INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocios

Creación de un plan de negocios basado para la implementación de un servicio de limpieza integral con productos biodegradables, con el objetivo de promover la sostenibilidad ambiental en Control Clean, ubicada en la ciudad de Quito, durante el año 2025.

Diana Patricia Rodríguez Zúñiga

Administración

Trabajo de fin de carrera presentado como requisito

para la obtención del título de

Tecnólogo Superior en Administración

Quito, 19 de abril de 2025

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO

SAN ANTONIO

Escuela de Negocio

HOJA DE CALIFICACIÓN

DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA

Creación de un plan de negocios basado para la implementación de un servicio de limpieza integral con productos biodegradables, con el objetivo de promover la sostenibilidad ambiental en Control Clean, ubicada en la ciudad de Quito, durante el año 2025.

Diana Patricia Rodríguez Zúñiga

Grace Rosario Izurieta Tapia

Quito, 19 de abril de 2025

DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales del Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA, incluyendo la Política de propiedad Intelectual TESA, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a TESA para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Diana Patricia Rodríguez Zúñiga

Código estudiante: 2178

Cédula de identidad: 0704358480

Lugar y fecha: Quito, 19 de abril de 2025

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, pese a estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en ttp://bit.ly/COPETheses.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Instituto Superior Tecnológico San Antonio TESA institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on http://bit.ly/COPETheses.

DEDICATORIA

Dedico este logro a mis hijas Melanie, Danna y Valentina, ellas han sido mi inagotable fuente de inspiración, alegría y fortaleza. Su presencia ha llenado mi vida de significado y ha sido el motor que me ha impulsado a seguir adelante, incluso en los momentos más difíciles de este camino académico. Pensar en ustedes me dio razones para no rendirme, para esforzarme más y para creer que los sueños, por grandes que sean, se pueden alcanzar.

Este logro también es de ustedes, porque han estado a mi lado en cada etapa de este proceso. En cada noche, en cada pregunta y en cada obstáculo que he superado, su cariño ha estado a mi lado de manera silenciosa y ha sido mi principal aliciente. No solo me brindaron inspiración, sino que me hicieron recordar la importancia de ser un modelo a seguir, esforzarse con compromiso y dejar marcas con dedicación y entusiasmo.

AGRADECIMIENTO

Este trabajo no se habría podido realizar sin la ayuda, el afecto y la presencia de todos quienes forman parte importante en mi vida. Deseo dedicar estas líneas a todos ellos.

A mis hijas, quienes han sido mi mayor fuente de inspiración y motivación a lo largo de este proceso. Gracias por su amor incondicional, por su paciencia en esos momentos en los que no pude estar tan presente como hubiera querido, y por darme cada día una razón más para seguir adelante. Su presencia en mi vida me recordó constantemente por qué valía la pena esforzarme. Este logro también es de ustedes, porque han estado en mi corazón en cada paso de este camino.

A mi prima Melina, por su constante respaldo, comprensión y ánimo. A ti, que con tanto interés me enviaste aquel día el enlace para que me inscribiera, que tenías tanta confianza y fe en que esta oportunidad era para mí, y celebraste conmigo los avances. Gracias por creer en mí cuando más lo necesitaba; tu apoyo emocional fue un pilar fundamental durante toda esta etapa, y por ello estaré siempre profundamente agradecida.

Quiero dedicar también unas palabras a mis compañeros y compañeras de clase, porque fueron una parte fundamental de esta experiencia académica. Gracias por las largas horas que compartimos, por el trabajo en equipo, por las conversaciones sinceras y por el compañerismo que hizo que el camino fuera más llevadero. Cada uno de ustedes trajo algo especial a este proceso, y atesoraré con gratitud todos esos momentos.

A todos y todas, gracias por acompañarme en este viaje que ha sido más que solo académico: ha sido también un viaje personal, lleno de retos, aprendizajes y crecimiento. Este logro es el resultado de muchas manos que apoyaron, muchos corazones que estuvieron a mi lado y muchos gestos de cariño que marcaron la diferencia.

RESUMEN

Este proyecto para Control Clean, tiene como meta crear e implementar un servicio de limpieza ecológico que responda a las necesidades del mercado, mejore la calidad del servicio y garantice la lealtad del cliente, todo mientras se promueve la sostenibilidad. Se llevará a cabo un estudio del sector para determinar la necesidad de servicios sostenibles. Esto nos ayudará a manejar el aumento de la oferta de forma planificada, garantizando que esté alineada con lo que los clientes esperan. También se realizará una comparación entre los servicios de limpieza tradicionales que la empresa proporciona en este momento y los nuevos servicios ecológicos, que se fundamentarán en métodos especializados y el uso de productos que sean biodegradables y no perjudiciales. Este enfoque facilitará la identificación de las fortalezas competitivas y las áreas que se pueden optimizar en relación con la competencia.

Se elaborará un plan de marketing ecológico que resalte cómo Control Clean, está comprometido con la sostenibilidad y la excelencia en el servicio, empleando tanto medios digitales como convencionales para atraer a los consumidores. Este proyecto iniciará en la ciudad de Quito, con la meta de expandirse a nivel nacional en fases futuras. La primera etapa estará dedicada a proporcionar soluciones sostenibles a sectores como la industria, empresas, oficinas, instituciones de salud, hoteles y hogares que busquen opciones eco-amigables. Los servicios se realizarán con productos biodegradables, impulsarán el ahorro de agua y energía, implementarán tecnologías de limpieza eficientes y seguirán las mejores prácticas de empresas ubicadas en países avanzados. Este plan permitirá a Control Clean, mejorar su eficiencia operativa, asegurar la lealtad del cliente y establecer una base sólida para el crecimiento futuro.

Palabra Clave: Plan de negocio, limpieza ecológica, sostenibilidad, marketing sostenible, fidelización, productos biodegradables, eficiencia energética, expansión nacional e internacional.

ABSTRACT

This study conducts a market analysis of the cleaning industry to assess the demand for eco-friendly services, enabling strategic management of service growth in alignment with customer expectations. The analysis compares traditional cleaning services with newly introduced eco-friendly alternatives, which utilize specialized techniques and biodegradable, non-toxic products. This comparison highlights the company's competitive edge and identifies areas for improvement in comparison to market competitors.

A key component of this study is the proposal of a sustainable marketing plan that emphasizes Control Clean's commitment to sustainability and high-quality service. The plan will utilize both digital and traditional marketing channels to attract customers. Initially focused on Quito, the company aims for national and international expansion. The first phase of the plan targets industries, businesses, offices, healthcare facilities, hotels, and households seeking environmentally friendly alternatives. Control Clean's services will exclusively use biodegradable products, prioritize water and energy conservation, employ efficient cleaning technologies, and incorporate best practices from leading companies in developed countries. This approach is designed to enhance operational efficiency, foster customer loyalty, and establish a solid foundation for future expansion.

Keywords: Business plan, eco-friendly cleaning, sustainability, sustainable marketing, customer loyalty, biodegradable products, energy efficiency, national and international expansion.

ÍNDICE

CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN 13

1.1. Planteamiento del Problema 13

1.2. Justificación 14

1.3. Alcance 15

1.4. Objetivos General y Específicos 16

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO 18

2.1. Concepto de Sostenibilidad Ambiental 18

2.1.1. Prácticas de Sostenibilidad Ambiental 18

2.2 La Industria de Limpieza y Sostenibilidad 19

2.2.1. Adopción de Productos Biodegradables en la Industria de Limpieza 19

2.3. Productos Biodegradables en el Sector de Limpieza 19

2.3.1. Beneficios de los Productos Biodegradables en la Limpieza 19

2.4. Factores que Impulsan el Uso de Productos Biodegradables 20

2.4.1. Impulso Social y Regulatorio hacia Productos Biodegradables 20

2.5. Comportamiento del Consumidor en el Uso de Servicios de Limpieza Biodegradables 20

2.5.1. Preferencia por Servicios de Limpieza Sostenibles 21

2.6. Oportunidades y Desafíos en el Mercado de la Limpieza Ecológica 21

2.6.1. Superando Desafíos en la Limpieza Ecológica 21

2.7. Estrategias para Implementar Servicios de Limpieza con Productos Biodegradables 21

2.7.1. Claves para Implementar Servicios de Limpieza Ecológica.....22

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO.....29

3.1. Tipo de investigación.....29

3.2. Enfoque.....29

3.3. Herramientas metodológicas.....30

3.4. Técnicas.....31

3.5. Estudios iniciales.....31

3.6. Desarrollo.....32

3.7. Matriz de Operacionalización de Variables.....33

CAPITULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....35

4.1. Tabulación de Datos.....35

4.2. Interpretación y discusión de resultados.....43

CONCLUSIONES.....45

RECOMENDACIONES.....46

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....51

ANEXO A: MANUAL DE PROCEDIMIENTOS.....53

ANEXO B: ENCUESTA REALIZADA.....63

ANEXO C: MATERIALES Y COSTOS.....67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla

Tabla 1. Operacional de variables ……31

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ciclo de vida Productos Biodegradables……..…**25**

Figura 2. Escalera Marco Metodológico ……**29**

Figura 3. Pregunta 1…….**35**

Figura 4. Pregunta 2…….**35**

Figura 5. Pregunta 3…….……...…….**36**

Figura 6. Pregunta 4…….**37**

Figura 7. Pregunta 5…….**37**

Figura 8. Pregunta 6…….**38**

Figura 9. Pregunta 7…….**39**

Figura 10. Pregunta 8……...**39**

Figura 11. Pregunta 9……...**40**

Figura 12. Pregunta 10…….……...**41**

Figura 13. Pregunta 11……..……...**41**

Figura 14. Pregunta 12……..……...**42**

Figura 15. Pregunta 13……..……...**43**

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

.1. Planteamiento del Problema

El incremento de la preocupación por el medio ambiente ha propiciado un cambio radical en las expectativas del consumidor, de donde han incrementado las demandas de productos biodegradables y servicios más considerados con el medioambiente. En este sentido, la limpieza ha estado tradicionalmente asociada al uso de productos químicos contundentes y procesos que pueden tener un impacto negativo sobre la salud de las personas y sobre el entorno, en especial una vez utilizado el producto y para el tiempo que requiera biodegradarse el producto en sí. (Pérez & Hernández, 2018, p. 110).

A pesar de las ventajas que aportan las soluciones de limpieza ecológica, las empresas de Ecuador y de gran parte del mundo todavía continúan empleando métodos tradicionales que no favorecen el bienestar ambiental ni el de la salud de la población, basando sus decisiones prioritariamente en cuestiones vinculadas a los costes o a las implementaciones tecnológicas. Esto ha propiciado la existencia de una brecha de mercado con una demanda insatisfecha de servicios de limpieza que sean eficaces y respetuosos con el medioambiente, ya que son escasas y muchas veces poco accesibles. (Gómez & Martínez, 2020, p. 33)

Otro punto a tener en consideración es que a nivel global existe también una creciente demanda de servicios de limpieza ecológica como consecuencia de una creciente conciencia del impacto ambiental y de la salud. En este contexto, en mercados emergentes como el de Ecuador, la adopción o el uso de este tipo de servicios es aún escaso, lo que a su vez se traduce en una oportunidad significativa para las empresas que estén dispuestas a ofrecer soluciones más responsables.

En consecuencia, es necesario diseñar modelos de negocio innovadores y sostenibles que respondan a esta demanda, derribando las barreras a través de una mejor difusión de los

beneficios y ofreciendo un valor añadido claro que combine la eficacia, la sostenibilidad y la accesibilidad pública.

.2. Justificación

El establecimiento de una empresa de limpieza sostenible, como Control Clean, responde a una creciente necesidad en la sociedad actual, tanto a la escala local y como global, de descubrir soluciones que disminuyan menos el impacto sobre el medio ambiente de la acción del ser humano, en un contexto en el que las preocupaciones en torno al cambio climático, a la contaminación y a la salud del medio ambiente se van haciendo cada vez más patentes. (Ochoa & Castillo, 2020, p. 85)

Hacerlo se hace necesario en un contexto en el que ya se hace necesaria la búsqueda de alternativas al uso de productos químicos tóxicos, a la sobreexplotación de agua y de energía y de los residuos provocados por los métodos tradicionales de limpieza.

En el Ecuador, la ciudad de Quito sufre diariamente problemas relacionados con la mala gestión de residuos, la contaminación del aire y del agua, la salud pública, lo que hace que la población haya manifestado la necesidad de buscar, indistintamente a todos los niveles y las instancias sociales, soluciones responsables que favorezcan el bienestar del medio, pero que se sustentan en una oferta deficiente de servicios de limpieza que incorporen prácticas ecológicas. Las empresas, sobre todo las que están relacionadas con el sector industrial y el comercial, siguen utilizando productos convencionales que en su elaboración contienen sustancias químicas que potencialmente y a largo plazo comprometen no sólo el medio ambiente, sino que, además, pueden generar problemas de salud en aquellas personas que tienen la desgracia de estar en contacto con estos productos.

La creación de Control Clean tiene por objetivo rellenar este vacío de servicios en el mercado, ofreciendo una alternativa ecológica, saludable y eficiente que adecue las

necesidades de limpieza a la tendencia global de sostenibilidad, en un marco de coste razonable.

El fundamento de esta propuesta también se asienta en las crecientes políticas medioambientales que los gobiernos están desarrollando, del Ecuador al orbe. Estas políticas tienden a propugnar el uso de las tecnologías limpias, la disminución de residuos y la mejora de la eficiencia energética. En este marco, las empresas que desarrollan prácticas sostenibles no solo se adecuan a la legislación vigente, sino que además logran hacer una salida de ventaja en la competencia, puesto que cada vez más los consumidores valoran una serie de iniciativas que contribuyen al bienestar del planeta. De esta forma, Control Clean, no solo ofrece una respuesta a las exigencias del mercado, sino que también anticipa la evolución de las leyes y del consumidor. (Pombosa Junez, Mejía Garcés, Calderón Morán, & Ramírez Garrido, 2017, p. 68)

Desde un punto de vista económico, la sostenibilidad es también una ventaja. Si bien los costos iniciales podrían ser más altos a la hora de crear productos ecológicos o adoptar la tecnología eficiente, los beneficios a largo plazo, desde la reducción en el consumo de recursos, la capacidad de ofrecer un producto a un cliente preocupado por el impacto medioambiental, o la mejora en la eficiencia operativa, nos permiten asegurar la rentabilidad del negocio. Asimismo, la preocupación medioambiental de los consumidores está en auge de una manera evidente, lo que de alguna forma garantiza un crecimiento continuo de la demanda de servicios de limpieza sostenibles, tanto a nivel local como a nivel internacional. Eso supone una oportunidad para Control Clean de abrirse a mercados donde la demanda de servicios responsables seguirá creciendo y creciendo.

.3. Alcance

Es de aclarar que el entorno definido para Control Clean es el diseño y gestión de un servicio de limpieza medioambientalmente responsable en la ciudad de Quito, con

proyecciones para crecer hacia el ámbito nacional y posteriormente internacional. En una primera fase estará enfocado en ofrecer soluciones sostenibles para industrias, empresas, oficinas, instituciones sanitarias, hoteles y hogares que busquen alternativas medioambientalmente responsables.

Los Servicios usarán productos biodegradables y no tóxicos de forma exclusiva, ahorrarán agua y energía, aplicarán tecnologías eficientes en limpieza, se basarán en las experiencias de empresas de los denominados países de primer mundo. La visión de Control Clean es crecer dentro de otros mercados de América Latina empezando por países emergentes como Colombia o Chile donde va aumentando la demanda de soluciones verdes. A esto hay que agregar que Control Clean incumplirá las regulaciones ambientales internacionales y locales y alcanzará reducciones de la huella ecológica, a la vez que promoverá una cultura empresarial sostenible con el objetivo de tener Certificados que sean un diferenciador frente a los competidores.

.4. Objetivos General y Específicos

- **Objetivo General**

Diseñar y poner en marcha un servicio de limpieza integral y ecológico en Control Clean, de modo de dar respuesta a las exigencias del mercado existente y que, además, incremente la calidad del servicio, favorezca la sostenibilidad y garantice la fidelización del cliente.

- **Objetivos Específicos:**

Comprobar la viabilidad de los nuevos servicios ecológicos se examinará el mercado de limpieza, a fin de determinar si existe demanda de servicios de limpieza especializada y ecológica en Control Clean que, de esta forma, el crecimiento de la oferta se gestione de una forma táctica de acuerdo a lo previsto por los clientes.

Contrastar los servicios existentes con los propuestos, realizando una comparación de los servicios de limpieza convencional que ofrece Control Clean con los nuevos que pueden desarrollar a partir de técnicas de limpieza especializadas y productos ecológicos a fin de identificar y anticipar las ventajas competitivas y posibles áreas de mejora respecto a la competencia.

Proponer un plan de marketing sostenible, para desarrollar a partir de la estrategia de marketing de Control Clean a fin de resaltar su responsabilidad con la sostenibilidad y la calidad del servicio a través de estrategias de captación de clientes a partir de canales digitales y canales tradicionales.

CAPÍTULO II

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. El Concepto de Sostenibilidad Ambiental

En 1987, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente dio a conocer su famoso Informe Brundtland, en el que se establece que la sostenibilidad es la habilidad de cubrir nuestras necesidades presentes sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. Este concepto nació como una reacción ante la creciente inquietud por la degradación del entorno y la urgente necesidad de un desarrollo más armónico en los aspectos económico, social y ecológico. (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, 1987, p. 45).

Se define como el producto específico que evidencia la implementación de los principios de sostenibilidad. Esta manifestación puede presentarse de diferentes formas, tales como un documento técnico, una iniciativa de sensibilización, un modelo ecológico, o cualquier otro recurso físico. Es fundamental que contenga elementos como la utilización efectiva de recursos, la minimización de desechos, la elección de materiales reciclables o que se descompongan de forma natural, y la valoración del impacto ambiental. Asimismo, tiene que mostrar un verdadero compromiso con la sostenibilidad, actuando como un recurso para fomentar la conciencia o tratar cuestiones ambientales contemporáneas.

- **Práctica de Sostenibilidad Ambiental**

Se fomenta la sostenibilidad del medio ambiente mediante acciones que minimizan el efecto negativo en el entorno, tales como el uso racional de los recursos naturales, la disminución de desechos y la integración de fuentes de energía renovable. Ordoñez-Zúñiga et al. (2020).

Estas actividades ayudan a proteger el medio ambiente para las próximas generaciones sin afectar sus requerimientos.

2.1.2. Industria de Limpieza y Sostenibilidad

El área de limpieza ha vivido un cambio notable en los años recientes, debido al aumento en el interés por productos y servicios que sean sostenibles con el medio ambiente. Las empresas de limpieza están ampliando productos biodegradables, reducir el uso de sustancias químicas y que favorecen productos que sean menos dañinos para la salud humana y el medio ambiente medio. El cambio hacia productos biodegradables no solo se basa en un principio ético, sino que también se presenta como una táctica para destacar en un mercado en constante competencia. (Torres & Martínez, 2019, p. 60).

- **Protección sobre los Productos Biodegradables en el área de Limpieza**

En el sector incorporando productos que son biodegradables como una parte de su plan para disminuir el efecto en el medio ambiente. Estos artículos se descomponen de forma natural, lo que reduce el daño al ecosistema. Además, su uso contribuye a la salud humana al reducir la exposición a sustancias químicas peligrosas, posicionando a las empresas como líderes en sostenibilidad y responsabilidad social en un mercado altamente competitivo. (Pombosa Junez, Mejía Garcés, Calderón Morán, & Ramírez Garrido, 2017, p. 68).

2.1.3. Productos Biodegradables en el área de Limpieza

Los artículos biodegradables son aquellos que se descomponen de manera natural gracias a procesos biológicos, como la actividad de microorganismos. En el sector de la limpieza, estos artículos reemplazan a los productos químicos convencionales, que en muchas ocasiones pueden ser duraderos y persistentes en el entorno. Además, los artículos biodegradables ofrecen la ventaja de no dejar residuos, lo que los hace una alternativa más sostenible. (Pérez & Hernández, 2018, p. 110)**.**

- **Beneficios de los Productos Biodegradables**

Los artículos biodegradables presentan beneficios importantes en comparación con los productos químicos convencionales, ya que se descomponen de forma natural y no

generan residuos perjudiciales para el medio ambiente. Su aplicación en el sector de la limpieza ayuda a disminuir la contaminación, aumenta la sostenibilidad de los métodos de limpieza y reduce los peligros para la salud de las personas y los ecosistemas, promoviendo un ambiente más sano y seguro.

2.1.4. Factores que impulsan el utilizar productos biodegradables

Uno de los motivos principales que fomenta la utilización de productos que se descomponen de manera natural es el creciente interés por el medio ambiente que tienen los consumidores. Asimismo, la presión de la sociedad, las regulaciones del gobierno y las corrientes del mercado apoyan la integración de opciones más sostenibles y ecológicas en el sector comercial. (Jiménez & Ramírez, 2021, p. 88)

- **Impulso Social y Regulatorio hacia Productos Biodegradables**

El aumento de la conciencia ambiental entre los consumidores, combinado con la presión social y las regulaciones gubernamentales, ha sido clave en el impulso del uso de productos biodegradables. Las tendencias del mercado favorecen cada vez más la adopción de soluciones sostenibles, lo que motiva a las empresas a adoptar alternativas ecológicas y alinearse con expectativas sociales y normativas ambientales más estrictas. (Vázquez & Sánchez, 2019, p. 39).

2.1.5. Comportamiento del Consumidor en el Uso de Servicios de Limpieza Biodegradables

El comportamiento del consumidor hacia el uso de productos biodegradables está muy avanzado con la creciente preocupación por los problemas medioambientales, como el cambio climático y la contaminación. Los consumidores son cada vez más exigentes en la sostenibilidad de los productos y servicios que utilizan, lo que se refleja en la preferencia por las empresas que utilizan productos ecológicos en sus servicios. (Ochoa & Castillo, 2020, p. 85)

- **Preferencia por Servicios de Limpieza Sostenibles**

El creciente interés por los problemas medioambientales, como el cambio climático y la contaminación, ha llevado a los consumidores a ser más exigentes con la sostenibilidad de los servicios que utilizan. Esto se refleja en una preferencia creciente por las empresas de limpieza que adoptan productos biodegradables, lo que les permite destacar en un mercado competitivo y alinearse con las expectativas de consumidores más conscientes del impacto ambiental.

2.1.6. Oportunidades y Desafíos en el Mercado de la Limpieza Ecológica

El mercado de servicios de limpieza ecológica presenta grandes oportunidades para las empresas que se orientan por la sostenibilidad. Sin embargo, también existe, como la percepción de que los productos son más costosos o menos efectivos que convencionales. Las compañías tienen la responsabilidad de informar a sus consumidores acerca de las ventajas duraderas de optar por artículos biodegradables, considerando tanto la salud como el efecto en el medioambiente.

- **Desafíos en el Sector de la Limpieza Ecológica**

El sector de la limpieza sostenible presenta amplias oportunidades, aunque se enfrenta a retos como la creencia de que los productos biodegradables son más caros o menos útiles. Las compañías necesitan informar a los usuarios acerca de las ventajas a largo plazo en relación a la salud y el medio ambiente para superar estas barreras y incentivar el uso de productos ecológicos.

2.1.7. Estrategias para la implementación del Servicios de Limpieza con Productos Biodegradables

Para establecer un servicio de limpieza completo que utilice productos biodegradables, las empresas deben tener en cuenta diversos elementos, como elegir proveedores de productos sostenibles, formar a su equipo en el uso correcto de estos

productos y mantener una comunicación clara con los clientes acerca de las ventajas ecológicas de esta opción.

- **Claves para efectuar un Servicios de Limpieza Ecológico**

Para llevar a cabo un servicio de limpieza que utilice productos biodegradables, las compañías necesitan elegir proveedores de productos ecológicos, formar a su personal en la manera correcta de emplear estos productos y informar de manera efectiva a los clientes sobre las ventajas ambientales de esta alternativa. Estas medidas son fundamentales para asegurar la eficacia y el triunfo del servicio en el sector de la limpieza sostenible.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

2.2.1. Sostenibilidad Ambiental

La sostenibilidad ambiental se relaciona con la habilidad de satisfacer las necesidades de las personas en la actualidad sin poner en riesgo la capacidad de las generaciones futuras para cumplir con sus propias demandas. Esto conlleva un manejo consciente de los recursos naturales, la conservación de los ecosistemas, así como la disminución de la contaminación y el desperdicio. En este sentido, la sostenibilidad ambiental está asociada al consumo de bienes y servicios que generan un impacto menos adverso en el medio ambiente, tales como los productos biodegradables en el ámbito de la limpieza.

- **Uso Responsable de Productos Biodegradables**

El uso de productos biodegradables, especialmente en sectores como la limpieza, contribuye a la sostenibilidad ambiental al reducir la contaminación y el desperdicio. Estos productos se descomponen naturalmente sin dejar residuos dañinos, ayudando a proteger los ecosistemas y fomentando una economía circular que promueve el reciclaje y la reutilización de recursos. Ordoñez-Zúñiga et al. (2020).

- **Productos Biodegradables**

Los productos biodegradables son aquellos que se descomponen de manera natural en el medio ambiente a través de la acción de microorganismos (bacterias, hongos, etc.). A diferencia de los productos químicos convencionales, los productos biodegradables no dejan residuos tóxicos ni contaminantes en el entorno. En la industria de la limpieza, estos productos se emplean en el lugar de detergentes y desinfectantes convencionales que pueden ser peligrosos para el medio ambiente como para la salud humana. Ejemplos de productos biodegradables incluyen limpiadores de una base de ácidos orgánicos, detergentes ecológicos y soluciones de limpieza de plantas. (Jiménez & Ramírez, 2021, p. 88)

2.2.2. Ventajas de los Productos Biodegradables en la Limpieza

Los productos biodegradables se descomponen naturalmente sin dejar residuos tóxicos, lo que los hace más seguros para el medio ambiente y la salud humana. En la limpieza, sustituyen a detergentes y desinfectantes convencionales, reduciendo el impacto ambiental. Ejemplos incluyen limpiadores a base de ácidos orgánicos, detergentes ecológicos y soluciones de plantas. (Gómez & Martínez, 2020, p. 33).

2.2.3. Servicios de Limpieza Integral

Los servicios de limpieza integral son de los que todas las necesidades de limpieza de un espacio, ya residencial, comercial o industrial. Estos servicios pueden abarcar la limpieza general, la desinfección, la gestión de residuos y el mantenimiento de la limpieza en diferentes instalaciones. En un enfoque de sostenibilidad, se llevan a cabo estos servicios empleando productos que son biodegradables y técnicas que cuidan el medio ambiente, reduciendo al mínimo la utilización de sustancias químicas dañinas y fomentando el reciclaje y la disminución de residuos.

- **Limpieza Integral Sostenible**

Los servicios de limpieza sostenibles alcanzan todas las necesidades de limpieza para hogares, negocios e instalaciones industriales. Con una perspectiva sostenible, estos servicios

imponen el uso de productos que son biodegradables y técnicas que cuidan el medio ambiente, limitando el empleo de químicos dañinos y fomentando el reciclaje y la disminución de desechos, así ayudando a preservar el entorno.

- **Conciencia Ecológica**

La comprensión del medio ambiente implica que un individuo o una organización pueda identificar cuestiones ecológicas, tales como la polución, la disminución de los recursos naturales y el calentamiento global, además de hacer elecciones que favorezcan la conservación de la naturaleza. Este análisis sugiere que el crecimiento de la sensibilidad ambiental entre los consumidores ha motivado un interés mayor por productos y servicios que sean más sostenibles, como las opciones de limpieza total que emplean productos que se descomponen de manera natural.

- **Impacto de la Conciencia Ecológica**

La conciencia ambiental promueve la identificación de problemas ecológicos y favorece elecciones que cuiden el entorno. Como resultado, ha crecido la necesidad de productos y servicios que sean sostenibles, incluyendo los servicios de limpieza general que utilizan productos biodegradables**.** (Torres & Martínez, 2019, p. 60).

- **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

La responsabilidad social de las empresas es una idea que sugiere que las compañías deberían funcionar de manera ética, teniendo en cuenta los efectos sociales y ecológicos de sus acciones. Las organizaciones que implementan políticas de RSE cosechan beneficios al adoptar métodos que apoyan el bienestar comunitario y la protección del entorno en sus operaciones. En el ámbito de los servicios de limpieza que utilizan productos biodegradables, la RSE es crucial, ya que la implementación de estas prácticas no solo atiende una necesidad, sino que también responde a la solicitud de los consumidores por servicios que cuiden del medio ambiente.

- **RSE y el Impacto en los Servicios de Limpieza Sostenible**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) significa que las compañías deben actuar de manera moral, teniendo en cuenta las repercusiones sociales y ambientales de sus actividades. En el ámbito de la limpieza, implementar métodos sostenibles, como el uso de productos amigables con el medio ambiente, no solo es un imperativo ético, sino también una respuesta a los consumidores que prefieren servicios que cuiden la naturaleza. De este modo, la RSE es fundamental para la integración de prácticas ecológicas en el mundo empresarial. (Martínez & Fernández, 2022, p.50).

- **Ciclo de Vida**



Figura 1. En el Ciclo de vida Productos Biodegradables

En la vida útil de un producto, los artículos biodegradables se refieren al procedimiento total que abarca desde su fabricación hasta su descomposición. A lo largo de este ciclo, los productos biodegradables deben generar un menor impacto ambiental en comparación con los productos sin biodegradables, al ser diseñado para diseminados sin residuos dejar perjudiciales. Este es un concepto fundamental para evaluar la efectividad de los productos biodegradables en los servicios de limpieza integral y su contribución a la sostenibilidad a largo plazo.

- **Evaluación del Ciclo de Vida de los Productos Biodegradables**

El ciclo de vida de los productos biodegradables abarca desde su producción hasta su disposición final. A lo largo de este proceso, los productos biodegradables generan un menor impacto ambiental en comparación con los productos no biodegradables, ya que están

diseñados para descomponerse sin dejar residuos dañinos. Este enfoque es clave para evaluar la efectividad de estos productos en los servicios de limpieza integral y su contribución a la sostenibilidad a largo plazo.

- **Cambio de Comportamiento del Consumidor**

El cambio de comportamiento del consumidor hacia los productos hacia los productos y servicios ecológicos refleja un alcalde por parte de los consumidores a elegir a elegir la sostenibilidad. Esta tendencia se ha acelerado en los últimos años por la Alcaldía sobre los problemas ambientales globales, como el cambio climático y la contaminación de los océanos. En el caso de los servicios de limpieza integral con productos biodegradables, los consumidores cada vez que se juegan más interesados en utilizar estos servicios no solo por sus beneficios prácticos, sino también por su impacto positivo en el medio ambiente. (Rojas & García, 2019, p. 15)

- **Tendencia hacia Servicios Ecológicos en la Limpieza**

El cambio en el comportamiento del consumidor refleja una creciente preferencia por la sostenibilidad, acelerada por la conciencia sobre problemas ambientales como el cambio climático y la contaminación. En el caso de los servicios de limpieza integral con productos biodegradables, los consumidores buscan estos servicios no solo por sus beneficios prácticos, sino también por su impacto positivo en el medio ambiente.

- **Innovación en el Sector de Limpieza**

La modernización en el campo de la limpieza se refiere a la incorporación de tecnologías, artículos y técnicas que facilitan el aumento de la eficacia, la disminución de los gastos y la mejora de la sostenibilidad en los servicios de limpieza. La utilización de productos que se descomponen de manera natural es un ejemplo de innovación en este ámbito, ya que significa el uso de alternativas más amigables con el medio ambiente. Asimismo, las innovaciones tecnológicas en el sector de la limpieza abarcan también

maquinaria que maximiza el consumo de agua y energía, ayudando así a que el servicio sea más sostenible.

- **Innovación Ecológica**

La creatividad en el ámbito de la limpieza abarca herramientas, artículos y técnicas que incrementan la eficacia y fomentan la sostenibilidad. El uso de productos que se degradan naturalmente y maquinaria que maximiza el uso de agua y energía son ejemplos significativos de cómo la creatividad está impulsando alternativas más amigables con el medio ambiente y responsables en este campo.

2.3. MARCO LEGAL

2.3.1. Normativas Internacional en Sostenibilidad Ambiental

A nivel mundial, hay pactos que impulsan la sostenibilidad, como el Protocolo de Kioto y la Agenda 2030 de la ONU, que buscan disminuir la contaminación y salvaguardar el entorno. El Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 12, que se enfoca en el consumo y la producción responsables, es particularmente importante para el sector de limpieza ecológica, fomentando la utilización de productos biodegradables. (López, 2021, p. 240)

2.3.2. Normativas Nacionales en Productos Biodegradables y Seguridad Ambiental

A nivel nacional, las leyes regulan el uso de productos biodegradables y la gestión de residuos. La Ley de Residuos Sólidos establece normas para la correcta disposición de los residuos generados por actividades de limpieza, dependiendo del uso de productos biodegradables. Además, los reglamentos sobre productos químicos limitan el uso de sustancias tóxicas y promueven alternativas ecológicas. (Torres & Martínez, 2019, p. 60).

2.3.3. Normas de Seguridad y Salud en el Trabajo

Las empresas que operan en el sector de la limpieza deben cumplir con normas de seguridad en el manejo de productos químicos, tanto biodegradables como no biodegradables. Estas regulaciones garantizan la seguridad de los trabajadores y minimizan los riesgos asociados con la exposición a sustancias potencialmente dañinas.

2.3.4. Incentivos y Subvenciones para Empresas Sostenibles

Los gobiernos ofrecen beneficios fiscales y subvenciones a las empresas que implementan prácticas sostenibles, como el uso de productos biodegradables. Estos incentivos pueden incluir deducciones fiscales o ayudas para investigar y desarrollar nuevas soluciones ecológicas en el sector de la limpieza.

2.3.5. Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Cumplimiento Legal

La RSC motiva a las empresas a adoptar prácticas que favorezcan el bienestar social y ambiental. Cumplir con las leyes y optar por productos biodegradables no solo es una obligación legal, sino también una estrategia para mejorar la reputación empresarial y atraer a consumidores conscientes del medio ambiente. (Vázquez & Sánchez, 2019, p. 39)

CAPÍTULO III.

3.1. MARCO METODOLÓGICO



Figura 2. Escalera Marco Metodológico

3.1.1. Tipo de investigación

La investigación a realizar es de tipo aplicada, porque el principal objetivo es crear un plan de negocios viable para un servicio de limpieza integral que utilice productos biodegradables, con el propósito de fomentar la sostenibilidad ambiental. Este enfoque de aprendizaje tiene como objetivo resolver problemas concretos a través del uso de respuestas innovadoras.

3.1.2. Enfoque

El enfoque consiste en una combinación de diversos métodos, integrando tanto la investigación cualitativa como la cuantitativa. La investigación cualitativa se utilizará para explorar en profundidad las ideas y sentimientos de los consumidores en relación con el uso de productos biodegradables en el ámbito de la limpieza. Se realizarán entrevistas en profundidad que facilitarán la comprensión de las motivaciones y percepciones de los participantes. Por otro lado, la investigación cuantitativa se enfocará en medir aspectos concretos, como el precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por servicios respetuosos con el medio ambiente, su grado de conocimiento sobre la sostenibilidad y el efecto ambiental de los productos de limpieza tradicionales. Para ello, se desarrollarán

encuestas estructuradas que ofrecen datos numéricos. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 32)

3.1.3. Herramientas metodológicas

Para llevar a cabo este estudio, se utilizarán diferentes métodos que facilitarán la recolección de información tanto cualitativa como cuantitativa.

- **Encuestas estructuradas:**

Se realizará una encuesta que contendrá preguntas tanto cerradas como abiertas para obtener información cuantitativa sobre las opiniones de los consumidores acerca de la adopción de servicios de limpieza que emplean productos biodegradables. Estas preguntas organizadas facilitarán la evaluación del conocimiento de los participantes sobre sostenibilidad, así como sus expectativas y percepciones respecto a las opciones ecológicas en el ámbito de la limpieza. (Sánchez, 2018, p. 38).

- **Entrevistas en profundidad:**

La propuesta consiste en realizar entrevistas semiestructuradas con un grupo específico de especialistas en sostenibilidad y empresarios del ámbito de la limpieza. La meta es obtener datos cualitativos acerca de los obstáculos, ventajas y oportunidades que presenta la utilización de productos biodegradables en los servicios de limpieza. Estas charlas proporcionarán una visión más amplia y minuciosa sobre el posible efecto de estas prácticas.

- **Estudio de caso:**

Se realizará un estudio sobre compañías que ya han adoptado métodos ecológicos en sus servicios de limpieza. Esto permitirá observar de qué manera el empleo de productos biodegradables ha afectado a las operaciones de estas compañías, la opinión de los consumidores y los logros que han obtenido en relación con la sostenibilidad y los costos.

3.1.4. Técnicas

Las estrategias que se aplicarán en este estudio incluyen tanto enfoques cualitativos como cuantitativos, lo que facilitará la recopilación y el examen de información relevante para la elaboración de decisiones. Los métodos principales que se utilizarán son los siguientes:

- **Encuesta:**

El enfoque en las encuestas como método principal para obtener datos cuantitativos. Mediante encuestas bien diseñadas, se podrá captar las opiniones, percepciones y la inclinación de los consumidores hacia los servicios de limpieza que emplean productos biodegradables. Se examinarán las respuestas utilizando herramientas estadísticas, lo que permitirá reconocer patrones y tendencias en la muestra analizada. (Sánchez, 2018, p. 38).

- **Entrevistas:**

Esta metodología cualitativa permitirá acceder a datos más exhaustivos y específicos, con el propósito de investigar las razones y perspectivas de los participantes principales en cuanto a la sostenibilidad ecológica y la utilización de productos biodegradables en las tareas de limpieza.

- **Observación directa:**

Esta metodología se aplicará para monitorear a aquellas compañías que ya emplean productos biodegradables. De este modo, podremos observar directamente la manera en que estos artículos afectan su operación y los resultados que obtienen en términos de satisfacción del cliente y reducción de impactos ambientales.

3.1.5. Estudios iniciales

Antes de iniciar el plan de negocios, se realizarán ciertos estudios previos que facilitarán una mejor comprensión del contexto de la investigación y evaluarán el interés de

los usuarios por los servicios de limpieza ecológicos. Estas investigaciones iniciales incluirán:

- **Revisión de la literatura:**

Se llevará a cabo un análisis de la bibliografía que abarcará recursos científicos y técnicos acerca de la sostenibilidad del medio ambiente, los productos biodegradables y su uso en el sector de la limpieza. Este análisis no solo facilitará una mejor comprensión del tema, sino que también ofrecerá una base teórica firme que apoye mi hipótesis de estudio. (González, 2019, p. 50)

- **Investigación de mercado:**

Se realizará un estudio de mercado con el fin de averiguar el nivel de conocimiento de los consumidores y su disposición a aceptar nuestra oferta de servicios de limpieza ecológica. Para esto, se llevarán a cabo encuestas preliminares con un pequeño número de clientes posibles.

3.1.6. Desarrollo

En esta etapa, se organizarán las actividades y se evaluarán los gastos asociados con la puesta en marcha del servicio de limpieza completa utilizando productos amigables con el medio ambiente. Mi objetivo es asegurar que la empresa sea económicamente viable, teniendo en cuenta todos los costos relacionados con la adquisición de suministros y herramientas esenciales para ofrecer un servicio de alta calidad. El análisis se realizará en las etapas siguientes:

- **Recolección de datos:**

Se iniciará la recopilación de información mediante cuestionarios y observación en persona. Esta actividad se realizará en un tiempo determinado, en el que se establecerá comunicación con negocios y consumidores que estén dispuestos a colaborar.

- **Elaboración del plan de negocios:**

Con los datos que se han examinado, se creará un proyecto empresarial. Este contendrá un modelo de negocio claramente definido, un plan de marketing y un estudio financiero para iniciar un servicio de limpieza que emplee productos biodegradables. El proyecto se basará en las conclusiones del estudio y ofrecerá una solución viable y ecológica.

- **Cálculo de Costos de Adquisición de Materiales:**

Para establecer el costo de los productos biodegradables y otros artículos de limpieza, se considerarán los productos requeridos y la cantidad que cada cliente utilizará mensualmente.

3.1.7. Matriz de Operacionalización de Variables

Tabla 1. Operacional de variables

Variable	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Sostenibilidad Ambiental	- Reducción del uso de productos químicos convencionales	- Encuestas a usuarios	- Encuesta a clientes sobre impacto ambiental percibido.
	- Uso de productos biodegradables.	- Análisis documental (de materiales utilizados)	- Registro de productos biodegradables utilizados.
Eficiencia Operacional del Servicio	- Tiempo dedicado al servicio de limpieza por cliente.	- Observación directa	- Registro de tiempo por cliente y tipo de servicio realizado.
	- Cantidad de recursos utilizados por cada cliente (agua, productos).	- Encuestas y entrevistas con el personal de limpieza	- Encuesta al personal sobre uso de recursos.

Variable	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
Impacto Económico del Servicio	- Rentabilidad neta del servicio.	- Cálculos financieros	- Estado de resultados mensuales.
	- Ingresos generados por cada servicio.	- Análisis de costos y ganancias.	- Reportes de ventas e ingresos.
Satisfacción del Cliente	- Grado de satisfacción con la limpieza integral realizada.	- Encuestas a clientes	- Encuesta de satisfacción del cliente.
	- Percepción de la efectividad de los productos biodegradables.	- Entrevistas con clientes	- Entrevistas con clientes sobre su experiencia.
Cumplimiento de Normativas Ambientales	- Cumplimiento de normativas locales sobre el uso de productos ecológicos.	- Revisión documental	- Informe de cumplimiento de normativas.
	- Certificación de productos biodegradables.	- Análisis documental	- Registro de certificación de productos.

CAPITULO IV.

4.1. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabulación de Datos

Pregunta 1. - ¿Cuál es tu nivel educativo?



Figura 3. Pregunta 1

En la encuesta, la mayoría de los clientes tienen educación universitaria (17 respuestas), lo que da a pensar que el servicio de limpieza es más popular entre quienes tienen estudios superiores. También hay un número considerable de personas con secundaria (10 respuestas) y técnico (8 respuestas), lo que refleja una buena variedad en los niveles educativos. No hay respuestas de personas con solo primaria, lo que sugiere es que este grupo no está tan interesado en el servicio. Esto podría estar relacionado con factores como los ingresos o el acceso. Creo que el servicio tiende a atraer más a quienes tienen una formación académica más alta

Pregunta 2.- ¿En qué tipo de lugar vives?

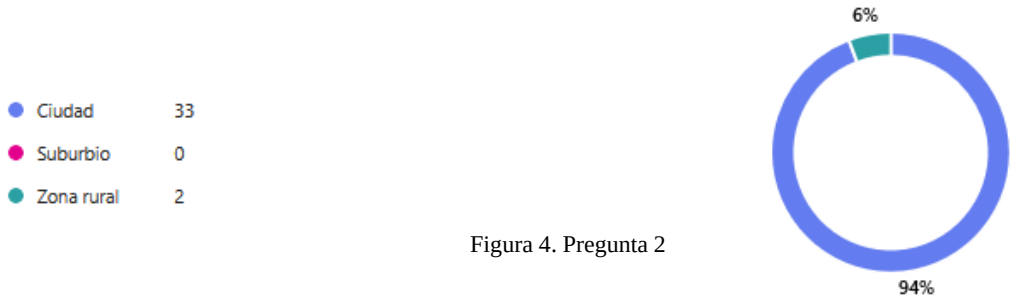


Figura 4. Pregunta 2

El 94% de los clientes viven en la ciudad (33 respuestas), lo que indica que la mayoría de los usuarios del servicio de limpieza provienen de áreas urbanas. Solo el 6% vive en zonas rurales (2 respuestas), y no existe ninguna respuesta de personas que residen en suburbios. Lo que lleva a pensar, que el servicio tiene una demanda mucho mayor en las ciudades. La falta de respuestas de los suburbios podría sugerir que este grupo no está tan interesado o simplemente no tiene acceso al servicio. Los resultados muestran que el servicio es más popular en las áreas urbanas.

Pregunta 3.- ¿Cómo calificarías la calidad general del servicio brindado por Control Clean?



Figura 5. Pregunta 3

En la encuesta, el 61% de los clientes calificó la calidad del servicio como "Excelente" (21 respuestas), lo que sugiere que la mayoría de los usuarios está realmente satisfecha con lo que ofrece la Empresa. Un 37% lo consideró "Bueno" (13 respuestas), lo cual también es un buen indicador, ya que muestra que la mayoría está conforme, aunque no

tanto como aquellos que dieron la calificación más alta. Solo un 3% lo calificó como "Regular" (1 respuesta), y no hubo clientes que consideraran el servicio como "Malo". Estos resultados reflejan que la mayoría de los clientes está contenta con la calidad del servicio

Pregunta 4.- ¿Qué tan satisfecho/a estás con el tiempo de respuesta de nuestro servicio?



Figura 6. Pregunta 4

El 60% de los clientes se siente "Muy satisfecho/a" con el tiempo de respuesta del servicio (21 respuestas), Esto lleva a pensar que la mayoría realmente aprecia la rapidez con la que se atiende sus solicitudes. Por otro lado, el 40% se muestra "Satisfecho/a" (14 respuestas), lo que también es un buen indicativo de que se esta cumpliendo con las expectativas en cuanto a los tiempos de respuesta. Además, no se recibió respuestas de clientes "Neutrales", "Insatisfechos/as" ni "Muy insatisfechos/as", lo que sugiere que se ha hecho progresos en este aspecto

Pregunta 5.- ¿Con qué frecuencia utilizas los servicios de Control Clean?



Figura 7. Pregunta 5

En la encuesta, el 20% de los clientes utiliza los servicios de Control Clean de forma "Diaria" (7 respuestas). Esto sugiere que hay un pequeño pero leal grupo que realmente depende del servicio de limpieza con bastante regularidad. Por otro lado, el 37% lo usa "Semanalmente" (13 respuestas), lo que indica que hay una buena cantidad de clientes que lo han integrado en su rutina más a menudo. Un 17% lo utiliza "Mensualmente" (6 respuestas) y un 26% de manera "Ocasional" (9 respuestas). Esto muestra que, aunque la mayoría recurre al servicio con cierta frecuencia, también hay una variedad en la periodicidad con la que lo solicitan. Estos resultados dan una idea clara de que Control Clean tiene un público diverso, y sobre cómo podemos ajustar las ofertas para seguir atrayendo a diferentes tipos de clientes.

Pregunta 6.- ¿Cómo calificarías la atención al cliente, proporcionada por el personal de Control Clean?



Figura 8. Pregunta 6

El 65% de los clientes calificó el servicio como "Excelente" (23 respuestas), lo que demuestra que la mayoría está realmente satisfecha con lo ofrecido. Un 34% lo consideró "Buena" (12 respuestas), lo cual también es un buen indicador, ya que sugiere que la mayoría está contenta, aunque hay un pequeño margen para mejorar. No hay ninguna calificación de "Regular" o "Malo", lo que lleva a pensar que, el cumplimiento es bastante bueno con las expectativas. Estos resultados dan la confianza para saber que estamos haciendo un buen

trabajo, pero siempre tenemos presente que, aunque la mayoría esté feliz, siempre hay espacio para seguir mejorando y ofrecer un servicio de calidad.

Pregunta 7.- ¿Te resulta fácil comunicarte con nosotros cuando necesitas asistencia o más información?

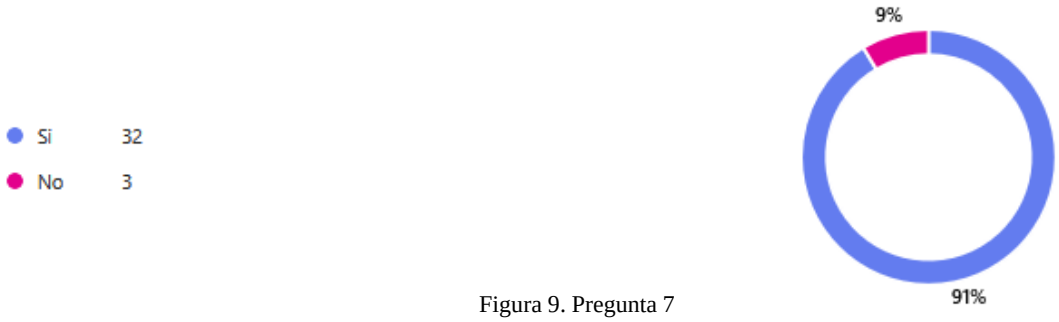


Figura 9. Pregunta 7

El 91% de los clientes dicen que les resulta fácil comunicarse con nosotros cuando necesitan ayuda o más información (32 respuestas). Esto es una buena señal de que estamos haciendo un buen trabajo al facilitar la comunicación. Sin embargo, el 9% de los clientes mencionó que no les resulta tan fácil (3 respuestas), hay un pequeño margen de mejora. Aunque la mayoría está contenta con la facilidad para contactarnos, estas 3 respuestas nos hacen pensar que sería útil revisar los canales de comunicación para hacerlos aún más accesibles para todos. En general, los resultados son positivos, pero es mejor asegurarse de que todos nuestros clientes tengan una experiencia sencilla y fluida al comunicarse con nosotros.

Pregunta 8.- ¿El personal de Control Clean cumple con los estándares de limpieza y seguridad que esperas?

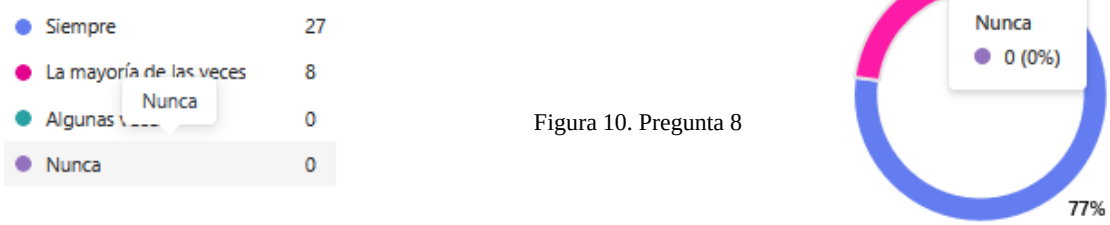


Figura 10. Pregunta 8

El 77% de los clientes afirma que el equipo de Control Clean cumple con los estándares de limpieza y seguridad "Siempre" (27 respuestas). Esto realmente nos llena de satisfacción, ya que la mayoría confía en nuestro trabajo y en cómo nos aseguramos de mantener esos estándares. Un 23% menciona que lo hace "La mayoría de las veces" (8 respuestas), lo cual también es un buen indicador, aunque nos hace reflexionar que siempre hay margen para mejorar. Lo mejor es que no hubo respuestas de clientes que dijeran que el personal cumple "Algunas veces" o "Nunca", en general, estamos cumpliendo con las expectativas de manera efectiva

Pregunta 9.- ¿Qué tan satisfecho/a estás con la relación calidad-precio de nuestros servicios?



Figura 11. Pregunta 9

El 61% de nuestros clientes se siente "Muy satisfecho/a" con la relación calidad-precio del servicio (22 respuestas), lo que nos hace pensar que la mayoría realmente aprecia lo ofrecido en comparación con lo que pagan. Un 33% se considera "Satisfecho/a" (12 respuestas), lo cual también es un buen indicio, ya que muestra que la mayoría está contenta con el equilibrio entre calidad y precio. Solo una persona se mostró "Neutral" (1 respuesta), y no recibimos ninguna respuesta de clientes "Insatisfechos/as" o "Muy insatisfechos/as", lo que nos da la confianza en que estamos brindando un servicio que realmente vale la pena para nuestros clientes. Estos resultados son positivos.

Pregunta 10.- ¿Consideras que Control Clean tiene un impacto positivo en tu ambiente de trabajo o tu hogar?



Figura 12. Pregunta 10

El 86% de los clientes cree que Control Clean tiene un impacto positivo en su entorno laboral o en casa de manera "Significativa" (30 respuestas). Demuestra que la mayoría realmente aprecia el efecto que el servicio tiene en su espacio. Un 14% considera que el impacto es "Un poco" positivo (5 respuestas). No hay respuestas de clientes que dijeran "No, no lo creo", lo que demuestra que marca una diferencia en los espacios de los clientes. Estos resultados son muy prometedores, es importante seguir esforzándonos para asegurarnos de que todos nuestros clientes sientan un impacto positivo en su entorno.

Pregunta 11.- ¿Cómo prefieres recibir información sobre nuestros servicios?



Figura 13. Pregunta 11

El 37% de nuestros clientes prefiere recibir información sobre nuestros servicios a través del "Correo electrónico" (13 respuestas), lo que nos hace pensar que es un canal

bastante popular y efectivo para mantener a nuestros clientes al tanto. Un 14% opta por una "Llamada telefónica" (5 respuestas), y un 9% elige "Mensaje de texto (WP)" (3 respuestas), lo que sugiere que, aunque estos métodos son útiles, no tienen la misma popularidad. Sin embargo, un notable 40% prefiere obtener información a través de "Redes sociales" (14 respuestas), lo que indica que muchas personas buscan información de manera más directa y rápida en estas plataformas. Estos resultados ofrecen una visión clara de los canales de comunicación más efectivos para nuestros clientes y cómo podemos mejorar o ajustar nuestras estrategias de comunicación para satisfacer todas esas preferencias

Pregunta 12.- ¿Recomendarías los servicios de Control Clean a otras personas?



Figura 14. Pregunta 12

En la encuesta, el 74% de los clientes diría "Sí, definitivamente" (26 respuestas) cuando se les pregunta si recomendarían los servicios de Control Clean a otras personas. Ya que refleja un alto nivel de confianza y satisfacción en lo que ofrecemos. Además, un 26% contestó "Sí, probablemente" (9 respuestas), lo cual también es un buen indicio, ya que muestra que la mayoría de nuestros clientes está dispuesta a recomendar nuestro servicio. No recibimos ninguna respuesta de clientes que dijeran "Probablemente no" o "Definitivamente no", lo que significa que, en general, estamos cumpliendo con las expectativas. Estos resultados son muy alentadores y nos inspiran a seguir brindando un servicio de calidad para que más clientes se sientan cómodos al recomendarlo.

Pregunta 13.- ¿Cómo calificarías la puntualidad de nuestros servicios?



Figura 15. Pregunta 13

El 69% de nuestros clientes nos califica como "Muy puntuales" (25 respuestas), lo que realmente nos llena de satisfacción, ya que la mayoría aprecia el cumplimiento con los tiempos prometidos. Un 25% nos ve como "Puntuales" (9 respuestas), lo cual también es un buen indicio, ya que sugiere que, en general, los clientes piensan que el servicio estará a tiempo. Solo un 3% menciona que somos "A veces puntuales" (1 respuesta), y afortunadamente, no existen comentarios de clientes que digan que "Nunca somos puntuales". Estos resultados son bastante alentadores, pero nos hace reflexionar que siempre hay oportunidades para seguir mejorando y asegurar que cada uno de nuestros clientes tenga una experiencia puntual en cada servicio.

4.2. Interpretación y discusión de resultados

El análisis de los resultados de la encuesta revela que la mayoría de los clientes tiene una opinión muy positiva sobre los servicios de Control Clean, lo que sugiere que están bastante satisfechos. En cuanto a la calidad del servicio, un 65% de los encuestados lo calificó como "Excelente" y un 34% como "Buena", lo que muestra una percepción general bastante favorable. La falta de calificaciones negativas (como "regular" o "malo") resalta que la mayoría de los clientes está contenta con lo que ha recibido. Esto también se refleja en la alta puntuación en relación a la calidad-precio, donde un impresionante 94% se mostró

satisfecho o muy satisfecho, lo que indica que los clientes sienten que el servicio ofrece un buen valor por lo que pagan. Respecto a la puntualidad, el 69% calificó a Control Clean como "Muy puntual", mientras que un 25% lo consideró "Puntual". Esta tendencia sugiere que la empresa generalmente cumple con las expectativas de tiempo. Sin embargo, hay un pequeño porcentaje (3%) que piensa que la puntualidad podría mejorar, lo que abre la puerta a revisar y optimizar los tiempos de respuesta y entrega del servicio. Además, el 91% de los clientes destacó lo fácil que es comunicarse con la empresa, lo que indica que los canales de contacto son efectivos y accesibles. Sin embargo, el 9% restante mencionó que tuvo dificultades para comunicarse, lo que podría señalar áreas donde se puede mejorar la comunicación. En cuanto a la frecuencia de uso, la mayoría de los clientes utiliza los servicios semanalmente o de manera ocasional, lo que refleja una demanda constante y variada. Por último, los resultados sobre la recomendación del servicio son muy alentadores, con un 74% de los clientes afirmando que definitivamente recomendarían Control Clean a otras personas. Esto no solo muestra un alto nivel de satisfacción, sino también una confianza en la calidad del servicio, lo cual es un indicador clave de lealtad y éxito a largo plazo.

.

CONCLUSIONES

Los resultados de la encuesta muestran que los clientes de Control Clean, están bastante satisfechos. Esto sugiere que la empresa está cumpliendo con lo que se espera en cuanto a la calidad del servicio, la puntualidad y el valor por el dinero.

La mayoría de los clientes aprecian la calidad del servicio y la efectividad de la comunicación, lo que indica que Control Clean, ha logrado construir una base sólida de confianza con sus usuarios. Además, el hecho de que muchos estén dispuestos a recomendar sus servicios a otros es un claro signo de lealtad y de la buena percepción que tienen de la marca. Sin embargo, también hay áreas donde se puede mejorar, como el pequeño porcentaje de clientes que han tenido problemas para comunicarse o que sienten que la puntualidad podría ser aún mejor. Aunque estos porcentajes negativos son bajos, abordar estos temas podría ayudar a mejorar aún más la experiencia del cliente, asegurando que se mantengan altos los niveles de satisfacción.

En términos generales, Control Clean parece estar avanzando positivamente, aunque siempre es crucial continuar prestando atención a las opiniones de los usuarios para identificar áreas de mejora. Realizar ajustes menores en los aspectos señalados podría resultar en un aumento de la satisfacción y reforzar la competitividad de la empresa en el sector.

RECOMENDACIONES

Basado en las conclusiones de la encuesta, una de las sugerencias más destacadas es optimizar los medios de comunicación. Aunque la mayoría de los usuarios se siente contenta con la facilidad para comunicarse con la Empresa, un grupo reducido mencionó haber encontrado ciertos inconvenientes en este ámbito. Sería beneficioso evaluar la comunicación actual y considerar la incorporación de opciones como un chat en vivo o una app para clientes, lo que podría mejorar la experiencia, haciéndola más fluida y accesible. También es esencial garantizar que los medios ya existentes sean claros y sencillos de utilizar, y que se mantenga una respuesta ágil y eficaz.

En lo que se refiere a la puntualidad, a pesar de que los resultados son favorables, siempre hay oportunidades para avanzar. Un pequeño número de clientes indicó que la puntualidad podría mejorarse. Sería aconsejable examinar los procesos internos y detectar si existen cuellos de botella o factores que pudieran impactar la puntualidad en determinadas ocasiones. Asegurar una experiencia constante y puntual para todos los clientes debería ser una prioridad, y cualquier cambio realizado en este aspecto contribuirá a fortalecer la percepción positiva del servicio.

Además, sería útil idear métodos para incrementar la cantidad de veces que el servicio es utilizado por aquellos que solo lo aprovechan de manera ocasional o mensual. Proponer paquetes de servicios o promociones especiales podría incentivar a los usuarios a hacer un uso más frecuente de las ofertas. Implementar programas de fidelización que premien a los clientes habituales también podría ser una estrategia efectiva para alcanzar este objetivo, contribuyendo a mejorar tanto la satisfacción como la lealtad. Por otro lado, considerando que las redes sociales son un medio de comunicación muy conocido, fortalecer la presencia de Control Clean en estas plataformas resulta ser una gran idea.

Además de servir para promocionar los servicios, las redes sociales pueden ser un recurso valioso para ofrecer atención al cliente de forma inmediata y difundir contenido relevante. Adaptar los mensajes a las preferencias de los clientes y a sus plataformas preferidas facilitará una comunicación más efectiva y directa.

Finalmente, a pesar de que los resultados de la encuesta son bastante positivos, es crucial contar con retroalimentación continua para supervisar la calidad del servicio. Realizar encuestas cortas tras cada servicio podría ofrecer información valiosa sobre la satisfacción de manera inmediata, lo que facilitaría realizar cambios rápidos y sostener elevados estándares. La retroalimentación constante será esencial para garantizar que el servicio continúe mejorando y adaptándose a las necesidades de los clientes.

PLAN DE MARKETING PARA CONTROL CLEAN

Proyecto: Introducción y posicionamiento del nuevo Servicio de Limpieza Ecológica de Control Clean.

ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

4. Análisis Interno

- **Fortaleza:** Elevado grado de contento y lealtad del consumidor, imagen favorable de la marca, excelencia en el servicio.
- **Debilidades:** Comunicación mejorable con un segmento de clientes, oportunidad de mejorar la puntualidad.

5. Análisis Externo

- **Oportunidades:** Creciente interés por servicios sostenibles, conciencia ecológica del consumidor.
- **Amenazas:** Competencia en el rubro tradicional, poca familiaridad de algunos segmentos con lo ecológico.

Este análisis se apoya en el modo FODA, una herramienta clásica para evaluar la situación interna y externa de la Empresa

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

El objetivo principal es crear y poner en marcha un servicio de limpieza ecológica que mejore la calidad, fomente la sostenibilidad y fortalezca la lealtad del cliente, adaptándose a las nuevas demandas del mercado

Objetivos Específicos:

- Confirmar la demanda de servicios ecológicos.
- Comparar los servicios actuales con los propuestos para identificar las ventajas competitivas.

- Crear un plan de marketing sostenible que utilice tanto canales digitales como tradicionales.

SEGMENTACIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO

- Empresas como oficinas, clínicas y colegios, así como hogares, que están interesados en servicios que cuidan el medio ambiente.
- Clientes actuales que desean un mayor compromiso con el medio ambiente.
- Nuevos clientes jóvenes, profesionales y empresas que implementan políticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

PROPUESTA DE VALOR

Limpieza ecológica profesional que cuida tanto de tus espacios como del planeta. Con Control Clean, aseguras un servicio de calidad que es sostenible y confiable. Esta propuesta no solo busca resaltar el beneficio práctico del servicio, sino también su valor emocional y ético, algo que es fundamental en la actualidad.

ESTRATEGIA DE MARKETING

Producto

- Ofrecemos un servicio ecológico utilizando productos biodegradables, técnicas modernas y un equipo altamente capacitado.
- Certificaciones ambientales que brindan confianza y credibilidad

Precio

- Tarifas atractivas, paquetes según frecuencia y volumen, y descuentos para clientes leales.

- Promociones de lanzamiento para captar nuevos clientes.

Plaza (Distribución)

- Ofrecemos servicios a domicilio en áreas urbanas. Puedes solicitar y coordinar todo a través de nuestro sitio web, WhatsApp, redes sociales o simplemente por teléfono.

Promoción

Canal digital: varias redes sociales (Instagram, LinkedIn, Facebook) campañas por email

Canal tradicional: volantes, alianzas con empresas verdes.

Campaña: "Tú cuida tu espacio, nosotros el planeta"

PRESUPUESTO ESTIMADO

Actividad	Costo mensual
Publicidad	$ 150.00
Producción de contenido grafico	$ 120.00
Impresión de volantes	$ 100.00
Herramientas para encuestas y feedback	$ 50.00
Total mensual estimado	**$ 420.00**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Torres y Martínez (2019) afirman que “la conciencia ambiental influye significativamente en las decisiones de compra” (p. 60).

Pérez y Hernández (2018) afirman que “la demanda de productos biodegradables ha crecido un 25% en los últimos cinco años” (p. 110).

López (2021) sostiene que “la implementación de prácticas sostenibles mejora la percepción del cliente y reduce costos operativos” (p. 240).

Vázquez y Sánchez (2019) indican que “las regulaciones ambientales y la presión del consumidor son los principales motores del cambio” (p. 39).

Ochoa y Castillo (2020) sostienen que “el cambio hacia la sostenibilidad no solo responde a la presión normativa, sino también a una visión estratégica empresarial” (p. 85).

Gómez y Martínez (2020) afirman que “la implementación de tecnologías limpias es crucial para reducir el impacto ambiental en la industria” (p. 33).

Jiménez y Ramírez (2021) destacan que “el uso de productos biodegradables contribuye significativamente a la mejora de la salud pública y la preservación del medio ambiente” (p. 88).

Rojas y García (2019) afirman que “el comportamiento del consumidor está cada vez más influenciado por la sostenibilidad de los productos que adquiere” (p. 15).

Martínez y Fernández (2022) mencionan que “la adopción de productos biodegradables es esencial para una transición hacia prácticas más sostenibles en el sector de la limpieza” (p. 50).

González (2019) señala que “el cambio hacia productos biodegradables no solo beneficia al medio ambiente, sino que también mejora la calidad del aire interior” (p. 50).

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que “la metodología de la investigación es esencial para asegurar la validez y fiabilidad de los resultados” (p. 32).

Sánchez (2018) afirma que “la transición hacia productos de limpieza más sostenibles puede reducir significativamente los efectos negativos sobre el medio ambiente” (p. 38).

Pombosa Junez, Mejía Garcés, Calderón Morán, y Ramírez Garrido (2017) señalan que “la correcta segmentación y distribución de productos es clave para el éxito del mercado de limpieza biodegradable” (p. 68)

La Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987) destaca que “el desarrollo sostenible es aquel que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades” (p. 45).

Ordoñez-Zúñiga, N. L., Mantilla-Ordóñez, J. C., Cusme-Mercado, L. G., Ordoñez-Valencia, M. L., & Sánchez-Charcopa, J. L. (2020). Sostenibilidad ambiental para el desarrollo económico en Ecuador. Polo del Conocimiento, 5(12).

ANEXO A: MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

MANUAL DE PROCESOS PARA EL MANEJO DE PRODUCTOS BIODEGRADABLES PARA LA EMPRESA CONTROL CLEAN

2024 – 2025

Diana Rodriguez

abril de 2025

INDICE

1.	RESUMEN	2
2.	INTRODUCCIÓN	3
3.	OBJETIVOS	3
3.1.	Objetivo general	3
3.2.	Objetivos específicos	3
4.	ALCANCE DEL MANUAL	4
5.	MARCO TEÓRICO	4
5.1.	¿Qué son los productos biodegradables?	4
5.2.	Importancia en la industria de la limpieza	4
5.3.	Legislación vigente en Ecuador	5
6.	POLÍTICAS DE CONTROL CLEAN	5
7.	PROCESOS OPERATIVOS	5
7.1.	Recepción de productos	5
7.2.	Almacenamiento	6
7.3.	Preparación de soluciones de limpieza	6
7.4.	Aplicación en campo	6
7.5.	Disposición final de residuos	7
8.	CAPACITACIÓN AL PERSONAL	7
9.	MEDICIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL	8
10.	INDICADORES DE GESTIÓN	8
11.	MEJORA CONTINUA	9
12.	CONCLUSIONES	9
13.	RECOMENDACIONES	10

1. RESUMEN

Este manual busca definir directrices precisas y específicas para la correcta gestión de productos biodegradables en Control Clean. Mediante este texto, se establecen protocolos estandarizados que van desde la llegada hasta la eliminación final de dichos productos, asegurando que se cumplan las regulaciones ambientales y promoviendo una cultura empresarial que sea consciente del medio ambiente.

2. INTRODUCCIÓN

El empleo de artículos biodegradables en el ámbito de la limpieza ha cobrado gran relevancia, particularmente debido al creciente interés global por disminuir los impactos adversos del cambio climático y reducir la huella ecológica de las industrias. Control Clean, que se dedica al desarrollo sostenible, ha optado por implementar métodos más amigables con el entorno a través del uso de productos de limpieza biodegradables.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Definir métodos uniformes para la correcta gestión de productos biodegradables en todas las zonas operativas de Control Clean.

3.2. Objetivos específicos

- Asegurar que los productos se almacenen y manejen de manera adecuada.
- Capacitar al equipo sobre el uso responsable de productos biodegradables.
- Reducir el impacto ambiental de los procesos de limpieza.
- Fomentar el cumplimiento de las normativas ambientales actuales.

4. ALCANCE DEL MANUAL

Este manual se aplica a todas las áreas operativas de Control Clean, que utilizan productos biodegradables en sus procesos de limpieza, abarcando oficinas, almacenes, vehículos y lugares de intervención en clientes.

5. MARCO TEÓRICO

5.1. ¿Qué son los productos biodegradables?

Los productos biodegradables son aquellos que pueden descomponerse en elementos químicos naturales gracias a la acción de agentes biológicos como microorganismos, agua o luz solar. Este método de descomposición se realiza sin generar contaminación ni dejar desechos dañinos.

Emplear artículos biodegradables se ha establecido como una táctica fundamental para minimizar el daño ambiental en diferentes sectores, incluyendo la limpieza comercial. (Ministerio del Medio Ambiente, 2022, pp. 44–48).

5.2. Importancia en el área de Limpieza

Incluir productos que se descomponen naturalmente en la limpieza de instituciones no solo contribuye a disminuir la polución del agua y del suelo, sino que también reduce el contacto con sustancias químicas nocivas, resguardando a los empleados y a los consumidores. Asimismo, las organizaciones que implementan métodos sostenibles tienden a gozar de una imagen corporativa más favorable y cuentan con más posibilidades de obtener certificaciones ambientales. (Ministerio del Medio Ambiente, 2022, pp. 65–70).

6. POLÍTICAS DE CONTROL CLEAN

- Dar preferencia a la adquisición de artículos biodegradables que cuenten con certificación.
- Capacitar al equipo en el uso y manejo adecuado de estos productos.
- Adoptar prácticas de limpieza que reduzcan el impacto en el medio ambiente.
- Asegurarse de cumplir con todas las normativas ambientales actuales.

7. PROCESOS OPERATIVOS

7.1. Recepción de productos

Cuando se obtienen artículos biodegradables, es crucial que el equipo responsable confirme que estos cuenten con etiquetas explícitas y certificaciones ambientales que avalen su veracidad y adecuación a las normativas. Esta práctica asegura la posibilidad de rastrear los productos y evita el empleo de materiales que no cumplan con los criterios de sostenibilidad. (Ministerio del Medio Ambiente, 2022, pp. 15–22).

Asimismo, es fundamental que los datos de entrada se anoten en un sistema de control que nos permita gestionar de manera efectiva la circulación y el uso adecuado de los productos.

7.2. Almacenamiento

Los artículos biodegradables requieren ser guardados en condiciones apropiadas para preservar su calidad y utilidad. Es recomendable usar espacios bien ventilados, alejados de fuentes de calor o luz directa, y contar con medidas de seguridad básicas, como estanterías etiquetadas y fichas técnicas visibles.

7.3. Preparación de soluciones.

La elaboración de soluciones de limpieza que contengan productos biodegradables debe realizarse estrictamente de acuerdo con las indicaciones del fabricante. Es esencial que el personal utilice elementos de protección personal, como guantes, mascarillas y gafas, para evitar accidentes y garantizar la limpieza durante el manejo. (Ministerio del Medio Ambiente, 2022, pp. 28–35).

Una dosificación adecuada ayuda a maximizar el uso del producto y a minimizar los desechos químicos que podrían generarse por una sobredosis o una aplicación incorrecta.

7.4. Aplicación en campo

El empleo de artículos biodegradables para la limpieza debe realizarse de manera consciente y cuidadosamente organizada. Es fundamental que el personal utilice las soluciones en las dosis correctas, previniendo derrames y aplicaciones excesivas que puedan dañar las superficies o el entorno.

Asimismo, se sugiere enfocarse en métodos de limpieza que limiten el uso innecesario de agua, como la utilización de paños de microfibra, pulverizadores de presión y sistemas de limpieza por áreas.

7.5. Disposición final de residuos

La forma en que manejamos los desechos de productos biodegradables es crucial y debe cumplir con las regulaciones ambientales actuales. Es importante clasificar y dividir los recipientes en función de su material, de modo que puedan ser reciclados, reutilizados o desechados de manera segura.

Control Clean debe instaurar un programa de manejo de residuos que se adhiera a la legislación nacional y a las mejores prácticas a nivel internacional, garantizando que ningún residuo tóxico sea desechado sin el tratamiento apropiado.

8. CAPACITACIÓN AL PERSONAL

La formación del equipo es clave para garantizar que la utilización de productos biodegradables se lleve a cabo de forma efectiva. Disponer del conocimiento necesario no solo ayuda a adoptar prácticas operativas adecuadas, sino que también mejora la eficiencia en las tareas de limpieza y reduce los peligros vinculados al uso inadecuado de estos artículos.

Se sugiere que la compañía implemente programas de capacitación constante enfocados en el uso seguro y efectivo de productos sostenibles. Esto podría abarcar talleres prácticos, revisiones periódicas y la incorporación de recursos visuales como folletos, gráficos o guías.

Asimismo, es fundamental promover una cultura empresarial que aprecie la sostenibilidad, en la que los trabajadores se conviertan en participantes esenciales en la protección de su entorno de trabajo y el medio ambiente.

9. MEDICIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL

Para valorar la efectividad de los productos biodegradables, es fundamental implementar indicadores que evalúen su influencia en el entorno. Estas métricas nos ayudan a entender en qué medida hemos disminuido el uso de químicos tradicionales, la cantidad de desechos que producimos y el ahorro de recursos como agua y energía.

La valoración del impacto se puede llevar a cabo mediante auditorías ambientales internas, cuestionarios sobre la satisfacción ecológica de los consumidores o a través de un análisis comparativo de los inventarios.

10. INDICADORES DE GESTIÓN

Los parámetros de gestión medioambiental son instrumentos esenciales que nos ayudan a monitorear de manera continua el rendimiento de los procesos vinculados al tratamiento de productos biodegradables.

- Proporción de productos biodegradables empleados en relación con la cantidad total de materiales utilizados.
- Cantidad de residuos generados y reciclados cada mes.
- Frecuencia de capacitaciones realizadas con el personal.
- Índice de satisfacción del cliente en relación con el compromiso ambiental.

La adopción de estos indicadores simplifica el proceso de toma de decisiones estratégicas y contribuye a alcanzar los requisitos ambientales, tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

11. MEJORA CONTINUA

La constante evolución en la gestión de productos biodegradables debe basarse en una evaluación recurrente de los métodos, normas e indicadores de administración. Esto nos permite identificar oportunidades para mejorar, rectificar fallos y fomentar una innovación permanente en nuestras actividades.

Control Clean tiene la capacidad de crear comités de sostenibilidad, llevar a cabo encuestas internas de retroalimentación o analizar los hallazgos de auditorías para perfeccionar sus

procedimientos. Este modelo se ajusta al concepto de economía circular, que busca minimizar el consumo de recursos y aumentar la reutilización y el reciclaje.

12. CONCLUSIONES

La aplicación de este Manual de Procesos para la Gestión de Productos Biodegradables en Control Clean representa un paso importante en el compromiso de la institución hacia la sostenibilidad y la protección del medio ambiente. Con este documento, se ha conseguido establecer un marco de trabajo claro que cubre desde la recepción hasta la eliminación final de los productos biodegradables, garantizando el cumplimiento de las regulaciones actuales y fomentando prácticas ambientales adecuadas.

En primer lugar, se puede decir que la correcta manipulación y almacenamiento de los productos biodegradables es esencial para disminuir los riesgos operativos, salvaguardar la salud del equipo y contribuir a la mejor utilización de los recursos disponibles. Igualmente, es importante que el personal reciba formación constante para garantizar que el conocimiento técnico y la perspectiva ambiental estén alineados en cada fase del proceso.

En segundo lugar, se observa que, al implementar indicadores de gestión ambiental y herramientas para evaluar el impacto ecológico, la organización es capaz de hacer elecciones más fundamentadas, examinar el desempeño ambiental de sus actividades y promover una cultura de mejora continua.

13. RECOMENDACIONES

- **Fortalecer la capacitación técnica del personal**

Es aconsejable establecer programas de aprendizaje continuo que se centren en el uso de productos biodegradables, la administración de desechos y las regulaciones ambientales

vigentes. Estas formaciones deben adaptarse a los diversos niveles operativos de la compañía, asegurando que todos entiendan y pongan en práctica los procesos de manera adecuada.

- **Implementar un sistema de indicadores ambientales**

Es aconsejable crear una tabla de indicadores para la administración del medio ambiente que facilite la evaluación precisa de factores como el uso de artículos biodegradables, la producción de desechos, la efectividad en el consumo de agua y los hallazgos de las auditorías internas.

- **Actualizar periódicamente el manual de procesos**

Dado que las normativas ambientales y las tecnologías en productos biodegradables están en constante cambio, es recomendable revisar y actualizar el manual al menos una vez al año, incorporando nuevas prácticas, materiales o disposiciones legales que sean relevantes.

- **Fomentar una cultura ambiental interna**

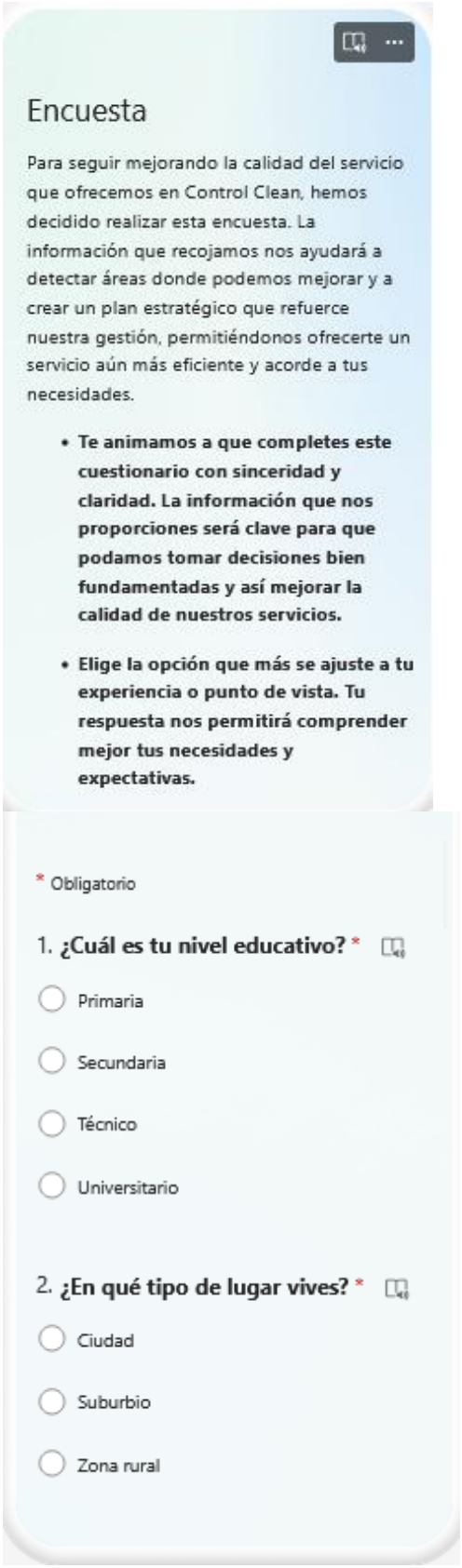
Es crucial que la sostenibilidad se vea como un valor compartido dentro de la organización. Para lograrlo, se sugiere llevar a cabo campañas internas de concienciación, ofrecer incentivos para fomentar prácticas responsables y crear espacios donde todos puedan participar y proponer mejoras.

14. REFERENCIAS

Ministerio del Medio Ambiente. (2022). Guía para el uso de productos biodegradables en la industria de la limpieza. Gobierno de Chile. **https://www.mma.gob.cl/documento.pdf**

Ministerio del Medio Ambiente. (2022). Guía para el uso de productos biodegradables en la industria de la limpieza (pp. 15–22). Gobierno de Chile. **https://www.mma.gob.cl/documento.pdf**

NEXO B: ENCUESTA REALIZADA



Encuesta

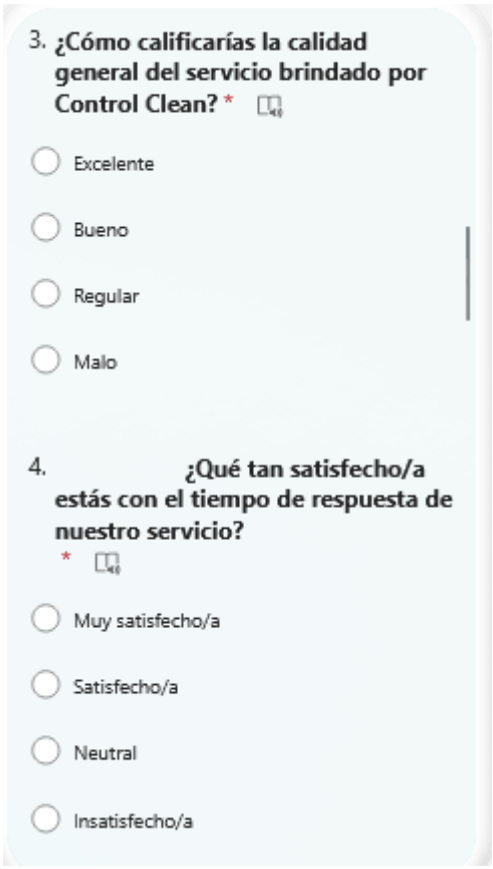
Para seguir mejorando la calidad del servicio que ofrecemos en Control Clean, hemos decidido realizar esta encuesta. La información que recojamos nos ayudará a detectar áreas donde podemos mejorar y a crear un plan estratégico que refuerce nuestra gestión, permitiéndonos ofrecerte un servicio aún más eficiente y acorde a tus necesidades.

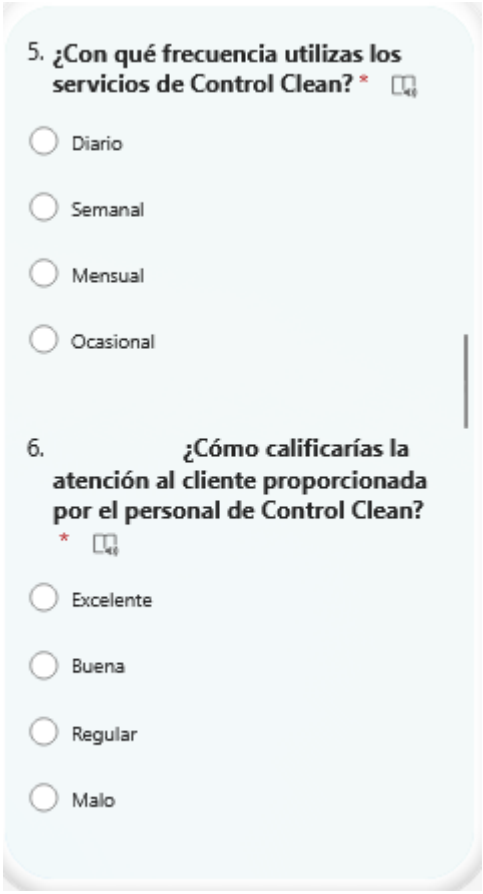
- **Te animamos a que completes este cuestionario con sinceridad y claridad. La información que nos proporciones será clave para que podamos tomar decisiones bien fundamentadas y así mejorar la calidad de nuestros servicios.**
- **Elige la opción que más se ajuste a tu experiencia o punto de vista. Tu respuesta nos permitirá comprender mejor tus necesidades y expectativas.**

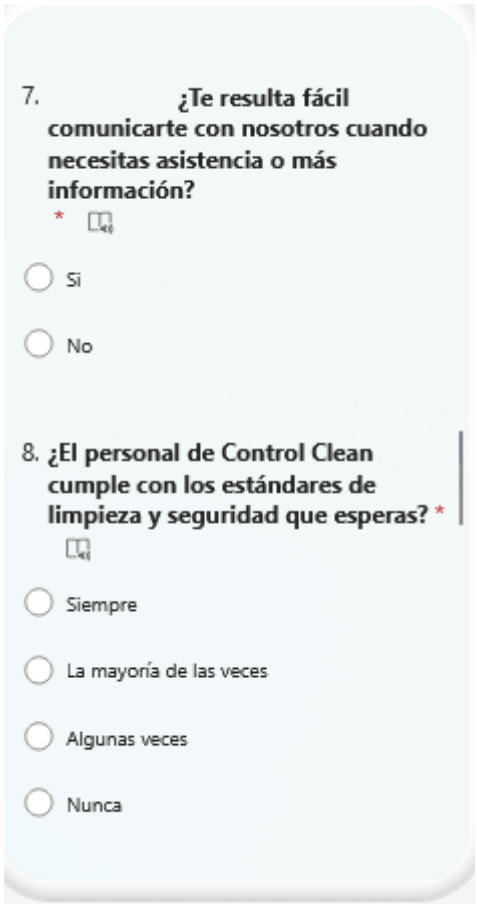
* Obligatorio

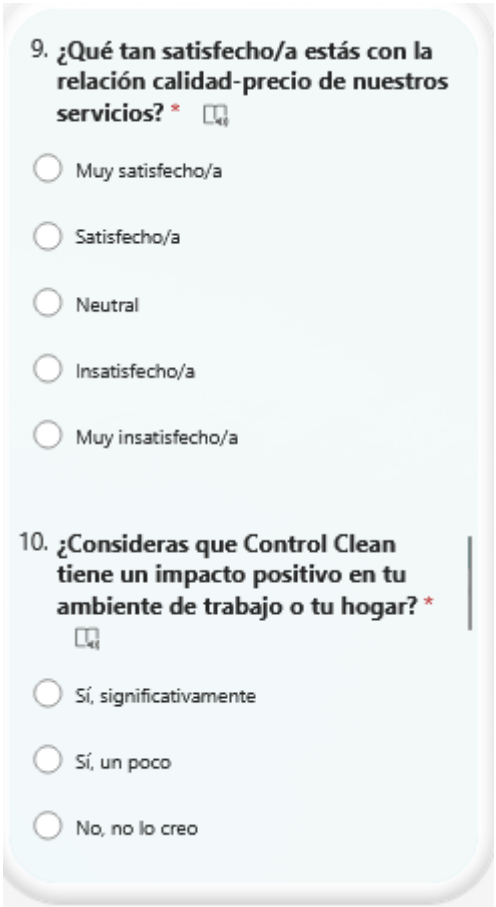
1. **¿Cuál es tu nivel educativo?** *
   - Primaria
   - Secundaria
   - Técnico
   - Universitario

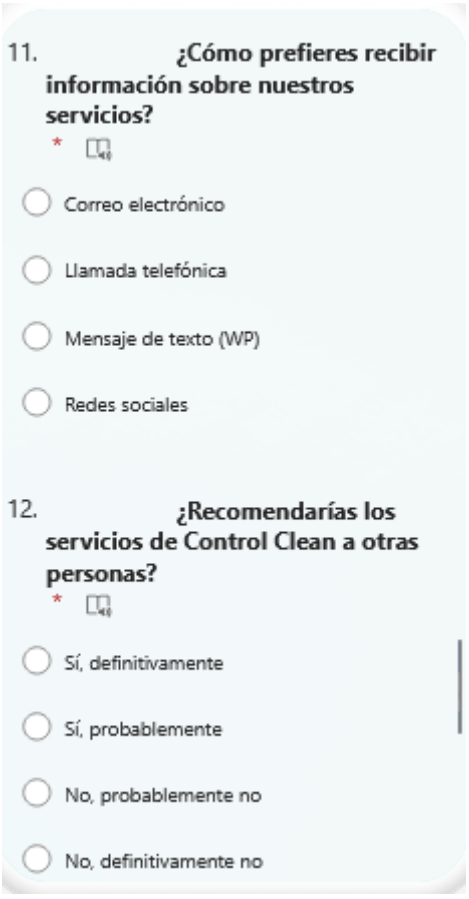
2. **¿En qué tipo de lugar vives?** *
   - Ciudad
   - Suburbio
   - Zona rural

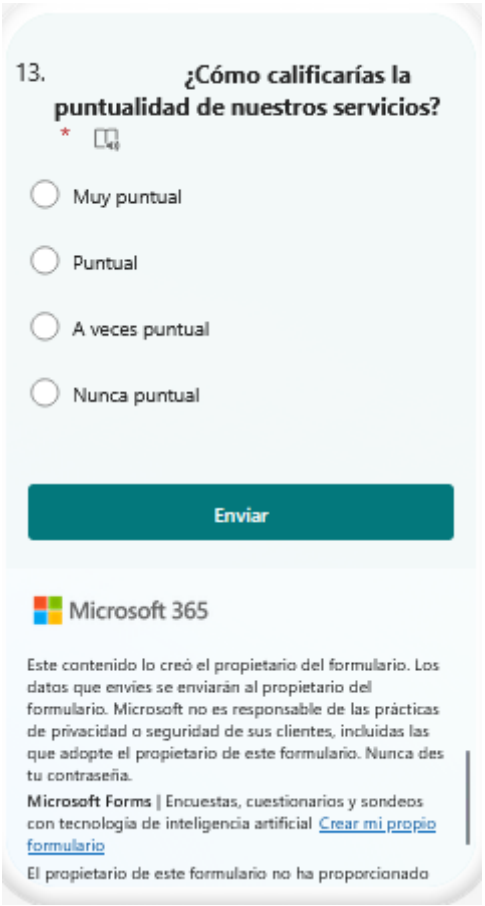

3. ¿Cómo calificarías la calidad general del servicio brindado por Control Clean? *
Excelente
Bueno
Regular
Malo
4. ¿Qué tan satisfecho/a estás con el tiempo de respuesta de nuestro servicio? *
Muy satisfecho/a
Satisfecho/a
Neutral
Insatisfecho/a


5. ¿Con qué frecuencia utilizas los servicios de Control Clean? *
Diario
Semanal
Mensual
Ocasional
6. ¿Cómo calificarías la atención al cliente proporcionada por el personal de Control Clean? *
Excelente
Buena
Regular
Malo


7. ¿Te resulta fácil comunicarte con nosotros cuando necesitas asistencia o más información? *
Si
No
8. ¿El personal de Control Clean cumple con los estándares de limpieza y seguridad que esperas? *
Siempre
La mayoría de las veces
Algunas veces
Nunca


9. ¿Qué tan satisfecho/a estás con la relación calidad-precio de nuestros servicios? *
Muy satisfecho/a
Satisfecho/a
Neutral
Insatisfecho/a
Muy insatisfecho/a
10. ¿Consideras que Control Clean tiene un impacto positivo en tu ambiente de trabajo o tu hogar? *
Sí, significativamente
Sí, un poco
No, no lo creo


11. ¿Cómo prefieres recibir información sobre nuestros servicios?
*
Correo electrónico
Llamada telefónica
Mensaje de texto (WP)
Redes sociales
12. ¿Recomendarías los servicios de Control Clean a otras personas?
*
Sí, definitivamente
Sí, probablemente
No, probablemente no
No, definitivamente no


13. ¿Cómo calificarías la puntualidad de nuestros servicios?
*
Muy puntual
Puntual
A veces puntual
Nunca puntual
Enviar
Microsoft 365
Este contenido lo creó el propietario del formulario. Los datos que envíes se enviarán al propietario del formulario. Microsoft no es responsable de las prácticas de privacidad o seguridad de sus clientes, incluidas las que adopte el propietario de este formulario. Nunca des tu contraseña.
Microsoft Forms | Encuestas, cuestionarios y sondeos con tecnología de inteligencia artificial Crear mi propio formulario
El propietario de este formulario no ha proporcionado

ANEXO C: MATERIALES Y COSTOS

6. Los materiales a utilizar son los siguientes:

7. Biodegradables:

8. • Detergente biodegradable a un costo unitario de $ 3 por litro.

9. • Cloro biodegradable a un costo unitario de $ 1,10 por litro.

10. • Ambiental biodegradable a un costo unitario de $ 1,60 por litro.

11. • Desengrasante biodegradable a un costo unitario de $ 3,80 por litro.

12. • Limpia vidrios biodegradables a un costo unitario de $ 1,20 por litro.

13.

14. Adicionales:

15. • Trapeador a un costo unitario de $ 2,30.

16. • Escoba a un costo unitario de $ 1,70.

17. • Paños a un costo unitario de $ 0,35.

18. • Guantes a un costo unitario de $ 0,90.

19. • Valde a un costo unitario de $ 2,20.

Cálculo de Costos Mensuales por Cliente

Cada cliente requiere 2 litros de productos biodegradables al mes. Para ello, se calcula primero el gasto en cada producto y luego se suma el total de productos que utiliza cada cliente mensualmente.

Materiales adicionales que se utilizarán mensualmente para todos los clientes, por lo que se distribuye su costo por cliente:

1. Trapeador: $2.30

2. Escoba: $1.70

3. Paños: $0.35

4. Guantes: $0.90

5. Valde: $2.20

Costo Total de Materiales por Cliente al Mes

Sumando los costos de los productos biodegradables y los materiales adicionales, el costo total mensual por cliente queda así:

- Costo total de productos biodegradables = $10.70
- Costo total de materiales adicionales = $7.45
- Costo total mensual por cliente = Costo de productos biodegradables + Costo de materiales adicionales
- Costo total mensual por cliente = 10.70 + 7.45 = 18.15

Cálculo de Costos Mensuales para Todos los Clientes

Si se proyecta una base de 80 clientes al mes, el cálculo del costo total mensual de los productos biodegradables y materiales para todos ellos son los siguientes:

Costo total mensual para 80 clientes = $ 18.15 x 80 = $ 1,452

Cálculo de Costos Anuales

Para tener una visión de los costos a lo largo del año, se multiplica el costo mensual de productos y materiales por 12 meses:

Costo anual de productos y materiales = $ 1,452 x 12 = $ 17,424

Resumen de Cálculos de Costos

- Costo mensual por cliente: **$18.15**
- Costo mensual para 80 clientes: **$1,452**
- Costo anual para 80 clientes: **$17,424**

Estos cálculos permiten comprender cómo se distribuyen los costos de los materiales y a asegurar que el negocio sea rentable. Tener una visión clara de los costos permiten ajustar la estructura de precios y los recursos según lo que el mercado necesita. Además, proporciona una base sólida para proyectar la viabilidad financiera tanto a corto como a largo plazo.

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

TESA

La Dirección de Titulación, certifica que el trabajo final presentado por **RODRIGUEZ ZUÑIGA DIANA PATRICIA**, ha sido sometido a un análisis de similitud mediante la herramienta Turnitin.

El resultado obtenido refleja un **7%** de similitud, porcentaje que se encuentra dentro de los parámetros establecidos por el Instituto Superior Tecnológico San Antonio – TESA, cumpliendo con los criterios de originalidad y autenticidad académica exigidos.

Quito,26 de mayo del 2025

DIRECCIÓN TITULACIÓN

Pablo Heredia