



BENEMÉRITA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE PUEBLA
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA

**SECRETARÍA DE INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS DE
POSGRADO**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA A TRAVÉS DE
UNA PLATAFORMA DIGITAL EN LA CIUDAD DE PUEBLA”**

TESINA
Para Obtener el Grado de
Maestra en Administración de Negocios Global

DIRECTORA:

Dra. María Del Socorro Enriqueta López Moreno

ASESORES:

Dr. José Cruz Morales Carpinteyro
M.A. Maria Luisa Flores Hernández

PRESENTA:

Nitzayel Toscano Pérez

Puebla, Pue. Octubre 2023



BUAP

Oficio No. FCP/SIEP-DIG.0024/2023
Asunto: Digitalización de la Tesina

C. *TOSCANO PÉREZ NITZAYEL*

PRESENTE

Por medio del presente tengo a bien comunicarle que se autoriza la digitalización en formato PDF, de la Tesina denominada "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA A TRAVÉS DE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN LA CIUDAD DE PUEBLA", a fin de sustentar el examen profesional para obtener el grado de MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBAL MODALIDAD A DISTANCIA.

Sin más por el momento, quedo de usted.

ATENTAMENTE

"Pensar Bien, Para Vivir Mejor"

H. Puebla de Z., 15 de octubre de 2023

DRA. RAFAELA MARTÍNEZ MÉNDEZ

Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado



c.c.p. SIEP
RMM*/GMJ

Facultad
de Contaduría
Pública

Bldv. Capitán Carlos Camacho Espíritu,
No. 70 Col. Universidades,
Ciudad Universitaria,
Puebla, Pue. C.P. 72570
Tel. 222 229 55 00 Ext. 5552

DRA. RAFAELA MARTÍNEZ MÉNDEZ

Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado

Facultad de Contaduría Pública

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Presente

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Directora** de la tesis denominada: "**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA A TRAVÉS DE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN LA CIUDAD DE PUEBLA**", elaborada por la alumna de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBAL** de nombre:

NITZAYEL TOSCANO PÉREZ

Informo a usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Sin otro particular, quedo de usted.

ATENTAMENTE

H. Puebla de Z., a 12 de octubre de 2023



DRA. MARÍA DEL SOCORRO ENRIQUETA LÓPEZ MORENO

DRA. RAFAELA MARTÍNEZ MÉNDEZ

Secretaria de Investigación y Estudios de Posgrado

Facultad de Contaduría Pública

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

P r e s e n t e

Por este conducto la que suscribe en mi calidad de **Asesora Metodológica** de la tesis denominada: “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA A TRAVÉS DE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN LA CIUDAD DE PUEBLA**”, elaborada por la alumna de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBAL** de nombre:

NITZAYEL TOSCANO PÉREZ

Informo a usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Sin otro particular, quedo de usted.

ATENTAMENTE

H. Puebla de Z., a 12 de octubre de 2023



M.A. MARÍA LUISA FLORES HERNÁNDEZ

DRA. RAFAELA MARTÍNEZ MÉNDEZ
Secretaría de Investigación y Estudios de Posgrado
Facultad de Contaduría Pública
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
P r e s e n t e

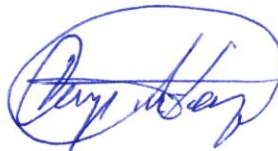
Por este conducto el que suscribe en mi calidad de **Asesor Temático** de la tesis denominada: “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE LIMPIEZA A TRAVÉS DE UNA PLATAFORMA DIGITAL EN LA CIUDAD DE PUEBLA**”, elaborada por la alumna de la **MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GLOBAL** de nombre:

NITZAYEL TOSCANO PÉREZ

Informo a usted que a mi juicio el citado trabajo cumple con los requisitos técnicos y metodológicos necesarios, por lo que no tengo inconveniente en liberarlo para que se continúe con los trámites de titulación que procedan.

Sin otro particular, quedo de usted.

ATENTAMENTE
H. Puebla de Z., a 12 de octubre de 2023



DR. JOSÉ CRUZ MORALES CARPINTEYRO

Dedicatoria

Le dedico el resultado de este trabajo a toda mi familia. Principalmente a mis padres Olga y Esteban que con su esfuerzo, dedicación, ejemplo y amor me han guiado durante toda la vida, me han enseñado a ser la persona que hoy soy y me han servido como inspiración para cada día trabajar en el cumplimiento de mis metas.

También le dedico este trabajo a mi esposo Víctor. Por tu paciencia, tu amor, por enseñarme la mejor manera de enfrentar los problemas, por siempre creer en mí y por planear nuestro crecimiento personal y profesional juntos.

ÍNDICE

Resumen del Proyecto	1
I. Introducción.....	3
II. Planteamiento del Problema	6
III. Justificación.....	8
IV. Objetivos de la Investigación	10
IV.1 Objetivo General.....	10
IV.2 Objetivos Específicos	10
V. Metodología y Plan de Trabajo	11
VI. Cronograma de Actividades.....	12
Capítulo I Marco Teórico.....	13
A. Plan de Negocios.....	13
1. Estructura de un Plan de Negocio.....	14
1.1 Resumen Ejecutivo.....	14
1.2 Descripción del Negocio.....	14
1.3 Análisis del Sector y del Mercado	15
1.4 Modelo de Negocios.	17
1.5 Plan de Mercadotecnia y Ventas.	18
1.6 Plan de Organización y Administración Legal	20
1.7 Plan de Operaciones	22
1.8 Plan Financiero.....	23
B. Plataformas Digitales	24
Capitulo II. Plan de Negocios de la Empresa.....	26
2.1 Descripción del Negocio.....	26
2.2 Análisis de Viabilidad	27
2.3 Análisis de Factibilidad.....	42
2.4 Análisis de Rentabilidad	60
Capitulo III. Conclusiones	68
Referencias.....	71

Resumen del Proyecto

Con el desarrollo de la tecnología se ha visto un gran cambio en la forma en que las personas adquieren productos y servicios, esto ha provocado que las empresas se adapten a las nuevas necesidades del mercado, teniendo que introducir sus negocios al comercio electrónico y habiendo como consecuencia un incremento de este tanto en México como en el resto del mundo.

El presente trabajo denominado “Plan de negocios para la prestación de servicio de limpieza a través de una plataforma digital en la ciudad de Puebla” evalúa la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la creación de una empresa del sector servicio dedicada a la contratación de servicio de limpieza doméstica por medio del comercio electrónico “e-commerce” a través de la elaboración del plan de negocios de la empresa donde se define el concepto del negocio, se realiza un estudio de mercado, técnico y económico.

En la estructura del plan de negocios se incluye el resumen ejecutivo y la descripción del negocio que sirven como carta de presentación para posibles inversionistas, el análisis del sector y del mercado que permite evaluar el entorno, el sector y la competencia, el modelo de negocios con el cual se definen los objetivos, misión, visión y valores del mismo, se hace un plan de mercadotecnia donde se plantean las estrategias del servicio, precio, distribución y promoción para alcanzar los objetivos del negocio previamente definidos, el plan de organización de la empresa y administración legal que consiste en la administración de los recursos humanos de la organización y su estructura legal, el plan de operaciones que describe el procedimiento y necesidades técnicas para la prestación del servicio y el plan financiero que evalúa la viabilidad rentabilidad y factibilidad del negocio.

Además, el plan de negocios servirá como guía para nuevas o existentes pequeñas y medianas empresas que quieran entrar al comercio electrónico y así puedan evaluar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de su negocio.

I. Introducción

A nivel mundial el comercio electrónico se encuentra en crecimiento. China lidera este tipo de comercio con 2.7 billones de dólares gastados online en el 2022, según datos estadísticos de emarketer. (eMarketer, 2023)

Asia produce más del 50% de todas las ventas globales de comercio electrónico con mercados desarrollados como China, Corea del Sur y Japón. En Arabia Saudita y los Emiratos Árabes, la penetración online ha aumentado significativamente en el último año, teniendo un ritmo de crecimiento del canal online que casi se duplicó en ambos países en 2021 respecto a 2020. Estados Unidos se encuentra entre los cinco principales países de comercio electrónico que atienden el 12% de las ventas totales de bienes de consumo para el mercado y hasta el 30% de las ventas en los mercados globales, como señala Data Impact de NielsenIQ. (Nielsen IQ, 2022)

América Latina se encuentra en una curva de crecimiento pronunciada con las ventas de bienes de consumo online que aumentaron un 35,4% en 2021. En Europa, la tasa de crecimiento de bienes de gran consumo online frente a la offline es notable: en Italia, es 16.2 veces mayor y más de 10 veces superior en el Reino Unido, España y los Países Bajos. El Reino Unido es el mercado electrónico europeo más maduro, donde las categorías de alimentos frescos tienen un papel importante en las plataformas online, generando 9.700 millones de libras para el comercio digital. (Nielsen IQ, 2022)

Un estudio de venta online 2022 realizado por la Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO), muestra el crecimiento exponencial del e-commerce en México. El comercio electrónico en México alcanzó los \$401.3 mil millones de pesos en 2021, habiendo experimentado un crecimiento del 27% en comparación con el año anterior. Debido a esto, el comercio electrónico

representa el 11.3% de las ventas totales al menudeo. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022)

Según datos de la AMVO. Por tercer año, Mexico se encuentra en el top 5 de países con mayor crecimiento en e-commerce Retail, o comercio electrónico minorista. El perfil demográfico del comprador digital mexicano tuvo un crecimiento en el sector femenino, ganando terreno en poblaciones con poder adquisitivo en edades entre 25 y 64 años. Se reactiva el comprador de niveles socioeconómicos medios y bajos y el sureste de Mexico resulta tener mayor participación que en años anteriores. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022)

La plataforma digital de interés para el plan de negocios propuesto en este trabajo es la de comercio electrónico con subclasificación B2C (Business to Consumer) que se refiere al comercio de productos y servicios entre personas morales y personas físicas. Específicamente a través del sitio web y aplicación móvil del negocio.

Las aplicaciones móviles apoyan al e-commerce de manera que el usuario tiene acceso fácil y rápido a la compra de productos y servicios, facilita la obtención de datos estadísticos del cliente como edad, ubicación, entre otros que pueden ser utilizados posteriormente en la planeación estratégica del negocio.

Así mismo el plan de negocios permite evaluar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de un proyecto, así como también es una carta de presentación a futuros inversionistas y permite comunicar los pasos necesarios para lograr los objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

La presente tesina propone el plan de negocios para la prestación de servicios de limpieza doméstica a través de una plataforma digital, específicamente a través del sitio web y la aplicación móvil del negocio.

II. Planteamiento del Problema

De acuerdo con datos estadísticos de eMarketer, se estima que la cifra de negocios a nivel mundial del comercio electrónico alcanzará los 6 billones de euros en 2023 y superará los 7 billones de euros para el 2025, siendo el doble de la cifra del 2019. El pronóstico de crecimiento de las ventas e-commerce en retail, o comercio electrónico minorista, es de alrededor del 9 % en 2023; una tasa de crecimiento que se espera que se mantenga bastante estable durante el próximo trienio. Se muestra una estabilización tras el aumento disparado del crecimiento del e-commerce a nivel mundial en 2020, el cual fue del 20% a raíz de los confinamientos y las restricciones derivados de la pandemia COVID19. (Stackscale, 2023)

México se encuentra en el sexto lugar de los diez principales países clasificados por comercio electrónico minorista, teniendo un porcentaje de cambio del 14.2% en el 2023 respecto al año anterior. (eMarketer, 2023, pág. 3).

Además, el comercio electrónico en México generó en el 2021 un total, de \$401.3 mil millones de pesos, representando un 11.3% del total del canal de menudeo en México y de acuerdo con la Asociación Mexicana de Venta Online se espera que en el 2022 las pequeñas y medianas empresas se integren al ecosistema y requieran capacitación en comercio electrónico. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022, pág. 15)

En la ciudad de Puebla no existen empresas que ofrezcan el servicio de limpieza doméstica cuya contratación sea a través del comercio electrónico, sin embargo, existe una necesidad de este negocio debido a que actualmente el total de personas económicamente activas en la ciudad de Puebla es de 3,077,202 personas del cual 40% son mujeres, dicho porcentaje se encuentra en crecimiento teniendo un aumento del 48% en el primer trimestre del 2022.

Una jornada laboral semanal es de 48 horas y de acuerdo con los datos de la encuesta Nacional sobre el Uso del Tiempo realizada en el 2022, se sabe que el promedio una mujer con participación económica activa invierte 33.7 horas a la semana en trabajo doméstico no remunerado para el propio hogar, mientras que un hombre con participación económica activa invierte 13 horas a la semana en trabajo doméstico no remunerado para el propio hogar, esto significa que las personas solo cuentan con 2 horas diarias en promedio para actividades de ocio, estudios y cuidados familiares. A pesar del poco tiempo disponible las personas tienen desconfianza de contratar este tipo de servicio debido principalmente por la inseguridad.

Por lo antes mencionado y debido al cambio en la forma en que los consumidores obtienen productos y servicios y el crecimiento del comercio electrónico en Mexico en los últimos años, dentro de esta investigación se evaluará la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la introducción de una empresa de la rama Industrial Servicios de Limpieza al comercio electrónico por medio de la creación de su Plan de Negocios, que sirva como guía para nuevas o existentes pequeñas y medianas empresas que quieran introducirse al comercio electrónico.

III. Justificación

La forma de obtener productos y servicios ha cambiado a lo largo de los años, sin embargo, debido a la contingencia sanitaria que se vivió desde el 2020, el consumo digital ha incrementado considerablemente en el último año beneficiando a pequeñas, medianas y grandes empresas.

De acuerdo con un reporte realizado por Fitch Solutions, se proyecta que las ventas por e-commerce crecerán un promedio anual de 11.9% en toda Latinoamérica anualmente, alcanzando 18 000 MDD en ventas en México. (Rodríguez, 2019)

Los cambios a los que nos hemos enfrentado en el último año han impulsado el crecimiento del comercio electrónico, pero no será un efecto pasajero ya que como lo indica el reporte, nuestro país ofrece las mayores oportunidades para el e-commerce debido a un creciente nivel de adopción de tecnología.

El perfil demográfico del comprador digital mexicano tuvo un crecimiento en públicos de edades superiores a los 45 años, el segmento femenino resalta, especialmente en niveles socioeconómicos medios altos, de acuerdo con una encuesta realizada por la AMVO. (Asociación Mexicana de Venta Online, 2022)

Además, las plataformas digitales funcionan como intermediarios entre el usuario y una empresa que ofrece un producto o un servicio y permiten a los usuarios realizar una gran variedad de actividades y transacciones de manera eficiente. A la empresa le permite poner al alcance sus productos o servicios a mayor cantidad de personas.

Ante tal situación se puede deducir que existe una oportunidad a través del desarrollo de un plan de negocios para la creación de una empresa dedicada a la contratación de servicios de

limpieza doméstica a través del comercio electrónico, específicamente a través del sitio web y la aplicación móvil del negocio.

Considerando que la aplicación de un plan de negocios permite determinar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de un negocio, proyectar el plazo de retorno financiero, sirve como carta de presentación a los inversionistas y ayuda a plantear objetivos claros del negocio.

IV. Objetivos de la Investigación

IV.1 Objetivo General

Proporcionar una guía detallada y estructurada, mediante un plan de negocios, para el desarrollo, lanzamiento y gestión de una empresa dedicada a la contratación de servicio de limpieza doméstica a través del comercio electrónico en la ciudad de Puebla.

IV.2 Objetivos Específicos

- Definir los conceptos que implican un plan de negocios.
- Determinar la viabilidad del plan de negocios, a través de un estudio de mercado, analizando la oferta y la demanda potencial.
- Determinar la Factibilidad del plan de negocios, considerando la disponibilidad de recursos humanos, la infraestructura, la logística y la capacidad de producción o prestación de servicios de limpieza mediante el uso del e-commerce.
- Determinar la rentabilidad del plan de negocios mediante la evaluación económica de los costos estimados, los ingresos proyectados, la disponibilidad de financiamiento, proyecciones financieras, estados de resultados, balances y flujos de efectivo, para asegurarse de que el plan genere ingresos suficientes para cubrir los costos y genere rentabilidad mayor a la TREMA (Tasa de retorno esperada Mínima aceptable).

V. Metodología y Plan de Trabajo

El enfoque de la investigación es mixto iniciando con la idea que es la introducción de un servicio ya existente, el de la limpieza doméstica al comercio electrónico. Se realizó el análisis cualitativo a través de la revisión de la literatura incluyendo la estructura de un plan de negocios, el uso de plataformas digitales y análisis de estudios del comercio electrónico en México, datos estadísticos de la población mexicana referente al comportamiento de la compra en línea, el uso de tiempo y el trabajo doméstico remunerado.

El análisis cuantitativo se realizó a través de la aplicación de un instrumento, encuestas aplicadas en la ciudad de Puebla, dicho instrumento fue aplicado para entender al posible consumidor, los resultados de la encuesta son necesarios para elaborar el estudio de mercado, la segmentación del mercado, definir la mezcla de mercadotecnia y las estrategias de la organización.

De acuerdo con la información teórica recolectada se elaborará el Plan de negocios de la empresa de manera estructurada incluyendo el estudio de mercado, técnico y económico para evaluar la viabilidad financiera y el retorno de la inversión de la introducción del servicio de limpieza doméstica al comercio electrónico. Finalmente se presentará un análisis de los resultados obtenidos en la evaluación financiera y se concluirá si la inversión es rentable.

Capítulo I Marco Teórico

A. Plan de Negocios

Conceptualmente es la planeación de una empresa o negocio considerando cada una de sus áreas y todo aquello que afecta su desenvolvimiento en el mercado, ayuda a visualizar como debe operar cada una de las áreas de una empresa para lograr los objetivos deseados de manera eficiente. (Viniestra, 2007)

Según Zorita (2015), la elaboración de un plan de negocios tiene dos objetivos, el primero es el objetivo interno que permite al promotor de una oportunidad de negocio llevar a cabo un estudio de todas las variables que pueden afectar dicha oportunidad y así determinar la viabilidad del proyecto. El segundo es el objetivo externo ya que funciona como una carta de presentación del proyecto ante terceras personas como bancos o inversionistas.

De tal forma que la elaboración de un plan de negocios nos permite comunicar de manera interna y externa los pasos o actividades necesarias para lograr los objetivos de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

1. Estructura de un Plan de Negocio

1.1 Resumen Ejecutivo.

En el resumen ejecutivo se deben describir los aspectos más importantes del proyecto, describiendo el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados del proyecto, las necesidades de financiamiento y las conclusiones de viabilidad. (Zorita Lloreda, pág. 23)

1.2 Descripción del Negocio.

La descripción del negocio debe incluir la descripción de la idea empresarial, la razón social, el nombre comercial, la sociedad o tipo de empresa, socios, monto del capital, representante legal, dirección general, contador general, responsable de áreas clave, dirección del negocio, dirección fiscal, identidad corporativa. (Entreprenur, pág. 2)

La descripción de la idea empresarial explica si el proyecto consiste en la comercialización de un producto o la prestación de un servicio, concentrándose en qué necesidad satisface, se incluye la tipología de clientes a quienes se les venderá, dónde y cómo se venderá, mencionando cuales son las ventajas competitivas y que factores determinan la elección de la idea de negocio. (Entreprenur, pág. 3)

A continuación, se debe indicar la razón social que es el establecido en el acta consecutiva seguido del nombre comercial de la empresa y la razón de su elección. El nombre debe ser descriptivo, original, atractivo, claro y simple y debe distinguir el producto o servicio de la

competencia, facilitar la adquisición, la compra repetitiva y la publicidad y promoción. (Entrepreneur, pág. 3)

Posteriormente se incluye el tipo de sociedad con una breve descripción de los socios incluyendo la cantidad de socios, responsabilidades y aportaciones de capital. De acuerdo con la guía de negocios Entrepreneur las opciones para constituir la empresa son: Persona Física, Sociedad Anónima de Capital Variable SA de CV y Sociedad de Responsabilidad Limitada SRL de CV. (Entrepreneur, pág. 3)

El representante legal es la persona elegida que tiene el poder legal para realizar trámites en nombre de los socios.

La dirección del negocio y dirección fiscal pueden ser la misma, se recomienda tomar en cuenta que la ubicación del negocio debe ser estratégica para sus clientes, proveedores y colaboradores. (Entrepreneur, pág. 5)

Por último, la identidad corporativa son todos los elementos que conforman la imagen del negocio donde se incluye logo, uniformes, sitio de internet, facturas, etc. (Entrepreneur, pág. 9)

1.3 Análisis del Sector y del Mercado

Análisis externo

En el análisis de mercado externo se obtienen datos del mercado en el que se propone entrar, para esto debe estar claro quiénes son y donde están los clientes potenciales, y quienes son y cómo actúan los principales competidores. A modo de conocer el mercado, el análisis se divide en los siguientes apartados (Zorita Lloreda, pág. 36):

- Análisis del entorno: En él se estudian las variables que se considera tendrán un impacto en la actividad del negocio. Centrándose en las variables políticas, económicas, sociales y tecnológicas de acuerdo con el estudio PEST.
- Análisis del sector: Se debe estudiar el tamaño del sector, su evolución, segmentación, barreras de entrada y salida, y poder de proveedores o clientes que podrían afectar la fijación de precios.
- Análisis de la competencia: Es conveniente identificar quien es y cómo es la competencia, así como analizar sus fortalezas y debilidades y realizar la evaluación de la posición competitiva de los competidores.

En este punto se debe analizar la competencia directa que se da entre las empresas que ofrecen los mismos productos o servicios para satisfacer las mismas necesidades. Por lo regular también comparten puntos de venta, oferta y demanda del mercado y área geográfica del público objetivo. (Lenis, 2023)

Así como también la competencia indirecta, que se refiere a las empresas que ofrecen productos diferentes pero que satisfacen las mismas necesidades de distinta forma y que compiten en el mismo mercado, además es posible que no estén disponibles en los mismos puntos de venta. (Lenis, 2023)

- Aspectos cualitativos de la demanda: En este punto se debe elegir el mercado objetivo y definir sus características, realizar la segmentación de mercado, determinar el mercado objetivo y analizar las motivaciones de compra a través de encuestas.

Análisis interno

El análisis interno comprende un estudio los recursos y capacidades, realizar un benchmarking con el fin de identificar las estrategias y de ser posible aplicarlas al negocio y verificar si la futura localización del negocio ofrece ventajas o desventajas. (Zorita Lloreda, pág. 66).

Análisis de la situación. El análisis de la situación busca determinar los factores internos y externos que afectarán las oportunidades del negocio, esto se hace por medio del análisis FODA (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) para posteriormente diseñar su formulación estratégica. (Zorita Lloreda, pág. 66).

1.4 Modelo de Negocios.

Se incluyen los objetivos del negocio y las estrategias a seguir para conseguirlos, dichas estrategias buscan identificar y diseñar las alternativas que se tienen para lograr la misión, visión y objetivos del negocio. Las estrategias del nuevo negocio deben contemplar las estrategias corporativas, genéricas, y estrategias de mercadotecnia incluyendo estrategias de segmentación y posicionamiento. Por su parte, la misión y la visión son la base para determinar los objetivos del negocio. (Zorita Lloreda, pág. 73)

La misión define el negocio al que se dedica la organización, las necesidades que cubren con sus productos y servicios, el mercado en el cual se desarrolla la empresa y la imagen pública de la empresa u organización. (Zorita Lloreda, pág. 73)

La visión define y describe la situación futura que desea tener la empresa, el propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización. (Zorita Lloreda, págs. 73-74)

Objetivos estratégicos.

Los objetivos son los resultados, cuantificados, ubicados en tiempo y lugar, realistas y consistentes entre sí, que se prevé alcanzar con la implantación de un Plan de Negocio y deben girar en torno a tres pilares: crecimiento en ventas, rentabilidad y consolidación de un mercado. (Zorita Lloreda, pág. 75)

Además, en el modelo de negocios se debe incluir la especificación del producto o servicio que consiste en describir sus características, las empresas de servicios pueden ahondar en servicios postventa, capacitación, entre otras., aquí se incluye la descripción de la ventaja competitiva, el análisis de los posibles cambios en el mercado y la implementación de nuevos productos y servicios.

1.5 Plan de Mercadotecnia y Ventas.

El plan operativo de mercadotecnia define las decisiones a adoptar relativas al producto, precio, distribución y comunicación para alcanzar los objetivos del negocio previamente definidos. Los objetivos de mercadotecnia deben girar en torno a ventas, márgenes y posicionamiento, además deben ser cuantificables.

Estrategia del servicio:

Los servicios están conformados de los siguientes elementos: Localización de sus oficinas, presentación de los empleados, horario en el que se realiza el servicio, calidad del servicio, formas de apago, entre otros. (Zorita Lloreda, pág. 85)

Estrategia de precio

Se deben fijar los precios de comercialización del producto o servicio y compararlos con los de la competencia. A continuación, hay que cuantificar el margen bruto y calcular si dicho margen puede soportar los diferentes tipos de costos y generar un beneficio para la empresa. En el caso de que los precios de los productos o servicios sean menores que los de la competencia, esto se debe explicar en el Plan de Empresa aludiendo a una mayor eficiencia en la producción, menores costos laborales, menores costos en la distribución, etc. Si los costos fueran mayores, habría que explicar el sobreprecio en términos de novedad, calidad, garantía, prestaciones, servicio, etc. (Zorita Lloreda, pág. 86)

En el caso de los servicios, estos pueden tener un precio variable dependiendo del diseño que se haga en colaboración con el cliente. En este caso, la estrategia de precio dependerá de la personalización y especialización del servicio, tiempo dedicado, urgencia, experiencia y calidad del servicio. En esta sección se debe detallar la previsión de ventas anuales, explicando claramente en base a que datos se ha realizado. (Zorita Lloreda, pág. 87)

Estrategia de Distribución:

Se determina la manera en la que se va a entregar el servicio al consumidor final. Se deben estudiar y definir los canales de distribución y las políticas de descuentos. (Zorita Lloreda, pág. 88)

Estrategia de promoción:

Se debe comunicar a los clientes la existencia del producto o servicio, así como las ventajas que ofrece y como este puede satisfacer sus necesidades. Se debe estudiar la cantidad exacta por venta que se puede gastar en publicidad y seleccionar los medios de comunicación. (Zorita Lloreda, pág. 89)

Plan de ventas

Es importante realizar un plan de ventas que incluya el sistema de ventas, equipo de ventas, estructura de sueldos, políticas de ventas y capacitación de la fuerza de ventas. (Entreprenur, pág. 40)

1.6 Plan de Organización y Administración Legal

El plan de recursos humanos consiste en dividir y agrupar los trabajos a realizar y en definir quienes cumplirán dichas tareas, se define la estructura del negocio y se diseña el organigrama.

El análisis de los recursos humanos implica cuantas personas trabajaran en la empresa, sus funciones, tareas y responsabilidades, formación y experiencia necesaria, proceso y costo de reclutamiento y costos salariales. (Entreprenur, pág. 42)

Tabla 1*Forma Jurídica de una empresa*

Forma Jurídica	No. de socios o accionistas	Capital mínimo o máximo	Responsabilidad de los socios
Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L)	2 a 50	3000 MXN mínimo. Cada socio debe aportar 50% al momento de la constitución.	Limitada al monto de la aportación de cada uno
Sociedad en nombre colectivo	Mínimo 2, uno de los socios debe ser administrador	No existe capital mínimo para la constitución	Limitada y solidaria
Sociedad Anónima de Capital variable (S.A de C.V)	Mínimo 2, incluyendo un administrador	50 000 MXN mínimo	Limitada en función de la aportación de cada uno
Sociedad Anónima (S.A)	Mínimo 2, incluyendo un administrador	50 000 MXN mínimo	Limitada de acuerdo con la aportación de cada uno.

Fuente: Elaboración propia. Santander. (s.f.) Administrar una empresa en Mexico <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/mexico/administrar-una-empresa>

Se debe definir la estructura legal de la empresa eligiendo su forma jurídica, trámites y costos para la constitución de la empresa. Siendo en México los mostrados en la anterior Tabla 1.

1.7 Plan de Operaciones

En el plan de operaciones se pretende definir las necesidades de inversión que se precisan en cuestión de maquinaria, instalaciones, necesidades de personal.

Al hablar de un servicio se hace una descripción de los procedimientos y las necesidades técnicas en las que se incurrirá a la hora de prestar el servicio.

En el caso de servicios el programa de producción se refiere al proceso conocido como servucción. El cuál es el proceso de elaboración de un servicio, es decir, todos los elementos físicos y humanos que están detrás de la prestación de un buen servicio. (Zorita Lloreda, pág. 102)

La interacción de los tres elementos básicos de la servucción (el cliente, soporte físico y personal de contacto) permite optimizar los procesos para mejorar la experiencia del cliente.

El soporte físico son los elementos materiales que necesitara el personal de contacto para cumplir su tarea, por ejemplo: herramientas, mobiliario, uniformes, etc.

Para analizar un proceso se utilizan flujogramas que representan gráficamente las actividades de un proceso, materiales que entran o salen del proceso, decisiones que deben ser tomadas, equipamiento y personas involucradas.

En este apartado se incluye el tipo de apartado tecnológico a utilizar y la cantidad de recursos que se deben invertir en tecnologías de información y comunicación.

1.8 Plan Financiero

El plan financiero permite a los socios conocer cuál será la rentabilidad y en qué momento podrán recuperar su inversión.

El estudio económico financiero debe informar sobre lo siguiente: (Entreprenur, p. 122)

- Inversión inicial necesaria.
- Búsqueda y obtención de capital.
- Determinación de la estructura financiera de la empresa.
- Forma de cobro y pago.
- Previsiones anuales de la cuenta de explotación, plan de tesorería y balance.
- Debe cubrir un espacio temporal de 3 a 5 años.
- Evaluación de la inversión (VAN-TIR)
- Conclusiones del plan de viabilidad.

B. Plataformas Digitales

Fabian García (2020) define las plataformas digitales como infraestructuras digitales que posibilitan la interacción de dos o más grupos. Por lo tanto, se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios, clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, proveedores y hasta objetos físicos.

En el contexto empresarial, una plataforma digital es un modelo de negocio que funciona como un valor agregado para las empresas, ya que facilita el intercambio de información entre dos o más grupos independientes, en la mayoría de los casos, entre consumidores y productores. (Pérez Colin, 2021)

Existen diversos tipos de plataformas digitales entre las cuales se encuentran las educativas, sociales y las de comercio electrónico conocida como e-commerce.

La plataforma de interés para el plan de negocios propuesto es la de comercio electrónico la cual se define como “El intercambio de productos o servicios usando redes computacionales, específicamente Internet permitiendo obtener los bienes o servicios desde casa”. (Ramos, 2020)

Según Ramos (2020). Algunos de los diferentes modelos del e-commerce son:

- Tienda online: Cuenta las mismas características de las tiendas físicas, pero adaptadas para internet.
- E-commerce de afiliación: En este caso la venta del producto no se hace directamente con el productor, sino que se refiere a otra tienda a la que se le paga una comisión para conformar la venta.

- Marketplace: es un tipo de “Tienda de tiendas” en la que una gran plataforma alberga espacio online para que diversos vendedores ofrezcan sus productos.
- E-commerce de Suscripción: un modelo de negocio con automatización donde un cliente paga por suscribirse a contenidos digitales o a productos y servicios con frecuencia de compra recurrente.

Capítulo II. Plan de Negocios de la Empresa

2.1 Descripción del Negocio

Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L es una idea de negocio de una empresa de servicio que ofrecerá servicio de limpieza doméstica a habitantes de la ciudad de Puebla, la prestación del servicio estará dirigida principalmente mujeres que cuenten con poco tiempo libre como empleados o estudiantes.

La contratación del servicio se hará a través de la página web o la aplicación para teléfonos móviles llenando un formulario para la solicitud de la cotización, posteriormente se confirmará y se hará la reservación donde se indicará hora y dirección en la que se dará el servicio, finalmente se liquidará el pago una vez terminado el servicio a través de la página web o la aplicación. Los métodos de pago disponible serán Paypal, tarjeta de crédito, débito o transferencia.

Con la finalidad de brindar seguridad al cliente se contará con evaluaciones del especialista en limpieza doméstica que será realizada posterior a la prestación del servicio, así como con un procedimiento de reclutamiento, selección y contratación del personal en el que se evaluará la experiencia, se realizan exámenes psicométricos y se asegura que el empleado no cuente con antecedentes penales.

Además de que contará con el modelo de contrato de trabajo del hogar el cual consiste en inscribir a los especialistas de limpieza doméstica al seguro social con lo que se brinda seguridad y bienestar en el trabajo y ayudará a la empresa a evitar rotación del personal y a mantener los indicadores de ventas.

2.2 Análisis de Viabilidad

2.2.1 Análisis Externo

2.2.1.1 Análisis del Sector

La empresa pertenece a la rama Industrial Servicios de Limpieza, la cual en el segundo trimestre del 2022 registro un Producto Interno Bruto de \$266,153M MXN, evidenciando un alza de 3.76% con respecto al trimestre anterior (Data Mexico, 2022). Según datos del censo Económico 2019, Puebla cuenta con 75 Unidades Económicas en Servicios de Limpieza.

De acuerdo con los datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) publicados en mayo de 2022. En México, se registraron 1,627 empresas de este sector con 0 a 10 empleados, 423 empresas con 11 a 50 empleados, 111 empresas con 51 a 100 empleados y 199 empresas con más de 101 empleados. **Fuente:** DENUE, 2022.

2.2.1.2 Análisis del Entorno (Análisis PEST)

Factores Políticos:

- La Secretaría del Trabajo y Previsión Social fortalece las condiciones de trabajo de los empleados domésticos con el Modelo de contrato de trabajo del hogar.
- Guía para promover el trabajo digno en el trabajo del hogar, la cual orienta los empleadores sobre el marco legal, derechos y obligaciones del trabajo del hogar.
- Inscripción al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) a las personas trabajadoras del hogar se encuentra en una prueba piloto fase dos.

Factores Económicos:

Según la Encuesta nacional de ocupación y empleo, al primer trimestre del 2022 se tienen los siguientes datos. (Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo, 2022)

- Tasa de informalidad laboral del 70.4%: Siete de cada 10 poblanos que cuentan con empleo carecen de la protección de seguridad social.
- Tasa de desempleo del 3.07%. Se registraron 92 800 poblanos desempleados
- Fuerza laboral ocupada 2.93 millones de personas (39.3% mujeres, 60.7% hombres)
- Fuerza laboral de trabajadores domésticos: 126 000 trabajadores. 4.35% más que el trimestre anterior.

Factores Sociales:

Según la encuesta Nacional sobre el Uso del Tiempo realizada en el 2019, se tiene los siguientes datos. (Encuesta Nacional sobre el Uso del Tiempo, 2019)

- En promedio una mujer con participación económica activa invierte 33.7 horas a la semana en trabajo doméstico no remunerado para el propio hogar.
- En promedio un hombre con participación económica activa invierte 13 horas a la semana en trabajo doméstico no remunerado para el propio hogar.

Según la Encuesta Nacional de Ocupación y empleo al primer trimestre del 2022 se tienen los siguientes datos referentes a los salarios en Puebla: (Encuesta Nacional sobre el Uso del Tiempo, 2019)

- Salario promedio mensual de trabajadores informales: \$2,910.00 MXN

- Salario promedio mensual de trabajadores formales: \$5,520.00 MXN
- Salario promedio mensual de trabajadores domésticos: \$3,000.00 MXN. 3.35% más que el trimestre anterior.
- Salario mínimo diario del trabajador del hogar \$207.44 MXN

Factores Tecnológicos:

Según el censo de población y vivienda 2020, se cuenta con los siguientes datos de conectividad y servicios en el estado de Puebla. (Censo de Población y vivienda, 2020)

- 92.5% de las viviendas disponen de celular
- 64% de las viviendas tienen acceso a internet

Tabla 2

Análisis PEST

	Ponderación					Importancia			POND
	MN	NE	IN	PO	MP	Alta	Media	Baja	
Factores Políticos									
Modelo de Contrato de Trabajo en el Hogar					1	3			3
Guía para promover el trabajo digno en el trabajo del hogar					1	3			3
Inscripción al Instituto Mexicano del Seguro Social a los trabajadores del hogar					1	3			3
Factores Económicos									
Tasa de informalidad laboral del 70.4%					1	3			3
Tasa de desempleo del 3.07%			3				2		6
Fuerza laboral ocupada 2.93M de personas			3					1	3
Fuerza laboral de trabajadores domésticos: 126k				2			2		4
Factores Sociales									
Una mujer con PEA invierte 33.7 h en trabajo doméstico no remunerado del propio hogar			3				2		6
Un hombre con PEA invierte 13 h en trabajo doméstico no remunerado del propio hogar			3				2		6
Salario promedio mensual de trabajadores informales: \$2.91k MX				2		3			6

Salario promedio mensual de trabajadores formales: \$5.52k MX		4						1	4
Salario promedio mensual de trabajadores domésticos: \$3k MX.				2		3			6
Salario Mínimo del trabajador del hogar \$187.92 MX				2		3			6
Factores Tecnológicos									
92.5% de las viviendas disponen de celular					1	3			3
64% de las viviendas tienen acceso a internet					1	3			3

Fuente: Elaboración Propia. Con base al análisis PEST (Zorita Lloreda, pág. 36)

MN: Muy Negativo

PO: Positivo

NE: Negativo

MP: Muy Positivo

IN: Indiferente

Valoración del perfil	
1 a 8	Poco Relevante
9 a 18	Importante
19 a 25	Muy Importante

Los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que pueden afectar al negocio se grafican en la Tabla 2 mostrada anteriormente y se ponderan de muy negativos a muy positivo y de poco relevantes a muy importantes. Observando el gráfico se puede concluir que el entorno para el negocio es favorable, sin embargo, se deben considerar los factores con mayor ponderación en la formulación estratégica.

2.2.2 Análisis de la Competencia

A continuación, se identifica quién es y cómo es la competencia en la ciudad de Puebla, el análisis de la competencia se hace a través de la descripción de los negocios, su proceso de cotización, costos y análisis de sus fortalezas y debilidades.

Tabla 3

Análisis de la competencia directa

Competencia Directa			
Nombre	Descripción	Cotización	Fortalezas y debilidades
CronoShare	Plataforma de referencia que pone en contacto a clientes que necesitan un servicio de cualquier tipo con profesionales capacitados en la misma zona.	Proceso: En la página web a través de una serie de preguntas del servicio requerido. Los profesionales deben abrir la solicitud y contactar al cliente. Costos: Lo define el profesional del servicio.	Fortalezas: -Se encuentran perfiles de profesionales que pueden realizar Servicios. -El cliente califica el perfil del profesional -Página web disponible Debilidades: -La empresa no está especializada en Servicios de limpieza. -Ofrece servicios de limpieza a domicilio, plomería, pintores, entrenadores personales y fotógrafos.
Habitissimo	Empresa de Internet que ayuda a conectar oferta y demanda en el sector de obras y Servicios para el hogar.	Proceso: En la página web a través de una serie de preguntas del servicio requerido. Los profesionales deben abrir la solicitud y contactar al cliente Costos: Lo define el profesional del servicio.	Fortalezas: -Página web disponible Debilidades: -No está especializado en Servicios de limpieza. -Ofrece servicios de remodelación, pintores, albañiles, carpintería, limpieza doméstica y plomería.
Nidmi	Plataforma de referencia que pone en contacto a clientes que necesitan un servicio con asistentes en la misma zona.	Proceso: El cliente publica un anuncio describiendo el tipo de necesidad, revisa los perfiles y contacta y entrevista a los perfiles que mejor se adapten a su solicitud. Costos: Lo define el profesional del servicio.	Fortalezas: Página web disponible. El cliente califica el perfil del profesional Debilidades: No está especializado en servicios de limpieza. -Ofrece servicios de niñeras, limpieza doméstica, cuidado de mayores y paseadores caninos.

Fuente: Elaboración propia

Las plataformas existentes en la ciudad de Puebla sólo ponen en contacto a oferta y demanda, la cotización se realiza a través de la plataforma donde el cliente contesta un cuestionario o publica un anuncio, posteriormente el asistente del servicio debe contactar al cliente. Las principales debilidades que se puede observar en la Tabla 3 anteriormente mostrada es que las empresas no son especializadas en el servicio de limpieza doméstica y no aseguran la calidad del servicio.

Tabla 4

Análisis de la competencia indirecta

Competencia indirecta			
Nombre	Descripción	Cotización	Fortalezas y debilidades
Agencia de colocación doméstica	Empresa que pone a disposición servicios de limpieza doméstica por contrato	Proceso y costos no disponibles, no fue posible comunicarse con la empresa para obtener información.	Debilidades: -No cuenta con página web o teléfono para comunicarse y solicitar cotización
Limpieza Integral Poblana	Empresa dedicada a la limpieza industrial, oficinas, cristales, centros comerciales y Pulido de pisos.	Proceso: Por medio de Whatsapp o llamada telefónica. Costos: Se definen después de una visita al domicilio.	Fortalezas: -Página web disponible -Presencia en facebook Debilidades: -Respuesta lenta en el proceso de cotización
Empleados informales	Trabajadores informales que brindan servicio de limpieza doméstica	Proceso: Contratación por medio de recomendación. Pago en efectivo. Costos: Las tarifas, días y horas de trabajo se establecen por los empleados.	Fortalezas: -Empleados recomendados por personas de confianza. Debilidades: -Los empleados no cuentan con seguridad social/prestaciones de ley

Fuente: Elaboración propia

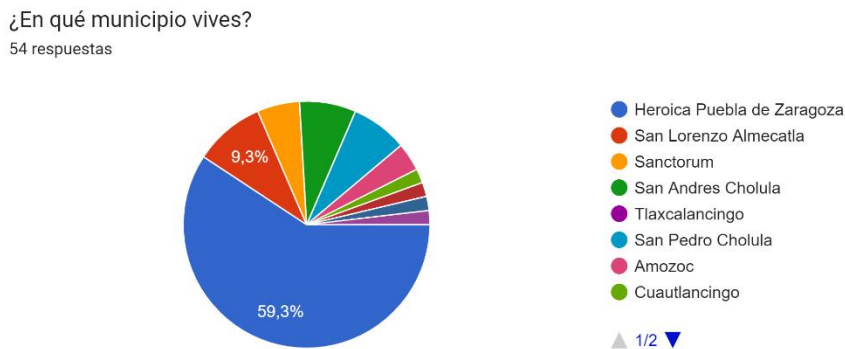
En la competencia indirecta se observa que existen agencias de colocación y empleados informales, sin embargo, no cuentan con procesos estandarizados para la contratación y la prestación del servicio, no cuentan con página web y en el caso de los empleados informales no cuentan con seguridad social ni prestaciones de ley.

2.2.3 Aspectos Cualitativos de la Demanda

Con el fin de elegir el mercado objetivo, realizar la segmentación de mercado y analizar las motivaciones de compra se han realizado 54 encuestas en la ciudad de Puebla y zona conurbada. Se ha utilizado el muestreo no probabilístico a conveniencia para la determinación del tamaño de la muestra, esto con el fin de optimizar los recursos como velocidad, costo y facilidad de disponibilidad de la muestra.

Figura 1

¿En qué municipio vives?



Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

Del total de encuestas realizadas el 59.30% se contestó en la Ciudad de Puebla, mientras que el 40.70% en municipios de las zonas conurbadas de Puebla.

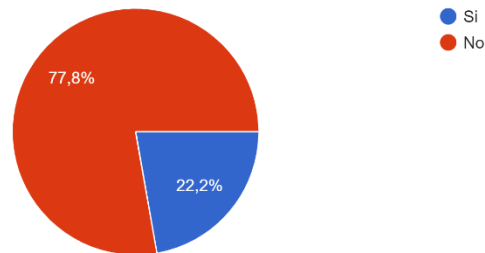
En la encuesta se tomaron en cuenta atributos como edad, sexo, estado civil e ingresos mensuales, a continuación, se analizan los atributos antes mencionados con el comportamiento del consumo de servicios de limpieza doméstica y la potencial contratación a través de una aplicación.

Figura 2

¿Cuentas con servicio de limpieza doméstica en tu domicilio?

¿Cuentas con servicio de limpieza doméstica en tu domicilio?

54 respuestas



Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

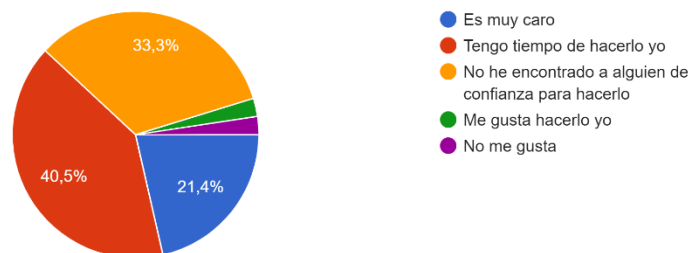
El 77.8% de los encuestados no cuenta con servicio de limpieza doméstica y sólo un 22.2% de los encuestados cuenta con servicio de limpieza doméstica.

Figura 3

¿Por qué razón no contratas servicios de limpieza doméstica?

¿Por qué razón no contratas servicios de limpieza doméstica?

42 respuestas



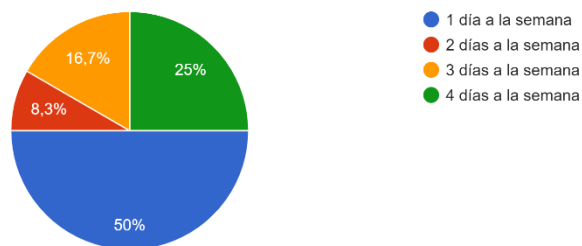
Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

De las personas encuestadas que no cuentan con servicio de limpieza doméstica el 40.50% dicen tener tiempo de hacerlo ellos mismos, otro 33.33% dice que no ha encontrado alguien de confianza a quien contratar, mientras que el 21.40% opina que dicho servicio es muy caro.

Figura 4

¿Cuántas veces a la semana realizan el servicio de limpieza en tu domicilio?

¿Cuántas veces a la semana realizan el servicio de limpieza en tú domicilio?
12 respuestas

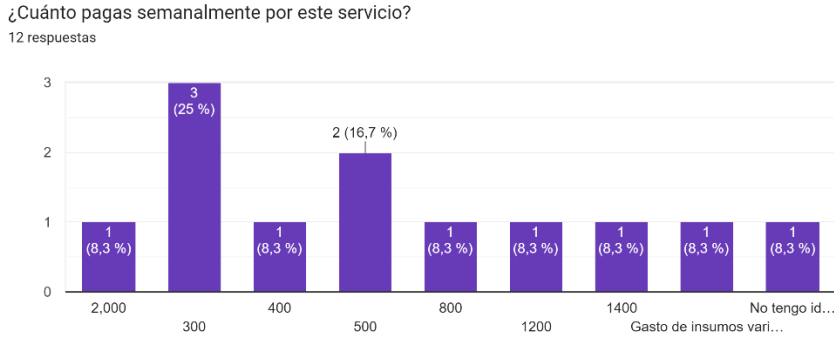


Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

El 50% de quienes si cuentan con servicio de limpieza doméstica recibe dicho servicio 1 día a la semana mientras que el 25% lo recibe 4 días a la semana.

Figura 5

¿Cuánto pagas semanalmente por este servicio?

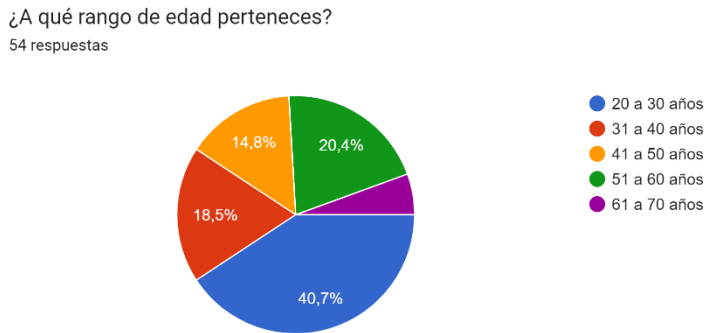


Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

El pago diario oscila entre \$250.00 MXN y \$667.00 MXN con un promedio de \$363.33 MXN.

Figura 6

¿A qué rango de edad perteneces?

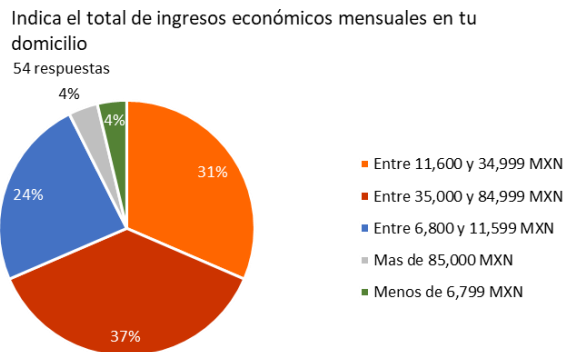


Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

El rango de edad de las personas que ya cuentan con servicio domestica es 42% de 20 a 30 años, 25% de 51 a 60 años y 17% de 31 a 40 años. Mientras que el rango de edad de las personas que estarían dispuestas a contratar el servicio es 63% de 20 a 30 años, 15% de 31 a 40 años y 11% de 51 a 60 años.

Figura 7

Indica el total de ingresos económicos mensuales en tu domicilio



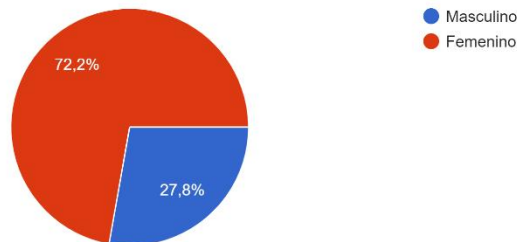
Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

El salario de las personas encuestadas en la ciudad de Puebla que cuentan con servicio de limpieza doméstica y de quienes estarían dispuestos a contratar este servicio a través del comercio electrónico ronda de 6,800 a 84,999 MXN.

Figura 8

¿Cuál es tu género?

¿Cuál es tu género?
54 respuestas



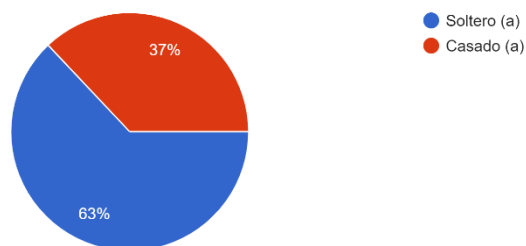
Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

El género de las personas encuestadas que cuentan con servicio de limpieza doméstica es 58% femenino, mientras que el de las personas dispuestas a contratar el servicio de limpieza es 70% femenino.

Figura 9

¿Cuál es tu estado civil?

Estado civil
54 respuestas



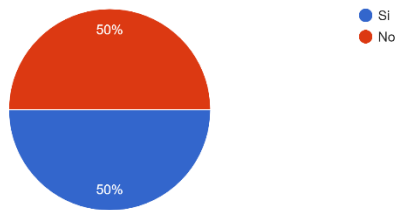
Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

De las personas que cuentan con servicios de limpieza el 75% son solteros, teniendo un porcentaje del 74% solteros las personas que estarían dispuestas a contratar el servicio a través del comercio electrónico.

Figura 10

¿Estarías dispuesto a contratar servicio de limpieza doméstica a través de una aplicación?

¿Estarías dispuesto a contratar servicio de limpieza doméstica a través de una aplicación?
54 respuestas



Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

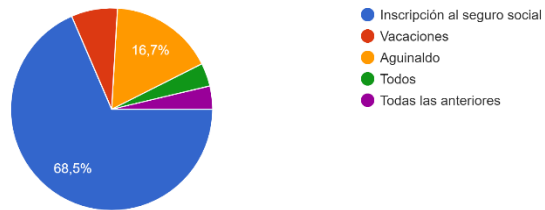
El 50% de los encuestados en la ciudad de Puebla no contrataría servicios de limpieza doméstica a través de una aplicación debido principalmente a la desconfianza y a que cuentan con el tiempo de hacerlo ellos mismos.

En resumen, de las personas dispuestas a contratar servicio de limpieza doméstica a través de una aplicación el 63% oscila entre los 20 a 30 años, el 15% de 31 a 40 años y el 11% de 51 a 60 años, el 70% de las personas es del sexo femenino, el 74% es soltero, el ingreso ronda entre 6,800 MXN a los 84,999 MXN.

Figura 11

¿Qué beneficios te gustaría que los trabajadores del hogar recibieran?

¿Qué beneficios te gustaría que los trabajadores del hogar recibieran?
54 respuestas



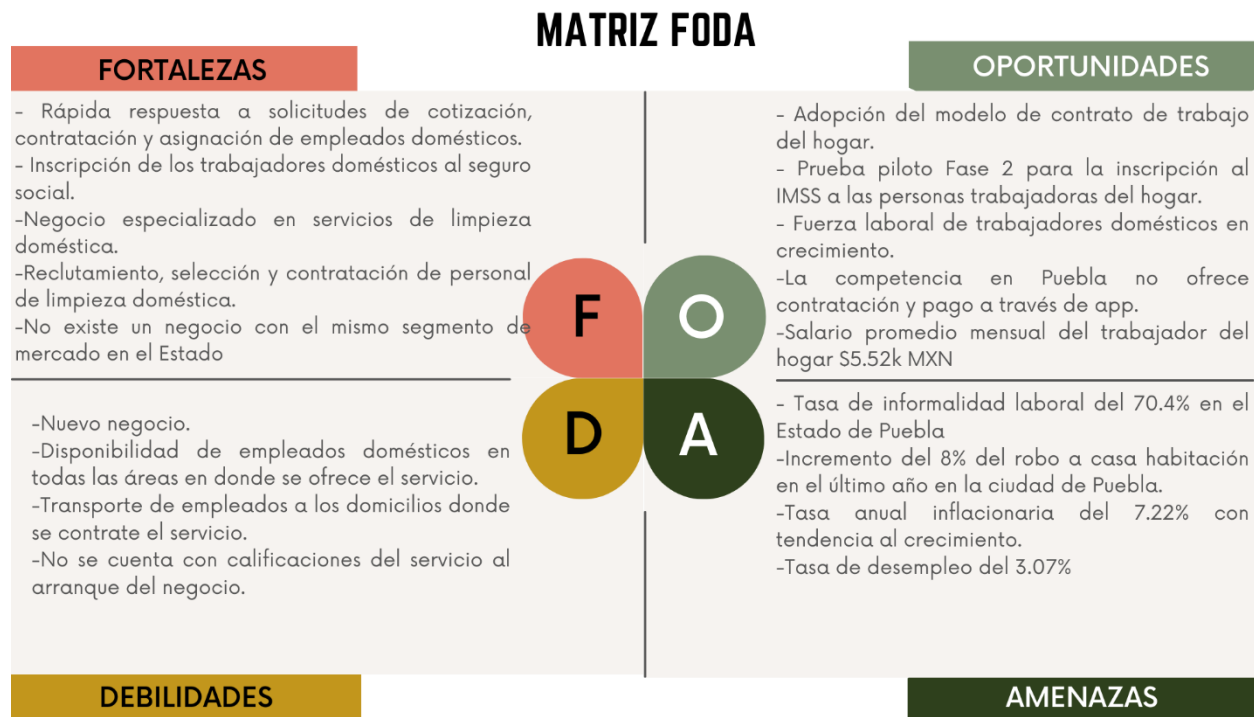
Fuente: Encuesta servicio de limpieza doméstica, elaboración propia.

El 57.14% de quienes contratarían este servicio a través de comercio electrónico estaría interesado en que los empleados domésticos recibieran seguro social.

2.2.4 Análisis Interno

Figura 12

Matriz FODA



Fuente: Elaboración propia

En el análisis interno de la empresa Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L se encuentran debilidades y amenazas para el negocio que deberán ser tomadas en cuenta para la definición de las estrategias y definición de procesos de reclutamiento, cotización y prestación del servicio y se usarán las fortalezas y oportunidades para diferenciar el servicio de otros competidores directos e indirectos.

2.3 Análisis de Factibilidad

2.3.1 Modelo de negocios

Figura 13

Logotipo de Seltic



Nombre de la empresa y logotipo:

Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L

Frase comercial:

Especialistas en servicios de limpieza doméstica.

El logotipo de la empresa Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L es una propuesta donde se considera el uso del color azul para representar confianza, calidad y seguridad, en el centro se encuentra un hogar con artículos de limpieza que representan el servicio de limpieza doméstica que ofrece la empresa.

Misión

La misión de la compañía es brindar un servicio de limpieza doméstica en la ciudad de Puebla a través del comercio electrónico, proporcionando a nuestros clientes confianza y rapidez en el servicio.

Determinación de los Objetivos.

A corto plazo la empresa ofrecerá servicios de limpieza doméstica únicamente en la ciudad de Puebla a través de la página web de la empresa y en su aplicación móvil. Al cabo de un año habrá alcanzado el punto de equilibrio.

A mediano plazo se recuperará la inversión y al término del tercer año el negocio debe mostrar un margen de utilidad neta mayor al 11%.

A largo plazo se expandirá el servicio a los municipios de Sanctorum y San Juan Cuautlancingo y debe mostrar un margen de utilidad neta mayor al 19%.

Valores

- **Calidad:** Tener presente las expectativas y requerimientos de los clientes para poder satisfacerlas e incluso superarlas.
- **Capacidad de respuesta al cliente:** Ser capaz de atender al cliente de forma rápida ya sea para procesos de cotización, asignación de especialista de limpieza, soporte del servicio, quejas o sugerencias.
- **Confianza:** Brindar confianza al cliente antes, durante y después de la prestación del servicio.

Segmentación de Mercado.

a) Geográfico

Tabla 5

Perfil Geográfico

Criterio de Segmentación	Características Típicas
Región:	Ciudad de Puebla
Población:	477, 609 viviendas particulares habitadas en el municipio de Puebla

Fuente: INEGI Censo de Población y Vivienda 2020

b) Demográfico

Tabla 6

Perfil Demográfico

Criterio de Segmentación	Características Típicas
Edad:	De 20 a 40 años y de 51 a 60 años
Sexo:	Mujeres
Ocupación:	Empleados y padres de estudiantes.
Nivel socioeconómico	C+, C, D+

Fuente: Elaboración propia

c) Socioeconómico

Tabla 7

Perfil socioeconómico

Nivel	Ingreso mínimo (MXN)	Ingreso máximo (MXN)
C+	\$ 35,000.00	\$ 84,999.00
C	\$ 11,600.00	\$ 34,999.00
D+	\$ 6,800.00	\$ 11,599.00

Fuente: Niveles Socioeconómicos [AMAI](#), cifras expresadas en MXN

Mercado Meta

El mercado meta de Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L son mujeres que habitan en la Heroica Puebla de Zaragoza, en un rango de edad de 20 a 40 años y de 51 a 60 años, que además sean empleados de cualquier sector o padres de estudiantes y que pertenezcan al nivel socioeconómico C+, C y D+.

El perfil psicográfico de los usuarios es de personas ocupadas y con poco tiempo libre que prefieren contratar servicios de limpieza para su hogar y que estén interesadas en el trabajo digno de los empleados domésticos.

2.3.2 Plan de Mercadotecnia y Ventas

Estrategia del Servicio

El servicio básico de la empresa es la limpieza doméstica cuya contratación se hace a través de la página web o la aplicación móvil de la empresa. Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L está enfocado y especializado en la limpieza de casa-habitación.

Se trata de la introducción de un servicio ya existente al e-commerce, en el análisis del entorno se encontró que en la ciudad de Puebla no existen agencias de limpieza especializadas en limpieza doméstica que permitan la contratación a través de plataformas digitales.

La principal presión por parte del mercado objetivo es la desconfianza al contratar este tipo de servicio a través de una aplicación móvil o página web, para ello se ha considerado el reclutamiento y la selección de los empleados basándose en su experiencia, exámenes psicométricos, recomendaciones y revisión de no antecedentes penales, además de la evaluación

del especialista de limpieza al concluir la prestación de su servicio, la cual puede ser revisada por el cliente.

Figura 14

Niveles de Servicio



Fuente: Elaboración propia

Las principales características del servicio que brinda Seltic son la rápida respuesta en la cotización, asignación del especialista de limpieza y contratación del servicio, rastreo del estatus del servicio, profesionalismo de los especialistas de limpieza, distintos métodos de pago disponibles, planeación logística para su cumplimiento y prestaciones de ley para sus empleados. En la figura 14 se presentan los tres niveles de servicio básico, real y aumentado que ofrece Seltic Servicios de Limpieza doméstica.

Estrategia de Precio

Seltic cuenta con dos precios, uno básico y uno especial. El precio del servicio básico se ha fijado en \$384.84 MXN en el cual se incluye limpieza de pisos, muebles, baños y loza. Por otro lado, en caso de solicitar servicios especiales como lavado de ropa, planchado, limpieza de refrigerador, ventanas y lavado de patios se cobra un adicional de \$255.27 MXN pudiendo elegir hasta un máximo de dos servicios especiales bajo dicha cuota.

Tabla 8

Fijación del precio del servicio

Servicio	Costos variables anuales	Costos fijos anuales	Ventas anuales	Costo unitario	Utilidad	Imprevistos	Precio
Básico	\$ 893,389.82	\$ 281,283.24	4320	\$ 271.92	30%	12%	\$ 384.84
Especial	\$ 491,960.45	\$ 93,761.08	1440	\$ 406.75	40%	17%	\$ 640.11

Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia

Para la fijación de precios se han considerado los costos fijos y variables necesarios para brindar el servicio, estadísticas de salarios en la ciudad de Puebla, en la cual se tiene un salario mínimo diario de \$207.44 MXN, la capacidad de la empresa para brindar el servicio y el precio que el mercado está dispuesto a pagar, que de acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas en el análisis externo oscila entre los \$267.00 MXN y los \$500.00 MXN teniendo un promedio de \$336.11 MXN.

En la ciudad de Puebla no existen empresas que brinden la cotización y contratación del servicio a través del e-commerce por lo que no se han considerado sus precios para la fijación de este, sin embargo, se sabe que a los trabajadores domésticos se les paga un mínimo de \$187.92 de

acuerdo con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (2022) el cual es menor al precio básico de la empresa. Seltic ha fijado un mayor precio ya que debe cuidar varios aspectos del servicio como seguridad, aseguramiento de la calidad y puntualidad del servicio y prestaciones de ley para sus empleados.

Los métodos de pago aceptados son tarjeta de crédito o débito en la aplicación o transferencia, los cuales son los más utilizados al momento de comprar en línea de acuerdo con los resultados del Estudio de Venta Online realizado el 2022 por la Asociación Mexicana de Venta Online.

Tabla 9

Costos variables del servicio

Costos variables del servicio básico y especial		
	Servicio básico	Servicio especial
Especialista de Limpieza	\$134.84 MXN	\$269.67 MXN
Chofer	\$26.97 MXN	\$26.97 MXN
Gasolina	\$45.00 MXN	\$45.00 MXN
Total	\$206.80 MXN	\$341.64 MXN

Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia

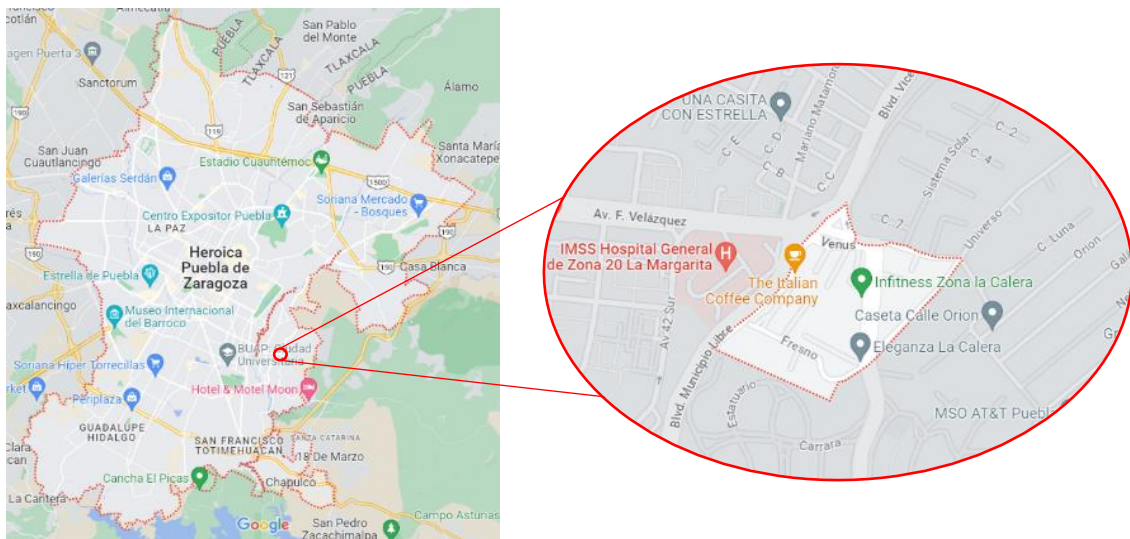
En la tabla 9 se muestra un desglose de los costos variables de un servicio de cinco horas en el caso del servicio básico y ocho horas en el caso del servicio especial. Se consideran los costos variables que incluyen las horas hombre del especialista de limpieza, chofer y gasolina basándose en el consumo de combustible y considerando un máximo de 23 km de desplazamiento desde las oficinas de Seltic hasta el domicilio del cliente, así como los costos fijos de luz, teléfono e internet, publicidad y seguridad social. Cabe mencionar que si el cliente desea contratar un servicio en el que el desplazamiento sea mayor a 23 Km deberá pagar \$2.00 MXN por cada kilómetro adicional que se deba recorrer.

Estrategia de Distribución.

Las oficinas de Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L se encuentran en la Colonia Santa María La Calera, ubicada al sur de la ciudad de Puebla. Las solicitudes del servicio son recibidas a través de la página web o aplicación móvil donde se indica si se trata de un servicio básico o especial, la dirección, fecha y hora solicitada, teniendo la opción de hacer la contratación en el horario matutino o vespertino. El especialista en requerimientos y servicio al cliente recibe las solicitudes, confirma el servicio y lo programa diariamente. La programación y distribución del servicio dependerá del tipo de servicio contratado y se describe en la figura 15.

Figura 15

Ubicación Seltic

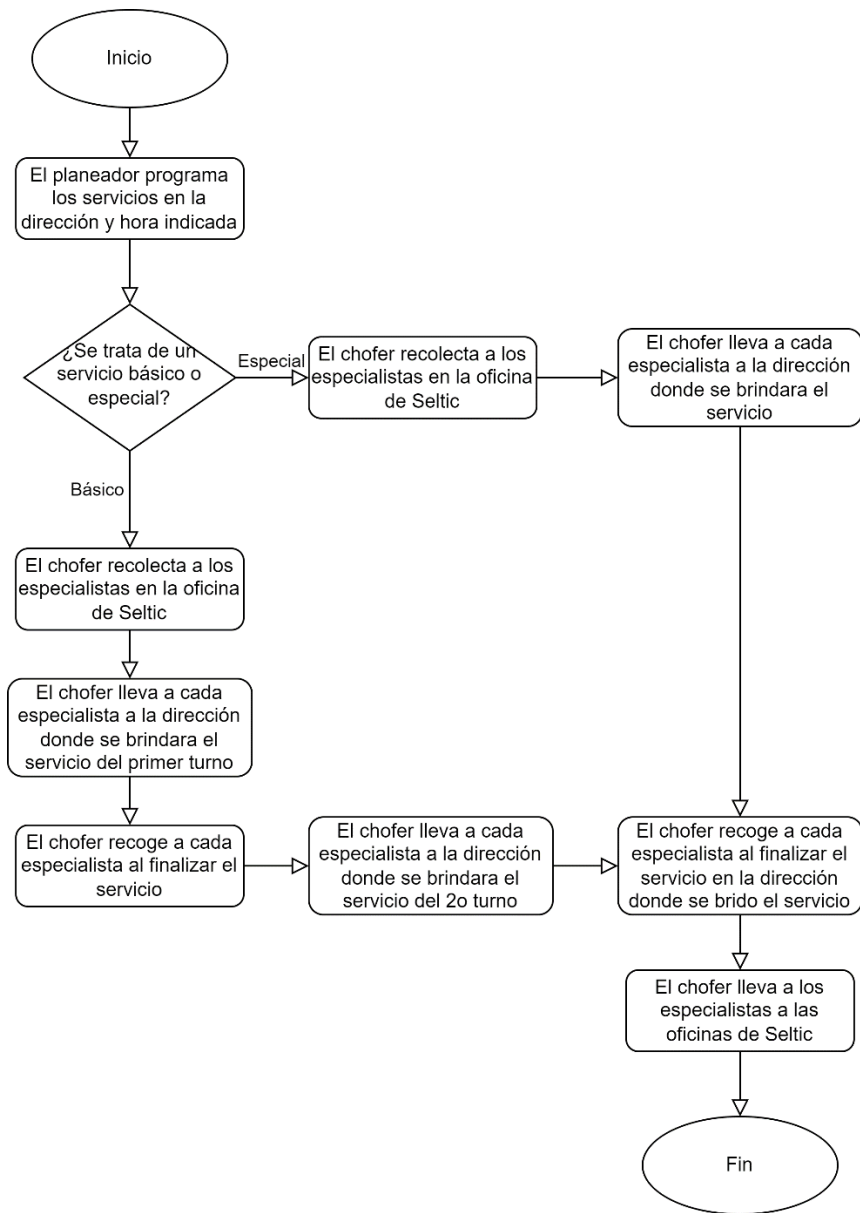


Fuente: Elaboración propia

La empresa tiene la capacidad de realizar 16 servicios diarios, de los cuales se consideran 12 servicios básicos y cuatro servicios especiales, de lunes a domingo ya que cuenta con 15 especialistas de limpieza que tienen dos días de descanso a la semana y un chofer quien se encarga del transporte de los especialistas.

Figura 16

Diagrama de Flujo de la distribución del servicio



Fuente: Elaboración Propia

Estrategia de Promoción

El cliente encontrará publicidad del servicio a través de redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok o a través buscadores como Google. El principal mensaje de la empresa al mercado meta es brindar la seguridad y permitir a Seltic y sus especialistas de limpieza realizar las tareas de su hogar pudiendo aprovechar el tiempo invertido a dichas tareas para actividades que puedan agregarle mayor valor al cliente, además de que contratando el servicio de limpieza con Seltic ayuda a que los empleados reciban prestaciones de Ley, las cuales mayormente no son otorgadas a trabajadores informales. La medición de la efectividad de la promoción se realiza a través de la encuesta que el cliente responde al finalizar el servicio de limpieza donde se incluye una pregunta para saber por qué medio se enteraron del negocio.

2.3.4 Plan de Organización y Administración Legal

Descripción de la Gestión de Recursos Humanos

Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L está liderada por el socio principal quien es el responsable de la medición de resultados de la organización. Como se puede ver en la figura 17, el organigrama se divide en el área de finanzas responsables de la contabilidad y el pago de la nómina, el área de recursos humanos encargados del reclutamiento de personal y contratación del personal al arranque del negocio, el área de mercadotecnia quien implementa la estrategia de mercadotecnia, producción que recibe y confirma las solicitudes del servicio y da servicio post venta y logística que se encarga de la programación de los especialistas de limpieza y el transporte del personal al lugar donde se prestará el servicio.

Las áreas de finanzas, recursos humanos y mercadotecnia son proveedores de servicios profesionales, mientras que el área de producción y logística reportan directamente al socio principal y se consideran en la plantilla de personal y salarios mostrados a continuación en la tabla 10.

Tabla 10

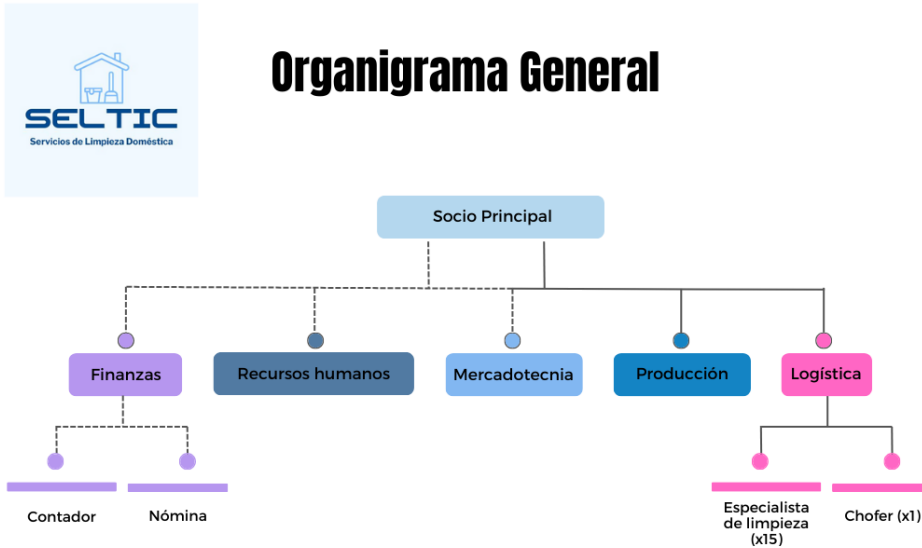
Plantilla de personal y salarios

Puesto	No. de Empleados	Sueldo por Persona mensual	Sueldo total mensual
Producción	1	\$8,000.00	\$8,000.00
Logística	1	\$7,500.00	\$7,500.00
Especialista de limpieza	15	\$6,223.20*	\$93,348.00
Chofer	1	\$6,223.20*	\$6,223.20
Total			\$115,071.20

Nota: Cifras expresadas en MXN *Mayor al salario mínimo mensual en Puebla **Fuente:** Elaboración propia

Figura 17

Organigrama general



Fuente: Elaboración Propia

Forma de Constitución

La forma de constitución de Seltic Servicios de Limpieza Doméstica es Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L) ya que los socios sólo responderán el pago de sus aportaciones sin comprometer su patrimonio personal. Este acuerdo colectivo responde con los bienes de la empresa. La empresa cuenta con dos tipos de socios fundador e inversionista los cuales deben hacer una inversión inicial de al menos \$3,000.00 MXN.

Régimen Tributario

El Régimen tributario de Seltic Servicios de Limpieza doméstica S. de R.L es el Régimen Simplificado de confianza, el cual está orientado a personas físicas que perciben ingresos anuales menores a 3.5 millones de pesos. (Hacienda, 2023)

Algunos de los beneficios de este régimen son que las personas físicas que se encuentren en este nuevo esquema estarán obligadas a pagar entre el 1% y el 2.5% de sus ingresos. Debido a estas pequeñas tasas de pago de ISR, los contribuyentes no podrán deducir ningún tipo de gasto. Esto debido a que, aun existiendo las posibilidades de deducción, la tasa efectiva de ISR a personas físicas fue de 25.4 % durante 2020, lo cual representa diez veces más que la tasa máxima del Régimen Simplificado de Confianza. (Hacienda, 2023)

Tabla 11*Gastos de constitución*

Gastos de constitución	
Concepto	Pago
Acta Constitutiva	\$8,500.00
Constancia de sociedad ante S.R.E.	\$565.00
Registro público de propiedad y comercio	\$700.00
Inscripción al R.F.C.	\$0.00
Aviso de funcionamiento ante secretaria de salud	\$0.00
Licencia uso de suelo	\$1,443.60
Licencia de funcionamiento ante ayuntamiento	\$3,211.00
Alineamiento y número oficial	\$289.45
Alta protección civil	\$500.00
Registro de marca IMPI	\$2,493.00
Solicitud de empadronamiento	\$0.00
Alta trabajadores	\$0.00
Total	\$17,702.05

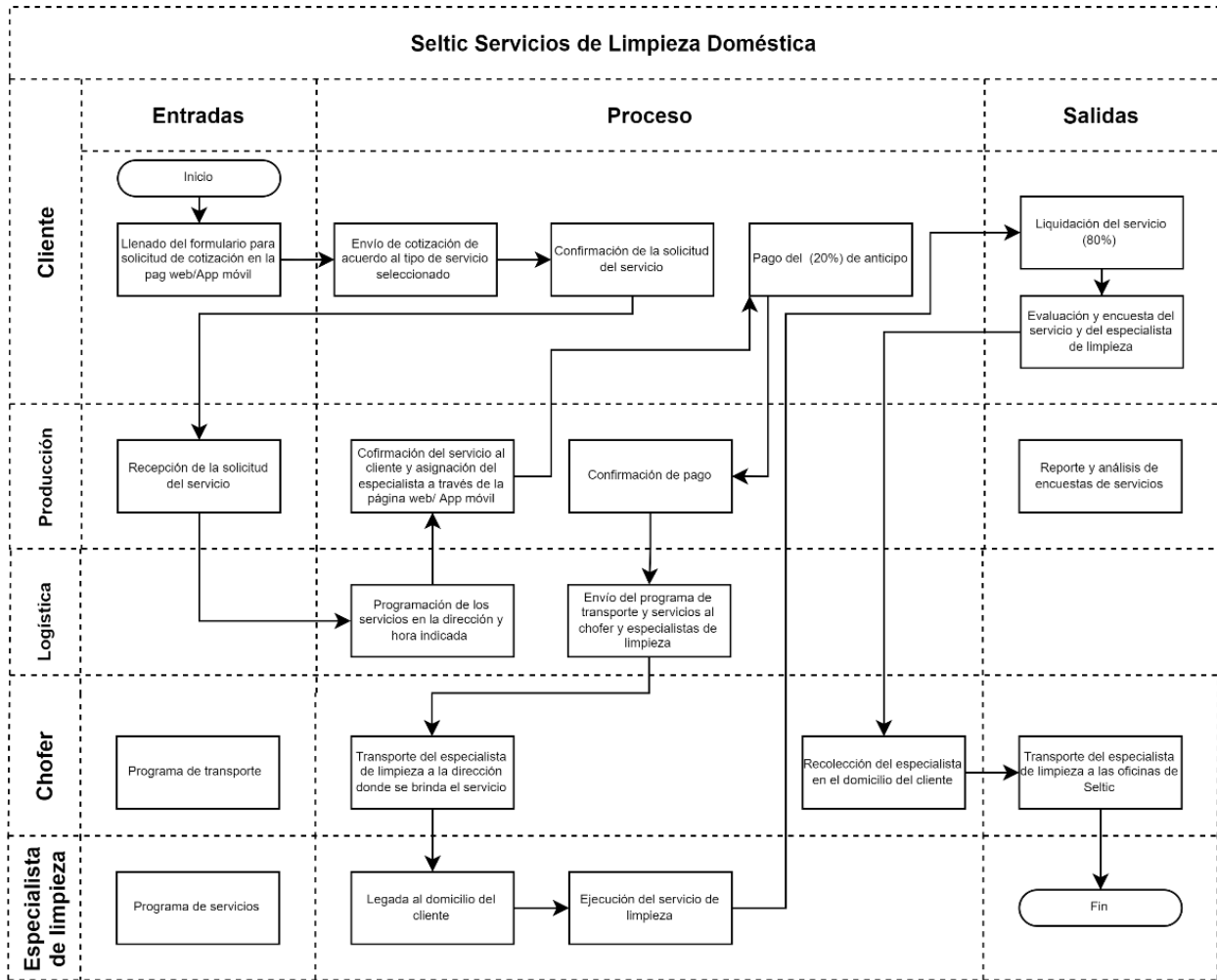
Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia

2.3.5 Plan de Operaciones

En el proceso del servicio de limpieza doméstica cuya contratación se hace a través de la página web o aplicación móvil interactúan el cliente, el área de producción y servicio al cliente, el chofer y el especialista de limpieza, cada uno con entradas, operaciones dentro del proceso y salidas que van desde la solicitud de la cotización por parte del cliente, ejecución y evaluación del servicio hasta la finalización de este. En la figura 18 se puede observar el mapa de procesos a detalle.

Figura 18

Mapa de procesos Seltic



Fuente: Elaboración Propia

Con el fin de definir las necesidades de inversión que precisan en cuestión de maquinaria, necesidades del personal, mobiliario, equipo, etc. Se enlistan a continuación los artículos que conforman la inversión fija y diferida necesarios para la operación del negocio y la prestación del servicio.

Tabla 12*Inversión fija y diferida*

Inversión fija				
Mobiliario y Equipo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	%
Auto	1	\$420,000.00	\$ 420,000.00	81.8%
Total Mobiliario y equipo			\$ 420,000.00	81.8%
Equipo de Computo	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	
Laptop HP	1	\$9,999.30	\$ 9,999.30	1.9%
Teléfono fijo	1	\$450.00	\$ 450.00	0.1%
Desarrollo página web	1	\$2,999.00	\$ 2,999.00	0.6%
Desarrollo aplicación	1	\$80,000.00	\$ 80,000.00	15.6%
Total equipo de computo			\$ 93,448.30	18.2%
Total inversión fija			\$ 513,448.30	100.0%

Inversión diferida				
Gastos de constitución	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	%
Acta Constitutiva	1	\$ 8,500.00	\$ 8,500.00	48%
Constancia de sociedad ante S.R.E.	1	\$ 565.00	\$ 565.00	3%
Registro público de propiedad y comercio	1	\$ 700.00	\$ 700.00	4%
Licencia uso de suelo	1	\$ 1,443.60	\$ 1,443.60	8%
Licencia de funcionamiento ante ayuntamiento	1	\$ 3,211.00	\$ 3,211.00	18%
Alineamiento y número oficial	1	\$ 289.45	\$ 289.45	2%
Alta protección civil	1	\$ 500.00	\$ 500.00	3%
Registro de marca IMPI	1	\$ 2,493.00	\$ 2,493.00	14%
Total inversión diferida			\$ 17,702.05	100%

Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia con datos de las dependencias del año 2023.

Con el análisis de porcentos integrales se observa que la mayor inversión se encuentra en el automóvil y el acta constitutiva cuya inversión es crucial para poder cumplir con el plan de operaciones y para realizar el registro legal de la empresa e iniciar operaciones

Presupuesto de Egresos

Los gastos resultantes de la operación de la empresa y la prestación del servicio también son conocidos como gastos de operación que comprenden los costos directos necesarios para la prestación del servicio como salarios de los especialistas de limpieza, choferes y combustible, así como gastos indirectos como luz, teléfono e internet y publicidad.

Tabla 13

Gastos de Operación Seltic Servicios de Limpieza Doméstica

GASTOS DE OPERACIÓN

Cifras expresadas en Pesos

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Salarios	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 115,071.20	\$ 1,380,854.40
Luz	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ -	\$ 500.00	\$ -	\$ 3,000.00
Teléfono e internet	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 549.00	\$ 6,588.00
Combustibles	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 1,349.89	\$ 16,198.68
Reclutamiento	\$ 12,000.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 12,000.00
Finanzas	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 7,500.00	\$ 90,000.00
Publicidad	\$ 1,750.00	\$ -	\$ 1,750.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1,750.00	\$ -	\$ -	\$ 1,750.00	\$ -	\$ -	\$ 7,000.00
TOTAL	\$ 138,720.09	\$ 124,470.09	\$ 126,720.09	\$ 124,470.09	\$ 124,970.09	\$ 124,470.09	\$ 126,720.09	\$ 124,470.09	\$ 124,970.09	\$ 126,220.09	\$ 124,970.09	\$ 124,470.09	\$ 1,515,641.08

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 13 muestra de manera desglosada los gastos de operación que conforman el presupuesto de egresos anual de Seltic Servicios de Limpieza Doméstica

Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos presenta el monto de ingresos generado por la venta del servicio básico y especial de limpieza doméstica. Para el cálculo de ingresos se toman en cuenta los siguientes puntos:

- Capacidad: La empresa tiene la capacidad de realizar 16 servicios diarios, de lunes a domingo ya que cuenta con 15 especialistas de limpieza que tienen dos días de descanso a la semana, un chofer quien se encargan del transporte de los especialistas y se contempla que al menos un especialista de limpieza tendrá una semana de vacaciones al mes, es decir, que la empresa es capaz de brindar 480 servicios al mes.
- Tipo de servicio: Se considera que el 75% de los servicios contratados serán básicos, mientras el 25% será servicio especial.
- El cálculo de los ingresos no incluye servicios que superen los 23 kilómetros de distancia debido a la variabilidad con que se solicitarán estos.

Tabla 14

Presupuesto de Ingresos

Tipo de servicio	# de servicios mensual	Precio	Ingreso mensual total	Ingreso anual
Básico	360	\$ 384.84	\$ 138,542.40	\$ 1,662,508.80
Especial	120	\$ 640.11	\$ 76,813.20	\$ 921,758.40
Total	480		\$ 215,355.60	\$ 2,584,267.20

Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia con datos tomados de la estrategia del precio P.29

Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio se han considerado los costos fijos anuales que contemplan luz, teléfono e internet, publicidad, seguridad social, gastos financieros y reclutamiento, así como el precio de venta y costo variable por cada tipo de servicio. Las ventas estimadas anuales se basan en la capacidad del negocio, de acuerdo con el presupuesto de ingresos mostrado anteriormente y se tiene un total de 5760 servicios anuales como se muestra en la Tabla 15 a continuación.

Tabla 15

Costos fijos y variables – Unidades vendidas

Costo Fijo Anual:		\$ 477,045.37 MXN	
Servicio	Precio de venta x unidad	Costo Variable x unidad	Ventas Estimadas anuales
Básico	\$ 384.84	\$ 206.80	4,320
Especial	\$ 640.11	\$ 341.64	1,440
Total de unidades Vendidas:			5760

Fuente: Montero J. (2018) *Punto de equilibrio para varios productos*

Tabla 16

Cálculo del punto de equilibrio con 2 tipos de servicios

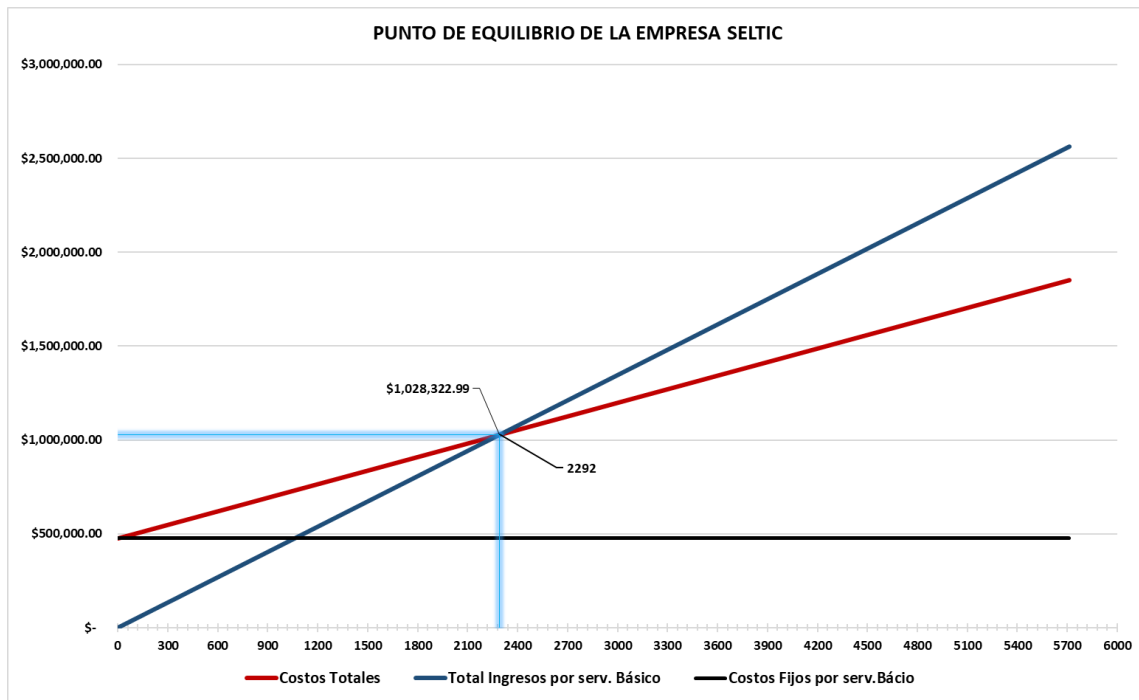
Servicio	Contribución Marginal Unitaria	% de Participación en las ventas	Contribución Marginal Ponderada	Cantidad de Equilibrio General	Cantidad de Equilibrio
Básico	178	75%	134	2291.81	1,719
Especial	298	25%	75		573
		100%	208		2,292

Fuente: Montero J. (2018) *Punto de equilibrio para varios productos*

Debido a que el negocio cuenta con dos tipos de servicios, ambos deben considerarse en el cálculo del punto de equilibrio. El que nos dice que se alcanzará cuando se brinden 1719 servicios básicos y 573 servicios especiales, lo cual se alcanza en el cuarto mes de acuerdo con el plan de ventas y capacidad.

Figura 19

Gráfica del punto de equilibrio Seltic Servicios de Limpieza Doméstica



Fuente: Montero J. (2018) *Punto de equilibrio para varios productos*

2.4 Análisis de Rentabilidad

Integración de Presupuestos de Ingresos y Egresos

La integración de los presupuestos de ingresos y egresos son útiles para la realización del Estado de Resultados Proforma. La Tabla 17 representa la integración de ambos presupuestos, se

tiene una inversión total de \$679,910.44 MXN, distintos porcentajes de incremento anual para los ingresos y cada uno de los gastos operativos. Se ha considerado una depreciación anual del 10% para los activos fijos, tomando como referencia el automóvil como el activo con mayor vida útil. De acuerdo con un estudio realizado por Statista Research Department, en el año 2023, la tasa de inflación promedio de México registró su punto más alto en el último lustro, al colocarse por encima del 6% y se prevé que la tasa de inflación alcance un 6% en 2023 y que permanezca estable entre el 3% y el 4% a partir de 2024 (Statista, 2023). Por lo tanto, se ha considerado para el análisis económico una inflación general del 5%.

Tabla 17

Presupuestos de Ingresos y Egresos anual

Datos	Importe	Incmto Anual	Deprec. Anual
Inversión Inicial en Activo Fijo y diferido	\$ 531,190.35		10.00%
Inversión Inicial en Activo Circulante	\$ 148,720.09		
Inversión Total	\$ (679,910.44)		
Ingresos por servicios anual	\$ 2,584,267.20	5.00%	
Gastos Operativos anual			
Salarios	\$ 1,380,854.40	2.00%	
Luz	\$ 3,000.00	7.00%	
Teléfono e internet	\$ 6,588.00	3.00%	
Combustibles	\$ 16,198.68	7.00%	
Reclutamiento	\$ 12,000.00	3.00%	
Finanzas	\$ 90,000.00	3.00%	
Publicidad	\$ 7,000.00	4.00%	
Seguridad social	\$ 358,457.37	2.00%	

Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia con datos estadísticos del último año

Estado de Resultados Proforma

En el Estado de Resultado se muestran los resultados obtenidos por la empresa en términos de utilidades o pérdidas en un determinado periodo como consecuencia de sus operaciones. Su importancia radica en calcular la utilidad y los flujos netos de efectivo que de manera general representan el beneficio real que dicha empresa haya podido generar. (Gómez, pág. 110)

La tabla 18 muestra el estado de Resultados Proforma proyectado a cinco años de la empresa Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L, así como el flujo de efectivo de cada año, tomando en cuenta la utilidad después de impuestos, depreciación y el porcentaje de inflación general.

Tabla 18

Estado de Resultados Proforma

Concepto	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
		Total		Total	Costo	Total	Costo	Total	Costo	Total
ventas o ingresos		\$ 2,584,267.20		\$ 2,713,480.56		\$ 2,849,154.59		\$ 2,991,612.32		\$ 3,141,192.93
Gastos Operativos anual										
Salarios		\$ (1,380,854.40)		\$(1,408,471.49)		\$(1,436,640.92)		\$(1,465,373.74)		\$(1,494,681.21)
Luz		\$ (3,000.00)		\$ (3,210.00)		\$ (3,434.70)		\$ (3,675.13)		\$ (3,932.39)
Telefono e internet		\$ (6,588.00)		\$ (6,785.64)		\$ (6,989.21)		\$ (7,198.89)		\$ (7,414.85)
Reclutamiento		\$ (12,000.00)		\$ (12,360.00)		\$ (12,730.80)		\$ (13,112.72)		\$ (13,506.11)
Finanzas		\$ (90,000.00)		\$ (92,700.00)		\$ (95,481.00)		\$ (98,345.43)		\$ (101,295.79)
publicidad		\$ (7,000.00)		\$ (7,280.00)		\$ (7,571.20)		\$ (7,874.05)		\$ (8,189.01)
seguridad social		\$ (358,457.37)		\$ (365,626.52)		\$ (372,939.05)		\$ (380,397.83)		\$ (388,005.79)
0.00		0.00		\$ -		\$ -		\$ -		\$ -
Ut. De operación		\$ 710,168.75		\$ 799,714.32		\$ 894,821.84		\$ 995,790.45		\$ 1,102,934.62
Depreciación		\$ (53,119.04)		\$ (53,119.04)		\$ (53,119.04)		\$ (53,119.04)		\$ (53,119.04)
Ut. Antes de Impuestos		\$ 657,049.71		\$ 746,595.29		\$ 841,702.80		\$ 942,671.42		\$ 1,049,815.58
Impuestos		\$ (197,114.91)		\$ (223,978.59)		\$ (252,510.84)		\$ (282,801.43)		\$ (314,944.68)
Ut. Despues de Impuestos		\$ 459,934.80		\$ 522,616.70		\$ 589,191.96		\$ 659,869.99		\$ 734,870.91
Depreciación		\$ 53,119.04		\$ 53,119.04		\$ 53,119.04		\$ 53,119.04		\$ 53,119.04
Flujo Neto de Efectivo a pesos corrientes		\$ 513,053.83		\$ 575,735.74		\$ 642,311.00		\$ 712,989.03		\$ 787,989.94
% de inflación General	1.0500		1.1025		1.1576		1.2155		1.2763	
Flujo Neto de Efectivo \$ constantes		\$ 488,622.70		\$ 522,209.28		\$ 554,852.39		\$ 586,577.84		\$ 617,410.74

Nota: Cifras expresadas en MXN, Fuente: Elaboración propia con datos de los presupuestos de ingresos y egresos

Balance General

También conocido como estado de situación financiera muestra como su nombre lo dice la situación financiera de la empresa durante un periodo determinado, así como la relación de los activos que poseen tanto los propietarios, accionistas de la empresa o terceras personas como instituciones bancarias o de crédito; a través de la relación de valores de activo, pasivo y capital que se exponen en dicho documento. (Gómez, pág. 112) A continuación, se presenta el balance general de Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L correspondiente al balance inicial necesario para la apertura del negocio.

Figura 20

Balance General

Balance General de
SELTIC Servicios de Limpieza Doméstica
Cifras expresadas en MXN



Activos		Pasivos	
Activo circulante		Pasivo a corto plazo	
Caja	\$ 10,000.00	Proveedores	\$ 32,940.00
Bancos *	\$ 138,720.09		
Total activo circulante	\$ 148,720.09	Total pasivo a corto plazo	\$ 32,940.00
Activo no circulante		Pasivo a largo plazo	
Mobiliario y equipo	\$ 420,000.00		
Equipo de computo	\$ 93,488.30		
Gastos de instalación	\$ -		
Gastos de constitución	\$ 17,702.05		
Total activo no circulante	\$ 531,190.35	Total pasivo a largo plazo	\$ -
		Total pasivos	\$ 32,940.00
		Capital	
		Capital social	\$ 646,970.44
		Total capital	\$ 646,970.44
Total activos	\$ 679,910.44	Total pasivos y capital	\$ 679,910.44

Elaboró _____

Revisó _____

Autorizó _____

Nota: * Bancos calculados con tres meses de los gastos de operación tomando en cuenta que al cuarto mes se alcanza el punto de equilibrio, cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia con datos de inversión fija y diferida.

Razones Financieras

En la Tabla 19 se evalúan las razones financieras en un periodo de tiempo de cinco años para conocer el desempeño económico y financiero del negocio, así como el rendimiento del plan de negocios.

Tabla 19

Razones financieras

Razón Financiera	Formula	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Solvencia	Pasivos totales / capital contable	0.048	0.050	0.051	0.053	0.055
Liquidez	Activo circulante / Pasivo circulante	4.51	4.38	4.26	4.13	4.01
Prueba de ácido	(Activo circulante - inventarios) / pasivo curculante	4.51	4.38	4.26	4.13	4.01

Fuente: Elaboración propia.

En el caso de la solvencia se muestra que por cada \$1 de los recursos que tiene Seltic Servicios de limpieza doméstica, tiene \$0.048 pesos aportados por fuentes externas. La liquidez demuestra que por cada \$1 que debe la empresa a corto plazo tiene 4.51 pesos para pagar. Por su parte, la prueba de ácido arroja los mismos resultados ya que la empresa no cuenta con inventarios al ser una empresa de servicio.

Evaluación de la Inversión

La inversión inicial para la apertura del negocio Seltic Servicios de Limpieza Doméstica S. de R.L y comenzar la prestación de servicios es de \$896,600.62 MXN en la cual se contempla el activo circulante, activos fijos y diferidos.

Dicha inversión permite poner en marcha el negocio y de acuerdo con los flujos de efectivo calculados en el estado de resultados la recuperación de la inversión se recupera en segundo año tal y como se muestra en la Tabla 20.

Tabla 20

Evaluación Financiera

Evaluación Financiera	
Inversión Total	\$ (679,910.44)
Año 1	\$ 488,622.70
Año 2	\$ 522,209.28
Año 3	\$ 554,852.39
Año 4	\$ 586,577.84
Año 5	\$ 617,410.74
T.I.R.	71.73%
VAN	\$ 1,704,742.59
C/B	4.07

Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia.

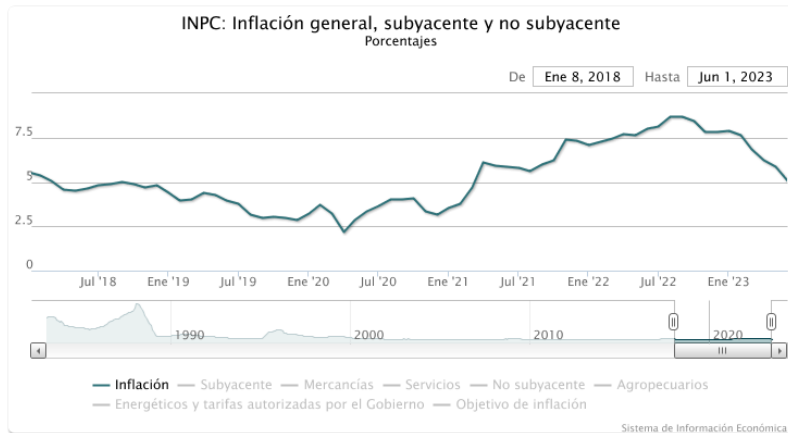
Por lo tanto, de acuerdo con los indicadores y criterios de decisión, se determina que el Valor Presente Neto (VAN) en nuestro proyecto es de \$1,704,742.59 MXN lo cual nos permite demostrar que nuestro proyecto es conveniente, para el cálculo del Valor Presente Neto se consideró una inflación general anual del 5% ya que de acuerdo con un estudio realizado por Statista Research Department se prevé que para el 2024 la tasa de inflación permanezca estable entre el 3% y el 4% a partir de 2024.

Ahora bien, la Tasa Interna de Retorno (TIR), que es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece, en este caso, nuestra inversión es del 71.73%. Esto aunado, a que el costo beneficio de la inversión que vamos a realizar es de 4.06.

Por cuanto hace a la tasa de rendimiento mínimo aceptable (TREMA), es la tasa que representa la rentabilidad, para nuestro proyecto de inversión se considera un promedio de tasa de inflación del 5.10% en el periodo del 2018 al 2023 de acuerdo con datos mostrados en el portal de inflación del Banco de México, además de una Tasa Social de Descuento del 10% que de acuerdo con el Diario Oficial de la Federación es el indicado para la evaluación socioeconómica de programas y proyectos de inversión. Con los datos mencionados se calcula un TREMA del 15.10% el cual es menor a la TIR de 71.73%, lo cual determina que el proyecto es conveniente.

Figura 21

Inflación general México 2018-2023



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), consultada en su página de Internet: <https://www.inegi.org.mx>. Información calculada y publicada por el INEGI a partir del 15 de julio de 2011, conforme a los artículos 59, fracción III, Primero y Décimo Primero Transitorios de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG).

Análisis de Sensibilidad

A continuación, se hace un análisis de sensibilidad con un escenario positivo en el que se considera un porcentaje de inflación del 3% que de acuerdo con un estudio realizado por Statista Research Department se prevé que dicho porcentaje se mantenga a partir del 2024 el próximo lustro. Por el otro lado se evalúa un escenario negativo con un porcentaje de inflación del 8.70%, el cual ha sido el mayor alcanzado en el último lustro.

Tabla 21

Análisis de sensibilidad

Evaluación Financiera Escenario Positivo		Evaluación Financiera Escenario Negativo	
Inversión Total	\$ (679,910.44)	Inversión Total	\$ (679,910.44)
Año 1	\$ 502,255.34	Año 1	\$ 471,990.65
Año 2	\$ 551,755.21	Año 2	\$ 487,263.75
Año 3	\$ 602,601.55	Año 3	\$ 500,099.85
Año 4	\$ 654,831.20	Año 4	\$ 510,698.60
Año 5	\$ 708,482.00	Año 5	\$ 519,245.75
T.I.R.	76.52%	T.I.R.	65.89%
VAN	\$ 1,913,281.53	VAN	\$ 1,470,567.74
C/B	4.44	C/B	3.66

Nota: Cifras expresadas en MXN. **Fuente:** Elaboración propia.

En ambos casos se observa que la recuperación de la inversión se obtiene en el segundo año, además se calcula una tasa interna de retorno mayor al TREMA, lo que determina que el proyecto es conveniente ya que se tiene un TREMA del 13% para el escenario positivo en el que se considera el porcentaje de inflación del 3% y una Tasa Social de Descuento del 10%, mientras que para el escenario negativo se tiene un TREMA del 18.70%

Capítulo III. Conclusiones

El proyecto de investigación denominado “Plan de negocios para la prestación de servicios de limpieza a través de una plataforma digital en la ciudad de Puebla” se creó con la finalidad de describir el concepto del negocio, elaborar un estudio de mercado, realizar un estudio técnico y hacer un estudio económico para evaluar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de la introducción de un servicio ya existente al comercio electrónico.

Se encontró esta oportunidad de negocio debido al crecimiento que se ha tenido en el comercio electrónico minorista tanto a nivel mundial como a nivel nacional, de acuerdo con los datos investigados, se descubrió que en el 2020 se tuvo un crecimiento del 20% que se entiende fue un porcentaje disparado debido al confinamiento, sin embargo, se espera que a partir del 2023 hasta 2025 se mantenga un crecimiento estable del 9%. Por su parte, México se encuentra en el sexto lugar de los diez principales países clasificados por comercio electrónico minorista, teniendo un porcentaje de cambio del 14.2% en el 2023 respecto al año anterior. (Stackscale, 2023)

En el análisis del entorno se analizaron factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que pueden afectar al negocio, los factores de mayor importancia y mayor impacto para el negocio son ofrecer prestaciones de ley a los trabajadores, el acceso a internet de los consumidores, el salario promedio mensual de trabajadores informales, trabajadores formales, trabajadores domésticos y el salario mínimo en la ciudad de Puebla.

Por otro lado, en el análisis de la competencia se encontró que en la ciudad de Puebla no existen empresas que ofrezcan el servicio de limpieza doméstica a través del comercio electrónico,

que tengan un plan de producción estandarizado, estén especializadas en este tipo de servicio y que además ofrezcan calidad y seguridad en la prestación del servicio.

El instrumento aplicado sirvió como fuente de información para definir el mercado meta, permitiendo definir que los principales clientes serán mujeres solteras en un rango de edad de 20 a 40 años y 51 a 60 años con un ingreso entre 6,800 MXN a los 84,999 MXN.

Las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas encontradas en el análisis interno se toman como guía para realizar la mezcla de mercadotecnia donde se tiene como servicio básico la prestación del servicio de limpieza doméstica, como servicio real la especialización en dicho servicio, distintos métodos de pago disponibles, seguimiento del estatus del servicio y rápida respuesta seguridad en la cotización y contratación; como servicio aumentado se tiene una infraestructura sólida a través de la estandarización de su proceso, el cuidado de sus empleados ofreciendo prestaciones de ley a cada uno de ellos y un servicio post venta que brinda seguridad y confianza al cliente.

En el plan organizacional se cuenta con un socio principal, áreas de servicios profesionales como finanzas, recursos humanos y mercadotecnia cuyos servicios son contemplados posteriormente en el estudio económico, así como los salarios del área de producción y logística y los gastos de constitución de la empresa.

En el plan de operaciones se creó el mapa de procesos del negocio, donde se muestran entradas, procesos, salidas y la interacción de todos los departamentos entre sí, así como con el cliente. El mapa de procesos es de vital importancia para poder auditarlo, medirlo y encontrar áreas de mejora.

La inversión necesaria para poder iniciar operaciones es de \$679,910.44 MXN la cual se calcula con la inversión fija y diferida siendo el automóvil y el acta constitutiva de la organización las partidas que corresponden a un mayor porcentaje de la inversión, los cuales son absolutamente necesarios para poder cumplir con el plan de operación y poner en marcha el negocio.

Para el análisis de la rentabilidad de la idea de negocio se evaluó la tasa interna de retorno, el valor actual neto y el costo beneficio del proyecto en tres escenarios, pesimista, realista y optimista haciendo con esto un análisis de sensibilidad que demuestra que el proyecto es conveniente en cualquiera de los tres escenarios. Siendo importante en cualquier escenario dar seguimiento y el cumplimiento planes de ventas proyectados para cada año así como a los presupuestos de egresos anuales.

Con la investigación realizada y la creación del plan de negocios se ha concluido que el proyecto es conveniente, se tiene un tiempo de recuperación de la inversión de dos años por lo que se ha aceptado el proyecto. Los objetivos a corto plazo del negocio se han cumplido suministrando el servicio en la ciudad de Puebla y logrando el punto de equilibrio en el cuarto mes, al tercer año se tiene un margen de ganancia neto del 22% con lo que se cumplen los objetivos a mediano plazo del negocio.

En resumen, la elaboración de un plan de negocios permite al emprendedor establecer claramente cuál es el producto o servicio que venderá, definir sus procesos de producción, distribución y venta, estudiar al mercado meta para posteriormente elaborar estrategias de mercadotecnia, elaborar presupuestos de egresos e ingresos, definir la inversión inicial, para concluir en la evaluación financiera del negocio. Además, la creación del plan de negocios previo a la introducción del producto o servicio al mercado disminuye riesgos al evaluar los costos fijos y variables, con la finalidad de lograr los objetivos del negocio y conseguir la rentabilidad deseada.

Referencias

1. Asociación Mexicana de Venta Online. *Estudio de venta online 2021*.
https://www.amvo.org.mx/wp-content/uploads/2021/01/AMVO_Estudio_de_Venta_Online_2021_VersiónPública-3.pdf
2. Asociación Mexicana de Venta Online. *Estudio de venta online 2022*.
<https://www.amvo.org.mx/estudios/estudio-sobre-venta-online-en-mexico-2022/>
3. Betancourt, D. F. (01 de septiembre de 2018). *Cómo hacer un Análisis PESTEL*. Ingenio
Censo de Población y Vivienda (2020). INEGI
<https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
4. Data Mexico (2022). *Municipio del Estado de Puebla*.
<https://datamexico.org/es/profile/geo/puebla>
5. eMarketer (2023). *Global Retail Ecommerce Forecast*. Insider Intelligence
<https://on.emarketer.com/rs/867-SLG-901/images/eMarketer%20Global%20Retail%20Ecommerce%20Forecast.pdf>
6. Encuesta Nacional de Ocupación y empleo 2022. INEGI
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2022/enoen/enoen2022_12.pdf
7. Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo (ENUT) 2019 y ENUT 2014

8. Entrepreneur. *Tu plan de negocios paso a paso*
<https://www.entrepreneur.com/article/269219>
9. Fernandez C., Hernandez R. Y Baptista P. Sexta Edición. *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill
10. Gómez. *Estudio Económico Financiero*. Facultad de Economía UNAM
<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.p>
11. Ingenio Empresa *Análisis Pestal para describir el contexto organizacional*
www.ingenioempresa.com/analisis-pestel
12. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Resultados de la encuesta nacional sobre uso de tiempo (ENUT) 2019*.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/ENUT/Enut_Nal20.pdf
13. Internationale Nedelanden Groep. (30 de abril 2013). *Un buen plan de negocio: El primer paso hacia el éxito de cualquier empresa*. <https://www.ennaranja.com/para-negocios/un-buen-plan-de-negocio-el-primer-paso-hacia-el-exito-de-cualquier-empresa/>
14. Lenis A. (2023). *Competencia directa e indirecta: Definición, diferencias y ejemplos*.
<https://blog.hubspot.es/marketing/competencia-directa-indirecta>

15. Pérez C. (2021). *La importancia de las plataformas digitales para negocios*. Jorge Pérez Colin
- <https://blog.jorgeperezcolin.mx/la-importancia-de-las-plataformas-digitales-para-negocios/>
16. Rodriguez G (2019) *Mexico superará los 18 mil mdd en ventas en 2022*. América Retail.
- <https://www.america-retail.com/ecommerce/ecommerce-mexico-superara-los-18-mil-mdd-en-ventas-en-2022/>
17. Ruiz J. (2022) *Vuélvete un Experto en el Régimen de Incorporación Fiscal y Aprovecha sus ventajas*. Tu empresa en balance
- <https://www.factura-e.mx/blog/regimen-de-incorporacion-fiscal/#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20del%20R%C3%A9gimen%20de%20Incorporaci%C3%B3n,gradualmente%20hasta%20por%2010%20a%C3%B1os.>
18. Santander. (s.f.) Administrar una empresa en Mexico
- <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/mexico/administrar-una-empresa>
19. Marketing4ecommerce Mx. (1 de febrero 2021). *La pandemia impulsa el crecimiento del eCommerce en México hasta un 81% (AMVO)*.
- <https://marketing4ecommerce.mx/crecimiento-del-ecommerce-en-mexico-81-amvo/>

20. Ramos R. (2 de junio 2020). *Qué es eCommerce: definición modelos y ventajas*.
Marketing4ecommerce Mx
<https://marketing4ecommerce.mx/que-es-el-ecommerce/>
21. Montero J. (2018) *Punto de equilibrio para varios productos*
<https://www.youtube.com/watch?v=2WCn6jSVx-A&t=2s>
22. Nielsen IQ (2022) *La evolución del comercio electrónico a nivel mundial*
<https://nielseniq.com/global/es/insights/analysis/2022/the-evolution-of-e-commerce-globally/>
23. Pérez J. (7 de agosto 2019) *La importancia de las plataformas digitales para negocios*.
<https://blog.jorgeperezcolin.mx/la-importancia-de-las-plataformas-digitales-para-negocios/>
24. Question Pro. *¿Qué es la investigación empresarial?*
<https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-empresarial/>
25. Signes, A. T. (2019). Plataformas Digitales y concepto de trabajador: *Una propuesta de interpretación finalista*. Lan Harremanak-Revista de Relaciones Laborales, (41).
26. Stackscale (2023). *Crecimiento y estadísticas del eCommerce (2023)*.
<https://www.stackscale.com/es/blog/crecimiento-estadisticas-ecommerce/>
27. Statista Research Department (2023). *Evaluación anual de la tasa de inflación en México desde*

2015 hasta 2028. <https://es.statista.com/estadisticas/608330/tasa-de-inflacion-mexico/>

28. Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Lulu. com.

29. Zorita E. (2015) *Plan de negocio*. ESIC.

<https://books.google.com.mx/books?id=fRinCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Plan+de+negocio+Enrique+Zorita+Lloreda&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiH85C7j9zvAhUIP6wKHbvDCcQQ6AEwAXoECAUQA#v=onepage&q=Plan%20de%20negocio%20Enrique%20Zorita%20Lloreda&f=false>