Proyecto de Implementación de la Franquicia Española "Clean & Iron Service" dedicada a la Prestación del Servicio de Planchado y Limpieza Profesionalizada a Domicilio en la Ciudad de Guayaquil

Edison F. Aguirre González, Gino J. Sangster Feijoo, Ing. David L. Sabando Vera
Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas
Escuela Superior Politécnica del Litoral
Guayaquil, Ecuador
aguirre_edison@hotmail.com, gino_sangster@hotmail.com, dsabando@espol.edu.ec

Resumen

Recogiendo las necesidades de la comunidad guayaquileña y en procura de contribuir con el desarrollo del país en la creación de empresas con responsabilidad social que generen a su vez una justa y legítima retribución a sus accionistas; se plantea el proyecto de implementación de la franquicia "CLEAN & IRON SERVICE" en la que se determine la factibilidad de ofrecer el servicio de planchado y limpieza profesional a domicilio. Uno de los principales motivos para realizar la investigación del proyecto es debido a que existe un mercado poco profesional que no brinda la seguridad, bienestar y satisfacción que busca llenar el cliente en lo referente al sector de limpieza y planchado personalizado. Clean & Iron Service es una empresa que profesionalizó los servicios de limpieza a domicilio, comenzó con un servicio estrella: plancha a domicilio y fueron especializándose. Así, consiguió crear un negocio centrado en los servicios de limpieza 'in situ', donde la calidad, la personalización y la facilidad de contratar con las mayores garantías fueran las claves. Actualmente existen 12 agencias abiertas en España. Dado el éxito que tiene el servicio en el país europeo, este proyecto busca determinar la factibilidad de implementar la franquicia en la ciudad de Guayaquil.

Palabras Claves: *Limpieza, Planchado Profesional, Servicio, Implementación, Franquicia, Clean and Iron Service.*

Abstract

Gathering the necessities of the community ¨guayaquileña¨ and in tries to contribute with the development of the country in the creation of companies with social responsibility that generate a joust and legitimizes repayment to its shareholders; the project of implementation of the franchise "CLEAN & IRON SERVICE" considers in which the feasibility is determined to at home offer the service of ironing and professional cleaning. One of the main reasons to make the investigation of the project is because it little exists a professional market that do not offer the security, well-being and satisfaction that it looks for to fill the client in referring to the sector of cleaning and the customized ironing. Clean & Iron Service is a company that professionalized the services of cleaning at home, began with a service stars: it irons at home and was specializing. Thus, ¨in sitú¨ was able to create a business centered in the services of cleaning, where the quality, the personalization and the facility to contract with the greater guarantees were the keys. At the moment 12 agencies opened in Spain exist. Given the success that has the service in the European country, this project looks for to determine the feasibility to implement the franchise in the city of Guayaquil.

Keywords: *Clearing, professional ironing, Service, Implementation, Franchise, Clean and Iron Service*

1. Introducción

Clean & Iron, la empresa que profesionalizó los servicios de limpieza a domicilio, comenzó con un servicio estrella: plancha a domicilio y fueron especializándose. Así, consiguió crear un negocio centrado en los servicios de limpieza 'in situ'. Tiene la ventaja de ser un servicio muy atractivo y con unos costos que cualquier persona puede afrontar. El perfil de cliente es muy amplio, desde familias, hasta personas que viven solas, profesionales con poco tiempo libre. El nivel económico no es determinante, es un servicio que la mayoría se puede permitir. Hay que tener presente que los empleados de la cadena se desplazan a casa del cliente cuándo este lo decide, incluso en periodos vacacionales, perfectamente uniformados y con los productos adecuados.

1.1 Problema

Un pequeño sondeo realizado en la ciudad de Guayaquil ha permitido determinar de que la actividad de planchado y limpieza del hogar son tareas agotadoras, que ocasionan molestias al realizarlas y que la ciudadanía guayaquileña no dispone de este servicio de una manera profesional y con el respaldo de alguna empresa que le garantice el servicio.

1.2 Justificación

En la parte económica y social los beneficios son considerables ya que al momento no existe empresa en la ciudad que brinde el servicio de planchado y limpieza de una manera profesional, que se desplace al domicilio el día y la hora acordada por el cliente, de fácil contratación, que garantice con efectividad y calidad el servicio. Aplicando a la sociedad guayaquileña experiencias empresariales exitosas y de elevado consumo.

1.3 Objetivos del Proyecto

1.3.1 Objetivo General

Elaborar un plan de marketing para la implementación de estrategias de mercado que permita descubrir la factibilidad de encontrar una demanda potencial; además de un plan económico - financiero para conocer la rentabilidad de traer la franquicia "Clean & Iron Service" a la ciudad de Guayaquil.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Posicionar en la mente del consumidor guayaquileño el servicio de limpieza y planchado profesionalizado con la marca de "Clean & Iron Service"
- Obtener como mínimo un 10% de participación del mercado en el primer año de funcionamiento.
- Lograr ventas de por lo menos el 3% de la demanda potencial esperada en el primer año.
- Rentabilizar en el periodo de un año por lo menos el 5% del capital invertido.
- Tener una cartera de clientes de al menos 4% del mercado objetivo.

2. Estudio de Mercado

El propósito de este proyecto radica en determinar la eficacia de implementar la franquicia de Clean and Iron Service en el mercado guayaquileño, con su servicio de limpieza y planchado profesional a domicilio. Por tal motivo se genera la necesidad de investigar, conocer y analizar a nuestro cliente potencial, sus gustos, características, necesidades y preferencias para poder ejecutar una adecuada segmentación, selección del target de consumo del servicio y lo mas importante poder implementar una estrategia de mercadeo efectiva.

3. Determinantes

3.1 Franquicia

El proyecto estudia la factibilidad de implementar una agencia en Guayaquil. El precio total para adquirir la franquicia en la que no se necesite de local comercial es de 11.700 Euros. Actualmente son 12 las agencias abiertas en España.

3.1.1 Servicios Estrella

- Servicio de plancha a domicilio a la hora y día que mejor le convenga. El cliente solo debe preocuparse de la ropa que quiere planchar y si lo prefiere se la recoge en su domicilio.
- Limpieza profesional de cocinas.
- Limpieza a fondo de lavabos y sanitarios.
- Limpieza de cristales por pequeños o difíciles que estos sean.

3.1.2 Servicios Especializados

- Servicio Especializado de Limpieza de sofás, butacas, alfombras y moquetas con un sistema de inyección y extracción.
- Cristalización y abrillantado de suelos.

- Limpieza y desinfección de refrigeradoras.
- Limpieza de Embarcaciones.

3.2 Mercado Español

En España los servicios de asistencia en el hogar suponen cerca de un 2%, frente a otros países europeos que superan el 20%, lo que refleja que aun son pocas la redes que operan en este sector, lo que deja bastante lugar para su desarrollo. Los servicios que se prestan a domicilio están en expansión y según auguran sus profesionales, se irán consolidando en los próximos años y se convertirá en un segmento elevado de consumo.

3.3 Mercado Guayaquileño

3.3.1 Segmentación

La segmentación a implementada es psicográfica, en la que los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida, conducta o sus respuestas al servicio. El sector con mayor disposición a pagar por el servicio es el sector del norte de la ciudad con un 30.2% del 39.3% de encuestas realizadas en este sector.

3.3.2 Determinación del Mercado Meta

El Mercado Meta también conocido como Mercado Objetivo o Target estará destinado a las clases socio económica media, media alta y alta, que de acuerdo al estudio corresponde al 30,28% de la población guayaquileña.

Tabla 1. Mercado meta

CLASE SOCIO ECONOMICA	%	% ACUMULADO	
Alta	1,56%	1,56%	
Media Alta	5,32%	6,88%	
Media	23,40%	30,28%	*Mercado Meta
Media Baja	26,44%	56,72%	
Baja	43,28%	100,00%	
TOTAL	100,00%		

Fuente: Diario El Universo
Elaboración: Autores

3.3.3 Posicionamiento

Clean and Iron Service en Guayaquil se ubica como un concepto nuevo con una tecnología mejorada. Se encuentra en una fase de lanzamiento o introducción.

3.3.4 Mercado Latente

El mercado latente es un grupo de personas que comparte una necesidad, se considera que un 83.90% de personas tendrían o se podría crear en ellas la necesidad de contratar el servicio. El 68.1% de la población encuestada aceptaría contratar.

3.3.5 Mercado Posible

El mercado posible será la mezcla de los consumidores que tienen el deseo y la necesidad esto es un 57.14% del mercado.
Mercado Posible = 83.90% x 68.10% = 57.14%

3.3.6 Mercado Potencial

Este grupo de consumidores cumple las siguientes características. Tienen la necesidad (83.90%), el deseo (68.10%) y las posibilidades financieras (30.28%) para realizar la contratación del servicio. La demanda potencial es de 17,30%.
Mercado Potencial = 83,90% x 68,10% x 30,28% = 17,30%

Tabla 2. Determinantes del mercado potencial

MERCADO	%
NECESIDAD	83.90%
DESEO	68.10%
DINERO	30.28%

Fuente: Elaborado por autores

3.4 Consumidor Guayaquileño

El 44,44% de los industriales guayaquileños opina que el porteño busca lo novedoso, que es una persona que se engancha con artículos “llamativos”, “innovadores”, “novedosos”. El principal factor considerado por el guayaquileño antes de adquirir un bien o servicio es el precio con un 53%.

La actividad que ocasiona mayores molestias de entre ocho propuestas es el planchado con un 23.2%.

3.5 Competencia

Durante el estudio de este proyecto de implementación de la franquicia Clean & Iron Service en la ciudad de Guayaquil, se determina que no existe competencia directa ya que no se encuentra empresa que brinde el mismo servicio. La competencia más cercana es la del personal contratado como asistente doméstica con menor profesionalismo, remuneración y sin seguridad social.

3.6 Proveedores y suministros

El proveedor principal es la oficina matriz ubicada en España, la cual se encarga de proporcionar la rotulación exterior, decoración interior, mobiliario, software de gestión, material de oficina y consumibles, máquina de pulverización y extracción, máquina de vapor, aspirador industrial

Entre los suministros más importantes en adquirir se encuentran los servicios de imprenta y offset.

3.7 Entorno Legal

Para efectos legales en el Ecuador se hace necesaria la creación de una empresa de sociedad anónima, la cual llevará el nombre de CLEAN & IRON DEL ECUADOR S.A. Se constituirá mediante escritura pública, donde se halle suscrito totalmente el capital y constará de tres socios accionistas que trabajarán para la misma.

Tabla 3. Gastos de Constitución

RUBRO	VALOR (USD)
Capital Suscrito	$ 800,00
Constitución de la Compañía	$ 210,00
Inscripción al Registro Mercantil	$ 70,00
Obtención del RUC	$ 0,00
Número patronal IESS	$ 0,00
TOTAL	$ 1.080,00

Elaboración: Autores

Los gastos de constitución de la compañía son de 1.080 dólares. Los gastos por impuestos y permisos de funcionamiento ascienden a 115 dólares.

4. Estudio Técnico del Proceso

4.1 Capacitación en atención al cliente

Para la capacitación en la atención al cliente se parte de que los empleados son nuestros primeros clientes, ya que si no se sienten bien atendidos por la empresa difícilmente pueden transmitir un buen servicio, con este principio Clean and Iron del Ecuador S.A. tiene como objetivo interno valorar los recursos humanos, invertir en su capacitación y su desarrollo personal, establecer políticas humanas y de respeto por ese capital humano, que revalorice la imagen corporativa de la empresa.

4.2 Capacitación en aspectos técnicos

La capacitación en aspectos técnicos básicamente está relacionada con el funcionamiento de la maquinaria que se utiliza para desarrollar la actividad, de tal modo que las tareas se lleven a cabo bajo parámetros de seguridad y orden preestablecidos. El elemento clave es una actitud responsable.

4.3 Uniforme

La empresa se caracteriza por contar con un personal estrictamente uniformado.

4.4 Desplazamiento

Para el desplazamiento del personal de trabajo la empresa dispone de vehículos seguros, de bajo consumo de combustible, con capacidad para trasladar el equipo necesario para el servicio, y su respectivo distintivo de la empresa.

4.5 Contratación del Servicio

El proceso de contratación por parte del cliente a la empresa se lo realiza a través de contacto telefónico o por medio de la página Web de la empresa. La confirmación se realizará por mail o teléfono, así como el precio total del servicio reservado. El servicio se pagara una vez realizado

4.6 Equipos de trabajo

La franquicia cuenta con los implementos necesarios para el desarrollo de la actividad tanto para el área de limpieza como el de planchado

5. Estrategias De Marketing

5.1 Producto

El producto es el servicio de limpieza y planchado profesional a domicilio.

5.2 Precio

Para la fijación del precio se toma en consideración las siguientes variables: Materias directas, salarios directos e indirectos, gastos de marketing, gastos generales, beneficio, y como dato adicional se toma como referencia los resultados obtenidos de la encuesta realizada al consumidor, en el que, el 78.25% de la muestra poblacional se encuentran dispuestos a pagar de entre 3.00 a 3.50 dólares por hora de servicio.

5.3 Plaza – Distribución

La estrategia de distribución a implementar es un canal de distribución directo, en el que no se tiene niveles de intermediarios. La empresa recepta el pedido del servicio en su oficina ya sea por medio de llamadas telefónicas, a través de su página Web o si el cliente prefiere lo puede realizar personalmente, luego desde esta oficina se realiza el despacho de los recursos necesarios para la prestación del servicio.

5.4 Estrategia de comunicación

5.4.1 Promoción

Clean & Iron del Ecuador S.A. ofrece a los clientes la oportunidad de adquirir 60 paquetes promocionales anualmente, los mismos que constan de 96 horas de servicio al año con un descuento de 5% por hora.

5.4.2 Pagina Web

Clean & Iron Service posee una página Web rápida, fiable y sencilla. En la dirección www.cleaniron.com se puede encontrar información sobre la empresa, servicios, agencias, noticias, franquicias, y demás información útil para público en general.

6. Estudio Financiero

Para la ejecución del proyecto se hace necesario el desembolso de recursos financieros, para adquirir bienes e instrumentos de producción, que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.

Tasa interna de retorno (TIR) = 54.06%.

Valor actual neto (VAN) = 54.203,32 USD

7. Conclusiones

Una vez puesto en marcha el proyecto se podrá conseguir el posicionamiento del servicio en la mente del consumidor guayaquileño, ya a que es un servicio innovador y sería la primera franquicia en incursionar en este género en la ciudad de Guayaquil, complementariamente a esto, el unirse a la red de franquicias de Clean and Iron Service constituye a aliarse con algo que ya ha sido probado y con resultados positivos, dando de esta forma una imagen fuerte con reconocimiento en la sociedad.

El servicio de limpieza y planchado profesional a domicilio es un concepto nuevo en la ciudad de Guayaquil, durante el estudio del proyecto se pudo determinar que dentro de la población existe 17,30% de demanda potencial, los mismos que tienen la necesidad, el deseo y las posibilidades financieras para contratar el servicio. Adicionalmente a esto, no existe competencia directa, ya que en la ciudad no se encuentra alguna empresa que brinde el mismo servicio.

De acuerdo a la investigación realizada se pudo determinar un mercado potencial de 17.30% de la población guayaquileña; lograr ventas del 3% en el primer año y adicionalmente considerando el objetivo anterior, constituye a realizar el servicio a 275 familias en este año, por lo cual, al ejecutar el proyecto y poner en práctica estratégias administrativas, de comunicación y ventas se alcanza fácilmente el objetivo propuesto

Luego de realizar la investigación se determinó que la tarea doméstica que mayor desagrado ocaciona al momento de realizarla es el planchado con un 23.2% de entre ocho opciones posibles y es precisamente la plancha a domicilio uno de los servicios estrella de Clean and Iron, este factor, conjuntamente con que las prestaciones son realizadas directamente en los hogares guayaquileños crea un vinculo entre la empresa y los clientes, con lo que, mediante un correcto y responsable servicio se logra obtener clientes satisfechos.

Luego de haber analizado los objetivos propuestos al inicio del proyecto y de observar que todos estos se pueden cumplir satisfactoriamente, se determina que el proyecto de implementación de la franquicia de Clean and Iron Service en la Ciudad de Guayaquil es factible.

8. Referencia

Edison F. Aguirre González, Gino J. Sangster Feijoo, Ing. David Sabando Vera, autores. "PROYECTO DE IMPLEMENTACIÓN DE LA FRANQUICIA ESPAÑOLA "CLEAN & IRON SERVICE" DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE PLANCHADO Y LIMPIEZA PROFESIONALIZADA A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL", (Proyecto de grado, Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas, 2007).