576 de manera gratuita.

Centro de Desarrollo Empresarial (CDE), de manera virtual a través del correo electrónico cde@cofide.com.pe donde prestan asesoría gratuita. El tiempo aproximado de trámite es de dos días hábiles.

xvi. Abono de capital y bienes

La Minuta se llevará al Notario con la respectiva constancia del capital, inventario de los bienes y el certificado emitido por la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) para que procedan con el registro de la Escritura Pública, con el cual se da fe de la constitución legal de la empresa Bio Home S.A.C.

Este trámite es realizado concluidos los dos pasos anteriores. Este monto capital debe ser ingresado a cualquier entidad financiera lo que permitirá abrir una cuenta bancaria.

Requisitos:

- DNI/Pasaporte/CE.
- Formato de Acto Constitutivo (emitido por la Notaria).

xvii. Elaboración de Escritura Pública

La Notaria es la responsable de generar y validar la Escritura Pública, Testimonio de Sociedad o Constitución Social, que son los documento que permitirán dar fe de que todo el Acto Constitutivo es legal. El Notario procederá a firmar y sellar y consecutivamente lo harán todos los miembros de la sociedad.

Requisitos:

- DNI/Pasaporte/CE.
- Formato de Acto Constitutivo (generado y validado por la notaria).
- Depósito o baucher de abono en dinero.

Anexo de Minuta

xviii. Inscripción en Registros Públicos

El Notario es responsable y encargado de la inscripción en Registros Públicos, lo cual tiene un tiempo de demora de 8 a 10 días hábiles. La Escritura Pública emitida será llevada a la Superintendencia Nacional de Registros Públicos para la inscripción de la empresa.

xix. Inscripción al RUC para persona Jurídica

Habiéndose finalizado el trámite de constitución de la empresa, se deberá inscribir en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la Superintendencia Nacional Tributaria (SUNAT) con los siguientes requisitos.

El RUC es el registro que la SUNAT contará del contribuyente cuyos datos estará consignadas la persona, entidad o empresa, domicilio fiscal, actividad o giro del negocio entre otros datos registrados. Este número es único y consta de 11 dígitos que será utilizado en todos los trámites que se realice ante la SUNAT.

xx. Obtención de factura electrónica.

- Se realizará el registro de los datos de la configuración inicial.
- Descargar en la carpeta denominada “CERT”, el certificado digital con el cual se firmarán los documentos electrónicos.
- Obtener el archivo con la información del comprobante que la empresa desea emitir en formato txt, json o xml y grabarlo en la carpeta DATA, según la estructura definida por SUNAT.

xxi. Legalización en el Ministerio de Trabajo del Libro de Planillas

Dentro de las 72 horas de inicio de las actividades de la empresa deberá registrarse a los trabajadores en el Libro de Planillas de Remuneraciones, este Libro será presentado ante el Ministerio de Trabajo (MINTRA) o a sus sedes que se encuentran en Lima y provincias para la legalización correspondiente.

Requisitos:

- Adquirir el Libro de Planillas
- Adjuntar la solicitud de Autorización de libros de planillas
- Realizar el abono del derecho de pago (1% UIT = S/. 43.00), pero al tratarse de una microempresa, existe un beneficio de descuento del 70% (S/. 12.90). Para obtener este beneficio la empresa presentará una declaración jurada manifestando que pertenece al sector de las micro y pequeñas empresas.

Anexo de modelo de contrato de trabajo de la empresa Bio Home Clean SA (Anexo 9)

xxii. Inscripción en el Seguro Social y AFP u ONP

Bio Home Clean SAC realizará la afiliación de cada trabajador con el siguiente formato:

Ilustración 34 AFP

AFP

Guía rápida para Empleadores

¿Qué es AFPnet?

- Es un servicio gratuito para todos los empleadores.
- Simplifica la tarea de preparar, declarar y pagar las planillas de AFP.
 - No requiere conocer la AFP y calcula automáticamente los aportes. En caso de pago tardío, también calcula los intereses moratorios.
 - Las planillas se preservía internet.
 - Los pagos se pueden hacer en línea desde AFPnet y también en bancos (vía Internet o en agencias).
- Permite realizar la afiliación de sus trabajadores al SPP.
- Permite recibir y consultar las Liquidaciones Previas que informan las deudas por aportes no efectuados y, cuando corresponde, presentar los descargos de dichas deudas.

¿Cómo usar AFPnet?

1	Registre su empresa.....	2
2	Ingrese a AFPnet.....	2
2.1	Si olvida la contraseña.....	3
3	Administre sus usuarios y opciones.....	3
3.1	Cree nuevos usuarios en AFPnet.....	3
3.2	Modifique los datos de un usuario de AFPnet.....	4
3.3	Asigne accesos a un usuario de AFPnet.....	4
3.4	Asigne una contraseña a un usuario de AFPnet.....	5
4	Conozca qué trabajadores están afiliados a una AFP.....	6
4.1	Consulte Afiliados en forma unitaria.....	6
4.2	Consulte afiliados en forma masiva.....	6
5	Presente y Pague sus planillas de AFP.....	7
5.1	Prepare el archivo de planillas.....	8
5.2	Prepare el archivo de semanas contributivas.....	9
5.3	Cargue el archivo y trabaje las planillas.....	10
5.4	Pague las planillas.....	12
6	Consulte y pague sus Planillas y Regularizaciones.....	12
6.1	Consulte una Planilla o Regularización.....	12
6.2	Pague una Planilla o Regularización.....	13
6.3	Pagos con doble firma.....	14
6.4	Bancos Recaudadores y Horario de pagos.....	15
6.5	Solicite la anulación de una planilla.....	16
7	Afilie a sus trabajadores al SPP.....	17
8	Consulte sus Liquidaciones Previas y presente sus descargos.....	17

HABITAT **AFP Integra** **PRIMA AFP** **Profuturo**

Página 1/17





Fuente:

AFP net- Guía rápida para empleadores- asociación de AFP.

- Bio Home Clean S.A.C realizará los siguientes pasos para la tramitación, aprobación del Registro de la marca, Nombre comercial, lema comercial en Indecopi.

Ilustración 35 Formulario de Indecopi

Formulario de Indecopi

 			
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS SOLICITUD DE REGISTRO DE MARCA DE PRODUCTO / SERVICIO Y/O MULTICLASE			
1. DATOS DEL SOLICITANTE		<input type="checkbox"/> N° de Solicitantes (En caso de ser más de 1 solicitante llenar el anexo A por cada solicitante adicional)	
<input type="checkbox"/> PERSONA NATURAL		<input type="checkbox"/> PERSONA JURÍDICA	
		Tipo de empresa (*) (marque de corresponder): <input type="checkbox"/> Micro <input type="checkbox"/> Pequeña <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Otra: _____	
Nombre o Denominación / Razón Social (conforme aparece en su documento de identidad o de constitución)			
Nacionalidad / País de Constitución:		Documento de Identidad (marcar y llenar según corresponda): Persona Natural: DNI <input type="checkbox"/> C.E. <input type="checkbox"/> PASAPORTE <input type="checkbox"/> / Persona Jurídica: RUC <input type="checkbox"/>	
Representante Legal (Llenado obligatorio en caso de ser Persona Jurídica):			
Domicilio para envío de notificaciones en el Perú			
Dirección: Distrito: _____ Provincia: _____ Departamento: _____ Referencias de domicilio: _____			
En caso de contar con el servicio de casilla electrónica, indicar el número de usuario de cuenta (previa suscripción de contrato en www.indecopi.gob.pe) De llenar este campo, todas las notificaciones serán enviadas a esta casilla.		Número de teléfono fijo y/o celular	
2. INFORMACIÓN REFERENTE AL PODER DE REPRESENTACIÓN (marcar la opción de corresponder): <small>(De tener el solicitante un documento de poder privado, se considerará como denominación del solicitante lo señalado en el encabezado del documento de poder; en caso de tener una partida registral, se tomará la denominación que consta en dicha partida.)</small>			
<input type="checkbox"/> Se adjunta documentación que acredita representación.			
<input type="checkbox"/> Documentación que acredita representación ha sido presentada en el expediente N°: _____ <small>(Este expediente no debe tener una antigüedad mayor de 05 años, conforme a lo establecido en el artículo 40 de la Ley N° 27444)</small>			
<input type="checkbox"/> Bajo declaración jurada informo que la facultad de representación se encuentra inscrita ante Sunarp, en la Partida registral N° _____ Asiento N° _____			

Fuente: Plataforma digital única del estado peruano.

xxiii. Trámites complementarios
Tabla 62 Gastos de constitución de la empresa
Gastos de constitución de la empresa

Gastos de constitución		
Reserva de nombre de la empresa	S/	25.00
Elaboración de la Minuta	S/	600.00
Abono del capital y de los bienes	S/	35.00
Escritura Pública	S/	200.00
Pago por la inscripción en los Registros Públicos y Ruc	S/	220.00
Obtención de facturas electrónicas	S/	-
Legalización de libro de planillas	S/	12.90
Inscripción en seguro social (SIS), AFP NET u ONP	S/	-
Tramitación y aprobación en Indecopi el registro de la marca	S/	534.99
Tramitación y aprobación en Indecopi el registro del nombre come	S/	534.99
Solicitud, tramite y aprobación de defensa civil	S/	100.00
Solicitud, tramite y aprobación de licencia de funcionamiento	S/	148.50
Tramites complementarios-contratos	S/	400.00
Total general	S/	2,811.38

Fuente: Plataforma digital única del estado peruano.

Aspecto Laboral

Bio Home Clean SAC iniciará sus actividades como una microempresa, debiendo cumplir las siguientes obligaciones, según la Ley N° 28015 Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa:

- El primer año se contará con 13 (trece) trabajadores en total.
- Durante el segundo, tercer, cuarto y quinto año, se continúa con dicho régimen laboral.

- En ventas anuales no se supera los 150 UIT: valor UIT: s/. 4300 según D.S. n 380-2019-ef.
- Total, máximo: S/ 645 000.00 (seiscientos cuarenta y cinco mil con 0/0 nuevos soles).

Tabla 63 Exigencias laborales para las microempresas

Beneficios laborales para el regimen de la microempresa
<p>Remuneración mínima vital para todo trabajador del régimen laboral de la actividad privada.</p> <p>La jornada laboral es de 8 horas diarias o de 48 horas semanales como máximo. Los menores de edad podrán ser contratados con la autorización del Ministerio Trabajo y Promoción del Empleo en labores que no afecten la integridad física ni psicológica y permitan continuar con estudios escolares.</p> <p>El trabajador tiene derecho a 45 minutos como mínimo de refrigerio.</p> <p>Todo trabajador tiene derecho a un descanso físico de 24 horas consecutivas por cada semana. También tienen derecho al descanso remunerado en los días feriados</p> <p>Las trabajadoras tienen derecho al descanso pre y post natal de 98 días, así como de una hora diaria por concepto de lactancia hasta por un año.</p> <p>El trabajador tiene derecho a una licencia remunerada por 10 días por el concepto de nacimiento de su hijo.</p> <p>Derecho al pago de vacaciones truncas.</p> <p>Derecho al goce físico vacacional de 15 días calendario por cada año de servicio.</p> <p>Seguro Integral de Salud (SIS) será pagado por el empleador de forma mensual, equivalente al 50%.</p>

Fuente: Sunat - plataforma digital única d el estado peruano- régimen laboral micro y pequeña empresa

Aspecto Tributario

Bio Home Clean SAC se acogerá al MYPE TRIBUTARIO- RMT, lo que permitirá promover el crecimiento con requisitos simples para el cumplimiento de las exigencias tributarias.

Se accede a este régimen debido a que los ingresos netos anuales no superarán las 1,700 UIT (S/ 7,310,00.00).

Tabla 64

Características del Régimen Tributario

Cantidad de trabajadores	Desde uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive. Valor UIT: S/. 4300 según D.S. N 380-2019-EF Total, máximo: S/. 645 000.00
Persona jurídica	Si
Límite de ingresos	Ingresos netos no serán mayores a 1700 UIT o S/ 7,310,00.00.
Límite de compras	No hay límites de compras
Documentos de pago que se pueden emitir	Podrá emitirse facturas, boletas y todos los demás documentos que la Ley permite.
Renta anual	Si
Descuento de gastos para pagar el impuesto en base a la utilidad final del año	Si: Tramo de ganancia: Hasta 15 UIT: S/. 64.500.00, Tasa sobre la utilidad: 10 % Tramo de Ganancia: MAS de 15 UIT o S/. 64.500.00, Tasa sobre la utilidad: 29.5 %

Fuente: Plataforma digital única del estado peruano - Régimen Mype Tributario – RMT.

CAPITULO VIII

PLAN FINANCIERO

Historia financiera de la empresa

Una vez concluido los estudios previos queda un último plan, el financiero, con el cual se valora la factibilidad del proyecto.

La empresa Bio Home Clean S.A.C pertenece al Régimen PYME(Microempresas) y está constituida por 5 socios, en la actualidad no contamos con historial financiero dado que recién está ingresando al mercado.

El plan financiero de Bio Home Clean S.A.C es un proyectado de las cifras planteadas en la estrategia de la empresa, por lo que representa el resumen de los recursos, materiales, humanos y financieros necesarios para poner en acción el proyecto

Datos y supuestos necesarios para el proyecto

De acuerdo al análisis efectuado, se ha concluido que se evaluarán sobre los siguientes supuestos:

- La línea de tiempo estudiado es de 5 años
- El análisis de Flujo de Caja presentado será determinado en soles.
- La inflación es de 2.0% dato acordado debido a la situación económica mundial
- Se calcula la depreciación de 10% para equipos de comunicación, 20% para vehículos, 10% muebles y enceres, 25% equipos de cómputo y 10% activos fijos intangibles, en el tiempo que durará el proyecto 5 años.
- La tasa de intereses para el pago del financiamiento (Deuda) es de 20% y los años de amortización de la deuda serán de 5 años.
- El impuesto a la Renta es de 30%
- El COK (Costo de Oportunidad) es de 20%.

- El CPPP (Costo promedio ponderado de capital) es de 13%
- El análisis del presupuesto de ingresos será reflejado en de manera mensual para el primer año.
- El presupuesto de egresos contempla los costos variables y costos fijos
- La estructura de capital de trabajo es conformada por préstamos financiero 40% y aporte propio 60%

XXXV. Servicios

Bio Home Clean S.A.C. brindará dos (02) servicios de limpieza a hogares y se establece dos precios los cuales incluyen los insumos y materiales.

Tabla 65

Servicio Estándar - Premium

Descripción	Precio	UND.
Servicio estándar	S/. 180	UND.
Servicio premium	S/. 280	UND.

Fuente: Elaboración propia.

XXXVI. Costos del proyecto

Los costos están alienados al plan operativo de la empresa en donde se ha determinado los Flujos, Costos y gastos para generar el proyectado de Bio Home Clean S.A.C.

Tabla 66

Costos Fijos Totales

	COSTOS FIJOS	COSTO FIJO ANUAL
MANO DE OBRA DIRECTA	S/	90,720.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/	56,700.00
ALQUILER LOCAL	S/	19,200.00
SERVICIOS BÁSICOS	S/	1,800.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	S/	16,475.00
	TOTALES	S/ 184,895.00

Elaboración propia

Tabla 67

Costos Variables Unitarios

	COSTOS VARIABLES	COSTOS UNITARIO
SERVICIO ESTANDAR	S/	60.63
SERVICIO PREMIUM	S/	78.75
	TOTALES	S/ 139.38

Elaboración Propia

Presupuesto de ingresos

En función al tipo de empresa se determina que el precio de venta será de S/ 180 por servicios estándar de limpieza y 280 por servicio premium lo cuales incluyen los insumos.

De acuerdo a los datos indicados, para el año 1 de la operación se estima una un ingreso de S/ 631,558.01

Con relación a los años 2, 3, 4, y 5 se estima un incremento de ventas del 8,0% con relación al año anterior.

Tabla 68

Presupuesto de ingresos

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
SERVICIO ESTANDAR						
PRECIOS CONSTANTES (P)	S/	180.00	S/	180.00	S/	180.00
VOLUMEN DE VENTAS (Q)		1,722		1,860		2,009
FLUJO DE INGRESOS CONSTANTES (P*Q)	S/	310,037.57	S/	334,840.57	S/	361,627.82

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
SERVICIO PREMIUM						
PRECIOS CONSTANTES (P)	S/	280.00	S/	280.00	S/	280.00
VOLUMEN DE VENTAS (Q)		1,148		1,240		1,339
FLUJO DE INGRESOS CONSTANTES (P*Q)	S/	321,520.44	S/	347,242.07	S/	375,021.44

UNIDADES X AÑO	2,871	3,100	3,348	3,616	3,906
INGRESOS X AÑO	S/ 631,558.01	S/ 682,082.65	S/ 736,649.26	S/ 795,581.20	S/ 859,227.69

TOTAL DE INGRESOS AL AÑO 5 S/ 3,705,098.80

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de egresos
XXXVII. Costos Variables

Se ha determinado que el costo variable que tendrá la empresa, corresponde al servicio de limpieza estándar de S/29,69 y el servicio de limpieza premium de S/ 44.51; en valor unitario.

XXXVIII. Costos Fijos

Dentro de los costos fijos se deslinda los siguientes conceptos: marketing, servicios básicos (Agua, luz y teléfono), capacitación para el personal, alquiler de local, seguros y gastos administrativos y ventas (Gastos de personal).

El presupuesto de egresos muestra futuros desembolsos con relación a los costos variables y costos fijos para los años del 1 al 5.

Tabla 69

Presupuesto de Egresos

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)									
	VOLUMEN DE VENTAS (Q) UNIDADES / AÑO									
	0	1	2	3	4	5				
VOLUMEN DE VENTAS (Q) UNIDADES / AÑO		2,871	3,100	3,348	3,616	3,906				
SERVICIO ESTANDAR	S/	174,051.64	S/	187,975.78	S/	203,013.84	S/	219,254.95	S/	236,795.34
SERVICIO PREMIUM	S/	226,069.06	S/	244,154.58	S/	263,686.95	S/	284,781.91	S/	307,564.46
COSTOS VARIABLES	S/	400,120.70	S/	432,130.36	S/	466,700.79	S/	504,036.85	S/	544,359.80
MANO DE OBRA DIRECTA	S/	90,720.00	S/	90,720.00	S/	90,720.00	S/	90,720.00	S/	90,720.00
MANO DE OBRA INDIRECTA	S/	56,700.00	S/	56,700.00	S/	56,700.00	S/	56,700.00	S/	56,700.00
ALQUILER LOCAL	S/	19,200.00	S/	19,200.00	S/	19,200.00	S/	19,200.00	S/	19,200.00
SERVICIOS BÁSICOS	S/	1,800.00	S/	1,800.00	S/	1,800.00	S/	1,800.00	S/	1,800.00
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	S/	16,475.00	S/	16,475.00	S/	16,475.00	S/	16,475.00	S/	16,475.00
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN (*)										
IMPUESTO A LA RENTA (**)										
COSTOS FIJOS	S/	184,895.00	S/	184,895.00	S/	184,895.00	S/	184,895.00	S/	184,895.00
TOTAL DE EGRESOS	S/	585,015.70	S/	617,025.36	S/	651,595.79	S/	688,931.85	S/	729,254.80

Fuente: Elaboración propia.

También se muestra detallada la tabla para poder elaborar el punto de equilibrio

Tabla 70

Presupuesto para estimar el punto de equilibrio

HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)									
0	1	2	3	4	5				
Incluyendo depreciación, amortización e impuesto a la renta									
S/	174,051.64	S/	187,975.78	S/	203,013.84	S/	219,254.95	S/	236,795.34
S/	226,069.06	S/	244,154.58	S/	263,686.95	S/	284,781.91	S/	307,564.46
S/	400,120.70	S/	432,130.36	S/	466,700.79	S/	504,036.85	S/	544,359.80
S/	90,720.00	S/	90,720.00	S/	90,720.00	S/	90,720.00	S/	90,720.00
S/	56,700.00	S/	56,700.00	S/	56,700.00	S/	56,700.00	S/	56,700.00
S/	19,200.00	S/	19,200.00	S/	19,200.00	S/	19,200.00	S/	19,200.00
S/	1,800.00	S/	1,800.00	S/	1,800.00	S/	1,800.00	S/	1,800.00
S/	16,475.00	S/	16,475.00	S/	16,475.00	S/	16,475.00	S/	16,475.00
S/	12,879.29	S/	12,879.29	S/	11,635.29	S/	1,292.29	S/	1,163.54
S/	3,366.30	S/	5,217.80	S/	21,658.36	S/	31,080.33	S/	37,998.76
S/	201,140.59	S/	202,992.09	S/	218,188.65	S/	217,267.62	S/	224,057.30
S/	601,261.29	S/	635,122.45	S/	684,889.44	S/	721,304.47	S/	768,417.10
TOTALES	S/ 588,382.01	S/	622,243.16	S/	673,254.15	S/	720,012.18	S/	767,253.56

Fuente: Elaboración propia.

Punto de equilibrio ponderado

El punto de equilibrio de Bio Home Clean S.A.C. nos permite estimar cuantos servicios debemos de brindar que hacen un total de 690 y el monto que ello que representa es de S/ 154,518.10 de ingresos y egresos para no estar en pérdida.

Tabla 71

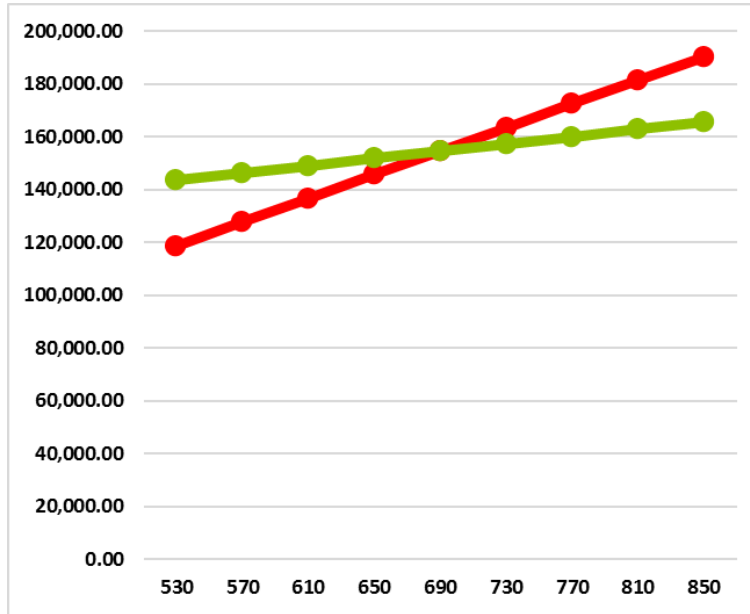
Punto de equilibrio

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO (P)	COSTO VARIABLE UNITARIO (CV)	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	PLAN DE VENTAS ANUAL (TM)	%	PUNTO DE EQUILIBRIO POR PRODUCTO (TM)
SERVICIO ESTANDAR	S/ 180.00	S/ 60.63	S/ 119.37	386	56%	386
SERVICIO PREMIUM	S/ 280.00	S/ 78.75	S/ 201.25	304	44%	304
				690		689.81

COSTO FIJO DE PRODUCCIÓN	S/.	90,720
GASTOS FIJOS (ADM Y VENTAS)	S/.	16,475
TOTAL COSTO FIJO	S/.	107,195

690	S/	154,518.10	S/	154,518.10	S/	-
------------	-----------	-------------------	-----------	-------------------	-----------	----------

CANTIDAD	INGRESOS	EGRESOS	MARGEN
530	118,720.00	143,554.48	-24,834.48
570	127,680.00	146,298.60	-18,618.60
610	136,640.00	149,042.71	-12,402.71
650	145,600.00	151,786.82	-6,186.82
690	154,518.10	154,518.10	0.00
730	163,520.00	157,275.04	6,244.96
770	172,480.00	160,019.16	12,460.84
810	181,440.00	162,763.27	18,676.73
850	190,400.00	165,507.38	24,892.62



Fuente: Elaboración propia

Materiales e insumos para brindar el servicio

La compra de insumos y materiales para brindar los servicios de limpieza a hogares se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 72

Inversión en activos fijos

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES					
DETALLE	INVERSIONES				
		SIN IGV		INCLUYE IGV	
MAQUINARIA Y EQUIPOS	S/	54,624.00	S/	64,456.32	
EQUIPOS DE OFICINA	S/	9,380.00	S/	11,068.40	
MOBILIARIO DE OFICINA	S/	6,490.00	S/	7,658.20	
TOTAL ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/	70,494.00	S/	83,182.92	

ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES				
DETALLE	INVERSIONES			
		SIN IGV		INCLUYE IGV
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	S/	2,811.38	S/	3,317.43
TOTAL ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	S/	2,811.38	S/	3,317.43
TOTAL ACTIVO FIJO (BRUTO)	S/	73,305.38	S/	86,500.35

Fuente: Elaboración propia

Depreciación y amortización de la inversión fija

En la depreciación y amortización de la inversión se detalla los materiales y equipos, con su respectivo tiempo de vida útil para luego de 5 años y obtener un valor de recupero de S/. 25.

Tabla 73
Depreciación y amortización de inversión fija

DETALLE	INVERSIÓN INICIAL (SIN IGV)		DEPRECIACIÓN O AMORTIZACIÓN		HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)					VALOR DE RECUPERO						
			VIDA ÚTIL	(%)	1	2	3	4	5	AÑO 5						
TANGIBLES																
1 MAQUINARIA Y EQUIPOS																
Aspiradora	S/	199.00	5	20%	S/	39.80	S/	39.80	S/	39.80	S/	39.80	S/	-		
Lustradora	S/	629.00	5	20%	S/	125.80	S/	125.80	S/	125.80	S/	125.80	S/	-		
Aspiradora de mano	S/	259.00	5	20%	S/	51.80	S/	51.80	S/	51.80	S/	51.80	S/	-		
Purificador de aire ozono	S/	2,488.00	2	50%	S/	1,244.00	S/	1,244.00					S/	-		
Deshumecedor	S/	349.00	3	33%	S/	116.33	S/	116.33	S/	116.33			S/	-		
Cepillo eléctrico de limpieza	S/	80.00	3	33%	S/	26.67	S/	26.67	S/	26.67			S/	-		
Vehículo de segundo uso	S/	30,600.00	3	33%	S/	10,200.00	S/	10,200.00	S/	10,200.00			S/	-		
2 EQUIPOS DE OFICINA																
Laptop	S/	1,400.00	5	20%	S/	280.00	S/	280.00	S/	280.00	S/	280.00	S/	-		
Impresora	S/	395.00	4	25%	S/	98.75	S/	98.75	S/	98.75			S/	-		
Microondas	S/	190.00	5	20%	S/	38.00	S/	38.00	S/	38.00	S/	38.00	S/	-		
3 MOBILIARIO DE OFICINA																
Escritorios	S/	150.00	6	17%	S/	25.00	S/	25.00	S/	25.00	S/	25.00	S/	25.00		
Silla	S/	120.00	5	20%	S/	24.00	S/	24.00	S/	24.00	S/	24.00	S/	-		
Silla giratoria	S/	135.00	5	20%	S/	27.00	S/	27.00	S/	27.00	S/	27.00	S/	-		
Locker	S/	665.00	5	20%	S/	133.00	S/	133.00	S/	133.00	S/	133.00	S/	-		
Mesa	S/	120.00	4	25%	S/	30.00	S/	30.00	S/	30.00			S/	-		
Andamios	S/	600.00	5	20%	S/	120.00	S/	120.00	S/	120.00	S/	120.00	S/	-		
Extintores	S/	90.00	5	20%	S/	18.00	S/	18.00	S/	18.00	S/	18.00	S/	-		
SUB TOTAL EN TANGIBLES (A)	S/	38,469.00			S/	12,598.15	S/	12,598.15	S/	11,354.15	S/	1,011.15	S/	882.40		
INTANGIBLES																
1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA																
Búsqueda y reserva de nombre	S/	25.00	10	10%	S/	2.50	S/	2.50	S/	2.50	S/	2.50	S/	12.50		
Elaboración del acto constitutivo/minutz	S/	600.00	10	10%	S/	60.00	S/	60.00	S/	60.00	S/	60.00	S/	300.00		
Abono de capital y bienes	S/	35.00	10	10%	S/	3.50	S/	3.50	S/	3.50	S/	3.50	S/	17.50		
Elaboración de escritura pública	S/	200.00	10	10%	S/	20.00	S/	20.00	S/	20.00	S/	20.00	S/	100.00		
Inscripción en registros públicos y ruc	S/	220.00	10	10%	S/	22.00	S/	22.00	S/	22.00	S/	22.00	S/	110.00		
Obtención de facturas electrónicas	S/	-	10	10%	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-		
Legalización de libro de planillas	S/	12.90	10	10%	S/	1.29	S/	1.29	S/	1.29	S/	1.29	S/	6.45		
Inscripción en seguro social (SIS), AFP NI	S/	-	10	10%	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-	S/	-		
Tramitación y aprobación en Indecopi el	S/	534.99	10	10%	S/	53.50	S/	53.50	S/	53.50	S/	53.50	S/	267.50		
Tramitación y aprobación en Indecopi el	S/	534.99	10	10%	S/	53.50	S/	53.50	S/	53.50	S/	53.50	S/	267.50		
Solicitud, tramite y aprobación de defen	S/	100.00	10	10%	S/	10.00	S/	10.00	S/	10.00	S/	10.00	S/	50.00		
Solicitud, tramite y aprobación de licenc	S/	148.50	10	10%	S/	14.85	S/	14.85	S/	14.85	S/	14.85	S/	74.25		
Tramites complementarios-contratos	S/	400.00	10	10%	S/	40.00	S/	40.00	S/	40.00	S/	40.00	S/	200.00		
SUB-TOTAL EN INTANGIBLES (B)	S/	2,811.38			S/	281.14	S/	281.14	S/	281.14	S/	281.14	S/	1,405.69		
TOTAL (A + B)	S/	41,280.38														
TOTAL DEPRECIACION Y AMORTIZACION					S/	12,879.29	S/	12,879.29	S/	11,635.29	S/	1,292.29	S/	1,163.54	S/	1,430.69

Fuente: Elaboración propia

Inversión Inicial

Tabla 74

Inversión inicial

CONCEPTO	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)					
	0	1	2	3	4	5
INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	S/	86,500.35				
INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	S/	145,080.49				
INVERSIÓN TOTAL	S/	231,580.84				

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

40% S/ 92,632.34

60% S/ 138,948.51

Fuente: Elaboración propia

Capital de Trabajo

Tabla 75

Capital de Trabajo

DETALLE	HORIZONTE DE EVALUACION DEL PROYECTO (AÑOS)							
	0	1	2	3	4	5		
COSTO TOTAL ANUAL		S/ 588,382.01	S/ 622,243.16	S/ 673,254.15	S/ 720,012.18	S/ 767,253.56		
NECESIDAD DE CAPITAL DE TRABAJO		S/ 145,080.49	S/ 153,429.82	S/ 166,007.87	S/ 177,537.25	S/ 189,185.81		
INCREMENTO DE CAPITAL DE TRABAJO	S/ 145,080.49	S/ 8,349.33	S/ 12,578.05	S/ 11,529.38	S/ 11,648.56			

NÚMERO DE DÍAS DE DESFASE

VALOR DE RECUPERO DEL CAPITAL DE TRABAJO: S/ 189,185.81

Fuente: Elaboración Propia

Fuente de Financiamiento

Tabla 76

Servicio de Pago de deuda

MONTO DEL PRÉSTAMO	S/	92,632.34						
TASA DE INTERÉS		20%						
PLAZO		5						
PAGOS		Cuotas Constantes						
CUOTA CONSTANTE	S/	30,974.37						
SERVICIO DE LA DEUDA (PRECIOS CORRIENTES - INCLUYE INFLACIÓN)								
AÑOS	0	1	2	3	4	5		
SALDO INICIAL	S/	92,632.34	S/	80,184.43	S/	65,246.94	S/	47,321.96
INTERÉS	S/	18,526.47	S/	16,036.89	S/	13,049.39	S/	9,464.39
AMORTIZACIÓN	S/	12,447.91	S/	14,937.49	S/	17,924.98	S/	21,509.98
SALDO FINAL	S/	92,632.34	S/	80,184.43	S/	65,246.94	S/	47,321.96
								S/
								25,811.98
								S/
								-
SERVICIO DE LA DEUDA (PRECIOS CONSTANTE - NO INCLUYE INFLACIÓN)								
AÑOS	0	1	2	3	4	5		
SALDO INICIAL								
INTERÉS	S/	18,127.66	S/	16,029.13	S/	13,049.25	S/	9,464.39
AMORTIZACIÓN	S/	12,179.95	S/	14,930.26	S/	17,924.79	S/	21,509.98
SALDO FINAL								

Fuente: Elaboración propia

Análisis de la rentabilidad

A continuación, se presenta el flujo de caja económico y financiero del proyecto para los 5 primeros años de la empresa.

Como resultado del análisis del flujo de caja económico podemos determinar, que el Valor Actual Neto (VAN) es positivo y mayor a cero ascendiendo a S/ 66,800.80 y el VAN financiero de S167,712.39 lo cual nos indica que el proyecto es posiblemente rentable.

Así mismo tenemos una Tasa Interna de Retorno TIR 21% en el flujo económico y una TIR de 23%. Indicando que existe una posible rentabilidad en el proyecto.

La inversión será recuperada en algún momento del quinto año de operación de la empresa.

Como resultado del análisis del flujo de caja financiero podemos determinar.

Tabla 77

Flujo Económico

DESCRIPCIÓN / AÑOS	0	1	2	3	4	5				
+ INGRESOS DE EFECTIVO	S/	631,558.01	S/	682,082.65	S/	736,649.26	S/	795,581.20	S/	859,227.69
- COSTOS FIJOS	S/	184,895.00	S/	184,895.00	S/	184,895.00	S/	184,895.00	S/	184,895.00
- COSTOS VARIABLES	S/	400,120.70	S/	432,130.36	S/	466,700.79	S/	504,036.85	S/	544,359.80
- DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	S/	12,879.29	S/	12,879.29	S/	11,635.29	S/	1,292.29	S/	1,163.54
= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/	33,663.01	S/	52,178.00	S/	73,418.18	S/	105,357.06	S/	128,809.36
- I.R. (10% o 29.5%)	S/	3,366.30	S/	5,217.80	S/	21,658.36	S/	31,080.33	S/	37,998.76
= UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTOS	S/	30,296.71	S/	46,960.20	S/	51,759.82	S/	74,276.73	S/	90,810.60
+ DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN	S/	12,879.29	S/	12,879.29	S/	11,635.29	S/	1,292.29	S/	1,163.54
= FLUJO OPERATIVO	S/	43,176.00	S/	59,839.49	S/	63,395.11	S/	75,569.01	S/	91,974.13
- INVERSIÓN FIJA	S/	86,500.35								
- INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO	S/	145,080.49	S/	8,349.33	S/	12,578.05	S/	11,529.38	S/	11,648.56
+ VALOR DE RECUPERO DE LA INVERSIÓN FIJA									S/	1,430.69
+ VALOR DE RECUPERO DEL CAPITAL DE TRABAJO									S/	189,185.81
= FLUJO NO OPERATIVO	-S/	231,580.84	-S/	8,349.33	-S/	12,578.05	-S/	11,529.38	-S/	11,648.56
= FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/	231,580.84	S/	34,826.67	S/	47,261.43	S/	51,865.73	S/	63,920.46
ACTUALIZANDO LOS FLUJOS AL AÑO 0	-S/	231,580.84	S/	30,874.71	S/	37,144.00	S/	36,137.09	S/	39,482.39
SUMA ACUMULATIVA DE LOS FLUJOS ACTUALIZADOS	-S/	231,580.84	-S/	200,706.13	-S/	163,562.13	-S/	127,425.04	-S/	87,942.65
PERIODOS EN LOS QUE LA SUMA ACUMES >=0	0		1		2		3		4	5

Fuente: elaboración propia.

PAY BACK		5
VANE (%)	S/	66,800.80
TIRE		21%
WACC		13%

$$WACC = \frac{E}{E + D} * R_E + \frac{D}{E + D} * R_D * (1 - T)$$

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		COSTO DEL FINANCIAMIENTO	
D	40%	14%	RD*(1-30%)
E	60%	12%	RE
CPPC =	13%		

DESCRIPCIÓN / AÑOS	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/ 231,580.84	S/ 34,826.67	S/ 47,261.43	S/ 51,865.73	S/ 63,920.46	S/ 282,590.63
- INTERÉS		S/ 18,127.66	S/ 16,029.13	S/ 13,049.25	S/ 9,464.39	S/ 5,162.40
- AMORTIZACIÓN		S/ 12,179.95	S/ 14,930.26	S/ 17,924.79	S/ 21,509.98	S/ 25,811.98
+ PRÉSTAMO	S/ 92,632.34					
+ INTERÉS*30% = ESCUDO FISCAL		S/ 5,438.30	S/ 4,808.74	S/ 3,914.77	S/ 2,839.32	S/ 1,548.72
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/ 138,948.51	S/ 9,957.37	S/ 21,110.78	S/ 24,806.46	S/ 35,785.41	S/ 253,164.98

VANF (%)	S/	167,712.39
TIRF		23%

Fuente: Elaboración propia.

Análisis de Sensibilidad y riesgo

XXXIX. Análisis Multidimensional

Para realizar este análisis se tomó las variables de Precio y Costo y se analiza su mejor y peor escenario.

Escenario pesimista disminuye la variable precio y se incrementa el costo

Es escenario optimista se incrementa la variable precio y disminuye la variable costo.

Tabla 78

Análisis por Escenarios

VARIABLES	ESCENARIOS					
	PESIMISTA		BASE		OPTIMISTA	
Precio 1	S/	165.00	S/	180.00	S/	190.00
Precio 2	S/	265.00	S/	280.00	S/	290.00
Costo 1	S/	70.00	S/	60.63	S/	55.00
Costo 2	S/	85.00	S/	78.75	S/	70.00
VAN () = -S/		222,332.02	S/	66,800.80	S/	256,074.45
TIR =		-12%		21%		42%

PROBABILIDAD DE OCURRENCIA	25%	50%	25%	100%
VAN (E) =	S/	41,836.01		
VARIANZA =	S/	29,232,335,202		
DESV. STD=	S/	170,974.66		
X=		0		
Probabilidad de que $x < 0$		40%		
Probabilidad de que $x \geq 0$		60%		

La probabilidad de que el VANE sea negativo es del 40%. En consecuencia el proyecto es positivo y rentable. Existe una mayor probabilidad (60%) de que el VAN sea mayor o igual a cero. Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Realizado el análisis y diagnóstico situacional donde se aprecia un mercado potencial demandante del servicio de limpieza y desinfección de hogares se concluye que la idea de negocio es factible de acuerdo a los resultados de las matrices establecidas, resaltando el ponderado de 3.75 del análisis interno, generando confianza a la empresa para iniciar sus actividades.

La ventaja competitiva de tiene Bio Home Clean es de atención personalizada al cliente, calidad de servicio diferencias e innovación.

Desde el punto de vista operativo, podemos apreciar que la empresa Bio Home Clean SAC desea brindar un servicio diferenciado en base al amonio cuaternario y al desinfectante de aire con ozono, con el cual se trabajará, para esto se requiere que los procesos internos operativos estén debidamente detallados, y explicados para que se pueda brindar un servicio de calidad al cliente, considerando que en el servicio que se brinda se incluye los materiales, insumos y equipos que se requieren para poder realizar el servicio se busca que el cliente con un solo pago pueda obtener un servicio completo y acorde a su requerimiento, no registrando restricciones de uso de insumos y maquinaria se denota la factibilidad del proyecto.

Un factor principal de éxito para este negocio es contar con personal capacitado, calificado e identificado con la empresa.

La forma societaria anónima cerrada SAC, elegida para la constitución de la empresa es la más adecuada ya que no requiere de un Directorio; asimismo, el patrimonio personal de los socios es intocable, requiriéndose para la presente constitución empresarial cinco socios. Analizando las

regulaciones de inscripción, contrato de personal, y normativas legales vemos que el proyecto es factible.

Respecto al punto de equilibrio concluimos que con un Precio de Servicio Estándar de S/ 180.00 y un Servicio Premium de S/ 280.00 debemos de brindar 690 Servicios de limpieza de hogares para cubrir nuestros costos fijos de producción y nuestros gastos.

Del análisis del flujo económico podemos determinar que el proyecto es posiblemente sostenible dado que se obtiene resultados positivos con un VAN de S/ 167,712.39 y una TIR de 23%.

Del flujo de Caja Financiero podemos concluimos que el proyecto es posiblemente viable dado que tenemos un VANF 167,712.39 y una TIRF 23%

Luego del análisis vemos que las probabilidades para que el VAN sea menor a cero es de 40% y que sea mayor de cero es de 60% lo que se puede determinar que el proyecto es viable.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar una investigación más profunda respecto al estudio de mercado y análisis de diagnóstico situacional dada la situación de pandemia y la contracción de los indicadores económicos.

De acuerdo a las estrategias planteadas se recomienda buscar siempre una mejora continua para mantener la diferenciación ante la competencia para cumplir los objetivos planteados.

Realizar una búsqueda de nuevas alternativas de mercados para poder expandir el negocio, posicionar a marca, aumentar las ventas y lograr con los objetivos establecidos el área de marketing requiere analizar cuidadosamente los cambios del mercado para poder asegurar la sostenibilidad de los pedidos de servicios.

Podemos ver que debido a que como empresa se brinda un servicio de limpieza que incluye los materiales, insumos y equipos el costo en equipos aumenta el costo directo del servicio, por lo que una buena estrategia con los proveedores nos podría generar una ventaja en términos de costos y beneficios para la empresa. Tratando de brindar siempre lo mejor para nuestros clientes y de esta manera mantener su fidelización con el servicio y por ende con la empresa.

Se recomienda incremento de salario en el segundo año de operaciones de un 5% para lograr un equilibrio entre el clima organizacional y estabilidad económica del colaborador, de esta forma también podemos evitar la rotación.

Se recomienda incremento de salario en el segundo año de operaciones de un 5% para lograr un equilibrio entre el clima organizacional y estabilidad económica del colaborador, de esta forma también podemos evitar la rotación.

Buscar alternativas de expansión de mercado para mitigar las amenazas externas y lograr la rentabilidad esperada.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarado, C. A. (27 de Mayo de 2020). *El amoniaco cuaternario debe ser usado solo sobre objetos y superficies*. El Comercio. Obtenido de [https://www.elcomercio.com/tendencias/amonio-cuaternario-desinfectante-coronavirus-](https://www.elcomercio.com/tendencias/amonio-cuaternario-desinfectante-coronavirus-covid19.html#:~:text=Mar%C3%ADa%20Augusta%20Vega%2C%20bioqu%C3%ADmica%20farmac%C3%A9utica,tiene%20cinco%20tipos%20de%20generaciones.&text=El%20de%20quinta%20generaci%C3%B3n)

[covid19.html#:~:text=Mar%C3%ADa%20Augusta%20Vega%2C%20bioqu%C3%ADmica%20farmac%C3%A9utica,tiene%20cinco%20tipos%20de%20generaciones.&text=El%20de%20quinta%20generaci%C3%B3n](https://www.elcomercio.com/tendencias/amonio-cuaternario-desinfectante-coronavirus-covid19.html#:~:text=Mar%C3%ADa%20Augusta%20Vega%2C%20bioqu%C3%ADmica%20farmac%C3%A9utica,tiene%20cinco%20tipos%20de%20generaciones.&text=El%20de%20quinta%20generaci%C3%B3n)

Andina, Agencia Peruana de Noticias. (13 de Mayo de 2020). *Sistema financiero peruano está mejor posicionado para enfrentar pandemia*. Andina: Agencia Peruana de Noticias. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-sistema-financiero-peruano-esta-mejor-posicionado-para-enfrentar-pandemia-797193.aspx>

Amenaza de los Nuevos Entrantes (s.f.). Las 5 fuerzas de Porter. Obtenido el 15 de marzo de 2021 de <https://www.5fuerzasdeporter.com/amenaza-de-los-nuevos-entrantes/>

Banco Mundial. (13 de Octubre de 2020). Perú: *Panorama general*. El Banco Mundial en Perú. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/peru/overview>

El Economista América. (15 de Setiembre de 2020). *Mujeres son las principales afectadas por el desempleo*. El Economista América. Obtenido de <https://www.eleconomistaamerica.pe/economia-eAm-peru/noticias/10771462/09/20/Mujeres-son-las-principales-afectadas-por-del-desempleo.html>

Espinoza, R. (22 de Octubre de 2017). *¿Qué es una ventaja competitiva?*. Roberto Espinoza.

Obtenido de <https://robertoespinosa.es/2017/10/22/ventaja-competitiva-que-es-tipos-ejemplos>

France 24. (13 de Febrero de 2021). *Renuncia la ministra de Salud de Perú en plena polémica por*

la vacunación de Vizcarra. France 24. Obtenido de <https://www.france24.com/es/am%C3%A9rica-latina/20210213-renuncia-ministra-salud-polemica-vacunacion-vizcarra>

Guzman, C. (12 de Diciembre de 2016). *Sunarp: Seis pasos para constituir una MYPE en 24 horas.*

PQS. <https://www.pqs.pe/capacitacion/sunarp-seis-pasos-para-constituir-una-mype-en-24-horas>

Guzman, C. (30 de Abril de 2018). *¿Tienes una MYPE? Conoce tus beneficios tributarios.* PQS.

Obtenido de <https://www.pqs.pe/emprendimiento/tienes-una-mype-conoce-tus-beneficios-tributarios>

Instituto Nacional de Estadística e Informática: INEI. (15 de Febrero de 2020). *Empleo disminuyó*

25% en Lima Metropolitana en el trimestre febrero-marzo-abril del 2020. INEI. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/empleo-disminuyo-25-en-lima-metropolitana-en-el-trimestre-febrero-marzo-abril-del-2020-12188/#:~:text=En%20el%20trimestre%20m%C3%B3vil%20febrero%2Dmarzo%2Dabril%202020%2C%20la,173%20mil%20500%20personas\)%20mujeres.](https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/empleo-disminuyo-25-en-lima-metropolitana-en-el-trimestre-febrero-marzo-abril-del-2020-12188/#:~:text=En%20el%20trimestre%20m%C3%B3vil%20febrero%2Dmarzo%2Dabril%202020%2C%20la,173%20mil%20500%20personas)%20mujeres.)

Instituto Nacional de Estadística e Informática: INEI. (15 de Febrero de 2021). *Empleo en Lima*

Metropolitana disminuyó en 11,9% en el trimestre móvil noviembre-diciembre 2020 y enero 2021. INEI: Obtenido de <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/empleo-en-lima-metropolitana-disminuyo-en-11-9-en-el-trimestre-movil-noviembre-diciembre-2020-y-enero-2021>

metropolitana-disminuyo-en-119-en-el-trimestre-movil-noviembre-diciembre-2020-y-enero-2021-12742/

Kyziryan, M. (2015). *Análisis FODA*. Economipedia. Obtenido de:
<https://economipedia.com/definiciones/analisis-dafo.html>

Ministerio de Economía y Finanzas: MEF. (27 de Abril de 2020). *FAE-MYPE amplía hasta S/ 4 000 millones las líneas de crédito garantizadas para MYPE*. MEF. Obtenido de
https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101108&view=article&catid=0&id=6380&lang=es-ES

Peiro Ucha, A. (2015). *5 fuerzas de Porter*. Economipedia. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/las-5-fuerzas-de-porter.html>

Pérez, M. (21 de Febrero de 2021). *Matriz de Perfil Competitivo*. Zona Económica. Obtenido de
<https://www.zonaeconomica.com/matriz-del-perfil-competitivo>

Perú Retail. (30 de Octubre de 2019). *¿Cómo es el consumidor digital peruano?*. Perú-Retail. Obtenido de
<https://www.peru-retail.com/onsumidor-digital-peruano/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20el%20estudio%2C%20el%20peruano,como%20Brasil%2C%20Argentina%20y%20M%C3%A9xico.>

Perú Retail. (28 de Enero de 2021). *Perú: El ecommerce continuará con su senda de crecimiento este 2021*. Perú Retail. Obtenido de <https://www.peru-retail.com/peru-el-ecommerce-continuara-con-su-senda-de-crecimiento-este-2021/>

Quiroga, M. (2019a). *Poder de negociación de los clientes*. Economipedia. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/poder-de-negociacion-de-los->

clientes.html#:~:text=Definimos%20el%20poder%20de%20negociaci%C3%B3n,o%20servicios%20a%20las%20empresas.

Quiroga, M. (2019b). *Poder de negociación de los proveedores*. Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/poder-de-negociacion-de-los-proveedores.html>

Quiroga, M. (2020). *Estrategia de crecimiento*. Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estrategia-de-crecimiento.html#:~:text=Una%20estrategia%20de%20crecimiento%20es,%C3%BAnica%20en%20su%20entorno%20competitivo.>

Rivalidad entre los competidores (s.f.) Las 5 fuerzas de Porter. Obtenido el 15 de marzo de 2021 de [https://www.5fuerzasdeporter.com/rivalidad-entre-los-competidores/#:~:text=La%20rivalidad%20en%20una%20industria,publicitarias%2C%20lanzamientos%20de%20productos\).](https://www.5fuerzasdeporter.com/rivalidad-entre-los-competidores/#:~:text=La%20rivalidad%20en%20una%20industria,publicitarias%2C%20lanzamientos%20de%20productos).)

Servicios Empresariales Veep. (28 de Agosto de 2020). *Las características de una empresa de limpieza seria y profesional*. Servicios Empresariales VEEP. Obtenido de <https://www.veepsa.com/post/las-caracter%C3%ADsticas-de-una-empresa-de-limpieza-seria-y-profesional>

The Power MBA. (s.f.). *Las 5 fuerzas de Porter: análisis de las fuerzas competitivas de una empresa*. The Power MBA. Obtenido el 15 de marzo de 2021 de <https://www.thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/>

ANEXO 1: Entrevistas

Entrevista 1

Presentación:

Buenas noches, mi nombre es Jacqueline Celis, gracias por estar con nosotros.

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Datos Personales:

Nombre: Zenaida Alegre Bernales

Edad: 35 años

Estado Civil: Soltera

Distrito en el que vives: Miraflores

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Soy médico ocupacional en Marsh es una empresa corredora de seguros.
- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realizas en forma presencial o es remoto?
Mi trabajo es en forma presencial, y mis estudios es de forma remota
- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?
Ver series en Netflix, salir con mis amigos.
- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
Vivo con mis papas y mi hermana, el riesgo para contraer la enfermedad sería básicamente yo que tengo contacto directo con pacientes. El resto de la familia el riesgo es bajo ya que mis papás laboran desde casa y mi hermana estudia de forma virtual.

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?
Creo que es importante mantener la casa limpia para evitar enfermedades, sobre todo ahora con el coronavirus, venimos de la calle y debemos limpiarnos los zapatos, lavarnos las manos, bañarnos.

2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?
La verdad desconozco exactamente, pero considero que debe ser unos 100 a 200 soles.
3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?
Vivo con mis padres y hermana y la encargada de eso es mi mamá, pero cuando ella no puede o necesita ayuda, busca una persona que le ayude con eso.
4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
De forma diaria, se barre y limpia por los lugares donde hay mayor tránsito como son la entrada, la sala, los baños. Y los lugares como los cuartos de forma interdiaria.
5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?
Limpiamos la casa de manera rápida, tratamos de hacerlo con desinfectante para limpiar también los gérmenes y ahora sobre todo desinfectar por lo del coronavirus.
6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
 - a) Lejía
 - b) Desinfectantes
 - c) Detergente
 - d) Todos
 - e) Otros, mencione cuales
7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?
Si, creo que cuando realizan una limpieza profunda si me da seguridad, pero muchas veces no es esa el tipo de limpieza que hacemos por falta de tiempo.
8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Si, limpiar los zapatos al ingresar a la casa y dejarlos al costado de la puerta, lavarse las manos sin tocar nada y luego ir a bañarse siempre que salimos de casa.
9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?
Si podría ser, quizás limpiar los muebles, colchones, todos esos lugares donde podría haber una carga de bacterias o virus que nos puede generar alguna enfermedad.
10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?

Contratar a personas especialistas en la desinfección, he escuchado que hay empresas que se dedican a eso.

11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?

Los que se adquieren en super mercados: lejía, detergentes, antibacteriales y los productos que se usan en las clínicas u hospitales para desinfectar los ambientes.

12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?

Tendría que ser muy bien recomendado y la seguridad necesaria para evitar el contagio por Covid.

13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?

Como te comenté tendría que brindar todas las garantías para dejarlo entrar a la casa, además también tendríamos que ver quien es la persona ya que como vemos actualmente se da que esas personas que entran a tu casa a hacer esos servicios a veces vuelven y roban, como conocen la casa. Es complicado eso de dejar entrar a personas a tu casa.

14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?

Creo que una buena desinfección se podría hacer una vez cada 15 días y luego ya se haría la limpieza que normalmente hacemos de forma diaria.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?

Básicamente creo que este tipo de servicios el precio es de acuerdo al tamaño de la casa, mi casa es amplia, tenemos dos pisos, la verdad no sabría decirte con exactitud el monto.

Entrevista 2

Presentación:

Buenas noches, mi nombre es Jacqueline Celis, gracias por estar con nosotros

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Datos Personales:

Nombre: Rosa María Pescoran Ryan

Edad:42 años

Estado Civil: Casada

Distrito en el que vives: San Miguel

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Trabajo en la venta de seguros de la clínica Good hope.
- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realizas en forma presencial o es remoto?
Acudo a mi centro de trabajo a laborar.
- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?
Me dedico a cuidar a mi esposo que está un poco mal de salud y a mi hijo menor que estudia.
- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
En casa vivo con mi mamá, mi esposo y mi hijo menor, las personas de riesgo somos todos en realidad porque mi esposo está mal de salud, mi mamá es una persona adulto mayor y mi hijo sufre de asma.

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?
A mí personalmente me gusta mantener mi casa limpia, considero que un ambiente limpio es saludable para la familia, evita enfermedades, evita contagiarse de cualquier virus o enfermedad.

2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?
Las compras para la limpieza las hacemos una vez al mes y en general podría decir que entre 100 y 150 soles quizás.
3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?
La persona que nos ayuda (empleada) yo cuando dispongo de algún tiempo libre: un domingo que no trabajo, un feriado cuando estoy en casa.
4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
La señora que nos ayuda lo realiza de forma diaria, que es básicamente barrer, limpiar los baños, el pasadizo, la cocina.
5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?
La casa la limpiamos todos los días, tenemos una persona que nos ayuda con los quehaceres como cocinar, lavar, limpiar la casa. La limpieza es diaria, pero cuando tengo tiempo trato de limpiar de una manera más profunda, pero es muy de vez en cuando
6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
 - a) Lejía
 - b) Desinfectantes
 - c) Detergente
 - d) Todos
 - e) Otros, mencione cuales anti-sarro, antibacteriales, entre otros productos que se usan para limpieza en la cocina, por ejemplo.
7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?

Respecto a un ambiente limpio, creo que sí, la casa siempre está limpia, pero lo que no sabemos es si está libre de bacterias, como sabemos esos son organismos que no se ven y creo que por eso es importante utilizar productos que ayuden a eliminar esas bacterias, sobre todo de lugares donde se sabe que, si o si hay más cantidad, como los baños, pasamanos, los colchones que tienen ácaros, los muebles.
8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Si, dejamos los zapatos fuera de casa al ingresar y nos ponemos pantuflas y luego yo que soy la que sale a trabajar me baño siempre que llego del trabajo. Mi esposo, mi hijo y mi mamá como están en casa básicamente lavarse las manos y la señora que viene de forma diaria a ayudarnos también debe bañarse y cambiarse de ropa al ingresar a la casa.

9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?

Si yo creo que sería bueno una desinfección más profunda, quizás fumigar, limpiar los muebles, las ventanas o quizás utilizar algún producto que sea de mayor cobertura para eliminar los virus, los ácaros, las bacterias.

10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?

Quizás separar un día de la semana para hacer una limpieza profunda, limpiar todo, detrás de las cosas donde se almacena el polvo o donde no llegamos fácilmente por que como mi hijo tiene asma eso le enferma también.

He escuchado también sobre empresas que brindan estos servicios, pero la verdad me da miedo ahorita por lo del covid dejar entrar a personas a la casa.

11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?

La verdad no podría decirte mucho, la encargada de comprar es mi mamá y la señora que nos ayuda. Ellas son las que saben y me indican que productos podemos usar para la limpieza.

12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?

Tendría que seguir todos los protocolos y mostrar su prueba molecular de covid quizás, pero ahora también está el tema que deben ser personas que más adelante puedan querer entrar a robar a tu casa. Tendría que viendo los comentarios de ese servicio, como le ha ido a otros usuarios.

13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?

Depende de los comentarios y la reputación de la empresa, si es una empresa seria que brinda las garantías.

14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?

Depende de lo que me digan pues, yo por mi sería semanal, pero depende del costo, de lo que me asesoren ellos, pero creo que mínimo una vez al mes o por lo menos mientras dura todo esto del covid.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?

Creo que hay promociones, paquetes. será pues entre 70 y 100 por visita. La verdad te mentiría si te doy un precio, desconozco cuanto pueda costar, como siempre he tenido una persona que nos ayude en casa, nunca he contratado estos servicios aparte.

Entrevista 3

Presentación:

Buenas noches, mi nombre es Jessica Torreblanca, gracias por estar con nosotros

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Datos Personales:

Nombre: Angel Aldave

Edad: 46 años

Estado Civil: casado

Distrito en el que vives: Magdalena

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Trabajo en el área de Sistemas
- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realizas en casa o es remoto?
Mi trabajo lo realizo tanto remoto como presencial.
- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?
Salgo en bicicleta los sábados por espacio de una hora y también realizo footing dos veces por semana.
- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
En casa vivo con mi esposa y mis dos hijos de 19 y 14 años.
No estamos en la población vulnerable pero el virus del Covid puede afectar a cualquier edad.

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?
Muy importante.
2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?

Es un promedio de 240 por el servicio de limpieza y un aproximado de 150 soles en artículos, lo que hace un total de S/ 390 soles.

3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?
Tengo contratado a una persona de confianza y mi esposa.
que realiza una limpieza profunda una vez por semana y luego el mantenimiento lo realiza mi esposa.
4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
Una limpieza profunda una vez por semana y el resto de los días una limpieza superficial diariamente.
5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?
Realizamos limpieza profunda y limpieza básica.
6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
 - a) Lejía
 - b) Desinfectantes
 - c) Detergente
 - d) Todos
 - e) Otros, mencione cuales
7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?
En estos tiempos de pandemia considero que no es suficiente.
8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Sí, de todas maneras.
9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?
Si por supuesto lo considero necesario e indispensable.
10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?
Sí, de existir todas las que fueran necesarias.
11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?
Conozco principalmente el lejía, detergentes, jabones, desinfectantes líquidos y saca grasas.

12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?
Sí, por supuesto.

13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?
Sí lo contrataría, todo sea por la salud de mi familia.

14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?
De una a dos veces por semana.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?
Espero que no sea mayor a S/. 100 soles por cada visita.

Entrevistas 4

Presentación:

Buenas noches, mi nombre es Jessica Torreblanca, gracias por estar con nosotros. Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Datos Personales:

Nombre: Mónica Carranza

Edad: 41 años

Estado Civil: casada

Distrito en el que vives: Pueblo Libre

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Analista de compras y cobranzas
- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realizas en casa o es remoto?
Mi trabajo es presencial
- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?
Ama de casa y ver películas.
- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
En mi hogar somos: Mi esposo, mi hija y yo. Mi esposo tiene sobrepeso y estaría en el grupo de personas en riesgo de Covid 19

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?
Es muy importante es indispensable tener el hogar limpio.
2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?
Es de 250 soles mensuales en artículos de limpieza.
3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?

Yo realizo la limpieza en el hogar.

4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
Diariamente antes de salir a trabajar.
5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?
La limpieza profunda la realizo todos los sábados y diariamente solo el mantenimiento del polvo y grasa.
6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
 - a) Lejía
 - b) Desinfectantes
 - c) Detergente
 - d) Todos
 - e) Otros, mencione cuales: Utilizo limpia sarro, saca grasas, limpia hongos, detergentes líquidos para mayólicas.
7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?
Yo realizo la limpieza y me preocupo de que todo quede bien limpio, pero sí me gustaría una desinfección diferente por el virus del Covid 19.
8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Sí, todos los miembros de mi familia lo realizan.
9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?
Si, porque considero que todo lo que nos ayude a prevenir el riesgo al Covid es importante
X en estos casos la limpieza es fundamental.
10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?
Sí, por supuesto.
11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?
Conozco las siguientes: Lejía, los desinfectantes, detergente, limpia sarro, saca grasas, limpia hongos, detergentes líquidos para mayólicas.
12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?
Sí permitiría, pero que ingrese con todos los implementos de protección.

13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?

Sí lo contrataría.

14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?

Una vez por semana.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?

Pagaría 60 s

Entrevista 5

Presentación:

Buenas noches, mi nombre es Yanet Miranda, gracias por estar con nosotros

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Datos Personales:

Nombre: Valeria Avellaneda Poma

Edad: 25 años

Estado Civil: soltera

Distrito en el que vives: Magdalena

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Soy asistente administrativa
- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realiza de forma presencial o remota?
Presencial
- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?
Salir a montar bicicleta y correr.
- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
Con mis padres y mis hermanos, ninguna

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?
Muy importante
2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?
S/. 150 soles

3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?
Mi mamá

4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
Todos los días

5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?
Una limpieza normal

6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
 - a) Lejía
 - b) Desinfectantes
 - c) Detergente
 - d) Todos
 - e) Otros, mencione cuales

7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?
Si

8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Si

9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?
Porque se observa en la actualidad un aumento de población con covid y soy una persona que traba todos los días saliendo a la oficina y considera que estoy exposición.

10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?
Si, cuidados extremos porque mi es médico

11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?
Amonio cuaternario, lejía entre otros.

12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?
Si, con la debida desinfección

13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?

Si

14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?

Dos veces al mes

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?

100 soles

Entrevista 6

Presentación:

Buenas noches, mi nombre es Yanet Miranda, gracias por estar con nosotros

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Empleado en Administración de Empresas
- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realiza de forma presencial o remota?
De manera remota
- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?
Practico deporte (Bicicleta)
- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
Con mi esposa, sin riesgo de covid

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

Creo que de forma general e independientemente de la pandemia, es importante la desinfección de los hogares.

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?
100%
2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?
S/ 70.00
3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?
Mi esposa
4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
De manera diaria
5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?
Limpieza y desinfección de pisos, ventanas, muebles y otros objetos que se encuentran en el hogar.
6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
a) Lejía

- b) Desinfectantes
 - c) Detergente
 - d) Todos
 - e) Otros, mencione cuales
7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?
Creo que hasta un 80% es eficiente
8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Si se realiza protocolos de entrada en mi domicilio
9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?
Creo que sí, porque ante la situación en que estamos viviendo es muy importante la prevención.
10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?
En la medida que se pueda y exista la oportunidad, si lo haría.
11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?
Los tradicionales o los comerciales. Lejía, desinfectante, soda caustica, detergente etc.
12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?
Si, siempre y cuando cuente con los protocolos de bioseguridad
13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?
Si la contrataría.
14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?
Me informaría cuantas veces al mes es recomendable, pero inicialmente dos veces al mes.
15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?
S/ 40.00 por servicio

Entrevista 7

Presentación:

Buenas noches, mi nombre es Keny Alva, gracias por estar con nosotros

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares. ¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Personal administrativo de salud
- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realizas es presencial o remoto?
Mi trabajo es presencial
- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudiar?
Ama de casa, leer y ver películas.
- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
En mi hogar vive: Mi esposo, mi hijo y yo. Mi suegra vive en el primer piso es una persona vulnerable.

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntenos un poco sobre esto:

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?
Es muy importante porque trabajo en el sector salud.
2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?
Es de 180 soles mensuales en artículos de limpieza.
3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?
La realizamos en familia.
4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
Una vez a la semana limpieza profunda y entre semana le damos mantenimiento.
5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?

La limpieza profunda la realizo todos los viernes si no tengo turno y una vez a la semana mantenimiento del polvo y limpieza más profunda de la cocina.

6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
- a) Lejía
 - b) Desinfectantes
 - c) Detergente
 - d) Todos
 - e) Otros, mencione cuales: Liquido especial limpia pisos, un limpiador antigraza y para el baño anti-sarro.
7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?
Limpiamos lo mejor que nos sea posible, pero me gustaría tener una limpieza profunda debido a la humedad y ahora por el Covid-19.
8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Sí, porque debemos de cuidarnos y cuidar a mi suegra.
9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?
Si, el lavado de manos, baño al regresar a casa y la limpieza en el hogar es esencial para mantenerse libre de contagios.
10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?
Sí, claro sí.
11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?
Generalmente los que compramos para casa, Leguía, limpia grasa, limpia pisos,
12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?
Sí permitiría, pero que ingrese con todos los implementos de protección.
13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?
Sí lo contrataría, solo si utilizan sus EPPS

14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?

Una vez por semana.

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?

Pagaría hasta 75 soles

Entrevista 8**Presentación:**

Buenas noches, mi nombre es Karen Morales, gracias por estar con nosotros

Desearía hacer algunas preguntas para conocer los hábitos de un grupo de personas como parte de un estudio de investigación sobre la limpieza desinfección que se realiza en los hogares.

¿Me permite unos minutos de su tiempo?

Sobre ti:

- ¿A qué se dedica?
Asistente Administrativa

- ¿Actualmente tu trabajo y/o estudios lo realizas presencial o es remoto?
Presencial

- ¿Qué otras actividades (hobbies) realiza aparte del trabajo y / o estudias?
Me gusta cocinar.

- ¿Con quién vives en casa y cuantas personas de riesgo por Covid-19?
Somos 4: mi esposo y mis dos hijos

Desinfección en los hogares:

Sabemos que en esta época de Pandemia de Covid-19, como medida preventiva es importante la limpieza y desinfección en los hogares, cuéntanos un poco sobre esto:

Preguntas:

1. ¿Qué nivel de importancia otorga a la limpieza y desinfección de su hogar?

Mucha importancia

2. ¿Cuánto es el gasto mensual promedio que se asigna en la limpieza y desinfección de su hogar?
Entre 100 a 200 mensuales

3. ¿Quién es la persona que realiza la limpieza y desinfección en el hogar?
Yo.

4. ¿Con que frecuencia se realiza la limpieza y desinfección de tu hogar?
Todos los días 1 a 2 veces por día.

5. ¿Qué tipo de limpieza y desinfección se realiza en su hogar?
Uso mucha lejía y desinfectantes

6. Que productos convencionales se utiliza en la limpieza y desinfección de tu hogar:
 - a) Lejía

 - b) Desinfectantes

 - c) Detergente

 - d) Todos

 - e) Otros, mencione cuales

7. ¿Crees que la limpieza y desinfección que se realiza en tu hogar es eficiente y te da la tranquilidad de un ambiente limpio y libre de bacterias?
Si, pero si pudiera mejorar con algo adicional, lo haría.

8. ¿Se realiza protocolos de entrada por Covid -19 en tu hogar?
Si, es indispensable

9. Adicional a la limpieza rutinaria de tu hogar, crees que es importante una desinfección de mayor complejidad como medida preventiva para disminuir el riesgo de infección por Covid-19. ¿Por qué?
Si, ya que este virus es letal se debería de limpiar profundamente por precaución con químicos especiales y debe hacerse cada 15 días

10. ¿Tomarías alguna medida adicional para la desinfección de tu hogar?
Claro que sí.

11. ¿Qué productos conoces para la desinfección de hogares?
Los comunes que se utiliza de manera diaria

12. ¿Permitirías que ingrese a tu domicilio un personal capacitado y utilice un producto químico para la limpieza y desinfección?
Si, teniendo los cuidados necesarios y confianza.

13. ¿Contratarías el servicio de una empresa que cuente con los protocolos de seguridad sanitaria para que realice limpieza y desinfección para hogares?
Si, por supuesto.

14. ¿Con qué frecuencia solicitarías este servicio?
Cada 15 días

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar para contratar este servicio?
100 soles

ANEXO 2: Test de sintomatología COVID-19

Test de sintomatología Covid 19

Nombre: _____

Fecha: _____

Peso: _____ Temperatura: _____

1. ¿Ha tenido algún contacto con personas con COVID 19, sin medidas de protección en los últimos días?
() Si () No
2. ¿Presenta usted alguna sintomatología?
() Si () No

ANEXO 3: Formulario de Cotización



Formulario de cotización

Dirección y distrito donde será la limpieza*

Número de contacto

Email

Elegir tipo de servicio deseado

Metraje de la casa o departamento

Fecha y hora que desea el servicio**

Comentarios.

*Si el formulario es a través de la página web, este campo contará con ubicación de GPS.

** Si el formulario es a través de la página web, se mostrará un calendario para elegir fechas disponibles.

ANEXO 5: Prevención contra el COVID-19

Uso de mascarilla

Descripción

1. Antes de ponerte la mascarilla, lavarse y/o desinfectarse las manos.
2. Revisar que la mascarilla no se encuentre dañada.
3. Asegúrate que el lado exterior de la mascarilla queda hacia fuera.
4. Cúbrete la boca y la nariz con la mascarilla, sujeta las tiras o elásticas alrededor de las orejas o en la parte posterior de la cabeza y ajusta la tira rígida sobre la nariz.
5. Evitar tocar la mascarilla mientras la usas, si lo haces lávate las manos.
6. Quítate la mascarilla sin tocar la parte delantera y deséchala en un recipiente cerrado.

Luego lávate y/o desinfecta las manos.

Fuente: <https://n9.cl/2lpwf>

Uso de guantes

Descripción

Para realizar el buen uso de los guantes se debe de seguir los siguientes pasos:

- Lávate y/o desinfectarse las manos antes de colocarte los guantes, según la técnica de lavado de manos. - Colócate los guantes.
- Lávate y/o desinfectarse las manos con los guantes puestos.

¿Cómo me retiro los guantes?

- Agarra el guante por el lado de la palma y a la altura de la muñeca y sujeta para retirarlo.
- Sostén el guante ya retirado con la palma de la mano donde todavía tienes puesto el otro guante y sujeta para retirarlo evitando tocar el exterior del guante.
- Desecha los guantes en un contenedor para residuos.

Fuente: <https://n9.cl/t6g3>

ANEXO 6: Kardex de salida del almacén
Kardex de salida de almacén

Kardex de salida del almacén

Nombre del operario

Hora y fecha de salida

Ítems	Unidad de medida	Cantidad	Observaciones
Balde de 12 litros	Unidad	1	
Escobilla para baño	Unidad	1	
Esponja para limpieza de cocina	Unidad	1	
Esponja para limpieza de baño	Unidad	1	
Guante de goma	Unidad	1	
Mopa para trapeador	Unidad	3	
Trapeador tregona plana de microfibra	Unidad	1	
Paño lavable scott	Unidad	20	
Amonio cuaternario	Litro	0.5	
Ambientador	Litro	0.25	
Bolsas de basura	Unidad	3	
Desengrasantes	Litro	0.25	
Detergentes	Kilo	0.25	
Jabón	Barra	0.25	
Lavavajillas	Litro	0.5	
Lejía	Litro	0.5	
Limpia vidrios	Litro	0.25	
Pastillas para baño	Unidad	2	
Aspiradora	Unidad	1	
Lustradora	Unidad	1	
Aspiradora de mano	Unidad	1	
Purificador de aire ozono	Unidad	1	
Deshumecedor	Unidad	1	
Cepillo eléctrico de limpieza	Unidad	1	

 RECIBÍ CONFORME

Kardex de salida de almacén

Servicio Estandar

Nombre del operario

Hora y fecha de salida

Ítems	Unidad de medida	Cantidad	Observaciones
Balde de 12 litros	Unidad	1	
Escobilla para baño	Unidad	1	
España para limpieza de cocina	Unidad	1	
España para limpieza de baño	Unidad	1	
Guante de goma	Unidad	1	
Mopa para trapeador	Unidad	3	
Trapeador fregona plana de microfibra mopa	Unidad	1	
Palo lavable scott	Unidad	10	
Amonio cuaternario	Litro	0.25	
Ambientador	Litro	0.25	
Bolsas de basura	Unidad	3	
Desengrasantes	Litro	0.25	
Detergentes	Kilo	0.25	
Jabón	Barra	0.25	
Lavavajillas	Litro	0.50	
Lejía	Litro	0.25	
Limpia vidrios	Litro	0.25	
Pastillas para baño	Unidad	1	
Aspiradora	Unidad	1	
Lustradora	Unidad	1	
Aspiradora de mano	Unidad	1	
Purificador de aire ozono	Unidad	1	
Deshumecedor	Unidad	1	
Cepillo eléctrico de limpieza	Unidad	1	

 RECIBÍ CONFORME

Instructivo para el cobro mediante el pago con tarjeta

ANEXO 7: Perfiles de puestos

Perfil del puesto del Gerente General

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Gerente General (Administración, RR.HH y Financiero)
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Título en Administración o Ingeniería Industrial
EXPERIENCIA	Mayor a 4 años
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de planificar, organizar y supervisar las actividades de la empresa y de los colaboradores. - Encargado de administrar los recursos de la empresa y coordinar entre las áreas que la componen. - Encargado de ejecutar y controlar los gastos, costos, pagos de la empresa así como revisar los flujos de efectivo y balances financieros. - Coordinar la elaboración de planes, programas y proyectos económicos para el funcionamiento administrativo y financiero de la empresa. - Integrar a las áreas de la empresa y sus colaboradores a fin de generar el trabajo en equipo y la sinergia en sus procesos. - Encargado de las actividades de Capacitación. - Encargado de la organización y control del recurso humano, pre selección, selección y contrato del recurso humano. - Asegurar el cumplimiento de las estrategias para el logro de los objetivos. - Representar a la empresa en todos los compromisos laborales y sociales. - Determinar necesidades financieras de la empresa.
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

Fuente: Elaboración propia.

Perfil del puesto del Jefe de Operaciones

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Jefe de Operaciones
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Título en Administración / Ingeniería Industrial o afines
EXPERIENCIA	Mayor a 3 años
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Encargado de revisar, proponer e implementar procedimientos del área. - Controlar y organizar el ingreso y salida de la materiales al almacén. - Elaborar y presentar el plan de operaciones para la ejecución de las líneas de productos de limpieza. - Supervisar y designar al responsable del ingreso de productos a stock. - Monitoreo del proceso de limpieza en los hogares. - Determinar, elaborar, coordinar y ejecutar las capacitaciones del personal de limpieza. - Realizar inventarios - Almacenamiento, recepción y despacho de los productos de limpieza que ingresa al almacén. - Realizar y reportar indicadores a la Gerencia General. - Elaborar y actualizar los procedimientos para asegurar y estandarizar las operaciones diarias. - Responsable que se cumplan con los procedimientos establecidos de calidad y los procedimientos generales que involucren a las operaciones de limpieza. - Controlar el uso racionado de recursos por el personal operario de limpieza. - Planificar, organizar, dirigir y controlar el cumplimiento de las actividades del personal operario de limpieza.
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

Fuente: Elaboración propia.

Perfil del puesto del Jefe Comercial

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Jefe Comercial
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Título en Administración / Ingeniería Industrial o afines
EXPERIENCIA	Mayor a 3 años
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar estrategias de ventas que aseguren los objetivos y rentabilidad de la empresa. - Gestionar estrategias comerciales - Atención y servicio post venta. - Analizar estratégicamente los puntos de mejoras de los servicios brindados con la finalidad de aumentar la eficiencia de la operación y proponer soluciones rentables para la empresa. - Coordinar con la Gerencia sobre las necesidades de recursos y mejoras para las operaciones de limpieza. - Realizar los reportes de ventas y resultados mensuales y anuales - Desarrollar programas o estrategias de fidelización de clientes. - Medir, controlar y reportar a la Gerencia General los indicadores de gestión con el análisis respectivo para facilitar la toma de decisiones en base a datos y hechos objetivos.
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

Fuente: Elaboración propia.

Perfil del puesto del Supervisor Logístico

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Supervisor Logístico
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Técnica Completa y/o carreras afines
EXPERIENCIA	Mayor a 2 años
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar el Plan de Pedidos de Materiales e insumos de limpieza. - Coordinación con los proveedores: pedidos, compras y recepción de insumos. - Responsable del control de stock de inventario de insumos. - Establecer las hojas de ruta de los operarios de acuerdo a las órdenes de citas - Encargado de entrega de material, insumos y equipos de limpieza al personal. - Supervisa la asistencia del personal operario. - Supervisa el uso correcto del uniforme de trabajo. - Presenta al personal de limpieza con el cliente y cumple el protocolo de presentación. - Capacita al personal en nuevas técnicas o tendencias de la limpieza. - Capacita al personal en el uso de los insumos e instrumentos de limpieza. - Supervisa las tareas operativas de limpieza en los domicilios de los clientes. - Fomentar y mantener el buen clima Laboral de la empresa
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

Fuente: Elaboración propia.

Perfil del puesto del Asistente de Gerencia

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Asistente de Gerencia
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Técnica Completa / Bachiller profesional/ estudiante universitaria
EXPERIENCIA	Mayor a 2 años
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene comunicación y coordinación interna - Mantiene comunicación y coordinación externa con: Clientes y aquellos que por la naturaleza de su gestión sean necesarios. - Solución de problemas rutinarios / Trabajo bajo presión de tiempo. - Brindar apoyo en todos los procesos administrativos y secretariales de la empresa, llevar un control óptimo de la agenda, calendarizar actividades, reuniones, capacitaciones y citas. - Contestar y revisar la correspondencia física y electrónica. - Responder las llamadas telefónicas y pasar a quien corresponda la información recibida. - Acopio de facturas generadas, validación de datos, selección y coordinación para envío de éstas a los clientes. - Coordinación con el contador externo para validación de información. - Seguimiento de pagos para su cancelación oportuna tales como los servicios de luz, agua, teléfono, internet, cable; así como pago de impuestos. - Tramitar, recepción y archivo de documentación físico o digital. - Encargada de la realización de la planilla de los trabajadores para su aprobación y firma del Gerente General de la empresa. - Entrega de las boletas de remuneraciones a los trabajadores de la empresa.
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

Fuente: Elaboración propia.

Perfil del puesto del Asistente de Marketing

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Asistente de Marketing
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Bachiller profesional/ Técnico en Marketing y Ventas
EXPERIENCIA	Mayor a 2 años
	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyo con el aseguramiento del cumplimiento de las estrategias de la compañía. - Solución de problemas rutinarios / Trabajo bajo presión de tiempo. - Diseñar y elaborar material publicitario - Realizar seguimiento de los indicadores de gestión de ventas. - Desarrollo de todo el material gráfico y audiovisual para las campañas de Marketing. - Evaluar nuevas tendencias digitales para captar la atención de más clientes innovar y proponer acciones en todos los canales digitales. - Gestionar actividad y presencia en redes sociales. - Elaborar estrategias digitales. - Atender a los clientes en el servicio post venta en coordinación con el Jefe Comercial. - Diseñar, crear y proponer innovaciones en la página web. - Otras funciones encargadas por la Gerencia General y Jefe de Operaciones. - Realizar las mediciones de satisfacción del cliente aplicando encuestas de satisfacción.
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

Fuente: Elaboración propia.

Perfil del puesto de Chofer

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Chofer
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Secundaria completa
EXPERIENCIA	Mayor a 2 años
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con Licencia de conducir A-IIB - Conducción del vehículo asignado por la empresa para el traslado del personal vinculado con la empresa. - Verificar los niveles de gasolina, aceite, agua, líquido de frenos, transmisión y llantas. - Mantener en óptimas condiciones de limpieza el vehículo. - Informar en tiempo y forma sobre alguna falla y gestionar la reparación en el taller. - Elaborar informe mensual de actividades asignadas. - Mantener en buenas condiciones el vehículo asignado. - Contar con los siguientes documentos: Licencia / Tarjeta de propiedad / SOAT / Revisión técnica. - Mantener la agenda diaria de trabajo - Realizar las Actividades que el Gerente General, Jefe de Venta, Jefe de Operaciones o Supervisor Logístico le asigne para cumplir los objetivos de la empresa.
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

Fuente: Elaboración propia.

Perfil del puesto de Operario de Limpieza

DESCRIPCIÓN Y PERFIL	
NOMBRE DEL PUESTO	Operario de Limpieza
GRADO DE INSTRUCCIÓN	Educación Secundaria Completa
EXPERIENCIA	Mayor a 1 año
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> - Ejecución de los servicios de limpieza en los hogares de los clientes. - Manejo de los artículos y utensilios de limpieza de acuerdo a los protocolos establecidos por tipo de limpieza en forma responsable y racional. - Comportamiento laboral y personal en el marco de los principios de la empresa. - Mantener una atención cordial con el cliente, pero sin generar relaciones de cercanía. - Cumplir con los protocolos de servicio de acuerdo al tipo de limpieza a desarrollar. - Fomentar y mantener el buen clima Laboral de la empresa. - Mantener en buen estado los materiales y equipos proporcionados.
CONDICIONES DEL PUESTO	
TIPO DE CONTRATO	Plazo Fijo
REMUNERACIÓN	S/930.00

ANEXO 8: Modelo de Constitución de Bio Home Clean SAC**MODELO DE CONSTITUCIÓN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA – S.A.C.
(CON APORTE EN BIENES DINERARIOS)****SEÑOR NOTARIO**

SÍRVASE USTED EXTENDER EN SU REGISTRO DE ESCRITURAS PÚBLICAS UNA DE CONSTITUCIÓN DE SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, QUE OTORGAN:

- A. **KENY ALAIN ALVA ALCANTARA**, DE NACIONALIDAD: PERUANA OCUPACIÓN: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI N° 42900459 ESTADO CIVIL: SOLTERO,
- B. **ESTHER CELIS MIRANDA**, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI N°: 42096400, ESTADO CIVIL: SOLTERA,
- C. **YANET MIRANDA ALCANTARA**, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD NÚMERO: 40425263, ESTADO CIVIL: SOLTERA,
- D. **KAREN MORALES MORALES**, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: ADMINISTRADOR DE EMPRESAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD NÚMERO: 41064579, ESTADO CIVIL: SOLTERA,
- E. **JESSICA TORREBLANCA CHAVEZ**, DE NACIONALIDAD: PERUANA, OCUPACIÓN: TECNICO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI NÚMERO: 08890119, ESTADO CIVIL: SOLTERA,

SEÑALANDO COMO DOMICILIO COMÚN PARA EFECTOS DE ESTE INSTRUMENTO EN AV. TOMAS MARSANO 480 SURQUILLO. EN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:

PRIMERO. - POR EL PRESENTE PACTO SOCIAL, LOS OTORGANTES MANIFIESTAN SU LIBRE VOLUNTAD DE CONSTITUIR UNA SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA, BAJO LA DENOMINACIÓN DE BIO HOME CLEAN SAC,

LOS SOCIOS SE OBLIGAN A EFECTUAR LOS APORTES PARA LA FORMACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL Y A FORMULAR EL CORRESPONDIENTE ESTATUTO.

SEGUNDO. - EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 98,371.78 NOVENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL CON 78/100 NUEVOS SOLES), DIVIDIDO EN CINCO ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 19, 674.36 CADA UNA, SUSCRITAS Y PAGADAS DE LA SIGUIENTE MANERA:

- 1. **KENY ALAIN ALVA ALCANTARA** CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD DNI N°: 42900459 SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 1] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 19,674.36 DEL CAPITAL S/. 98,371.78 NOVENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL CON 78/100 NUEVOS SOLES QUE PAGA EL SOCIO 1 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
- 2. **ESTHER CELIS MIRANDA** CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD N° 42096400, SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 2] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 19,674.36 DEL CAPITAL DE S/. 98,371.78 NOVENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL CON 78/100 NUEVOS SOLES QUE PAGA EL SOCIO 2 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

3. **YANET MIRANDA ALCANTARA** CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD N° 40425263, SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 3] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 19,674.36 DEL CAPITAL S/. 98,371.78 NOVENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL CON 78/100 NUEVOS SOLES QUE PAGA EL SOCIO 3 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
4. **KAREN MORALES MORALES**, CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD NÚMERO: 41064579, SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 4] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 19,674.36 DEL MONTO DEL CAPITAL DE S/. 98,371.78 NOVENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL CON 78/100 NUEVOS SOLES QUE PAGA EL SOCIO 4 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.
5. **JESSICA TORREBLANCA CHAVEZ** CON DOCUMENTO DE IDENTIDAD 08890119 SUSCRIBE [NÚMERO DE ACCIONES 4] ACCIONES NOMINATIVAS Y PAGA S/ 19,674.36 DEL CAPITAL S/. 98,371.78 NOVENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UN MIL CON 78/100 NUEVOS SOLES QUE PAGA EL SOCIO 5 MEDIANTE APORTES EN BIENES DINERARIOS.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO

TERCERO.- LA SOCIEDAD SE REGISTRARÁ POR EL ESTATUTO SIGUIENTE Y EN TODO LO NO PREVISTO POR ESTE, SE ESTARÁ A LO DISPUESTO POR LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES - LEY 26887 - QUE EN ADELANTE SE LE DENOMINARA LA "LEY".

ESTATUTO

ARTICULO 1.- DENOMINACIÓN-DURACIÓN-DOMICILIO: LA SOCIEDAD SE DENOMINA: BIO HOME CLEAN SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA".

LA SOCIEDAD TIENE UNA DURACIÓN INDETERMINADA, INICIA SUS OPERACIONES EN LA FECHA DE ESTE PACTO Y ADQUIERE PERSONALIDAD JURÍDICA DESDE SU INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE PERSONAS JURÍDICAS. SU DOMICILIO ES EN AV. TOMAS MARSANO 490 SURQUILLO, PROVINCIA DE LIMA Y DEPARTAMENTO DE LIMA, PUDIENDO ESTABLECER SUCURSALES U OFICINAS EN CUALQUIER LUGAR DEL PAÍS O EN EL EXTRANJERO.

ARTICULO 2°.- OBJETO SOCIAL.- LA SOCIEDAD TIENE POR OBJETO DEDICARSE AL SERVICIO DE LIMPIEZA Y DESINFECCIÓN. SE ENTIENDEN INCLUIDOS EN EL OBJETO SOCIAL LOS ACTOS RELACIONADOS CON EL MISMO QUE COADYUVEN A LA REALIZACIÓN DE SUS FINES. PARA CUMPLIR DICHO OBJETO, PODRÁ REALIZAR TODOS AQUELLOS ACTOS Y CONTRATOS QUE SEAN LÍCITOS, SIN RESTRICCIÓN ALGUNA.

ARTICULO 3°.- CAPITAL SOCIAL: EL MONTO DEL CAPITAL SOCIAL ES DE S/. 98,371.78 NOVENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS SETENTA Y UNO CON 78/100, REPRESENTADO POR CINCO ACCIONES NOMINATIVAS DE UN NOMINAL DE S/. 19,674.36 CADA UNA.

EL CAPITAL SOCIAL SE ENCUENTRA TOTALMENTE SUSCRITO Y PAGADO.

ARTICULO 4º.-TRANSFERENCIA Y ADQUISICIÓN DE ACCIONES: LOS OTORGANTES ACUERDAN SUPRIMIR EL DERECHO DE PREFERENCIA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACCIONES, CONFORME A LO PREVISTO EN EL ULTIMO PÁRRAFO DEL ARTICULO 237º DE LA "LEY".

ARTICULO 5º.- ÓRGANOS DE LA SOCIEDAD: LA SOCIEDAD QUE SE CONSTITUYE TIENE LOS SIGUIENTES ÓRGANOS:

- A) LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS; Y
- B) LA GERENCIA.

LA SOCIEDAD NO TENDRÁ DIRECTORIO

ARTICULO 6º.-JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS: LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS ES EL ÓRGANO SUPREMO DE LA SOCIEDAD. LOS ACCIONISTAS CONSTITUIDOS EN JUNTA GENERAL DEBIDAMENTE CONVOCADA, Y CON EL QUÓRUM CORRESPONDIENTE, DECIDEN POR LA MAYORÍA QUE ESTABLECE LA "LEY" LOS ASUNTOS PROPIOS DE SU COMPETENCIA.

TODOS LOS ACCIONISTAS INCLUSO LOS DISIDENTES Y LOS QUE NO HUBIERAN PARTICIPADO EN LA REUNIÓN, ESTÁN SOMETIDOS A LOS ACUERDOS ADOPTADOS POR LA JUNTA GENERAL. LA CONVOCATORIA A JUNTA DE ACCIONISTAS SE SUJETA A LO DISPUESTO EN EL ART. 245º DE LA "LEY".

EL ACCIONISTA PODRÁ HACERSE REPRESENTAR EN LAS REUNIONES DE JUNTA GENERAL POR MEDIO DE OTRO ACCIONISTA, SU CÓNYUGE, O ASCENDIENTE O DESCENDIENTE EN PRIMER GRADO, PUDIENDO EXTENDERSE LA REPRESENTACIÓN A OTRAS PERSONAS.

ARTICULO 7º.-JUNTAS NO PRESENCIALES: LA CELEBRACIÓN DE JUNTAS NO PRESENCIALES SE SUJETA A LO DISPUESTO POR EL ARTICULO 246º DE LA "LEY".

ARTICULO 8º.-LA GERENCIA: NO HABIENDO DIRECTORIO, TODAS LAS FUNCIONES ESTABLECIDAS EN LA "LEY" PARA ESTE ÓRGANO SOCIETARIO SERÁN EJERCIDAS POR EL GERENTE GENERAL.

LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS PUEDE DESIGNAR UNO O MÁS GERENTES SUS FACULTADES REMOCIÓN Y RESPONSABILIDADES SE SUJETAN A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 185º AL 197º DE LA "LEY".

EL GERENTE GENERAL ESTA FACULTADO PARA LA EJECUCIÓN DE TODO ACTO Y/O CONTRATO CORRESPONDIENTES AL OBJETO DE LA SOCIEDAD, PUDIENDO ASIMISMO REALIZAR LOS SIGUIENTES ACTOS:

- A) DIRIGIR LAS OPERACIONES COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS.
- B) REPRESENTAR A LA SOCIEDAD ANTE TODA CLASE DE AUTORIDADES. EN LO JUDICIAL GOZARA DE LAS FACULTADES GENERALES Y ESPECIALES, SEÑALADAS EN LOS ARTÍCULOS 74º, 75º, 77º Y 436º DEL CÓDIGO PROCESAL CIVIL. EN LO ADMINISTRATIVO GOZARÁ DE LA FACULTAD DE REPRESENTACIÓN PREVISTA EN EL ARTICULO 115º DE LA LEY Nº 27444 Y DEMÁS NORMAS CONEXAS Y COMPLEMENTARIAS. TENIENDO EN TODOS LOS CASOS FACULTAD DE DELEGACIÓN O SUSTITUCIÓN. ADEMÁS PODRÁ CONSTITUIR PERSONAS JURÍDICAS EN NOMBRE DE LA SOCIEDAD Y REPRESENTAR A

LA SOCIEDAD ANTE LAS PERSONAS JURÍDICAS QUE CREA CONVENIENTE. ADEMÁS, PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE, CONCILIACIONES EXTRAJUDICIALES Y DEMÁS MEDIOS ADECUADOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTO, PUDIENDO SUSCRIBIR LOS DOCUMENTOS QUE SEAN PERTINENTES.

C) ABRIR, TRANSFERIR, CERRAR Y ENCARGARSE DEL MOVIMIENTO DE TODO TIPO DE CUENTA BANCARIA; GIRAR, COBRAR, RENOVAR, ENDOSAR, DESCONTAR Y PROTESTAR, ACEPTAR Y RE-ACEPTAR CHEQUES, LETRAS DE CAMBIO, VALES, PAGARES, GIROS, CERTIFICADOS, CONOCIMIENTOS, PÓLIZAS, CARTAS FIANZAS Y CUALQUIER CLASE DE TÍTULOS VALORES, DOCUMENTOS MERCANTILES Y CIVILES, OTORGAR RECIBOS Y CANCELACIONES, SOBREGIRARSE EN CUENTA CORRIENTE CON GARANTÍA O SIN ELLA, SOLICITAR TODA CLASE DE PRÉSTAMOS CON GARANTÍA HIPOTECARIA, PRENDARIA Y DE CUALQUIER FORMA.

D) ADQUIRIR Y TRANSFERIR BAJO CUALQUIER TÍTULO; COMPRAR, VENDER, ARRENDAR, DONAR, DAR EN COMODATO, ADJUDICAR Y GRAVAR LOS BIENES DE LA SOCIEDAD SEAN MUEBLES O INMUEBLES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS YA SEAN PRIVADOS O PÚBLICOS. EN GENERAL PODRÁ CELEBRAR TODA CLASE DE CONTRATOS NOMINADOS E INNOMINADOS, INCLUSIVE LOS DE: LEASING O ARRENDAMIENTO FINANCIERO, LEASE BACK, FACTORING Y/O UNDERWRITING, CONSORCIO, ASOCIACIÓN EN PARTICIPACIÓN Y CUALQUIER OTRO CONTRATO DE COLABORACIÓN EMPRESARIAL VINCULADOS CON EL OBJETO SOCIAL. ADEMÁS PODRÁ SOMETER LAS CONTROVERSIAS A ARBITRAJE Y SUSCRIBIR LOS RESPECTIVOS CONVENIOS ARBITRALES.

E) SOLICITAR, ADQUIRIR, DISPONER, TRANSFERIR REGISTROS DE PATENTES, MARCAS, NOMBRES COMERCIALES, CONFORME A LEY SUSCRIBIENDO CUALQUIER CLASE DE DOCUMENTOS VINCULADOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL O INTELECTUAL.

F) PARTICIPAR EN LICITACIONES, CONCURSOS PÚBLICOS Y/O ADJUDICACIONES, SUSCRIBIENDO LOS RESPECTIVOS DOCUMENTOS, QUE CONLLEVE A LA REALIZACIÓN DEL OBJETO SOCIAL.

EL GERENTE GENERAL PODRÁ REALIZAR TODOS LOS ACTOS NECESARIOS PARA LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD, SALVO LAS FACULTADES RESERVADAS A LA JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS.

ARTICULO 9º.-MODIFICACION DEL ESTATUTO, AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL: LA MODIFICACIÓN DEL ESTATUTO, SE RIGE POR LOS ARTÍCULOS 198º Y 199º DE LA "LEY", ASÍ COMO EL AUMENTO Y REDUCCIÓN DEL CAPITAL SOCIAL, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 201º AL 206º Y 215º AL 220º, RESPECTIVAMENTE, DE LA "LEY".

ARTICULO 10º.-ESTADOS FINANCIEROS Y APLICACIÓN DE UTILIDADES: SE RIGE POR LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 40º, 221º AL 233º DE LA "LEY".

ARTICULO 11º.- DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN: EN CUANTO A LA DISOLUCIÓN, LIQUIDACIÓN Y EXTINCIÓN DE LA SOCIEDAD, SE SUJETA A LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 407º, 409º, 410º, 412º, 413º A 422º DE LA "LEY".

CUARTO.- QUEDA DESIGNADO COMO GERENTE GENERAL: KENY ALAIN ALVA ALCANTARA CON [DOCUMENTO DE IDENTIDAD N° 42900459 CON DOMICILIO EN: AV. TOMAS MARSANO 490 DISTRITO DE SURQUILLO, PROVINCIA DE LIMA, DEPARTAMENTO DE LIMA.

ANEXO 9: Modelo de Contrato de Trabajo Bio Home Clean SAC**CONTRATO DE TRABAJO**

Conste por el presente documento por duplicado, el contrato de trabajo que celebran, de conformidad con los cuatro artículos de la Ley de Productividad y Competitividad Laboral, aprobada por Decreto Supremo N° 003-97-TR, de una parte **BIO HOME CLEAN** con RUC N° 20131257750 y dominio en Av. Tomas Marsano 490 Surquillo quien en adelante se le denominará el **EMPLEADOR** representado por el Sr. **KENY ALAIN ALVA ALCANTARA**, Gerente General, identificado con DNI N° 42900459; y de otra parte el señor identificado con DNI N° con domicilio en, a quien en adelante se le denominará **EL TRABAJADOR**; en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES:

PRIMERA: EL **EMPLEADOR** es una persona jurídica de derecho privado constituida bajo el régimen de la sociedad anónima cerrada, cuya principal actividad comprende de prestación de servicios, de acuerdo a los requisitos exigidos para la constitución de la microempresa.

OBJETODE CONTRATO:

SEGUNDA: En virtud del presente Contrato, EL **EMPLEADOR** contrata los servicios personales de EL **TRABAJADOR**, los mismos que se desarrollarán bajo subordinación a cambio de la remuneración convenida.

PRESTACION DE SERVICIOS:

TERCERA: EL **TRABAJADOR** desempeñará sus labores llevando a cabo actividades de EL **EMPLEADOR** se encuentra facultado a efectuar modificaciones razonables en función a la capacidad y aptitud de EL **TRABAJADOR** a las necesidades y requerimientos de la misma, sin que dichas variaciones signifiquen menoscabo de categoría y/o remuneración.

Queda entendido que la prestación de servicios es personal, no pudiendo EL **TRABAJADOR** ser reemplazado ni ayudado por tercera persona.

JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO:

CUARTA: En virtud de lo establecido por Decreto Legislativo Ley de la Jornada de Trabajo, Horario y Trabajo en sobretiempo y sus modificaciones, las partes estipulan que la jornada laboral del EL **TRABAJADOR** será de (día de inicio) a (día de término), de (hora de inicio) a (hora de termino), con 45 minutos de refrigerio que no son computables para efectos de la citada jornada ni del horario de trabajo.

REMUNERACIONES:

QUINTA: EL **TRABAJADOR** percibirá como contraprestaciones por sus servicios una remuneración mensual ascendente a S/..... (.....y 00/100 nuevos soles), durante el tiempo que dure la relación laboral, de conformidad con la Constitución y demás normas legales vigentes.

VACACIONES:

SEXTA: EL **TRABAJADOR** tendrá derecho a un mínimo de 15 (quince) días de descanso vacacional por año de trabajo. Este tiempo podrá ser reducido hasta 7 (siete) días al año, mediando la respectiva compensación por día laborado, lo cual deberá constar en un acuerdo escrito.

DURACIÓN DEL CONTRATO:

SETIMA: El presente Contrato es de duración determinada, teniendo vigencia hasta pudiendo extenderse el mismo siempre que **EL EMPLEADOR** considere las condiciones legales preestablecidas para mantenerse dentro del Régimen Especial de MYPES.

OBLIGACIONES DEL TRABAJADOR:

OCTAVA: **EL TRABAJADOR** se compromete a cumplir sus obligaciones con lealtad y eficiencia, aplicando para tal fin toda su experiencia y capacidad, velando por los intereses de **EL EMPLEADOR**. Asimismo, deberá ejercer las funciones propias de su cargo con la mayor diligencia y responsabilidad.

EL TRABAJADOR se compromete, igualmente a mantener en secreto toda información relacionada a los negocios de **EL EMPLEADOR**, sus asociados y/o clientes. Esta obligación subsistirá aun después de terminada la relación laboral y su incumplimiento genera la correspondiente responsabilidad por daños y perjuicios.

INDEMINIZACIÓN POR DESPIDO ARBITRARIO:

NOVENA: El importe de la indemnización por despido injustificado es equivalente a quince remuneraciones diarias por cada año completo de servicios con un máximo de ciento ochenta remuneraciones diarias, las fracciones de año se abonan por dozavos.

DOMICILIO:

DECIMA: Las partes señalan como sus respectivos domicilios los especificados en la introducción del presente contrato, por lo que serán consideradas válidas todas las comunicaciones y notificaciones dirigidas a las mismas con motivo de la ejecución del presente contrato. El cambio de domicilio de cualquiera de las partes surtirá efecto desde la fecha de comunicación de dicho cambio a la contraparte, por cualquier medio escrito.

En señal de conformidad, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima, a los
Días del mes de De 202.....

EL EMPLEADOR

DNI

EL TRABAJADOR

DNI

ANEXO 10: Mapa mental para investigación sobre aspectos legales, tributarios y labores

