

Proyecto de Implementación de una Empresa que Brinde un Servicio de Limpieza Absoluta a Hogares y Locales Comerciales, Mediante el Alquiler del Equipo Rainbow E2 en la Ciudad de Guayaquil

María José Veintimilla Nicola ⁽¹⁾
MBA. Maria Elena Murrieta Oquendo⁽²⁾

Facultad de Economía y Negocios
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador

ma_pepa18@hotmail.com ⁽¹⁾
mmurriet@espol.edu.ec ⁽²⁾

Resumen

El equipo Rainbow E2 es la más reciente evolución en la historia de un sistema de limpieza para las empresas y el hogar, un sistema verdaderamente revolucionario. El problema de la limpieza profunda es bastante conocido en los habitantes de la ciudad de Guayaquil y existe amplia información al respecto. Con el alquiler de este equipo, las familias y empresas asentadas en la ciudad conocerán, de manera clara y concisa, los principales usos y ventajas del equipo Rainbow E2, y así se mostrará confianza en el servicio que se quiere brindar.

El presente proyecto propone la implementación de un servicio de alquiler de un instrumento de limpieza absoluta, que comercialmente su adquisición es de precios altos para la media de las familias guayaquileñas, pero cuyo costo de alquiler podría ser más accesible, contribuyendo de esta forma con el mejoramiento de la salud de las familias y empresarios guayaquileños.

Palabras Claves: Implementación de un servicio de alquiler del equipo Rainbow E2

Abstract

The equipment Rainbow E2 is the most recent evolution in the history of a system of cleaning for the companies and the home, a truly revolutionary system. The problem of the deep cleaning is known in the residents of the city of Guayaquil and it exists plenty information of this matter. With the rent of this equipment, the families and companies seated in the city will know in a clear and concise way, the main uses and advantages of the equipment Rainbow E2, and this will show confidence in the service we want to provide

The present project proposes the implementation of a service for the rental of an instrument of absolute cleanliness, that commercially its acquisition is of high prices for the average of the families in Guayaquil, but whose cost of rental could be more accessible and contributing in this way with the improvement of the health of the families and entrepreneurs located in Guayaquil.

Keywords: Implementation of a service of rent of the equipment Rainbow E2

1. Introducción

El Sistema de Limpieza Rainbow es la más reciente evolución en la historia de un sistema de limpieza para el hogar verdaderamente revolucionario. Basado en el principio de que "el polvo mojado no vuela", la Rainbow usa un sistema de filtración único, basado en agua, para atrapar la suciedad. Usando agua, el elemento más poderoso de la naturaleza, la Rainbow puede dar nueva vida a los hogares y locales comerciales.

Las pruebas independientes de laboratorio prueban que el Sistema de Limpieza Rainbow supera a la competencia en eficacia de filtración. Al combinar su tecnología de separador, basada en agua, que atrapa el 99.997% (por peso) de la suciedad típica de una casa, un "motor sin escobillas" y un Neutralizador HEPA, la Rainbow logra lo que otros productos no pueden.

La Asociación de Fabricantes de Electrodomésticos (AHAM) y el sello de AHAM certifican que la Rainbow es una auténtica lavadora de aire, diseñada para reducir los contaminantes del aire que contribuyen a la mala calidad del aire dentro de la casa.

La Rainbow ha sido evaluada por un laboratorio de pruebas independiente y ha cumplido las normas de la Industria de Alfombras en los tres elementos: la eliminación de suciedad, la absorción de polvo y El cuidado a la alfombra.

Requerimientos Técnicos de Funcionamiento

La aspiradora tradicional usa una bolsa porosa que recoge la suciedad. La bolsa sólo funciona por los primeros quince minutos de su vida, y luego la suciedad obstruye los pequeños agujeros en la bolsa e impide que el aire fluya, forzando el polvo de vuelta a la habitación.

La Rainbow atrapa la suciedad en el agua de su depósito. Después de hacer la limpieza, el depósito de agua se vacía y dura toda la vida de la Rainbow.

Aplicaciones y Ventajas del Equipo

Entre las aplicaciones el equipo Rainbow e2 es excelente para librar de polvo y de microorganismos dañinos para la salud tanto en dormitorios, cuartos, cocinas, baños y alcobas de hogares, así como para la limpieza de pequeños establecimientos comerciales como ferreterías, tiendas, peluquerías, cybers-cabinas, restaurantes, cafeterías, sitios para reuniones infantiles, tiendas de ropa, agencias pequeñas de banco, y demás sitios de afluencia de pequeñas o medianas cantidades de persona, durante un tiempo limitado de minutos u horas.

Entre las ventajas se pueden mencionar: (1) Usa un sistema de filtración único, basado en agua, para atrapar la suciedad. (2) Al combinar su tecnología de

separador, basada en agua, un "motor sin escobillas" y un Neutralizador HEPA, la Rainbow logra lo que otros productos no pueden: liberar el ambiente del hogar del 99.97% de las impurezas existentes. (3) Es el único equipo tecnológico de limpieza que contienen una gran versatilidad de accesorios adicionales diseñados para situaciones especiales de limpieza. (4) Es una auténtica lavadora de aire, diseñada para reducir los contaminantes aeróbicos que contribuyen a la mala calidad del aire dentro de la casa.

2. Investigación de Mercado

Segmentación del Mercado

La segmentación del mercado puede ser una macrosegmentación y una microsegmentación. El análisis de la macrosegmentación nos permite tomar un mercado de referencia inicial de acuerdo a la tecnología, las funciones y los compradores del producto. En lo que se refiere a la microsegmentación, basándonos en los resultados de investigaciones de mercado realizadas en otros países latinoamericanos, y con consultas a expertos en el tema en Ecuador, se pueden dar diferentes sub-conjuntos de compradores que se ha podido identificar gracias a un análisis pro criterio socio demográfico y de Actividades Intereses y Opiniones (AIO).

Procedimiento de Investigación al consumidor

Definición de la Investigación

Esta etapa para el desarrollo del proyecto consiste en el diseño e implementación de una investigación para medir cual es el comportamiento de potenciales consumidores en cuanto a sus hábitos de limpieza, segmentar el mercado, además de saber que percepción tienen las personas acerca del equipo y sus beneficios, cuáles son sus principales ventajas para así hacer un análisis completo acerca de nuestro grupo objetivo al que nos enfocáramos al introducir el equipo en el mercado de la limpieza de hogares y locales comerciales.

Este análisis nos ayudará a proyectar, variables futuras como la demanda y la potencial participación del mercado, las cuales pasan a tener un papel preponderante al momento de la evaluación económica del proyecto.

Esta investigación ha sido dirigida a consumidores potenciales del equipo de limpieza con una edad superior a los 21 años.

Objetivos de la investigación dirigida a consumidores

Como se ha establecido, se definió como grupo objetivo a personas que tengan más de 21 años,

consumidores y no de equipos de limpieza, pues quienes no operan equipos de limpieza tradicionales no necesariamente no comprarían o alquilarían el equipo. Es importante medir su interés frente al producto y su intención de compra porque contribuirá a establecer estrategias para su reintroducción y posicionamiento en la mente del consumidor guayaquileño. La investigación debe arrojar información relevante para medir las siguientes variables de marketing: (1) Producto: Nivel de aceptación del equipo de limpieza (intención de compra). (2) Precio: Nivel de aceptación del precio de alquiler sugerido. (3) Demanda: Potencial del mercado y potencial de ventas. (4) Consumidor: Hábitos de consumo, hábitos de limpieza y la segmentación del mercado.

El análisis de todas y cada una de estas variables permitirá conocer con gran certeza el comportamiento de los consumidores y medir su respuesta hacia las funciones y atributos principales del producto.

Diseño de los cuestionarios

Método para la selección de la muestra

Para la investigación dirigida al consumidor, se propone seleccionar la muestra con base al método del muestreo irrestricto aleatorio simple. La razón para escoger este método se fundamenta en la siguiente justificación: una vez que se ha definido que la población objetivo de la muestra son personas mayores de 21 años, deseamos que cada uno de los potenciales consumidores, que forman parte de la población, tenga la misma oportunidad de ser seleccionado para la muestra, ya que nos interesa la opinión de cada uno de ellos, sin importar su condición socio demográfica.

El objetivo de la investigación es conocer qué interés tienen en el producto, sus hábitos de limpieza y sus intereses personales y familiares, independientemente de variables de tipo demográfico, sicográfico o conductual; sin embargo, estas variables sí son importantes al momento de definir la segmentación de mercados para el producto.

La investigación nos dará como resultado un porcentaje de aceptación del producto, al que hemos definido como la intención de alquiler, lo que nos hará darnos una cuantificación del nivel de ventas.

Dicha cuantificación estará en función de los objetivos de marketing y de una participación de mercado real y objetivo que se espera obtener. Pero, conocer cuál será la participación y el nivel de ventas proyectado se convierte en un proceso complejo, más aún si el producto que se está presentando es una innovación en el mercado de la limpieza comercial y familiar, donde no hay mayores datos estadísticos históricos que muestren el comportamiento del consumo.

Método para la recolección de datos

El método que se usará en la recolección de los datos será la entrevista personal, y el instrumento será un cuestionario o encuesta diseñado especialmente para cumplir con los objetivos planteados en la investigación. La entrevista personal nos asegurará un elevado nivel de respuesta.

Aceptación de una prueba piloto

Un paso previo para la realización de la encuesta de mercado es seleccionar el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad.

El principal parámetro que se desea estimar es la proporción del mercado que acepta el equipo de limpieza absoluta Rainbow e2, lo que se ha definido como la intención de alquiler. Debido a que el tamaño adecuado de la muestra está en función de este parámetro, es necesario realizar una prueba piloto, dirigida a 30 personas mayores de 21 años, padres de familia y/o dueños de locales comerciales, para conocer su opinión –aceptación o rechazo– sobre el concepto del producto.

Se utilizó una encuesta donde se explicaba el concepto del equipo y una pregunta dicotómica, donde debían responder si comprarían el equipo Rainbow e2 y en los resultados obtuvimos que el 73% de los entrevistados ubicaron sus respuestas en Sí (22) y el 27% en No (8). Estos porcentajes, son suficientes para determinar el número de muestra aleatoria que se utilizará en esta investigación.

Selección del tamaño de la muestra

El parámetro que deseamos estimar es el porcentaje de individuos mayores de 21 años que aceptan alquilar el equipo de limpieza absoluta Rainbow E2. Con esto se concluye que se va a realizar la encuesta a 315 habitantes de la ciudad de Guayaquil mayores de 21 años de edad.

Planificación y diseño del cuestionario

Basarse en la correcta elaboración del cuestionario puede llevar al éxito de la investigación. Debido a esto el cuestionario para la encuesta aleatoria, se diseñó de tal manera que pueda cumplir con los objetivos señalados y su estructuración debe realizarse a través de preguntas claras y precisas con la finalidad de obtener las respuestas precisas para esta investigación. La encuesta está compuesta por cuatro secciones, cada una de las cuales tiene un objetivo específico.

Conclusiones de la Investigación de Mercado

Entre las principales conclusiones que generó la investigación de mercado que se desarrolló a través de encuestas aplicadas a la población económicamente activa del cantón Guayaquil, tenemos lo siguiente: (1) Aproximadamente el 81% de los encuestados poseen sistemas tradicionales y rutinarios para la limpieza de sus hogares y locales, pero el resto de personas no se mostraron tan preocupados en este aspecto, dejando la limpieza en manos de terceras personas. (2) Las personas que conocen de los equipos de limpieza Rainbow los califican como excelentes y muy buenos. (3) Existe una alta aceptación para la creación de una empresa que alquile los equipos para la limpieza de hogares y negocios. Se estima que en promedio podrían estar usándolo 60,398 hogares. (4) El 55% de las personas encuestadas se mostraron muy interesadas en que se puedan alquilar los equipos por hora, por cuanto si consideran que invertir en los mismos si es algo caro, mientras que usándolos por unas horas a la semana, tuvieran el mismo beneficio que si lo comprarían.

3. Plan de Marketing

El capítulo a desarrollarse se basa en la construcción de un plan de marketing, que no es más que el diseño de una planificación estratégica orientada hacia el mercado, la misma que se puede definir como un proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos, los recursos de la empresa a crearse y las oportunidades cambiantes del mercado. El objetivo de la planeación estratégica es modelar los negocios y producto de la empresa de manera que se combinen para producir un desarrollo sustentable y utilidades rentables.

De ahí que mediante la construcción de este plan se tratará de alcanzar el máximo desarrollo posible de esta línea de equipos de limpieza en la ciudad de Guayaquil, lo que permita generar las máximas utilidades posibles.

Definición del Mercado Objetivo

Para definir el mercado objetivo, es necesario realizar una segmentación previa de los consumidores y se la puede realizar en dos etapas: Macrosegmentación y Microsegmentación.

Plan Operativo

Nombre de la empresa

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo y, por ende, debe reunir una serie de características específicas. El procedimiento de generación de ideas y la evaluación de las mismas llevó a que la empresa tenga el nombre de LIMPIEZA TOTAL S.A.

Descripción de la empresa

La empresa que se creará con el proyecto será una empresa comercial, ya que se dedicará a la importación, alquiler (o leasing en el caso de empresas) y/o comercialización de productos tecnológicos. Importa las partes, las arma, alquila y/o comercializa el producto final para que el cliente lo use en su hogar directamente; es una empresa del ramo de tecnologías de limpieza para hogares y locales comerciales, equipos de limpieza para viviendas unifamiliares.

La compañía va a ser una microempresa, ya que no va a tener más de 12 empleados. Se va a encontrar ubicada en la ciudad de Guayaquil, en una vía de fácil acceso para hacer llegar las partes y piezas tecnológicas y la mano de obra pero, sobre todo, que haga factible una buena transportación del producto para que éste llegue de manera óptima al consumidor final. La empresa estará ubicada al norte de la ciudad de Guayaquil, en el centro comercial Policentro, en un local de 300 metros cuadrados.

Misión

Difundir el alquiler de un novedoso producto tecnológico, como lo es el equipo de limpieza Rainbow e2, para que los hogares y locales comerciales en la ciudad de Guayaquil, utilizan un dispositivo que requiere poco mantenimiento para mantener totalmente limpios, con la ayuda del agua, sus hogares y negocios mientras mantienen un ambiente saludable libre de patógenos que viven en la suciedad, polvo y demás vectores provocantes de afecciones respiratorias.

Visión

Lograr el posicionamiento de los equipos de limpieza Rainbow e2 como un excelente producto amigable con el medio ambiente e importante para la salud de las familias y clientes, logrando concienciar a las personas sobre el uso del equipo para reemplazar el uso de equipos inservibles y poco efectivos.

Además, con este plan estratégico se quiere informar a la población en general, sobre los altos niveles de suciedad imperantes en los hogares y negocios que posee la ciudad y que puede ser de gran daño para la salud de los niños, jóvenes y adultos en general.

Objetivos

- Contribuir a la difusión de los equipos de limpieza como alternativa para el uso del agua como elemento vital para mantener un hogar y negocio limpio y libre de patógenos

- Ofrecer un producto de alta calidad a un precio cómodo para beneficio de las mayorías de familias de Guayaquil.
- Concienciar a las familias sobre las ventajas ambientales y de ahorro de costo con el alquiler de un equipo Rainbow e2
- Comercializar y distribuir los equipos de limpieza Rainbow e2 en lugares asequibles para los hogares y negocios guayaquileños de ingresos medios y altos, en el largo plazo.

Principales Matrices Estratégicas

Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta útil que permite obtener un diagnóstico preciso de la situación actual de la empresa y, en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas establecidos. Se ha realizado una matriz en donde se resumen las principales fortalezas y debilidades de la empresa (factores internos), así como sus oportunidades y amenazas (factores externos), para conocer los riesgos extrínsecos del negocio a implementar en la ciudad de Guayaquil.

Cadena de Valor de Porter

Con esta matriz se pretende mostrar las diferentes situaciones competitivas del mercado de equipos de limpieza Rainbow e2 en la ciudad de Guayaquil, donde es importante resaltar que el presente producto no tiene una sola competencia directa debido a que sería la única empresa local precursora que ofrece el producto “equipos de limpieza Rainbow”, para alquilar.

Matriz BCG

Considerando que en el desarrollo de la matriz BCG, los productos de la empresa LIMPIEZA TOTAL se encuentran ubicado en el cuadrante de interrogación, la estrategia idónea a seguir es la de Estructurar. El objetivo es incrementar el mercado de esta unidad estratégica de negocio aún teniendo que invertir mucho efectivo e incluso teniendo que renunciar a ingresos a corto plazo para poder llegar a lograrlo.

Marketing Mix

Para el desarrollo del producto durante los años de vida del proyecto, se deben considerar las cuatro variables del marketing mix: producto (cliente a satisfacer), precio (costo del producto), plaza (canales de distribución) y promoción (comunicación).

Producto

El Sistema de Limpieza Rainbow es la más reciente evolución en la historia de un sistema de limpieza para el hogar verdaderamente revolucionario. Basado en el principio de que "el polvo mojado no vuela", la Rainbow usa un sistema de filtración único, basado en agua, para atrapar la suciedad.

Las pruebas independientes de laboratorio prueban que el Sistema de Limpieza Rainbow supera a la competencia en eficacia de filtración. Al combinar su tecnología de separador, basada en agua, atrapa el 99.997% (por peso) de la suciedad típica de una casa.

Precio

El precio de introducción para el alquiler del equipo de limpieza para hogares Rainbow E2, de tecnología americana e importado directamente desde ese país, será de USD 5 por hora durante el primer trimestre de operación de la empresa; a partir del cuarto mes, el precio aumentará hasta alcanzar los USD 10 (onceavo mes).

Los pagos en efectivo tendrán un descuento del 5% sobre el valor del producto a partir del sexto mes, mientras que para los pagos a crédito, se deberá cancelar un recargo equivalente al 25% del precio del alquiler. Las tarjetas de crédito que se van a aceptar son: American Express, Visa, Diners Club y Master Card.

Distribución

En cuanto a las diferentes actividades que se realizarán para poner al producto al alcance de los clientes metas, se utilizaran dos canales de distribución: el canal directo y el canal indirecto.

El canal indirecto que se utilizará es la promoción de los colectores solares de agua a través de pequeñas islas ubicadas dentro de los centros comerciales más concurridos de Guayaquil. Los centros comerciales en los que se tiene planeado poner las islas son: Mall del Sol, Policentro, Mall del Sur, Unicentro, La Piazza Samborondón, San Marino y Plaza Mayor.

Por otro parte el canal directo que se utilizará, será implementar un local de alquiler de los equipos de limpieza Rainbow e2 en la planta ensambladora del producto, para que los clientes puedan personalmente observar, comprobar el uso y beneficios de los equipos de limpieza; después, lo alquilan o compran y el camión de la empresa se los llevará al momento a sus hogares o locales comerciales, ya instalados y funcionando.

Adicionalmente, la empresa contará con su propia página Web en donde se podrá hacer alquiler o compras del equipo de limpieza, específicamente en la ciudad de Guayaquil y vía a Samborondón; en el largo plazo, se podrá expandir las ventas a otras ciudades cercanas a la ciudad de Guayaquil (Salinas, Milagro, Quevedo, Manta, La Troncal, etc.)

Promoción

La promoción de la empresa LIMPIEZA TOTAL S.A. se la va a realizar de 4 formas: a través de la venta personal, marketing directo, publicidad y relaciones públicas.

4. Estudio Organizacional y Legal

Organigrama de la Empresa

Como se indicó desde el principio el objetivo de este proyecto es diseñar una pequeña empresa. La característica principal de una empresa de este tamaño es que cuenta con poco personal. Algunos puestos que aparecen en el organigrama son multifuncionales, es decir, una sola persona los ejerce; otras funciones, como la contabilidad, será más recomendable que se realicen por medio de *outsourcing*, esto es, será preferible contratar a un despacho de contabilidad o a un contador externo para que haga este trabajo.

El personal administrativo está constituido por dos gerencias: Gerencia general y Gerencia de leasing; también se contará con una secretaria que apoyará las necesidades de la gerencia general. Por otro lado, se tiene al personal operativo y de apoyo administrativo, para lo que se contará con: un técnico, un almacenista, dos vendedores y un chofer que ayude a los vendedores en la distribución del producto. Ya se había calculado que se requieren dos obreros calificados para realizar todas las labores de embalaje y prestación del servicio a los clientes corporativos y hogareños. Las funciones de contabilidad, y parcialmente de control de calidad, las realizarán despachos externos a la empresa.

Aspectos Legales de la Empresa

Para que la empresa societaria se constituya y entre a funcionar, es necesario un capital propio que se integrará por las aportaciones de los accionistas. Esta aportación ha de consistir en dinero o en otra clase de bienes apreciados en dinero.

Por todo lo expresado anteriormente, podemos observar que nuestra Compañía va a ser una Sociedad Anónima, ya que su capital propio va a estar dividido en acciones.

Para la constitución de dicha empresa debemos regirnos al Marco Legal de la Compañía, es decir, seguir las normas y procedimientos prescritos por la Ley de la Superintendencia de Compañías, para su funcionamiento.

5. Evaluación Financiera

Estudio Financiero

Plan de Inversiones

La inversión en activos se puede diferenciar claramente, según su tipo. La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. En este apartado se define la inversión monetaria sólo en los activos fijo y diferido, que corresponden a todos los necesarios para operar la empresa desde los puntos de vista de producción, administración y ventas. El activo circulante (capital de trabajo), que es otro tipo de inversión, se determina en otro apartado. De acuerdo a las leyes tributarias vigentes, el impuesto al valor agregado no se considera como parte de la inversión inicial.

Plan de Financiamiento

El presente proyecto será financiado en un 100% por capital propio, por parte de un grupo inversionista de la ciudad capital de Ecuador, preocupado por la higiene y salud de las personas y con responsabilidad social.

Siendo un grupo corporativo nuevo, es muy complicado y tramitoso obtener un crédito de la banca formal, y en nuestro país no existe instituciones públicas o privadas que respaldan financieramente este tipo de proyectos, como si las hay en otros países, pese a que el Gobierno actual intenta canalizar fondos hacia este novedoso sector de las tecnologías renovables, lo cual pudiera ayudar a obtener financiamiento para la expansión del presente proyecto hacia otras ciudades, en el largo plazo.

Por este motivo, se opta para el presente proyecto que los inversionistas aporten el 100% de la inversión, considerando que el capital requerido es relativamente poco frente a otros proyectos de tecnología renovables.

Presupuesto de Ingreso

Comprende la entrada de recursos por la generación de ingresos por el alquiler proyectado de los equipos Rainbow e2 en la ciudad de Guayaquil. En este punto, es importante recalcar la diferencia entre ingresos por venta e ingresos por ventas netas (recuperables).

Presupuesto de Costos

La planta comercializadora de equipos de limpieza Rainbow e2 está planteada, para laborar un solo turno de trabajo, por lo que queda abierta la posibilidad de que funcione hasta por dos e incluso tres turnos diarios en el largo plazo, de incrementarse la demanda insatisfecha de los equipos Rainbow e2 en la ciudad.

El costo de prestación del servicio está conformado por todas aquellas partidas que intervienen directamente en la prestación del servicio de alquiler

de los equipos de limpieza Rainbow e2 en la ciudad de Guayaquil.

Presupuesto de Gastos

Este presupuesto esta dividido en: Gastos de Administración, Gastos de ventas y depreciaciones.

Evaluación Financiera

Al realizar la evaluación financiera se requiere de una tasa de descuento que actualice los flujos del proyecto, para lo cual se ha realizado el cálculo del CAPM =16.84%, donde se obtendrá una tasa de descuento acorde al mercado, la cual se comparara con la TIR para determinar si es mayor o menor.

Evaluando el flujo de caja proyectado, la tasa interna del proyecto (TIR), para los inversionistas del proyecto es de 21.90%, y al ser esta tasa mayor a la tasa de descuento (CAPM) del 16.84%, se acepta que el proyecto es rentable.

El valor actual neto (VAN) del presente proyecto es de US\$ 25,293.88 y siendo este valor mayor que cero, se verifica la factibilidad financiera de invertir en el mismo.

El capital que los inversionistas aportarían para la ejecución del presente proyecto, se recuperaría en el cuarto año de vida útil del mismo.

6. Conclusiones y Recomendaciones

Se llegó a las siguientes conclusiones: De acuerdo a la investigación de mercado realizada en la ciudad de Guayaquil, existe un creciente interés por adquirir aparatos tecnológicos de limpieza, que no solo protejan al medio ambiente, sino que provean de un ahorro sustentable a la economía doméstica y productiva, que sustituirá los equipos e implementos de limpiezas tradicionales más baratas pero con menor efectividad.

Para diferenciarnos de la competencia actual, se ofrecerá un producto de alta calidad, aprovechando la alta demanda de estos aparatos que ha abaratado los costos de los mismos, para comercializarlos a los hogares de clase media-alta y alta de la ciudad de Guayaquil. Además, se pretende también alquilar los equipos a diversos locales comerciales ubicados en la urbe.

El proyecto resultó ser rentable para los potenciales inversionistas, pues obtendrán un VAN de \$25,293.88, y una TIR del 21.90%, siendo la probabilidad de que el proyecto no sea viable del 25.90%, una posibilidad relativamente baja

Entre las recomendaciones, se pueden mencionar: Que sería necesario que se organice, por lo menos una vez al año, una Casa Abierta sobre Tecnologías efectivas de limpieza con la participación del Gobierno actual, del Municipio de Guayaquil, y de las

empresas y organizaciones vinculadas al tema, para dar a conocer los beneficios de los equipos Rainbow y similares, y de los diferentes productos que se expende a favor de la ciudadanía

Es fundamental que la empresa, en el mediano y largo plazo, se abra a nuevos mercados en la Costa Ecuatoriana, y piense en la importación, ensamblaje y venta de otros productos para satisfacer a las medianas y grandes empresas del país.

Aprovechar que el actual Gobierno, y los Ministerios de Energía, Ambiental, de Vivienda y de Obras Públicas, están mostrando un alto interés por el tema de viviendas populares que funcionen con tecnologías amigables con el medio ambiente, para entrar a este potencial nicho de mercado, con la venta u alquiler de los equipos Rainbow e2 al alcance de las familias pobres del país.

7. Referencias

- [1] Philip Kotler, 2001, "Dirección de Marketing". Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A. 2001.
- [2] Nassir Sapag, Reinaldo Sapag. "Preparación y Evaluación de Proyectos", Cuarta Edición. 2004.
- [3] Msc. Pedro Gando, 2003, "Apuntes correspondientes a la materia Proyectos I".
- [4] Santesmases Miguel, "Marketing conceptos y estrategias", Madrid 1999.
- [5] "Consumer Preference Formation and Pioneering Advantage" realizado por Gregory S. Carpenter y Kent Nakamoto y publicado en el Journal of Marketing Research
- [6] LAMBIN J.J., Marketing Estratégico 4ta edición: Enfoque en toma de decisiones, editorial Prentice Hall.
- [7] RIES AI, "Marketing de arriba y abajo", Editorial McGraw Hill/ 1999.
- [8] WELSH, HILTON y GORDON, "Presupuesto, planificación y control de utilidades", Prentice Hall, Hispanoamericana SA 5ta. Edición 1990.