

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL



**“ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL MERCADO DE LIMPIEZA INDUSTRIAL EN LAS
CIUDADES DE VIÑA DEL MAR Y CONCÓN, CASO DE ESTUDIO”**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

PROFESOR GUÍA: I. KAREN NIEMANN VIZCARRA

DANIELA ELIZABETH GÓMEZ GARRIDO

VIÑA DEL MAR, 2015

Dedicado a mi familia, en especial a mi madre que es un ejemplo de vida que me enseñó que la palabra imposible no existe en mi vida, a mi hermano por ser quien es conmigo y a Simon por su paciencia. Gracias por entregarme amor, fidelidad y sobre todo por creer en mí. Los amo.

Agradezco a las personas que aportaron en mi creación de la tesis, principalmente a mi profesora guía Srta. Karen Niemann Vizcarra y a Don Eduardo Testart Tobar, dueño de "*CLEANING JET*" por su apoyo, compromiso y comprensión que me otorgaron para la preparación de esta memoria.

ÍNDICE

RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	1
1. Planteamiento del Problema a Investigar.....	1
2. Objetivo General	2
3. Objetivos Específicos	2
4. Justificación y Viabilidad.	2
5. Formulación de Preguntas	3
6. Descripción de la Metodología de la Investigación	3
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	6
1.1 Estudio de Mercado	6
1.1.1 Análisis del Mercado.....	8
1.1.2 Análisis de la Demanda	9
1.1.2.1 Cliente	11
1.1.3 Análisis de la Oferta.....	12
1.1.3.1 Competencia	13
1.1.3.2 Productos o Servicios.....	15
1.1.4 Análisis de los Precios	16

1.1.5	Análisis de la Distribución	17
1.1.5.1	Sistema de Control.....	18
1.2	Análisis Tecnológico.....	18
1.3	Limpieza Industrial	20
1.3.1	Desinfección	22
1.3.2	Sanitización	22
1.3.3	Esterilización.....	23
1.4	Normas Legales para el Servicio de Limpieza Industrial.....	24
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA		26
2.1	Misión.....	26
2.2	Visión	26
2.3	Descripción de la Empresa	27
2.4	Servicios de CLEANING JET	29
2.5	Personal de CLEANING JET	31
2.6	Implementación de CLEANING JET	31
2.7	Certificaciones y Resoluciones	33
2.8	Clientes de CLEANING JET.....	35
CAPÍTULO III. Resultados y Análisis del Estudio de Mercado.....		37
3.1	Limpieza Industrial y Limpieza Convencional.....	37

3.2	Estudio de Mercado de CLEANING JET	40
3.2.1	Problemática del Caso Estudio.....	40
3.2.2	Metodología de Estudio	41
3.2.2.1	Tipo de Estudio	41
3.2.2.2	Fuente de la Información.....	41
3.2.2.3	Universo	42
3.2.2.4	Muestra	42
3.2.2.5	Método de Encuesta en Terreno	44
3.2.2.6	Limitaciones de Estudio por Método de Encuesta.....	45
3.2.2.7	Entrevista	46
3.2.2.8	Limitaciones de Estudio por Método de Entrevista.....	46
3.2.2.9	Encuesta	46
3.2.2.10	Resultado y Análisis de la Encuesta	48
3.2.2.11	Resultados	63
3.2.2.12	Análisis de la Competencia de Limpieza Industrial	65
3.2.2.13	Análisis de Distribución	66
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
	BIBLIOGRAFIA	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. 1: Factores de la Demanda en el Mercado.....	10
Tabla 1. 2: Tipos de Clientes.....	11
Tabla 1.3: Factores de la Oferta en el Mercado	13
Tabla 1.4: Estructura de la Competencia de Mercado	14
Tabla 1. 5: Establecer Precios en el Mercado	16
Tabla 1.6: Beneficios de Tecnología en la Empresa	20
Tabla 2.1: Portafolio de Clientes	35

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1: Diagrama Análisis del Mercado.....	7
Figura 3.1: Comparación entre Limpieza Industrial y Convencional.....	40
Figura 3.2: Fórmula Finita	42

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 3.1: Rangos de facturación	48
Gráfico 3.2: Contratación o no de servicios de Limpieza Industrial	49
Gráfico 3.3: Razones no contratan los servicios de Limpieza Industrial.....	50
Gráfico 3.4: Razones de contratación de servicios de Limpieza Industrial.....	51
Gráfico 3.5: Frecuencia de contratación de servicios de Limpieza Industrial	52
Gráfico 3.6: Rango de precios de los servicios de Limpieza Industrial.....	53
Gráfico 3.7: Tipos de servicios de Limpieza Industrial	55
Gráfico 3.8: Satisfacción de los servicios contratados	56
Gráfico 3.9: Fidelidad con la empresa que presta servicios de limpieza industrial	57
Gráfico 3.10: Razones para cambiar a la empresa de servicios de Limpieza Industrial.....	58
Gráfico 3.11: Empresa de servicios de Limpieza Industrial, que logra superar sus expectativas	59
Gráfico 3. 12: Tipos de servicios de Limpieza Industrial	60
Gráfico 3.13: Frecuencia de contratación.....	61
Gráfico 3. 14: Rangos de precios de los servicios de Limpieza Industrial	62

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: CÓDIGO SANITARIO	70
ANEXO N° 2: REGLAMENTO SANITARIO DE MANIPULACIÓN DE ALIEMNTOS DECRETO SUPREMO N°977/96.....	72
ANEXO N° 3: BPM, HACCP, ISO9001	86
ANEXO N° 4: LISTADOS DE RESTAURANTES EN VIÑA DEL MAR Y CONCÓN	88
ANEXO N° 5: ENCUESTA	91
ANEXO N° 6: FICHA DE SOLICITUD DE SERVICIO	96
ANEXO N° 7: PAGINA WEB DE CLEANING JET.....	98

RESUMEN

En Chile, la Limpieza Industrial es un mercado emergente, el cual se está potenciando debido a que es uno de los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento y acondicionamiento de cualquier actividad productiva, es por ello que no existe ninguna empresa, organización o institución que no requiera de estos servicios. La Limpieza Industrial se preocupa del cuidado del medio ambiente, del ambiente laboral y de la imagen corporativa de la empresa a la cual se está prestando el servicio.

La presente tesis es un estudio de mercado que tiene por objetivo buscar que la empresa "*CLEANING JET*", que es incipiente en el rubro de la Limpieza Industrial, pueda expandirse y lograr una mayor cuota de mercado, mediante la incorporación de nuevas tecnologías y servicios que le permitirán lograr su cometido. La investigación necesaria se obtendrá mediante el método de encuesta que será realizada en las ciudades de Viña del Mar y Concón, para luego procesar los datos, consolidarlos y entregar resultados que traduzca en la información que se ha buscado el poder abarcar otros mercados.

ABSTRACT

Industrial Cleaning in Chile is an emerging market which potential is one of the basic service necessary for the well functioning and conditioning of any comercial activity, and the reason for almost all the companies, organizations or institutions requiring this service. Industrial Cleaning is aimed to the care of the environment of labour and corparative image of the company to which it is rendering the service.

The presente tesis is a marketing study which subject is to provide expansion to the "CLEANING JET" with a greater quota in the market thru the incorporation of new technologies and services for them to meet their goals. The necessary information will be obtained by survey method made in both Viña del Mar, and Concón cities. Later on, data will be processed and consolidated, then report their results of what it has been searched for covering other markets.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene como propósito elaborar un “Estudio de Mercado” el cual se puede definir como el conjunto de acciones que se ejecutan para la toma de decisiones empresariales para un producto o servicio, donde se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución. La investigación se enfocará en el rubro de la Limpieza Industrial, donde este concepto cuenta con una diversificación de servicios, que busca expandirse a un nuevo mercado.

1. Planteamiento del Problema a Investigar.

En los últimos años han surgido una variedad de empresas que se dedican a la limpieza y/o aseo industrial, éstas entregan una variedad de servicios y productos, entre ellos: limpieza de chimeneas, de fachadas de edificios, de cámaras de grasa, de casco de yates, entre otros. Es tan extensa la gama de servicios que este tipo de empresas ofrece, que es difícil identificar si la empresa que dice pertenecer al rubro de “Limpieza Industrial” corresponde a él o si en la práctica sólo realiza labores de “Limpieza Convencional”, dedicándose en el mejor de los casos a realizar aseo en oficinas de empresa, instituciones u organizaciones en general.

La empresa “CLEANING JET” cuenta con los servicios que corresponden al rubro de la Limpieza Industrial, y aunque es incipiente en este, busca expandirse y lograr una mayor cuota de mercado, para ello, la empresa se ve en la necesidad de saber si la incorporación de nuevas tecnologías y servicios le permitirán lograr

su cometido. La empresa en cuestión ofrece servicios de desinfección, sanitización, esterilización, higiene, y tratamiento de aguas y ductos, entre otros.

Se realizará un estudio de mercado en las ciudades de Viña del Mar y Concón, el público, objetivo de "CLEANING JET" corresponde a las empresas del rubro gastronómico (restaurantes).

2. Objetivo General

Determinar mediante un estudio de mercado, si la empresa CLEANING JET, posee una demanda que le permita ampliar sus servicios de Limpieza Industrial.

3. Objetivos Específicos

- Analizar la normativa legal vigente para servicios de Limpieza Industrial.
- Identificar las empresas del rubro gastronómico ubicadas en las ciudades de Viña del Mar y Concón.
- Desarrollar una encuesta que permita identificar los servicios necesitados por las empresas gastronómicas y la potencial demanda que tendrá CLEANING JET.
- Determinar el tamaño de la muestra de empresas a encuestar.
- Identificar los elementos diferenciadores entre empresas de Limpieza Industrial.

4. Justificación y Viabilidad.

Dada la gran cantidad de empresas del rubro gastronómico existentes en las ciudades de Viña del Mar y Concón, aproximadamente 96, y puesto que estas

ciudades son altamente visitadas por turistas durante todo el año, es que se hace necesario que estas organizaciones cuenten con empresas de “Limpieza Industrial” que les entreguen los servicios para mantener un nivel apto de limpieza e higiene en sus labores diarias.

Para ello, es imprescindible la existencia de empresas que se focalicen en la Limpieza Industrial, junto con ello, la empresa CLEANING JET no sólo busca entregar servicios de calidad, sino que también expandirlo y de esta manera ampliar su cuota de mercado y la fidelidad de sus clientes.

5. Formulación de Preguntas

- ¿Cuáles son las posibilidades de que la empresa CLEANING JET aumente su cuota de mercado?

6. Descripción de la Metodología de la Investigación

Según el planteamiento del problema, esta investigación es de tipo:

- Analítica descriptiva, enfocada a conocer todo lo que se relaciona con la Limpieza Industrial, mediante los servicios de desinfección, sanitización, esterilización, etc.
- Inmiscuir en la empresa bajo estudio, focalizarse en uno de los ámbitos de sus servicios rubro gastronómico ubicado geográficamente en los potenciales restaurantes de Viña de Mar y Concón mediante una encuesta.

- Complementario al estudio, se visitaran empresa de Limpieza Industrial, para conocer los servicios que ofrecen y para identificar elementos diferenciadores.

Bajo este contexto, esta Memoria se estructura en tres capítulos, estos son:

Capítulo I, se denomina Marco Teórico, en él se expondrán los conceptos y definiciones que son la base conceptual para el desarrollo de un estudio de mercado, también se proporcionará información referente a los conocimientos técnicos que se deben manejar con respecto a la Limpieza Industrial.

Capítulo II, se presenta una descripción de la empresa bajo estudio “CLEANING JET”, que pertenece al rubro de la Limpieza Industrial, su función principal es sanitización, desinfección e higiene y tratamiento de agua, entre otros, se caracteriza por utilizar suministros e insumos que no dañan el medio ambiente, el uso de sus maquinarias son de última tecnología. Se ubica en la Región de Valparaíso en la ciudad de Viña del Mar.

Capítulo III, se denomina Análisis y Resultado del Estudio de Mercado, aquí es donde se define el tipo de investigación que se va a realizar mediante el método de encuesta, esta se realizará en los restaurantes ubicados en las ciudades de Viña del Mar y Concón, posteriormente se procesarán los datos, se consolidarán y se entregarán los resultados correspondientes que tienen por finalidad determinar la demanda, la oferta y el entorno competitivo. En base a estos resultados se puede definir si existe o no existe la posibilidad de ampliar la cuota de mercado, mediante la incorporación de nuevas tecnologías a la empresa en estudio.

Finalmente, se presentarán las conclusiones pertinentes y recomendaciones necesarias para la culminación del estudio de mercado de Limpieza Industrial, las cuales se basaron en los aspectos más importantes y relevantes del estudio.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se dará a conocer información relevante que se deben, manejar y que son necesarias para el desarrollo del estudio de mercado, la que servirá como base central para la presente memoria. Los autores consultados son: Nassir Sapag Chain, Reinaldo Sapag Chain, Gabriel Baca Uribina, Abraham Hernández Hernández, Abraham Hernández Villalobos, Alejandro Hernández Suárez.

1.1 Estudio de Mercado

Desarrollar un Estudio de Mercado es una de las tantas decisiones que los directores deben tomar, puesto que el estudio surge por una necesidad insatisfecha en el mercado¹, donde su enfoque principal es innovar en nuevos productos o servicios, con la posibilidad de brindar un mejor servicio con respecto del que entregan los productos existentes y expandirse a nuevos mercados.

Este es uno de los procesos de análisis más complejo e importante sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. La información que se recopila del mercado debe ser segura y confiable, ya que de estos datos consolidados se logra la vinculación con los clientes, proveedores y con los principales competidores que se encuentran en el mercado. Se entiende que el estudio debe definir la situación actual de la empresa y del mismo modo se debe proyectar cual será el mercado objetivo, es por ello que la información recopilada y analizada de

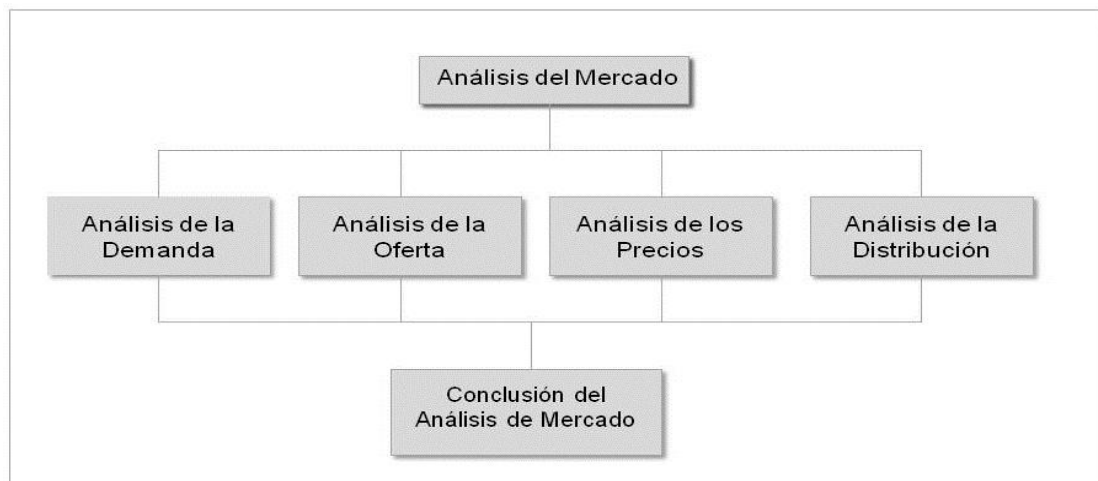
¹ Se entiende por mercado el área en que concluye las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

los datos debe ser confiable y de fuente primaria, ya que la certeza de los resultado se podrán tomar decisiones concretas y adecuadas.

Para Nassir y Reinaldo Sapag: “Uno de los factores más críticos en el estudio de proyecto es la determinación de su mercado, tanto por el hecho de que aquí se define la cuantía de su demanda e ingresos de operaciones, como los costos e inversiones implícitos”². De este modo se establece que es un estudio exacto y con posibilidad de ser exitoso, teniendo bien establecida la oferta y la demanda de mercado al cual se quiere penetrar. Como cualquier investigación se debe tener presente el factor de riesgo, este puede ser viable o no viable al momento de realizar.

Metodológicamente, como se ilustra en la Figura 1.1.

Figura 1.1: Diagrama Análisis del Mercado



Fuente: Formulación y Evaluación de Proyecto Informático. Gabriel Baca Urbina, 5ª. McGraw Hill.

² Sapag, Chain Nassir, Sapag, Chain Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyecto. 5ª. Ed. Colombia: McGraw Hill, 2008. 26p.

El objetivo del estudio de mercado es confirmar la existencia de un nuevo mercado, una necesidad insatisfecha en el mercado o buscar la forma de ofrecer un mejor servicio en los productos existentes en él. Se debe tener noción clara de la cantidad de consumidores que deseen adquirir los bienes y servicios, dentro de un periodo determinado y el precio que están dispuestos a obtener los clientes.

Posteriormente, el estudio de mercado, está orientado para potenciar a la empresa, con la información recopilada y consolidada, entregando resultado que permite distinguir al momento de tomar una decisión si existe o no existe mercado para nuestros servicios o productos, indicando que tipo de clientes son los interesados en nuestros servicios o productos y así, de este modo, establecer el precio apropiado y la distribución de éste.

1.1.1 Análisis del Mercado

El Análisis de Mercado determina la oportunidad de negocio de un producto o servicio, en donde la información es esencial al momento de establecer una estrategia de penetración de mercado³ y así diferenciarse de la competencia. Esto se consigue mediante los precios ofrecidos en el mercado, mediante la entrega de calidad en sus bienes y servicios, con tecnología de última generación que no dañe el medio ambiente y, sobre todo, busca la fidelidad de sus clientes.

Su objetivo central es pronosticar la demanda y la venta de los distintos productos o servicios que van a producir o crear, en donde se recomienda establecer un

³ La penetración de mercado se utiliza a menudo para describir el grado en que un producto o servicio es conocido por los clientes potenciales y cuántos consumidores realmente compran el producto o servicio.

precio y su forma de pago, también se debe identificar los canales de distribución, también la ventaja y desventaja de la empresa bajo estudio y sus principales competencias.

Según Rodrigo Varela: “El análisis de mercado debe concentrarse en la investigación de aquellos aspectos sobre los cuales el empresario tiene duda, y debe proveer de elementos que faciliten la toma de decisiones, la formulación de metas y de estrategia...”⁴. Es necesario que la información sea de primera fuente, porque al momento de procesar, analizar y consolidar los datos, ésta permite dar una respuesta adecuada, que sirva como base para la toma de decisión o creación de una nueva estrategia.

1.1.2 Análisis de la Demanda

El Análisis de la Demanda, permite a la empresa determinar si se puede o no entrar con éxito en un mercado, de modo que genera beneficios a las personas que consumen, adquieren y hacen usos de los bienes o servicios por medio de sus operaciones comerciales.

Por lo demás, “se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”⁵. Estos bienes o servicios son muy variados, es por ellos que se piensa que es conveniente que todos los seres humanos o empresas son demandantes, de alguna forma en el mercado.

⁴ Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial 3ª. Ed. Colombia: Prentice Hall, 2008. 330p.

⁵ Formulación y Evaluación de Proyecto. [En línea] Mayo 2014. <http://proyectos-ittla.blogspot.com/2011/06/33-analisis-de-la-demanda.html>

El objetivo trascendental del Análisis de la Demanda es mediar cuáles son las fuerzas que afectan y la que requiere el mercado, con respecto a un bien o servicio, asimismo da la posibilidad de mejorar o concebir nuevas ideas y para tener un mayor acceso a la demanda y así satisfacer dicha necesidad.

Tabla 1. 1: Factores de la Demanda en el Mercado

<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso de los compradores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Precios de los productos sustitutos.
<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia o gustos de los compradores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expectativas de precios con respecto a la cantidad de compradores.

Fuente: <http://todoingenieriaindustrial.wordpress.com/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/2-3-analisis-de-la-demanda>

Para realizar un estudio sobresaliente de la demanda se tendrá que recurrir a la información que proviene de fuente primaria (contiene información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más) y secundaria (contiene información primaria, se hace referente a ésta por una razón específica, cuando los recursos son limitados y su fuente es confiable, se utiliza para confirmar hallazgos, ampliar contenido de información con respecto a los estudiado), es decir, los indicadores económicos y sociales.

1.1.2.1 Cliente

Cliente es una persona natural, jurídica, o incluso puede ser un país que accede a un producto, bien o servicio a través de una transacción financiera. De este modo, existen tres tipos de clientes: constante, que siempre acceden a los beneficios que entrega la empresa donde se adquieren el producto o servicio, el de temporada, aquel que se hace en un determinado momento y por último el de necesidades puntuales.

Tabla 1. 2: Tipos de Clientes

Clasificación de Clientes	
Comprador	Persona que adquiere un producto o servicios.
Usuario	Persona que hace uso de un producto o servicios.
Consumidor	Persona u organización que demanda un producto o servicios.

Fuente: <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448175840.pdf>

El interés permanece por adquirir nuevos productos o servicios, basándose en los consumidores actuales, potenciales y de sus competencias. “La imposibilidad de conocer los gustos, deseos y necesidades de cada individuo que potencialmente puede transformarse en un demandante para el proyecto, hace necesario la agrupación de éste de acuerdo con algún criterio lógico”⁶. De acuerdo a los criterios de agrupación encontramos dos tipos de forma de consumir: el

⁶ Sapag, Chain Nassir, Sapag Chain Reinaldo. Preparación y evaluación de proyecto. 5ª. Ed. Colombia: McGraw Hill, 2008. 71p.

consumidor institucional, que se caracteriza por tomar decisiones con respecto a la variables técnicas, precios, calidad, repuesto, entre otros y el consumidor individual, que toma decisiones de carácter más emocional, como la moda, exclusiva del producto, prestigio de marca, etc.

La finalidad es que, tanto el comprador, usuario y consumidor se sienta identificado con el producto o servicio que se le entrega y que este sea fiel a la marca que desea usar, ocupar o consumir.

1.1.3 Análisis de la Oferta

El Análisis de la Oferta se estudia de forma paralela con el comportamiento de la demanda, esto se debe a que la investigación va dirigida a cubrir aquella demanda que no esté siendo satisfecha por la oferta actual. Se entiende por oferta la cantidad de bienes, productos o servicios que ciertas empresas o empresarios (oferentes) están preparando para ponerlos a la disposición del mercado que desea interactuar a un precio determinado.

El propósito que persigue el Análisis de la Oferta es investigar el entorno económico para establecer la cantidad de bienes y servicios que existen en el mercado y de esta forma buscar el modo de introducir o mejorar un nuevo producto o servicio y además que cumplan con las características deseadas por el cliente.

Tabla 1.3: Factores de la Oferta en el Mercado

<ul style="list-style-type: none">• Innovación Tecnológica.	<ul style="list-style-type: none">• Precio del mismo Bien.
<ul style="list-style-type: none">• Tamaño del Mercado.	<ul style="list-style-type: none">• Precio del Bien sustituto.
<ul style="list-style-type: none">• Costo de Factores de Producción.	<ul style="list-style-type: none">• Precio de los Bienes Complementarios.

Fuente: <http://todoingenieriaindustrial.wordpress.com/formulacion-y-evaluacion-de-proyectos/2-4-analisis-de-la-oferta>

Finalmente, la estructura del mercado de la oferta funciona igual que la demanda de acuerdo al número de clientes que deseen adquirir una cantidad con respecto a los productos o servicios.

1.1.3.1 Competencia

La Competencia es el conjunto de empresas que están enfocados a ofrecer o prestar los mismos productos o servicios en condiciones sustitutas, similares o reemplazadas. Se debe estar continuamente observando la competencia para hacer un constante estudio de las ventajas y desventajas que tienen los productos o servicios con respecto a los otros.

La competencia permite a la empresa bajo estudio determinar la fortaleza y debilidades de esta, como también la amenaza y oportunidades del mercado

objetivo y de sus opositores. Es recomendable contar con una estrategia comercial⁷ bien definida, porque es una de las base del Estudio de Mercado.

Tabla 1.4: Estructura de la Competencia de Mercado

Competencia
<ul style="list-style-type: none">• Análisis Interno Estudia los factores del interior de la empresa, donde se evalúan permanentemente los recursos actuales, teniendo en cuenta cuáles son sus fortalezas y debilidades, para proyectar sus metas y estrategias en un tiempo determinado. A su vez deben transformar sus debilidades en fortaleza y potenciarlas para lograr sus objetivos.
<ul style="list-style-type: none">• Análisis Externo Estudia y evalúa los sucesos que ocurren en el entorno externo de la empresa, se dedica a buscar estrategias para aprovechar las oportunidades y estrategias para combatir las amenazas, para lograr así los objetivos y el equilibrio en el mercado establecido.

Fuente: Formulación y Evaluación de Proyecto Informático. Gabriel Baca Urbina, 5ª. McGraw Hill.

La competencia se puede tomar como una fuente de aprendizaje, debido a que su información con respecto a los negocios que realiza el resto de los competidores es fiable, cuanto más información se maneja con respecto a ella, más sólidos son los datos en los que se está basando la investigación. Por lo que se recomienda conocer de cerca y saber quiénes son nuestros competidores y saber hacer la diferencia con respecto a lo que se ofrece en el mercado.

⁷ La estrategia comercial es el conjunto de actividades que se pretenden llevar a cabo en la organización, relacionadas con el mercado específico al que nos dirigimos y con el diseño comercial.

1.1.3.2 Productos o Servicios

El mercado de los productos o servicios, es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización para satisfacer sus necesidades con el propósito de lograr los objetivos que persigue el cliente.

Se recomienda conocer con detalles las características de los productos o servicios que el mercado ofrece. Un producto es un objeto tangible el cual puede ser comprado o vendido y responde a las necesidades de un grupo de consumidores. En cambio, los servicios son intangible cuentan con un alto grado de contacto con el cliente, ya que existe un vínculo directo entre la persona que entrega (vendedor) y quien recibe el beneficio (cliente).

Al momento de crear o mejorar un nuevo producto o servicio se debe evaluar primero la aceptación de estos en el mercado, si cumple con satisfacer tantas las necesidades humanas como las empresariales. Esto conlleva a realizar una gran inversión económica con respecto a la variedad de insumos y de tecnología avanzada, que requieren los productos o servicios. Asimismo, es preciso producir a menos costo y ofrecer mejores productos o servicios en el menor tiempo y a mayor calidad.

Las empresas buscan ocupar un lugar distinto en el mercado al instante de ofrecer una mejora o un nuevo producto o servicio mediante la diferenciación de la competencia.

1.1.4 Análisis de los Precios

El Análisis de los Precios de una empresa u organización son apreciados de acuerdo al comportamiento de la demanda, por otra parte se debe contar con los conocimientos apropiados acerca del mercado el cual se encuentra orientado y saber lo que busca el consumidor.

Asimismo el precio es importante, ya que interviene en la apreciación que tiene el consumidor sobre el valor percibido del producto o servicio al momento de adquirir. El Precio es "... la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio"⁸.

Tabla 1. 5: Establecer Precios en el Mercado

<ul style="list-style-type: none">• El Costo de Producción.
<ul style="list-style-type: none">• Los Precios de la Competencia.
<ul style="list-style-type: none">• Los Precios de los Productos o Servicios Sustitutos.

Fuente: <http://www.mailxmail.com/curso-plan-negocios-manual/estudio-mercado-analisis-precio-comercializacion-segmentacion-mercado>

Al momento de fijar los precios la empresa debe analizar las ventajas y desventajas de las opciones ya nombradas, incurrir en los costos que conlleva y no dejar de percibir el margen de ganancia. No debemos olvidar que lo que busca el consumidor en los productos o servicios es la calidad y no el precio, sin

⁸ Baca, Urbina Gabriel. Formulación y evaluación de proyectos informáticos. 5ª. Ed. México. McGraw Hill, 2006. 47p

embargo, a veces, el precio es una variable de decisión principal, pues en muchas ocasiones una errónea fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio que no se desee consumir.

1.1.5 Análisis de la Distribución

El Análisis de la Distribución estudia la forma adecuada para llegar al consumidor final y diferenciarse de la competencia. La distribución tiene por función hacer llegar el producto o servicio al consumidor en un tiempo y lugar determinado.

El Análisis de la Distribución es importante conocer con detalles el proceso que existe en el producto o servicio, porque facilita al momento de planificar⁹ y controlar¹⁰, que beneficia el desarrollo adecuado de la producción, el precio y las cantidades requeridas, logrando favorecer las ventas a través del tiempo a la empresa.

Posteriormente, se tiene que considerar que los canales de distribución no duran toda una vida al igual que el producto o servicio tiene que estar en constante evolución, como lo hace el cliente, ya que van cambiando y buscando nueva forma de comercialización.

⁹ Método que permite ejecutar planes de forma directa, los cuales serán realizados y supervisados en función del planeamiento.

¹⁰ Tiene como objetivo cerciorarse de que los hechos vayan de acuerdo con los planes establecidos.

1.1.5.1 Sistema de Control

El sistema de control tiene como propósito certificar y evaluar el rendimiento de los procesos productivos de una empresa u organización, es el que permite conocer en donde se van a emplear los recursos de los productos o servicios para poder obtener los resultados concretos en función a los objetivos establecidos.

El sistema de control para que funcione debidamente, tiene que contar con información oportuna y fiable, para la toma de decisiones, también beneficiar las capacidades y los recursos de la empresa. Sin embargo, un mal sistema de control puede llevar a la empresa a cometer errores irreparables al momento de entregar un producto o servicio de calidad.

1.2 Análisis Tecnológico

Se entiende por Análisis Tecnológico a un conjunto de conocimientos¹¹ y habilidades¹² que tienen como objetivo determinado el conseguir una solución a la empresa y en resolver un problema específico con el fin de obtener una mayor producción y de calidad.

Hoy en día, la tecnología es la esencia, tanto para la empresa como para el ser humano, ya que todas las actividades que se realizan diariamente requieren del uso de cierto dispositivo¹³.

La tecnología se estudia y trabaja en diversas ramas, en las que encontramos:

¹¹ El conocimiento es un conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje a través de la introspección.

¹² Es la capacidad y destreza para realizar algo, que se obtiene en forma innata o se adquiere o perfecciona en virtud del aprendizaje y la práctica.

¹³ Un dispositivo es un aparato o mecanismo que desarrolla determinadas acciones.

- Informática: Es el conjunto de conocimiento científico y técnico que hacen posible el tratamiento automático de la información por medio del computador.
- Robótica: Es la ciencia y Técnica que está involucrada en el diseño, la fabricación y la utilización de robots (Máquinas que se pueden programar para que interactúen, logrando que imiten cierto comportamiento humano o animal).
- Electrónica: Es la rama de la ciencia y tecnología que se encarga del estudio, control y aplicación de la producción mediante los gases, el vacío o de materiales conductores o semiconductores, provocando el movimiento controlado de electrones.
- Neumática: Es la tecnología que se emplea con aire comprimido, como modo de transmisión de la energía necesaria para mover y hacer funcionar los mecanismos.

Para el mercado contar con los recursos tecnológicos ayuda a crear nuevas ventajas competitivas que mejoran el posicionamiento de la empresa, otorgando características diferenciadoras con respecto a los otros, obteniendo beneficios que perduran en el tiempo.

Tabla 1.6: Beneficios de Tecnología en la Empresa

Mediante un liderazgo continuo en innovación tecnológica que posibilite una perpetua reinversión de ventajas tecnológicas
Lograr ventajas por ser el pionero, lo que genera una barrera de ingreso para los competidores
Integrar la tecnología en la organización de tal forma que se produzca una valiosa y sostenible complementación con el resto de recursos de la empresa.

Fuente: <http://thinkconsulting.com.ar/blog/implementacion-de-nuevas-tecnologias-en-la-empresa/>

Se recomienda que antes de incorporar tecnología de última generación en una empresa, se debe realizar un estudio que debe considerar las ventajas y desventajas, los requisitos técnicos y el costo de inversión que se requiere al momento implementación.

1.3 Limpieza Industrial

La Limpieza Industrial consiste en disminuir o exterminar físicamente las materias orgánicas¹⁴ e inorgánicos¹⁵, microorganismos¹⁶ y de contaminantes¹⁷ que se hallan en un espacio u objeto, evitando así olores desagradables, que se encuentran presente en las maquinarias e instalaciones, en el ambiente donde se realiza la actividad productiva y el personal que trabaja en él. Es por ello que se

¹⁴ La materia orgánica está formada por moléculas fabricada por los seres vivos. Son moléculas hechas a base de carbono, suelen ser moléculas grandes, complejas y muy diversas, como las proteínas, hidratos de carbono o glúcidos, grasas o ácidos nucleicos. Las podemos encontrar en las raíces, animales, organismos muertos, etc.

¹⁵ La materia inorgánica no está hecha de carbono y no son fabricada por los seres vivos, sino por la naturaleza. Se encuentran en los minerales tales como el agua, las sales y el dióxido de carbono.

¹⁶ Son aquellos seres vivos más diminutos que únicamente pueden ser apreciados a través de un microscopio. En este extenso grupo podemos incluir virus, las bacterias, levaduras y moho que abundan por el planeta tierra.

¹⁷ Acción y efecto que lleva a la presencia de sustancias extrañas o indeseables, en especial, partículas o microorganismo, en una materia prima, material o productos, como consecuencia de un acto imprevisto, erróneo o intencional.

utilizan los productos desinfectantes¹⁸ que son sustancias químicas dañinas para el ser humano, por lo cual deben ser utilizados con cuidado y precaución para evitar accidentes. Se usan como por ejemplo: el detergente, jabón, amoníacos, cloro, desengrasante, etc.

La limpieza se vincula con la higiene (es el arte, ciencia y técnica de reconocer, evaluar y controlar los agentes ambientales y las tensiones que se originan en el lugar de trabajo y que pueden causar enfermedades, perjuicio a la salud o el bienestar, o incomodidades e ineficiencia entre los trabajadores), que se preocupa de minimizar o eliminar los microorganismos del entorno y también tiene, por finalidad, mantener los espacios y maquinarias limpias que son con frecuencia usados por las personas.

Para algunas industrias, empresas de alimentos, hospitales, laboratorios clínicos, restaurantes, etc, la Limpieza Industrial resulta ser una exigencia donde los niveles de contaminación ambiental deben ser mínimos y si es posible inexistentes. Es por ello que existen tres factores que están directamente vinculados con la limpieza que son: la desinfección, la sanitización y la esterilización, elementos que tienen semejanzas en lo teórico pero son muy diferente en cuanto al resultado que se busca.

¹⁸ Agente químico que elimina un rango de organismos patógenos, pero no necesariamente todo los microorganismos.

1.3.1 Desinfección

Es un proceso que tiene como objetivo la reducción temporal de bacterias, microorganismo vivo y la destrucción de los patógenos, a un nivel seguro en los utensilios y en los equipos después de haber realizado la limpieza.

La desinfección se clasifica en tres categorías¹⁹:

- Desinfección de alto nivel: Elimina todos los microorganismos incluyendo los virus resistentes y Mycobacterium tuberculosis. Actúan por inmersión.
- Desinfección de nivel intermedio: Elimina formas vegetativas de las bacterias, hongos y virus pero no los de tamaño pequeño no lipídico en casos especiales elimina Mycobacterium tuberculosis. Actúan por frotación.
- Desinfección de nivel bajo: Elimina bacterias patógenas en su forma vegetativa y algunos hongos.

1.3.2 Sanitización

La Sanitización es el proceso que reduce los microorganismos en un número considerable, seguro y libre de infección, también de remover la materia orgánica que se encuentra presente en el ambiente laboral o en objetos inanimados que están en contacto directo con el ser humano. Además logra una mayor efectividad en la descontaminación esterilizada.

¹⁹ Desinfección de artículos clínicos. [En línea]. Octubre 2013. <http://www.hs salvador.cl/documentos/DESINFECCIONARTICULOSCLINICOS.pdf>

Existen tres métodos de sanitización:

- Manual: Consiste en el aseo general, en especial de manos con agua corriente que permite el arrastre mecánico de microorganismo, cepillo de cerda para la eliminación de sustancia que se resisten y, jabón neutro o detergente en concentraciones bajas para fomentar y mantener hábitos de higiene, para destruir residuos y evitar la transmisión de enfermedades.
- Mecánicos: Aparato de limpieza de utensilios, ropa o materiales, donde se obtiene una limpieza superior a la manual, y disminuye la posibilidad de adquirir infecciones.
- Energía Ultrasonido: Técnica de lavado por inversión a través de ondas de altas frecuencias a partir de 20Khz, se logra un sistema de limpieza de alta calidad sin importar la complejidad de tratamiento de las superficies o elementos pequeños, se adapta a las necesidades específicas de los sectores a trabajar.

1.3.3 Esterilización

Es el proceso mediante el cual se alcanza la muerte o la eliminación de todas las formas de vida microbianas, incluyendo bacterias y sus formas esporuladas altamente resistente; hongos, esporas y virus. Se entiende por muerte, la pérdida irreversible de la capacidad reproductiva del microorganismo²⁰.

²⁰Esterilización y Desinfección [En línea] Julio2013. <http://www.higiene.edu.uy/cefa/Libro2002/Cap%2027.pdf>

Existen dos métodos que se realizan para esterilizar, a través de químicos (germicidas²¹) y a través de un método físico (calor seco, calor húmedo, radiación con rayos X, ultravioleta y gama). El método más seguro es el calor húmedo que se trabaja a una temperatura de 120°C y después lo sigue el calor seco a una temperatura más elevada que puede llegar a los 160°C, con un tiempo de mayor exposición. Se recurren a la radiación gamma o ultravioleta cuando los materiales a esterilizar no se pueden exponer a dicha temperatura.

1.4 Normas Legales para el Servicio de Limpieza Industrial

Las Normas “se denomina a toda aquella ley o regla que se establecen para ser cumplidas por un sujeto específico en un espacio y lugar también específico”²², se entiende que son pautas de ordenamiento social que se instauran en una comunidad para crear el comportamiento, las actitudes y las diferentes formas de actuar de modo de no obstaculizar el bien común.

Las empresas que prestan Servicio de Limpieza Industrial en Chile, deben cumplir con las normativas legales al momento de suministrar productos o servicios a otras organizaciones, que son fiscalizadas²³ por el Seremi de Salud y el Seremi de Medio Ambiente de cada Región y esto a su vez están bajo el mando de los Ministerios.

²¹ Compuesto que reduce pero no necesariamente elimina los microorganismos del medio ambiente y objetos inanimados

²² Índices Definiciones. [En línea]. Septiembre 2014. <http://www.definicionabc.com/derecho/norma.php>

²³ Se denomina fiscalización al proceso mediante el cual se ejerce controles con la finalidad de evitar comportamientos que se aparten de derecho. Lo puede ejercer el estado o por entidades autónomas que quieren evitar algún tipo de irregularidad.

Todas las empresas de Limpieza Industrial tienen que cumplir con el Código Sanitario (Ver Anexo N° 1), establecido por el Ministerio de Salud. Dependiendo el rubro que se encuentre la empresa debe cumplir con diferentes reglamentos como por ejemplo:

- Reglamento sanitario sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en el lugar de trabajo.
- Reglamento sobre higiene y seguridad industrial.
- Reglamentos técnicos sobre esterilización y desinfección de elementos clínico.
- Reglamento de condiciones sanitarias, ambientales y de seguridad básica en locales de uso público.

Para efecto de la investigación de la tesis que se encuentra enfocada en la Limpieza Industrial en el rubro gastronómico (restaurantes), se analizará en profundidad el “Reglamento Sanitario de Manipulación de Alimentos”.

(Ver Anexo N° 2).

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

En este capítulo se describe la empresa bajo estudio CLEANING JET, que pertenece al rubro de la limpieza industrial, su función principal es sanitizar, desinfectar e higienizar y tratamiento de agua, entre otro. Se caracteriza por utilizar tecnología de última generación y que no dañe el medio ambiente. Ubicada en 4 norte # 1260, en la Ciudad de Viña de Mar, en la Región de Valparaíso.

2.1 Misión

CLANING JET, es una empresa especialista en suministrar servicios de limpieza integral y ecológicas, para todas las empresas que realizan actividades operacionales y comercializan alimentos o materias primas elaborados por ellos.

2.2 Visión

“Seremos la empresa líder en la Región de Valparaíso, en cuanto a la prestación de servicios integrales para la limpieza, tratamientos y sanitización de todas las dependencias, donde se manipulen o almacenen alimentos y trabaje el personal, como también en aquellos espacios de uso público o masivo como los baños, contribuyendo así al otorgamiento de un servicio de calidad para la industria del turismo”.

2.3 Descripción de la Empresa

CLEANING JET, es una empresa que se dedica al rubro de la Limpieza Industrial, su función es sanitizar, higienizar, tratamiento de aguas, limpieza permanente de cámara y trampa de grasa, entre otros. Su principal ventaja competitiva es contar con un solo proveedor y con tecnología de vanguardia que permite brindar un servicio óptimo y a la medida del cliente.

CLEANING JET, se identifica con los siguientes conceptos:

- Ecología

CLEANING JET, su función principal es el cuidado del medio ambiente, al momento de hacer los procesos de limpieza, sanitización y esterilización, entregando un alto grado de eficiencia en sus servicios. Utiliza agua y vapor a presión, que puede llegar hasta 166°C y también utiliza un aspersionador ULV²⁴, que minimizan la cantidad de producto a utilizar. La empresa cuenta con una gran variedad de máquinas vaporizadoras e hidro a presión, a gas y a petróleo, autónomas y semi-autónomas para distintos usos o trabajos a efectuar.

En cuanto al tratamiento de agua, se utiliza el Dióxido de Cloro para: potabilizar. Para las plantas de proceso de alimentos, plantas generadoras de energía y agro. El Dióxido de Cloro es un desinfectante más eficaz que el cloro, ya que no es dañino y no posee los inconvenientes del cloro, actúa con un PH cercano a 10 donde el cloro tiene una efectividad de sólo el 20% o menos y se puede dosificar según varíen los parámetros operacionales mediante el Active-Dosing, elimina el

²⁴ Mecanismo que esparce o dispersa un líquido a presión.

biofilm (estructura colectiva de microorganismos que se adhieren a superficies vivas o inertes y está revestida por una capa protectora segregada por los propios microorganismo) de los ductos.

- Servicios integrales

CLEANING JET, cuenta con un solo proveedor de servicio para la limpieza, sanitización, control de plaga y tratamiento de cámara de grasa.

- Confianza

Para CLEANING JET, entregar confianza y seguridad a los clientes es esencial al momento de prestar los servicios de limpieza. Han realizado su trabajo en casa particulares, empresas prestigiosas y exigentes al momento de contratar los servicios y se ha eliminado la Listeria en restaurantes y plantas de proceso con vapor, lo que no sucede con el cloro ni el amoníaco cuaternario.

- Tecnología, Seguridad y Prevención

La tecnología que posee es de última generación, entregando seguridad en los servicios entregados. Cuenta con el mejor equipo (grupo de personas organizadas para una investigación o servicios determinados), ropa y accesorio de protección personal. El personal se encuentra debidamente entrenado y capacitado.

CLEANING JET, en la región de Valparaíso es el representante de SCOTMAS, empresa líder a nivel mundial en tratamientos de aguas y desinfección para los sectores de empresas alimentarias, agrícolas, pecuarias y de plantas de proceso y de generadoras de energía.

Además se encuentra inscrito y registrado en ACHILES/REPRO como proveedor autorizado para empresas de energía y proveedor inscrito en el registro de la Armadas de Chile.

- Flexibilidad

En cuanto a sus servicios, posee la capacidad de adaptarse a los requerimientos y necesidades del cliente, entregando un trabajo óptimo, de calidad y en el tiempo que se requiere. Manteniendo, así, la confianza y la satisfacción de sus clientes.

2.4 Servicios de CLEANING JET

CLEANING JET, entrega un servicio integral en cuanto a la Limpieza Industrial, se caracteriza en no dañar el medio ambiente, es por ello que utiliza procedimientos ecológicos para la desinfección y la sanitización.

Para sanitización emplea equipo de agua, vapor a presión y pistolas de aire caliente. En cuanto al tratamiento de limpieza de cámaras desengrasantes, de ductos, separadores de grasa, se utilizan enzimas²⁵ y bacterias naturales que remueven o digieren la suciedad y la grasa.

Los principales servicios que entrega CLANING JET son los siguientes:

- Servicio área hogar

Se cuenta con el personal calificado para la limpieza de áreas exteriores e interiores. Con respecto a lo exterior se preocupa de limpiar: fachada de casa, estacionamiento, muros, control de plagas, entre otros, y del interior de la limpieza

²⁵Son biocatalizadores, proteínas que aceleran los procesos de degradación, transformación o fabricación de sustancias.

de alfombras obteniendo como resultado la eliminación de los ácaros y agentes alérgicos.

- Servicio área empresa

Realiza limpieza de fachada, estanque ductos, cámaras de grasa, motores, limpieza y mantenimiento de equipos para procesos de alimentos, inspección robótica de tuberías.

- Servicios área salud

Personal calificado para ejecutar la limpieza de espacios interiores, en especial en las áreas de esterilización, esta área tiene que ser sanitizada con vapor e higienización.

- Otros servicios

Limpieza de casco, motores y estanque de yates, limpieza de estacionamientos manchados con hidrocarburo, mejoramiento en sistemas de extracción. En cuanto a la industria apícola, se hace limpieza y sanitización de cajones de abeja, alzas, marcos, bateas, centrifugas. Para los viñedos, se limpia y sanitización de barriles, fudres, estanques, cajones (envases).

2.5 Personal de CLEANING JET

CLEANING JET, cuenta con un personal especializado, capacitado²⁶ profesional y humanamente, para establecer tareas individuales y en equipo, utilizando maquinarias²⁷ de última tecnología y los productos adecuados para la limpieza. Al momento de realizar apropiadamente un trabajo es responsabilidad del profesional y del personal de tener conocimiento de las normas de seguridad, para evitar los accidentes laborales y la forma de beneficiarse es generar conocimiento en su uso.

El personal de CLEANING JET, se instruye en el uso adecuado del equipo de protección. En la implementación de vestuario utilizan: overol cerrado sin bolsillo, con cubrecabezas (prenda que se utiliza para cubrir la cabeza y protegerla), ajustado en los puños y tobilleras. Dependiendo del tipo de trabajo se utiliza una variedad de guantes, entre ellos encontramos: PVV, poliuretano, neopreno o similares. Para proteger el rostro utilizan antiparras, máscara para gases y aerosoles. En los trabajos de altura se utilizan arneses y escaleras adecuadas según la actividad a realizar.

2.6 Implementación de CLEANING JET

CLEANING JET, desde sus inicios hasta hoy se ha caracterizado por utilizar tecnología de última generación, para la Limpieza Industrial, higiene y sanitización. El uso de estos equipos otorga un ambiente seguro a los clientes esto trabajo

²⁶Hacer a alguien apto, habilitarlo para algo.

²⁷Maquinaria: Conjunto de aparato combinados para recibir cierta forma de energía y transformarla en otra más adecuada, o para producir un efecto determinado

cercano al cero absoluto de bacteria, su tecnología avanzada se caracteriza en el cuidado del medio ambiente.

CLEANING JET, al ofrecer sus servicios le permite a las empresas que tiene actividad productiva en ahorrar en la compra de insumo de limpieza, mano de obra, el deterioro de muebles y maquinarias por el mal manejo de los trabajadores del recinto.

CLEANING JET, utiliza las siguientes maquinarias al momento de prestar sus servicios:

- Mark IV

La Maerk IV de acero inoxidable, su principal función es sanitizar en los sectores de la salud humana, animal y alimentación, ayuda a eliminar patógenos como la listeria²⁸, e-coli²⁹ y salmonella³⁰ y su aplicación no deja residuos tóxicos o químicos de ninguna especie.

El sistema de sanitización recurre a Sanitech que ha sido diseñado para ser usado en ambientes de interiores como Restaurante, Hoteles, Hospitales, jardines infantiles, Cocina de aviones, Cafeteras, Plantas procesadora de alimentos, Frigoríficos, etc. La serie Mark incorpora la última tecnología de generación de vapor seco presurizado en el rango de 120°C hasta 166°C permitiendo eliminar virus, bacterias y esporas sin utilizar productos químicos.

²⁸Es una enfermedad transmitida por alimentos causada por la listeria monocytogenes, una bacteria que se encuentra en la tierra y el agua. Puede encontrarse en una variedad de alimentos crudos, así como en los alimentos procesados y hecho con leche no pasteurizada. La listeria es distinta a mucho otros gérmenes porque puede crecer incluso dentro de las temperaturas frías de un refrigerador.

²⁹Es la abreviatura de *Escherichia-colo*, un tipo de bacteria que vive en el intestino. La mayoría son inofensiva. Sin embargo, algunas pueden producir enfermedades y causar diarrea por consumir alimentos contaminados.

³⁰Es una enfermedad causada por la bacteria *Saomonella*. La bacteria vive en el intestino humano o animales y se trasmite a otras personas por el contacto con heces contaminadas.

- Inspección Robótica de Ductos

El método de inspección consiste en un robot a control remoto que inspecciona agua potable y aguas de residuales de tuberías. Este sistema es modular, de largo alcance, multi-sensor, que proporciona una amplia variedad de datos consolidados y de alta calidad.

El robot de inspección facilita las siguientes tareas:

- Es capaz de realizar inspecciones a corto y largo tiempo en diferentes condiciones de operación.
- Es aplicables a una variedad de entornos de tuberías.
- Es ideal para aplicaciones de agua potable y aguas residuales.
- Posee un circuito cerrado de televisión de alta definición y las inspecciones de sonar con un sistema de flotación.

2.7 Certificaciones y Resoluciones

CLEANING JET, cuenta con certificaciones³¹ y resoluciones³², que consiste para la empresa tener un alto grado de diferenciación en su sistema de gestión de calidad, produciendo una ventaja competitiva con respecto al mercado, también cuenta con los permisos pertinentes para el cumplimiento de las áreas que se desempeña.

³¹Proceso mediante el cual una tercera parte difiere e independiente del producto y comprador, garantiza por escrito que un producto, proceso o servicio, cumple con las calidad y las características establecidas en una norma específica u otros documentos preestablecido

³²Orden que dicta el responsable de un servicio público y que está basada en el área donde rige el servicio en cuestión. Según los expertos, tiene carácter general, obligatorio y permanente.

- Certificado control de plagas urbanas y uso de plaguicidas domésticos. Código SENCE N°12-37-8158-89. Curso organizado y ejecutado por Instituto de Capacidades ICGAL E.I.R.L y BTS. INTRADE LABORATORIOS S.A, autorizados por la Secretaria Regional Ministerial de Salud de la región de Valparaíso mediante la orden N°304.
- RePro/ Achiles N°342663: Certificado que indica que la empresa CLENNING JET, es proveedor y a su vez esta registrado en REpro en productos y/o servicios señalados, donde podrán ser utilizados por la empresa participante, como base para realizar la selección de proveedores que serán invitados a presentar ofertas, o bien como requisito previo para poder acceder a sus propios sistemas.
- Resolución Ministerios de Salud: Reglamento sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en lugares de trabajo, uso de pesticidas sanitarios y domésticos

2.8 Clientes de CLEANING JET

CLEANING JET, posee con un portafolio de clientes con la descripción de los servicios que ha prestado a distinta empresa al momento de ser contratados, hasta este momento no han recibido ningún reclamo y es por la óptima calidad y exigencia que entrega en sus actividades.

Tabla 2.1: Portafolio de Clientes

<ul style="list-style-type: none">• Basf <p>Se realizó la limpieza de ductos y de cámara. Además la inspección robótica de las tuberías.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Esva <p>Se efectuó la limpieza, sanitización y tratamientos de ductos de agua potables, de ductos de casas particulares y cámaras de grasa.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Hospital Carlos Van Buren <p>Se hizo la limpieza y sanitización de ductos, asimismo desobstrucción de ductos.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Inacap <p>Se realiza habitualmente limpieza profunda y mantención de equipo de cocina, de la carrera gastronomía.</p>
<ul style="list-style-type: none">• U de Valparaíso <p>Se Instaló un sistema de extracción de aire en las salas de clases.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Culinary <p>Se efectuó la limpieza de cámaras y ductos, junto con ello la reparación de equipos de cocinas.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Aislapo <p>Se realizó una inspección televisiva de los ductos y cámara, además la limpieza de estos.</p>
<ul style="list-style-type: none">• Pizza Hut <p>Se hizo un vaciado y limpieza de sus cámaras de grasas.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Laboratorios Knop <p>Se efectuó la sanitización y limpieza profunda de los de ductos y cámara.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Chez Geral <p>Se realizó un borrado de graffitis, además se limpió el piso, muro y toldos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Clínica Burgos <p>Se realizó en sus pabellones y en las consultas médicas las sanitización y limpieza de pisos, asimismo la limpieza de la fachada de la institución.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Chuck e Cheese`s <p>Se hizo la Sanitización y limpieza de cocina.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Oxiquim <p>Inspección robótica de ductos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Club de Yate Higuierillas <p>Se efectuó la limpieza de casco y de yate</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Sigma construcciones <p>Se realizó un control de plagas.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Strip Center <p>Se hizo un control de plaga y limpieza de patios del recinto</p>

Fuente: Portafolio de Cliente de la Empresa CLEANING JET.

CAPÍTULO III. Resultados y Análisis del Estudio de Mercado.

En este capítulo se presenta el “Estudio de Mercado” que permitió desarrollar la presente memoria. Se inicia por definir el concepto de “Limpieza Industrial” debido a que existe una cierta confusión con la “Limpieza Convencional”. Posteriormente, se abordará la problemática de la empresa bajo estudio, donde se explicará el método investigativo que se utilizó, para luego procesar los datos, consolidar y entregar los resultados correspondientes que tiene por finalidad determinar la demanda, la oferta y el entorno competitivo.

El Estudio de Mercado se realizó en la Región de Valparaíso, principalmente en las ciudades de Viña del Mar y Concón.

3.1 Limpieza Industrial y Limpieza Convencional

Hoy en día el concepto de la limpieza o aseo tiene una distinta connotación en función de si es una empresa industrial u organización y/o persona que contratan el servicio, sin embargo, todas ellas llega a un punto en común, la necesidad de tener un entorno interno limpio y acogedor que proporcione un ambiente de trabajo saludable y efectivo.

El mercado de la limpieza es aún emergente, con un continuo crecimiento y, por lo demás, ofrece una gama amplia de servicios para los clientes. Sin embargo, las empresas que brindan estos servicios tienden a confundir a la demanda con respecto al concepto de Limpieza Industrial y Limpieza Convencional, ambos términos tiene semejanzas y diferencias al momento de ser ejecutados.

Para efecto de esta tesis, se definirá debidamente el concepto de Limpieza Industrial y Limpieza Convencional.

- Limpieza Industrial

La Limpieza Industrial es un servicio integral que se enfoca principalmente en las empresas que poseen áreas de procesos productivos para el cuidado y mantención de las maquinarias industriales e instalaciones. La limpieza industrial tiene como función el minimizar o eliminar a los agentes contaminantes como por ejemplo: el aceite, la grasa, microorganismos, bacterias, que se localizan en las maquinarias, pisos, paredes, baños, muebles de cocina, etc., este proceso se realiza mediante la sanitización, desinfección, higiene, desengrasado, entre otros.

La Limpieza Industrial utiliza productos de componentes activos muy diferentes en cuanto a su concentración y uso, ya que los productos son personalizados y específicos para los trabajos de limpieza que se van a realizar, en contraste a los productos de Limpieza Convencional que son de uso para el público en general. Estos productos lo utilizan exclusivamente el personal autorizado, capacitado y con conocimiento para manipular maquinarias y equipos donde se debe mantener la seguridad en el recinto en el cual se presta el servicio.

La Limpieza Industrial presta servicio a los restaurantes, hospitales, hoteles, laboratorios clínicos, fábricas procesadoras de alimentos, plantas industriales y más. Obteniendo como beneficio el que las instalaciones se encuentren libres de focos de contaminación, malos olores, disponer de áreas de trabajo limpias,

saludables y seguras para sus trabajadores, lo que contribuirá en un mejor clima laboral.

La Limpieza Industrial debe cumplir con el protocolo y la normativa que cada cliente posee en su empresa al momento de prestar sus servicios, esto son: “HACCP”, “ISO 9001” y “BPM” (Ver Anexo N° 3), encargadas de analizar los puntos críticos de los focos contaminantes, los que se encuentran en los alimentos, materiales quirúrgicos, baños, pisos y demás.

- Limpieza Convencional

La Limpieza Convencional se encarga de remover la suciedad, desinfectar, aromatizar el ambiente laboral y también se preocupa del cuidado de los utensilios u objetos de oficinas y de las áreas que se encuentran en contacto con los trabajadores y los clientes.

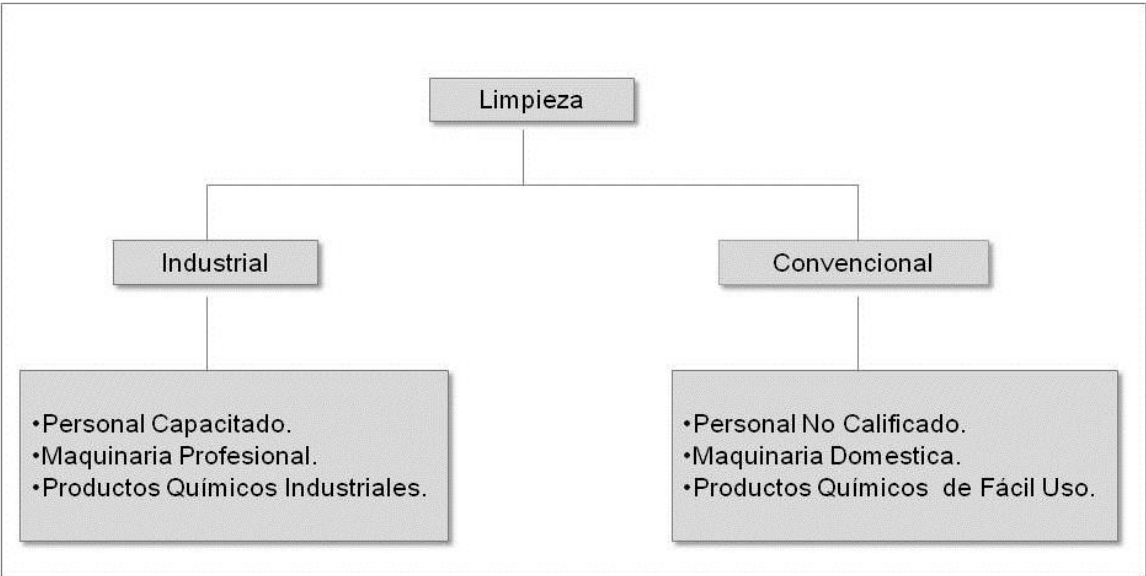
La Limpieza Convencional no tiene ninguna relación con la Limpieza Industrial, ya que los productos que utiliza son de uso de público. El personal que realiza la Limpieza Convencional no se encuentra capacitado con respecto al que realiza Limpieza Industrial. Su procedimiento de trabajo es de forma manual en ello encontramos: el mantener el orden, sacudir, barrer, limpieza de vidrio, alfombras, limpieza de baños de uso personal, mantener el grado de higiene y sanitización.

La Limpieza Convencional se encarga del aseo de interiores y exteriores de la empresa que tiene oficinas administrativas³³, sus principales clientes son: los

³³ Parte de una empresa que es responsable de las actividades no relacionadas directamente con la productividad, servicios comerciales y demás.

bancos, bufetes de abogados, empresas de asesoría contable o finanzas, empresas de marketing y publicidad, entre otras. Al mismo tiempo, existen empresas de Limpieza Convencional que prestan los mismos servicios a las personas que son residentes de casas particulares o edificios.

Figura 3.1: Comparación entre Limpieza Industrial y Convencional



Fuente: Elaboración Propia basado en el Estudio Realizado.

3.2 Estudio de Mercado de CLEANING JET

3.2.1 Problemática del Caso Estudio

La empresa “CLEANING JET” cuenta con los servicios que corresponden al rubro de la Limpieza Industrial, y aunque es incipiente en este, busca expandirse y lograr una mayor cuota de mercado, para ello, la empresa se ve en la necesidad de saber si la incorporación de nuevas tecnologías y servicios le permitirán lograr

su cometido. La empresa en cuestión ofrece servicios de desinfección, sanitización, higiene y tratamiento de aguas y ductos, entre otros. El estudio de mercado se realizó en la ciudad de Viña del Mar y Concón.

3.2.2 Metodología de Estudio

3.2.2.1 Tipo de Estudio

La investigación de esta tesis se realizó mediante la metodología de estudio de carácter descriptivo, en donde se analizó la problemática la cual permitió identificar el resultado más propicio para la empresa bajo estudio.

3.2.2.2 Fuente de la Información

La fuente de información utilizada para la investigación es de carácter primario, la cual se obtuvo a través de un cuestionario auto administrado, conocido comúnmente como encuesta, se aplicó de forma presencial en los restaurantes de la ciudad de Viña del Mar y Concón y que tuvo por finalidad saber si existe o no, demanda en el mercado de Limpieza Industrial y cuáles son los principales participantes o competidores. La información recopilada fue validada para obtener un análisis más riguroso y detallado.

3.2.2.3 Universo

El universo estadístico está definido por un total de 96³⁴ restaurantes (Ver Anexo N° 4), de los cuales 80 (83,3%) pertenecen a la ciudad de Viña del Mar y 16 (16,7%) a la ciudad de Concón. Esta información permitió realizar con más precisión el estudio de mercado de Limpieza Industrial.

3.2.2.4 Muestra

El criterio de muestreo utilizado en el estudio es de tipo probabilístico finito³⁵. Por lo cual, teniendo definido el tamaño del universo estadístico se procedió a calcular la muestra representativa de la población.

“El tamaño de la muestra es finita se calcula con la siguiente fórmula”³⁶:

Figura 3.2: Fórmula Finita

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_0 = p \times (1-p) \times \left[\frac{Z \times \left(1 + \frac{\alpha}{2}\right)}{d} \right]^2$$

En donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño del universo estadístico o de la población.

Z α = Nivel de confianza deseada.

³⁴ Viajeros. [En línea] Julio 2014. <http://www.viajeros.com/destinos/concon/2-restaurantes/?tipos-a-mostrar%5B%5D=28>

³⁵ Es el conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos, como el número de especies, el número de estudiante, el número de obreros, etc.

³⁶ Indemer. Investigación de mercado. [En línea] Julio 2014. <http://www.colombiamercadeo.com/documentos-de-aprendizaje/4-documentos-para-aprendizaje/50-calculare-su-muestra-gratuitamente.html>

p = Proporciones esperadas.

d = Error muestral esperado o aceptable.

Reemplazando en la formula los valores conocidos y los que son del criterio de los investigadores, el resultado es el siguiente:

N = 96 restaurantes entre la ciudad de Viña del Mar y Concón.

Z α = 1.96, lo cual equivale al 95% de confianza.

p = No conocemos su valor, en estos casos suele utilizarse un valor constante de 0,5.

d = Error muestral esperado o aceptable es del 10%, lo cual se traduce en un 0,1.

$$n_0 = 0,5 \times (1 - 0,5) \times \left[\frac{1,96}{0,1} \right]^2$$

$$n_0 = 0,5 \times 0,5 \times [19,6]^2$$

$$n_0 = 0,25 \times 384,16$$

$$n_0 = 96,04$$

$$n = \frac{96,04}{1 + \frac{96,04}{96}}$$

$$n = \frac{96,04}{\frac{96 + 96,04}{96}}$$

$$n = \frac{96,04}{\frac{192,04}{96}}$$

$$n = \frac{9.219,84}{192,04}$$

$$n = 48$$

El tamaño de la muestra es de 48 restaurantes, entre las ciudades de Viña del Mar y Concón. De acuerdo al universo definido el porcentaje relativo a la cantidad de restaurantes en cada ciudad corresponde a cuarenta (40) en la ciudad de Viña del Mar y ocho (8) a la ciudad de Concón.

3.2.2.5 Método de Encuesta en Terreno

Al momento de realizar una encuesta en terreno se debe tener en consideración los siguientes elementos:

- Presupuesto: la empresa bajo estudio es quien va a solventar los gastos de locomoción y de impresión de los cuestionarios. La encuesta se hará en terreno, con el fin de facilitar el mecanismo de respuesta para los encuestados.

- Datos: para la investigación que se está realizando el obtener datos exactos y de calidad es de gran importancia, por lo cual se estructura un cuestionario que puede ser digital y/o impreso, el que consta de una breve cantidad de preguntas para evitar la distracción, el descuido y el cansancio al leer una encuesta.
- Estructura de la encuesta: lo principal es obtener respuestas precisas de todo el universo estadístico. Los encuestados abordarán las distintas variables del estudio, en un cuestionario simple, claro y exacto para evitar interpretaciones erróneas, compuesto por un total de 14 preguntas cerradas y dirigidas.

3.2.2.6 Limitaciones de Estudio por Método de Encuesta

La limitación principal de este instrumento es la obtención de información en el tiempo estimado, para evitar el agote, el descuido de los encuestados y así obtener datos de calidad.

Es necesario dedicar una gran cantidad de tiempo en la construcción de la encuesta para lograr en la menor cantidad de preguntas, datos con respecto al estudio de mercado.

3.2.2.7 Entrevista

- Requerimientos para las reacciones de los entrevistados: para el desarrollo de la problemática de investigación, no se requiere el conocimiento o registro de las reacciones del entrevistado.
- Calidad de los datos: es imperante que sin importar los instrumentos utilizados, que los datos obtenidos sean de calidad.

3.2.2.8 Limitaciones de Estudio por Método de Entrevista

La limitación de este instrumento de obtención de información en ambos casos es el tiempo del investigador y del entrevistado, debido a que se realizará en terreno. Además, es necesario dedicar una gran cantidad de tiempo a la construcción de la entrevista para lograr obtener con la menor cantidad de preguntas toda la información necesaria.

3.2.2.9 Encuesta

La encuesta está compuesta por dos ítems, el primero es la caracterización de las Empresas y el segundo se conforma por 14 preguntas cerradas. La encuesta tiene como objetivo obtener la siguiente información:

- Conocer quiénes han contratado los servicios de Limpieza Industrial.
- Saber que conocimiento tienen los restaurantes con respecto a la Limpieza Industrial.

- Conocer los motivos de por qué los restaurantes no han contratado los servicios de Limpieza Industrial.
- Saber si existe demanda en los restaurantes de las ciudades de Viña del Mar y Concón por la Limpieza Industrial.
- Además de saber si los restaurantes que no contratan los servicios de Limpieza Industrial, estarían dispuestos a contratarlos alguna vez.

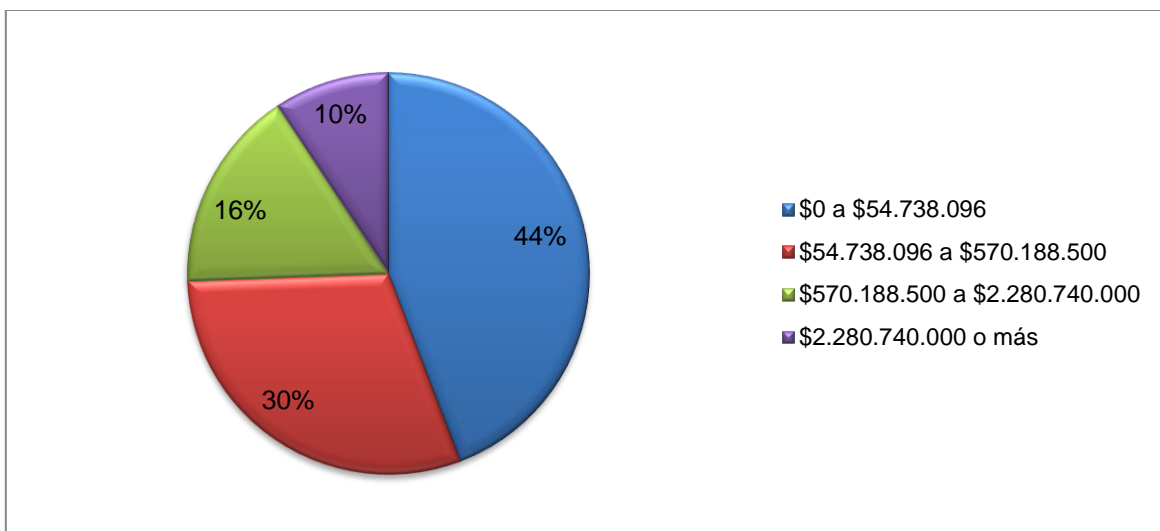
La encuesta fue aplicada a los Administradores o Dueños de restaurantes de las dos ciudades mencionadas con anterioridad (Ver Anexo N° 5).

3.2.2.10 Resultado y Análisis de la Encuesta

De los 48 restaurantes que conformaron el tamaño de la muestra, 43 respondieron la encuesta.

- Facturación aproximada anual.

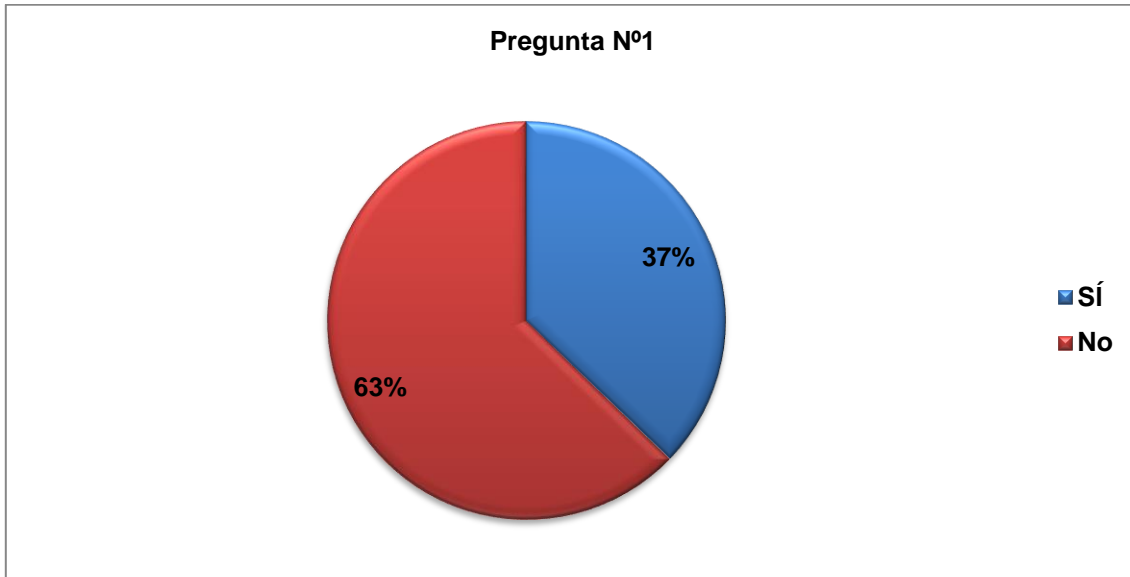
Gráfico 3.1: Rangos de facturación



De acuerdo a la facturación realizada anualmente por las cuarenta y tres empresas de restaurantes a las que se le aplicó la encuesta, se identificó que el 44% corresponden a micro empresas, el 30% a empresas pequeñas, 16% a empresas medianas y el porcentaje restante a empresas grandes.

- Contratación de servicio de Limpieza Industrial³⁷.

Gráfico 3.2: Contratación o no de servicios de Limpieza Industrial

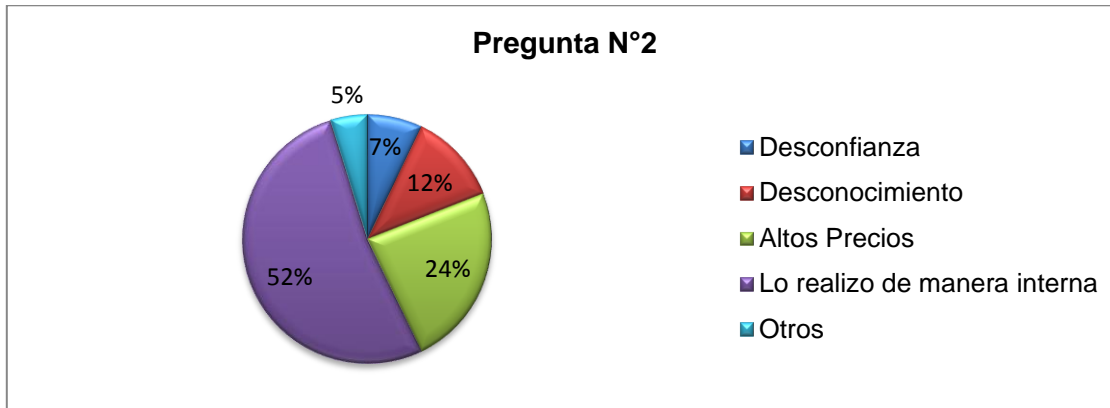


Del total de las empresas encuestadas el 63% nunca ha contratado los servicios de Limpieza Industrial y el 37% contrata o ha contratado alguna vez los servicios de antes mencionados.

³⁷ En la encuesta se señala que si la respuesta es sí (pase a la preguntar número tres) y si su respuesta es no (pase a la pregunta número dos).

- Motivo para no contratar los servicios de Limpieza Industrial. (Puede marcar más de una alternativa)³⁸.

Gráfico 3.3: Razones no contratan los servicios de Limpieza Industrial



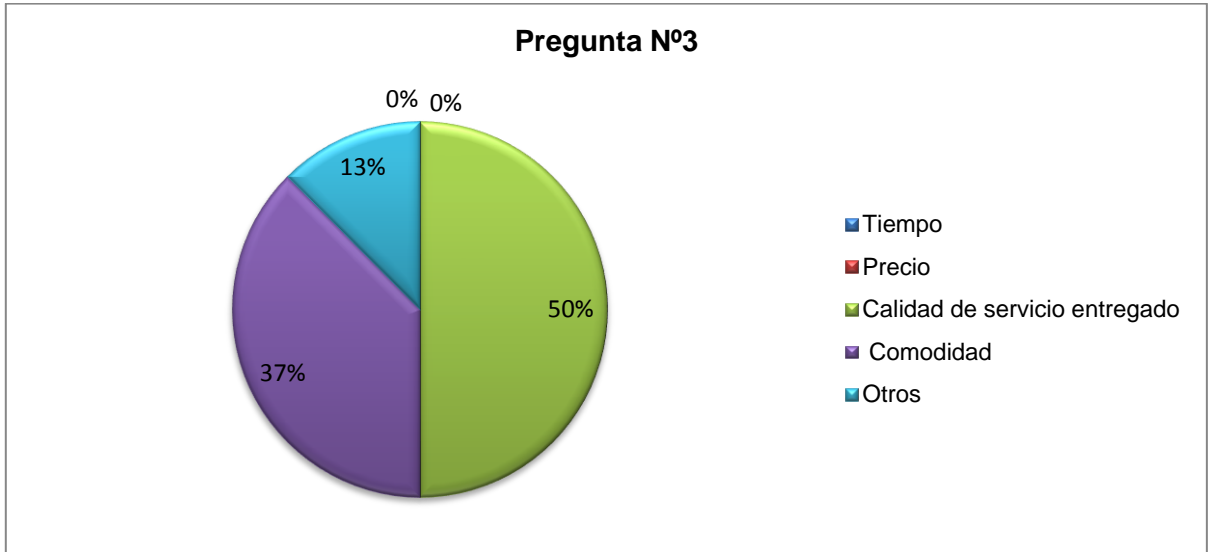
De las veintisiete empresas de restaurantes que no contratan los servicios de Limpieza Industrial, el 52% respondieron solo una alternativa y el 48% indicaron más de una alternativa de por qué no adquieren los servicios. Los resultados están a continuación:

- Lo realizo de manera interna un 52%.
- Altos precios un 24%, debido que no cuentan con los recursos económicos adecuados para adquirir dichos servicios
- Desconocimiento 12%, hacia el rubro de la limpieza.
- Desconfianza el 7%, ya que no existe una familiaridad en la contratación de una empresa externa que desarrolle dicha labor.
- Otros (lo encuentra innecesario o simplemente no le interesa), el 5%.

³⁸ Nota: pase a la pregunta N° 11.

- Razón para contratar el servicio de Limpieza Industrial.

Gráfico 3.4: Razones de contratación de servicios de Limpieza Industrial

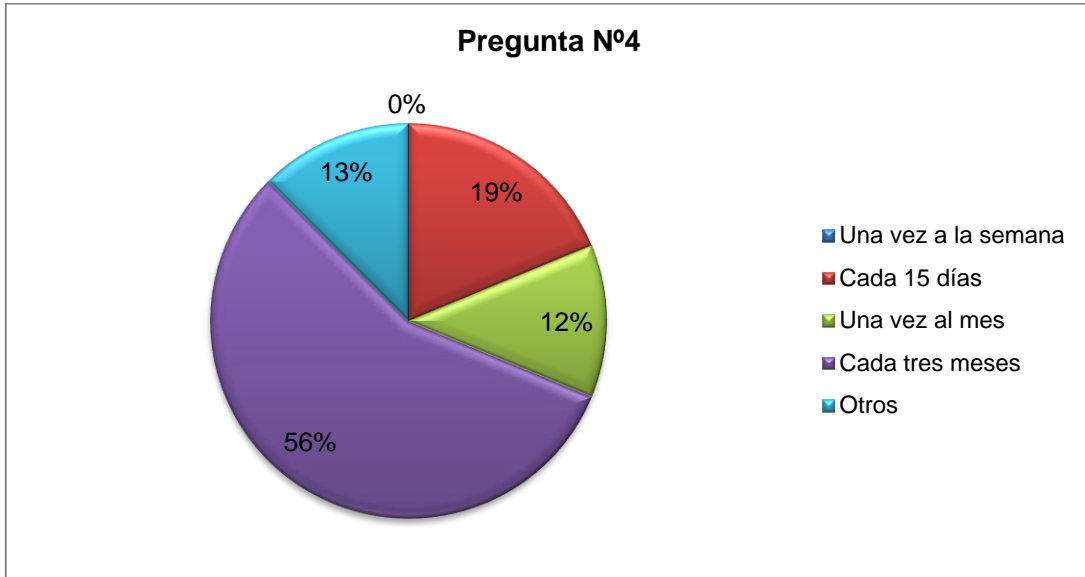


De los restaurantes que contestaron que sí contratan los servicios de Limpieza Industrial, se puede apreciar que el 50% lo contrata por la calidad que entrega al momento de realizar su labor, el 37% encuentra que es más cómodo que lo realiza una empresa externa y el 13% no cuenta con el tiempo necesario para realizar esa labor y es por ello que se lo asigna a un tercero.

Además, se puede observar que ninguna de las empresas consideró el precio como un factor relevante para la contratación de una empresa externa para realizar el aseo en el recinto.

- Frecuencia de la contratación de servicio de Limpieza Industrial.

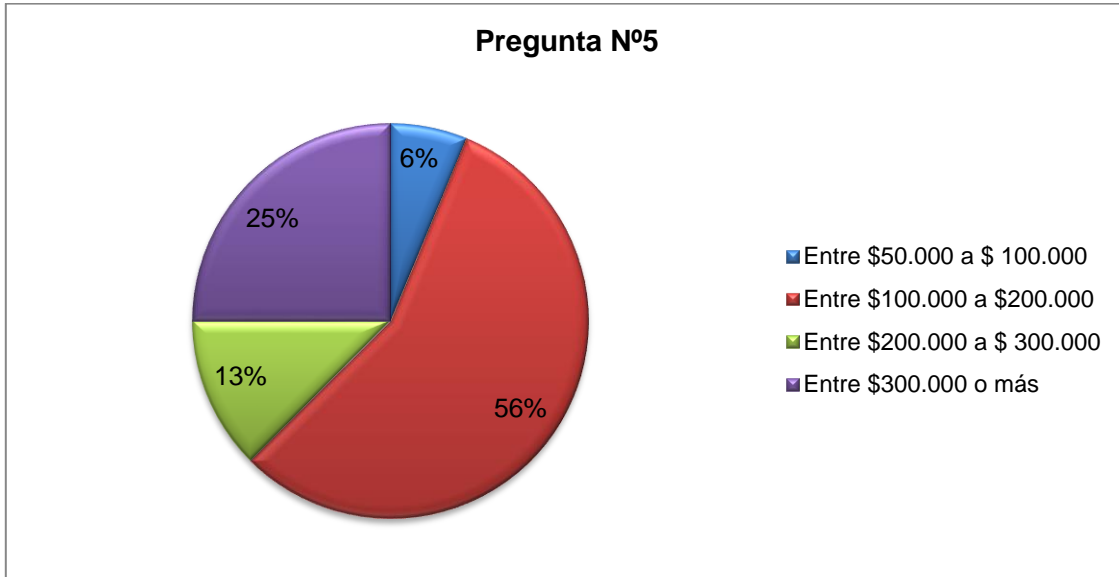
Gráfico 3.5: Frecuencia de contratación de servicios de Limpieza Industrial



En el gráfico se puede vislumbrar cuál es la frecuencia de la contratación de los servicios de Limpieza Industrial, los porcentajes son los siguientes: el 56% lo realiza cada tres meses, el 19% lo realiza cada 15 días, el 13% de los que marcaron la alternativa “otros” lo realiza cada 6 meses o una vez al año y el 12% lo realiza una vez al mes.

- Rango de precios que se paga por el servicio de Limpieza Industrial.

Gráfico 3.6: Rango de precios de los servicios de Limpieza Industrial



Los rangos de precios que pagan las dieciséis empresas de restaurantes al momento de contratar los servicios de Limpieza Industrial varían de acuerdo a los siguientes porcentajes: el 56% entre los \$100.000 a \$200.000, el 25% entre \$300.00 o más, 13% entre los \$200.000 a \$300.000 y un 6% entre \$50.000 a \$100.000.

- Empresa que otorga servicio de limpieza actualmente

Del universo encuestado correspondiente a los restaurantes que contratan los servicios de limpieza, solo seis de ellos indican el nombre de sus actuales proveedores del servicio, mientras que el resto no sabe o no menciona el nombre de este.

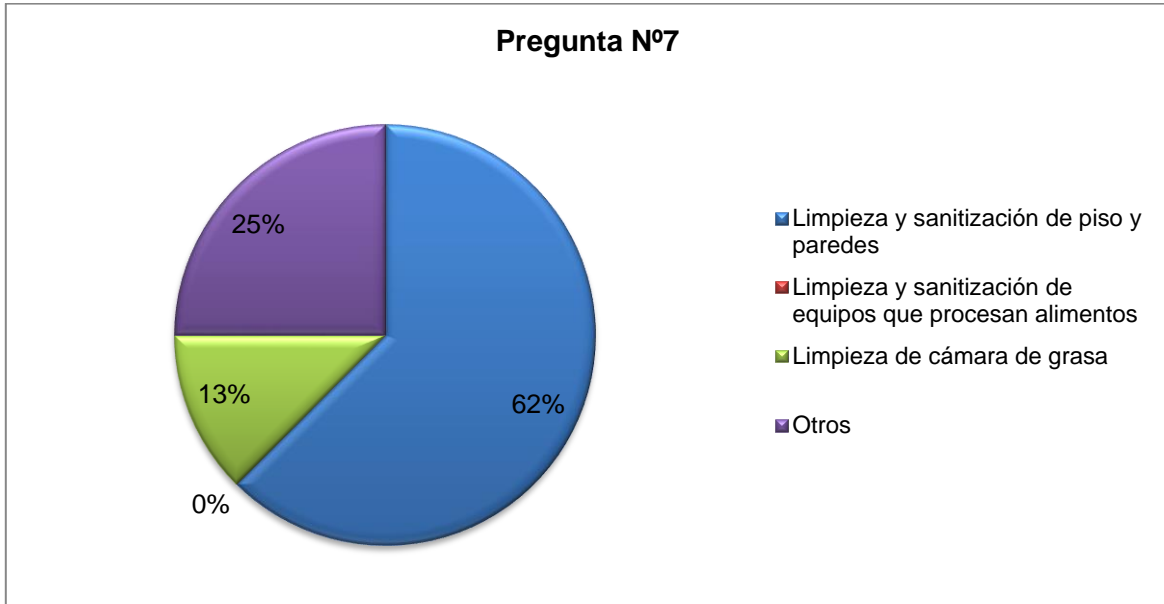
Al momento de relacionarnos socialmente con los encuestados, nos señalan que las empresas que prestan servicios externos a ellos, se ubican geográficamente en Santiago y que realizan por lo general sus funciones en la noche.

Las principales empresas de servicios de Limpieza Industrial son las siguientes:

- Limpio Norte, Solfeo
- Servicio Clean
- Company Mantención Integral
- Ecolab
- Servicio Aseo Integral y Mantención
- Santiago Green

- Tipos de servicios de Limpieza Industrial

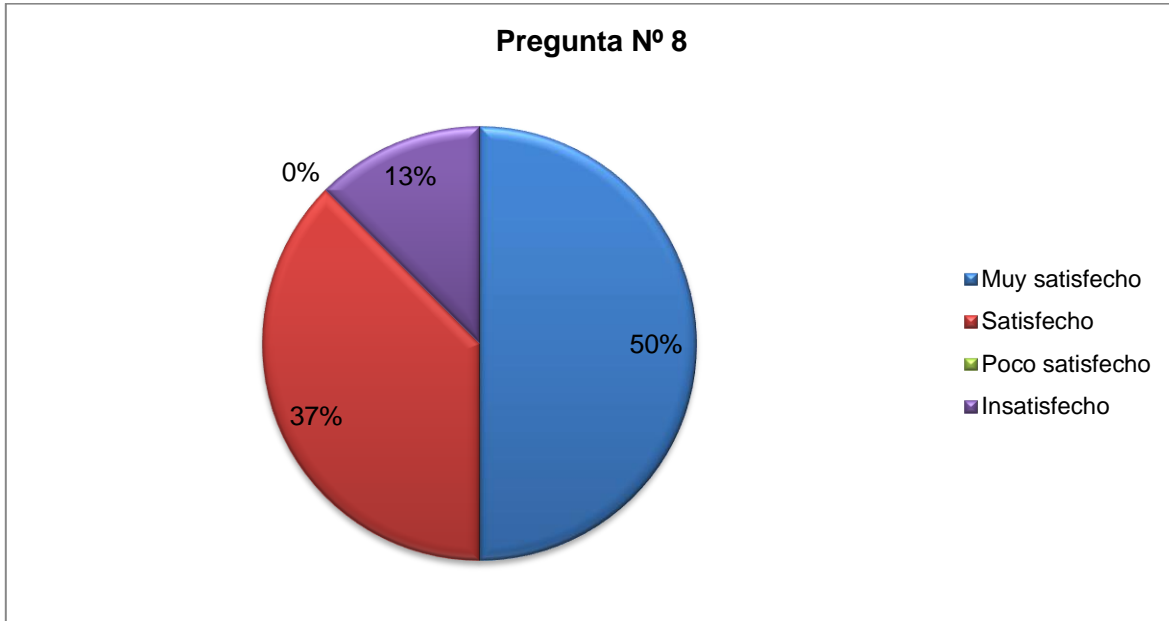
Gráfico 3.7: Tipos de servicios de Limpieza Industrial



Los servicios entregados por las empresas de Limpieza Industrial que se han contratado son los siguientes: el 62% realiza limpieza y sanitización de piso y paredes, el 25% de los que marcaron la alternativa “otros servicios” se efectúa limpieza de ductos, limpieza de campanas, etc, y el 13% ejecuta la limpieza de cámara de grasa.

- Satisfacción por los servicios de Limpieza Industrial contratado.

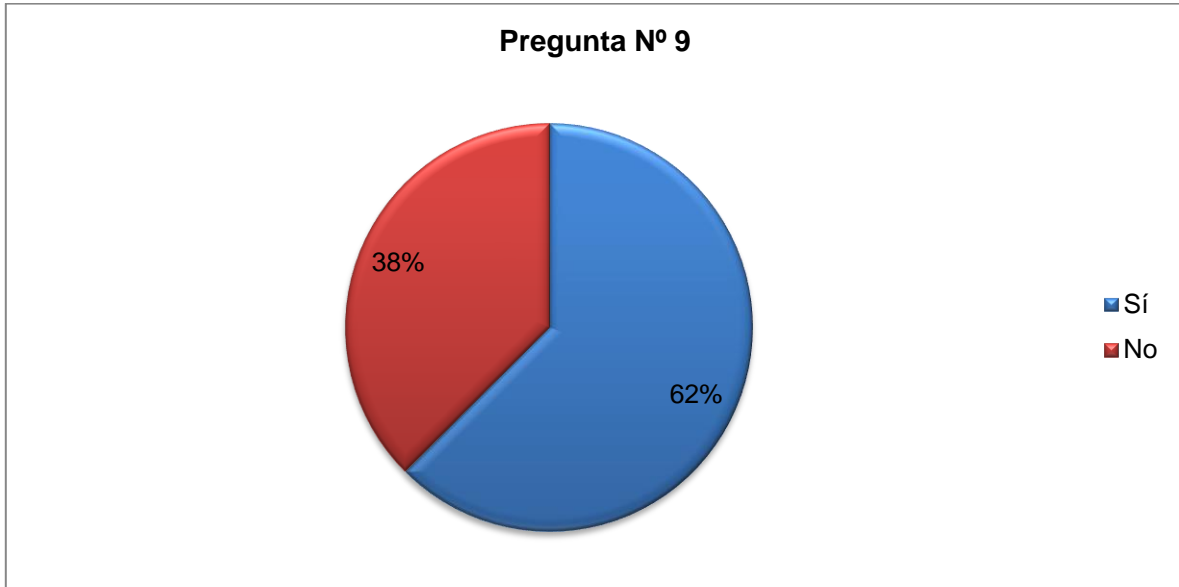
Gráfico 3.8: Satisfacción de los servicios contratados



De los dieciséis restaurantes que contratan servicios de Limpieza Industrial se vislumbra que: el 50% se encuentra muy satisfecho por los servicios adquiridos, 37% se encuentra satisfecho y solo 13% se encuentra insatisfecho.

- Estaría dispuesto a cambiar su actual empresa de Limpieza Industrial³⁹.

Gráfico 3.9: Fidelidad con la empresa que presta servicios de limpieza industrial

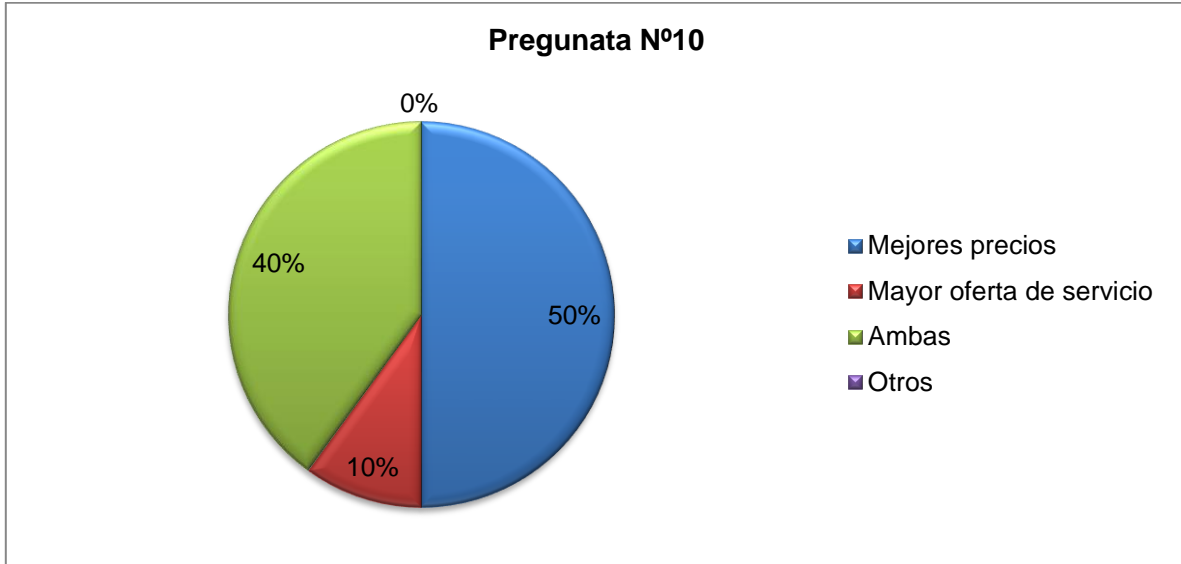


De los restaurantes que sí contratan el servicio de Limpieza Industrial, el 62% estaría dispuesto a cambiarse de empresa y el 38% es fiel a su actual empresa y no tiene ninguna intención de cambiarse.

³⁹ Si su respuesta es sí pase a la pregunta número 10 y si es no fin de la encuesta.

- Razones para cambiar su actual empresa de Limpieza Industrial⁴⁰.

Gráfico 3.10: Razones para cambiar a la empresa de servicios de Limpieza Industrial

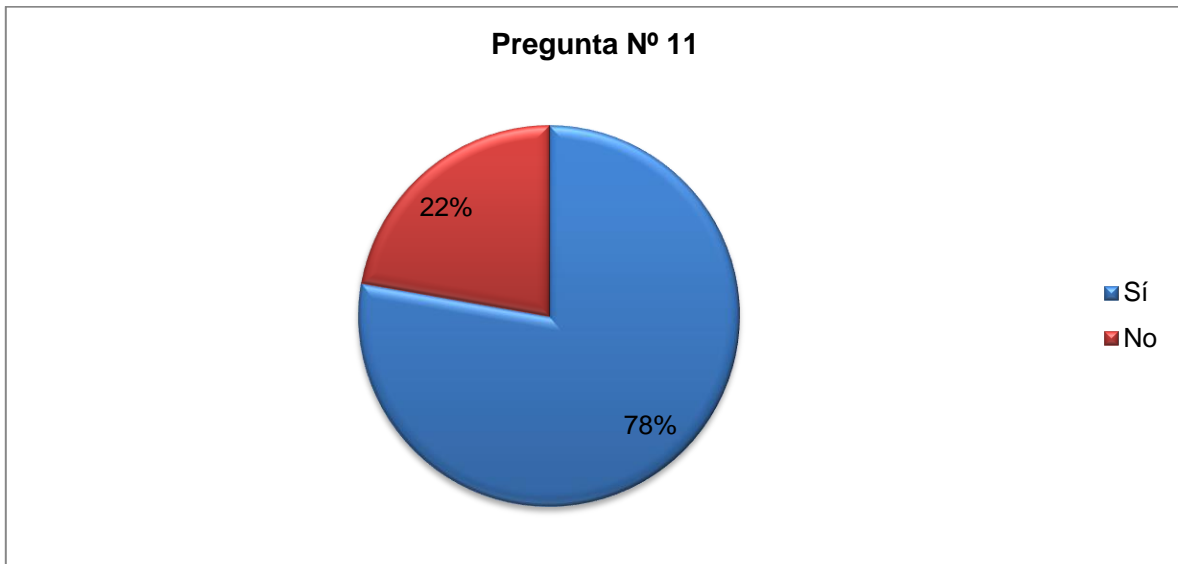


Las razones por las cuales se cambiarían de empresa son las siguientes: el 50% si se ofrecen mejores precios, el 40% prefiere ambas (mejores precios y mayor oferta de servicios) y el 10% si se ofrece mayor variedad de servicios.

⁴⁰ Nota: pase a la pregunta número 13.

- Contrataría servicios de Limpieza Industrial, si existiera una empresa que logra superar su expectativa.

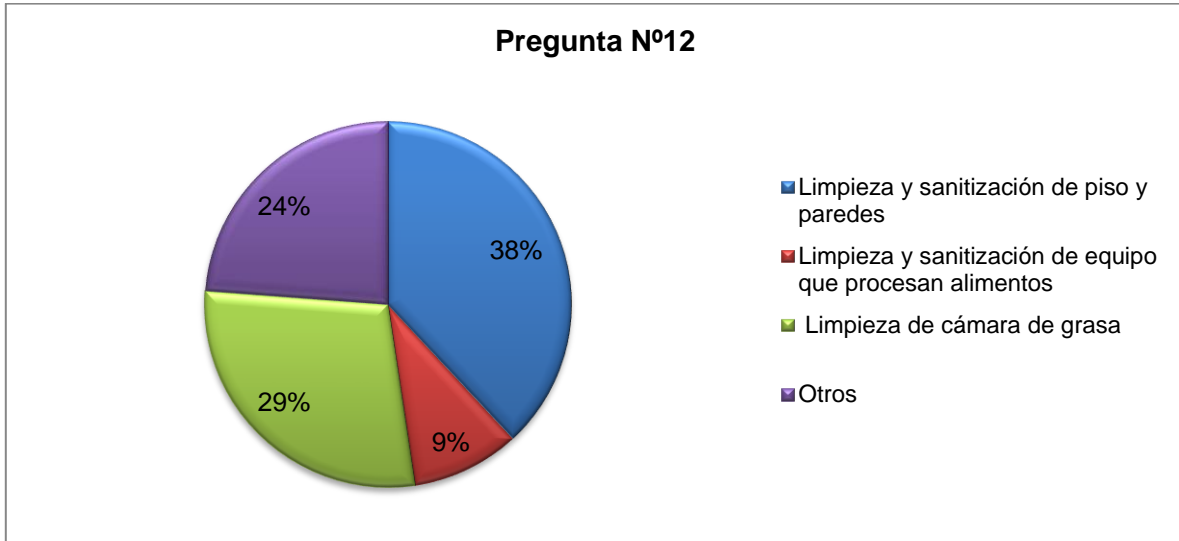
Gráfico 3.11: Empresa de servicios de Limpieza Industrial, que logra superar sus expectativas



Al momento de ofrecerle una empresa que cumpla con los objetivos deseados, a los encuestados que no contratan los servicios de Limpieza Industrial, se puede observar que el 78% le gustaría contratar los servicios de limpieza, mientras que el porcentaje restante de igual manera prefieren realizar la labores de limpieza de manera interna y prescindir de una empresa que provea estos servicios.

- Tipos de servicios de Limpieza Industrial, que se desearían contratar.

Gráfico 3. 12: Tipos de servicios de Limpieza Industrial

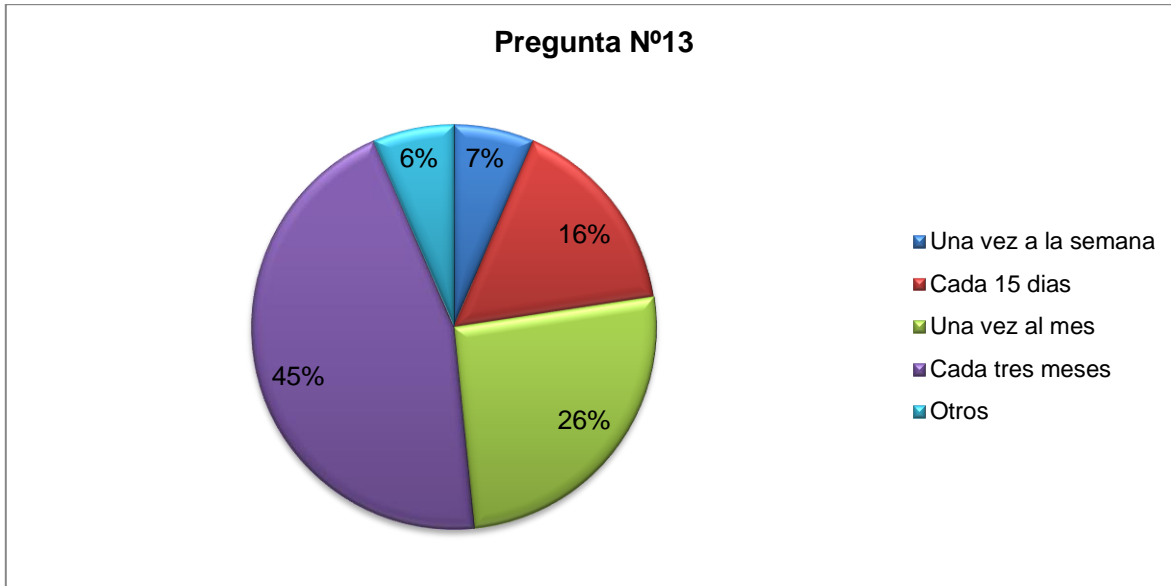


El 72% de los encuestados que no contratan servicios de Limpieza Industrial, piensa que de haber una empresa de Limpieza Industrial que si cumpliera sus expectativas contratarían los siguientes servicios:

- Limpieza y sanitización de piso y paredes, el 38%.
- Limpieza de cámara de grasa, el 29%.
- Otros (limpieza de ductos, limpieza de campanas, entre otros), el 24%.
- Limpieza y sanitización de equipo que procesan alimentos, el 9%.

- Frecuencia que estaría dispuesto a contratar los servicios de Limpieza Industrial.

Gráfico 3.13: Frecuencia de contratación

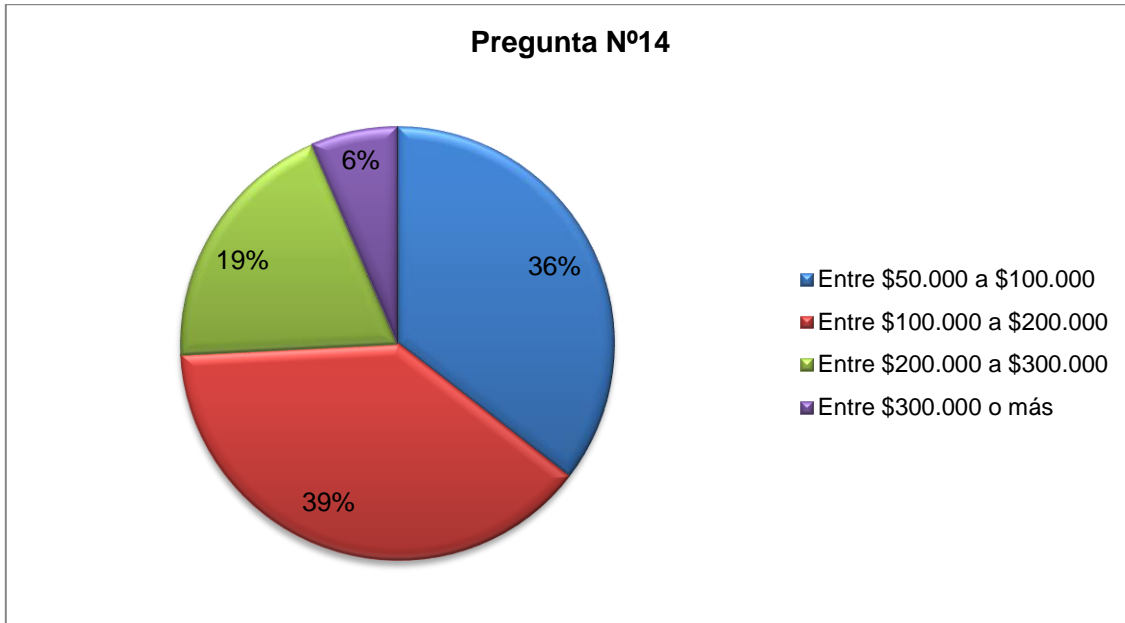


Los restaurantes contratarían el servicio en función de los siguientes resultados:

- El 45% prefiere que se realice cada tres meses.
- El 26% prefiere que se realice una vez al mes.
- El 16% prefiere que se realice cada 15 días.
- El 7% prefiere que se realice una vez a la semana.
- El 6% prefiere que se realice en otra frecuencia de tiempo.

- Rango de precios que estaría dispuesto a pagar por el servicio de Limpieza Industrial.

Gráfico 3. 14: Rangos de precios de los servicios de Limpieza Industrial



Los rangos de precios que están dispuestos a pagar los restaurantes al momento de contratar los servicios de limpieza industrial son los siguientes:

- El 39% entre \$100.000 a \$200.000.
- El 36% entre \$50.000 a \$100.000.
- El 19% entre \$200.000 a \$300.000.
- El 5% entre \$300.000 o más.

3.2.2.11 Resultados

De acuerdo a la problemática planteada, la posibilidad de aumentar la cuota de mercado de la empresa CLEANING JET en las ciudades de Viña del Mar y Concón arrojo los siguientes resultados:

- Existe una gran demanda de parte de los restaurantes en las ciudades de Viña del Mar y Concón por los servicios de Limpieza Industrial.
- Los restaurantes que respondieron que “no contratan los servicios de limpieza industrial”, lo hacen por desconfianza, desconocimiento, altos precios, entre otros. Pero en el momento en que se les ofrece una empresa de servicios de Limpieza Industrial que se acomode a sus necesidades están dispuestos a su contratación.
- Los restaurantes que sí contratan los servicios de Limpieza Industrial, lo hacen por la calidad que entregan en sus servicios, por el factor tiempo y la comodidad. El 37% de los encuestados ninguno consideró el precio como un factor relevante para la contratación de una empresa externa para realizar el aseo en el recinto.
- Los restaurantes que contestaron que sí contratan los servicios de Limpieza Industrial, el tiempo máximo a realizar es de cada tres meses y lo mínimo de cada 6 meses. Por lo general solicitan limpieza y sanitización de piso y paredes, limpieza de ductos, campanas, cámara de grasa esterilización de baños, esterilización de mesón de cocina y más.

- Las encuestas arrojaron como resultado que “sí contrata los servicios de Limpieza Industrial”, a pesar de que se encuentran satisfechos por la empresa que realiza dicha labor, estos no son fieles a ellos, puesto que están a la espera de una empresa que les ofrezcan mejores precios y mayor oferta de servicios. Siempre están pendientes de la oferta que ofrece el mercado con respecto a la limpieza.
- Los restaurantes que no estaban dispuestos a contratar los servicios de Limpieza Industrial, sin embargo al momento de ofrecerle una empresa que se acomode a sus necesidades, están dispuestos a pagar estos servicios en el rango de \$50.000 a \$300.000 pesos y su frecuencia a realizar es cada tres meses.
- Con la información recopilada sobre los restaurantes que sí contratan los servicios de Limpieza Industrial, se determinó que sí existe competencia directa que se encuentran principalmente en la Región Metropolitana, son empresas que se desplazan a otras regiones ofreciendo variedad de servicios y precios, se adaptan con facilidad a las necesidades de su cliente y, por lo general, realizan su trabajo en la noche finalizándolo a primera hora del día siguiente.

3.2.2.12 Análisis de la Competencia de Limpieza Industrial

La información que a continuación se expone corresponde a lo recopilación de información de diez visita de empresas de la competencia.

El mercado de la Limpieza Industrial es muy amplio, ya que existen una variedad empresas que ofrecen una diversidad de productos, servicios y hasta arriendo de maquinarias para lograr su objetivo principal: la limpieza.

Para el Estudio de Mercado realizado en esta tesis, se determino que la empresa CLEANING JET, cuenta con un competidor directo con respecto a la Limpieza Industrial, ubicados en la Región Metropolitana y en algunas ciudades de la Región de Valparaíso, tales como Quilpué, Viña del Mar, Concón, etc.

En el mercado de la Limpieza Industrial, ofrece una variedad de servicios, que realizan su trabajo en un tiempo determinado, garantizan la entrega de calidad, que los productos con que trabajan son certificados y que cuidan mediante sus maquinarias el medio ambiente. Algunas empresas se dedican solo a una labor específica, como por ejemplo limpieza de ducto con camiones especializados en absorber grasa, material descompuesto, retiro de materiales tóxicos, entre otros.

CLEANING JET, se especializa en la Limpieza Industrial en el segmento gastronómico (restaurantes), con respecto a la competencia, se diferencia que está constantemente capacitando a su personal en las normas sanitarias y del cuidado del medio ambiente, en la maniobra de la maquinaria en las instalaciones en las cuales ellos tienen que trabajar, posee una formación de capital humano dentro y fuera de la empresa. Con respecto a los clientes actuales, potenciales o

futuros sus problemas lo asumen como parte de la empresa para poder dar una solución, entregando la asesoría necesaria previa a la ejecución del servicio.

Además cuenta con una ficha de los servicios solicitado (Ver Anexo N°6) de cada cliente, teniendo como referencia al momento de realizar otra actividad. Esto permite cumplir con la exigencias del cliente en tener su lugar de trabajo estéticamente limpio y adecuado para quienes transitan en él, al momento de asistir a sus compromisos se preocupa de saber cuál normativa que se utiliza (BPM, HACCP, ISO9001) para poder ejecutar su labor protocolar de acuerdo a la limpieza.

3.2.2.13 Análisis de Distribución

El canal de distribución que utiliza CLEANING JET, para ofrecer su diversidad de servicio es mediante el marketing boca a boca⁴¹, viral⁴² y pagina web⁴³ (Ver Anexo N°7), ya que son los medios de comunicaciones que se hoy en día se utilizan, para llegar las personas o empresa que requieren de estos servicios.

⁴¹ El marketing boca a boca se refiere a las técnicas que se utilizan para que un mensaje transmitido de persona a persona se propague de manera amplia entre el público objetivo. Su influencia es mayor cuando el consumidor tiene poca información sobre el producto y el producto tiene un precio alto.

⁴² El marketing viral incluye todas las técnicas de marketing que se emplean en el entorno de internet, particularmente en redes sociales, con el fin de crear un reconocimiento de marca, que permita conocerla más de cerca y opiniones en torno a ella, en gran medida positiva, pero corriendo el riesgo de que también puedan ser negativas.

⁴³ <http://www.cleaningjet.cl/>

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A través del presente estudio de mercado de la Limpieza Industrial se resolvió que: la empresa “CLEANING JET” puede expandirse y logra una mayor expansión en el mercado. Su público objetivo al cual quiere otorgar su servicio es en el rubro gastronómico (restaurante) y cuyo radio de ubicación estarían en las ciudades de Viña del Mar y Concón.

En virtud del estudio realizado el público objetivo de la Limpieza Industrial de “CLEANING JET”, corresponde a las micro y pequeñas empresas que se encuentran en el rubro gastronómico.

Además, la empresa CLEANING JET, sí se puede expandir, ya que existe una gran demanda por parte de su público objetivo, que sí contrarían los servicios de Limpieza Industrial, debido al factor de comodidad, calidad de servicios entregado, tiempo.

CLEANING JET cuenta con una fuerte competencia directa, proveniente de empresas que se encuentran principalmente ubicadas en la Región Metropolitana, no obstante las empresas encuestadas que tienen contratados sus servicios, sí están dispuestas a cambiar de proveedor por alguien que le ofrezca una mayor oferta de servicios a un menor precio.

Se recomienda a la empresa CLEANING JET, que cada vez que realice un presupuesto o entregue sus servicios a la empresa que lo contrata les informe los procedimientos a realizar y sobre todo instruir al dueño o administrador sobre lo

que comprende el servicio de limpieza, ya que al realizar el estudio de mercado muchas empresas manifestaron ignorancia en cuanto a este aspecto.

Se sugiere que CLEANING JET debe agregar a los servicios actualmente prestados la limpieza de utensilios de cocina, mesones y maquinarias de modo de poder satisfacer las demanda actuales del mercado y mejorar su participación en el mercado de la Limpieza Industrial. Además, se debe capacitar constantemente a su personal e informar sobre los nuevos productos y maquinarias que se ofrecen en el mercado.

BIBLIOGRAFIA

- Sapag, Chain Nassir, Sapag, Chain Reinaldo. Preparación y Evaluación de Proyecto. 5ª. Ed. Colombia: McGraw Hill Interamericana S.A, 2008. ISBN: 978-956-278-206-7.
- Varela, Rodrigo. Innovación Empresarial 3ª. Ed. Colombia: Prentice Hall, 2008.
- Baca, Urbina Gabriel. Formulación y evaluación de proyectos informáticos. 5ª. Ed. México. McGraw Hill, 2006.
- Hernández, Hernández Abraham, Hernández, Villalobos Abraham, Hernández Suárez Alejandro. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversiones. 5ª. Ed. México. Clengage Learning.2008.
- Formulación y Evaluación de Proyecto. [En línea] Mayo 2014.
<http://proyectos-ittla.blogspot.com/2011/06/33-analisis-de-la-demanda.html>
- Desinfección de artículos clínicos. [En línea]. Octubre 2013.
<http://www.hsalvador.cl/documentos/DESINFECCIONARTICULOSCLINICOS.pdf>
- Esterilización y Desinfección [En línea] Julio2013.
<http://www.higiene.edu.uy/cefa/Libro2002/Cap%2027.pdf>

ANEXOS

ANEXO N° 1: CÓDIGO SANITARIO

El código Sanitario rige todas las normas relacionadas con el fomento, protección y recuperación de la salud de los habitantes de la República, salvo aquellas sometidas a otras leyes.

Es por ello, que el código sanitario se encuentra conformado por diez libros que describen los aspectos y la forma de uso con respecto al tema sanitario. Para la elaboración del estudio de mercado de limpieza industrial, se utilizó el tercer libro que hace mención a la “Higienes y Seguridad del Ambiente y de los Lugares de Trabajo”, que se encuentra conformada por los artículos 67 al 93. Dentro de estos artículos encontramos las normas generales que se preocupan del cuidado y la eliminación de los elementos que pueden llegar a afectar el bienestar de la población en lugares habitados como en no habitados con respecto a lo sanitario.

Además, en los artículos hace referencia al tema de las aguas lo cual se reglamenta, claramente, que todas las remodelaciones, construcciones o cualquier instalación en locales o edificios deberán cumplir con los reglamentos del servicio nacional de salud. Es el organismo encargado de que todo funcione correctamente como, por ejemplo, que ningún local de comida que va a ser frecuentado por público no podrá ser ocupado antes de que la autoridad sanitaria compruebe que los

sistemas instalados se encuentren conforme con los aprobados en el Código Sanitario.

Desde el artículo 85 al 88 hace referencia a la higiene y seguridad de los lugares de trabajo, donde se menciona las condiciones y medidas de higiene y seguridad que deben reunir y cumplir en los lugares que se realizan jornadas laborales, los equipos, maquinarias, instalaciones, materiales y cualquier otro elemento, con el fin de proteger eficazmente la vida, la salud y el bienestar de los empleados y de la población en general.

ANEXO N° 2: REGLAMENTO SANITARIO DE MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS DECRETO SUPREMO N°977/96.

El Reglamento Sanitario de Manipulación de Alimentos, se encuentra conformado por treinta títulos y 542 artículos. En donde se describe la forma correcta que debe cumplir la empresa que tiene contacto con los alimentos y la perfecta función de ésta. Para efecto de estudio de mercado de limpieza industrial, se utilizó en título I “Principio Generales de Higiene de los Alimentos” de los párrafos II al V, desde el artículo 14 al 51.

Título Preliminar

Artículo 1.- Este reglamento establece las condiciones sanitarias a que deberá ceñirse la producción, importación, elaboración, envase, almacenamientos, distribución y venta de alimentos para uso humano, con el objetivo de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de productos sanos e inocuos.

Este reglamento se aplica igualmente a todas las personas, naturales o jurídicas, que se relacionen o intervengan en los procesos aludidos anteriormente, así como los establecimientos, medios de transporte y distribución destinados a dicho fines. Para la aplicación del presente reglamento regirá las definiciones y requisitos que su texto establece.

Artículo 2.- Alimento o producto alimenticio es cualquier sustancia o mezclas de sustancias destinadas al consumo humano, incluyendo las bebidas y todos los ingredientes y aditivos de dichas sustancias.

Materia prima alimentaria es toda sustancia que para ser utilizada como alimento, precisa de algún tratamiento o transformación de naturaleza química, física o biológica.

Artículo 3.- Todos los alimentos y materias primas, deberán responder en su composición química, condición microbiológica y caracteres organolépticos, a sus nomenclaturas y denominaciones legales y reglamentarias establecidas.

La producción, distribución y comercialización de los alimentos y materias primas transgénicos deberán ceñir, para su autorización, las normas técnicas que dicte sobre esta materia el Ministerio de Salud.

La autorización será otorgada mediante resolución por el Servicio de Salud competente.

Artículo 4.- Corresponderá a los Servicios de Salud el control sanitario de los alimentos y velar por el cumplimiento de las disposiciones relativas a esta materia del Código Sanitario y del presente reglamento, todo ello de acuerdo con las normas e instrucciones generales que imparta el Ministerio de Salud.

Título I. Principios Generales de Higiene de los Alimentos

Párrafo II.- Definiciones

Artículo 14.- Para los fines de este reglamento se entenderá por:

- a) Adecuado: suficiente para alcanzar el fin que persigue este reglamento.
- b) Contaminación: la presencia de microorganismos, virus y/o parásitos, sustancias extrañas o deletéreas de origen mineral, orgánico o biológico, sustancias radioactivas y/o sustancias tóxicas en cantidades superiores a la permitida por las normas vigentes, o que se presuman nocivas para la salud.

La presencia de cualquier tipo de suciedad, restos o excrementos.

Aditivos no autorizados por la reglamentación vigente o en cantidades superiores a las permitidas;

- c) Desinfección: la reducción de número de microorganismo a un nivel que no dé lugar a contaminación nociva de alimento, sin menoscabo de la calidad de él, mediante agente químicos y/o métodos higiénicamente satisfactorios.
- d) Higiene de los Alimentos: todas las medidas necesarias para garantizar la inocuidad y salubridad del alimento en todas las fases, desde su cultivo, productivo, elaborado, envasado, transporte y almacenamiento hasta el consumo final.
- e) Limpieza: la eliminación de tierra, residuos de alimentos, polvo, grasa u otra materia objetable.
- f) Manipulación de Alimentos: todas las operaciones del cultivo y recolección, producción, preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución y venta de los alimentos.

- g) Manipulador de Alimentos: corresponde a toda persona que trabaje a cualquier título, aunque sea ocasionalmente, en lugares donde se produzca, manipule, elabore, almacene, distribuya o expendan alimentos.
- h) Material de Envasado de Alimentos: todos los recipientes, como latas, botellas, cajas de cartón u otros materiales, fundas y sacos, o material para envolver o cubrir, tal como papel laminado, película, papel, papel encerado, tela.
- i) Plagas: insectos, roedores, pájaros y otras especies menos capaces de contaminar directa o indirectamente los alimentos.

Párrafo III. De los Requisitos de Higiene en la Zona de Producción/Recolección.

Artículos 15.- No se permitirá cultivar, producir o recolectar alimentos en zonas contaminadas con agentes potencialmente nocivos o regados con aguas sanitariamente inadecuadas, que puedan dar lugar a concentraciones inaceptables de agentes contaminantes en los alimentos.

Artículos 16.- Los alimentos se deberán proteger contra la contaminación por desechos de origen humano, animal, industrial y agrícola cuya presencia pueda alcanzar niveles susceptibles de constituir riesgos para la salud.

Artículos 17.- Se deberán tomar precauciones adecuadas para los desechos no se utilicen ni evacuen de manera que puedan constituir, a través de los alimentos, un riesgo para la salud.

Artículo 18.- El equipo y los recipientes que se utilicen en la recolección y la producción de alimentos deberán construirse y conservarse de manera que no constituyan un riesgo para la salud. Los envases que se reutilicen deberán ser materia y construcciones tales que permitan una limpieza fácil y completa. Deberán limpiarse y mantenerse limpio y, en caso necesario, desinfectarse. Los recipientes usados para materias tóxicas deberán ser identificados y no podrán utilizarse para alimentos.

Artículo 19.- Los alimentos que no son aptos para el consumo humano deberán separarse durante la recolección y producción y eliminarse de tal forma que no puedan dar lugar a la contaminación de la producción, del agua o de otras materias alimentarias.

Artículos 20.- Los productos alimenticios y/o materias primas recolectados, se deberán almacenar en condiciones que confieran protección contra la contaminación y reduzcan al mínimo los daños y deterioros.

Artículo 21.- Los medios de transporte de los productos alimenticios recolectados deberán ser de materiales y construcciones tales que permitan una limpieza fácil y

completa. Deberán limpiarse y mantenerse limpio y, en caso necesario, ser desinfectados o desinsectados con productos que no dejen residuos tóxicos.

Párrafo IV. Del Proyecto y construcción de los establecimientos.

Artículo 22.- Los establecimientos deberán estar situados en zonas alejadas de focos de insalubridad, olores objetables, humo, polvo y otros contaminantes y no expuestos a inundaciones.

Artículo 23.- Las vías de acceso y zonas de circulación que se encuentren dentro del recinto del establecimiento o en sus inmediaciones, deberán tener una superficie dura, pavimentada o tratada de manera tal que controlen la presencia de polvo ambiental.

Artículo 24.- Los edificios e instalaciones deberán proyectarse de tal manera que las operaciones puedan realizarse en las debidas condiciones higiénicas y se garantice la fluidez del proceso de elaboración desde la llegada de la materia prima a los locales, hasta la obtención del producto terminado, asegurando además, condiciones de temperatura apropiadas para el proceso de elaboración y producción.

Los establecimientos destinados a la elaboración de alimentos deberán contar con las siguientes áreas:

- a) Recepción, selección, limpieza, preparación de las materias primas.
- b) Producción.

c) Almacenamiento de materias primas y del producto terminado.

Artículo 25.- En las zonas de preparación de alimentos:

- a) Los pisos, se construirán de materiales impermeables, no absorbentes, lavables, antideslizantes y atóxicos; no tendrán grietas y serán fáciles de limpiar. Según el caso, se les dará una pendiente suficiente para que los líquidos escurran hacia las bocas de los desagües.
- b) Las paredes, se construirán de materiales impermeables, no absorbentes, lavables y atóxicos y serán de color claro. Hasta una altura apropiada para las operaciones, como mínimo 1.80 m, deberán ser lisas y sin grietas, fáciles de limpiar y desinfectar.
- c) Los cielos rasos deberán proyectarse, construirse y acabarse de manera que se impida la acumulación de suciedad y se reduzca al mínimo la condensación de vapor de agua y la formación de mohos y deberán ser fáciles de limpiar.
- d) Las ventanas y otras aberturas deberán construirse de manera que se evite la acumulación de suciedad, y las que se abran deberán estar provista de protección contra vectores. Las protecciones deberán ser removibles para facilitar su limpieza y buena conservación. Los alféizares de las ventanas deberán estar contruidos con pendiente para evitar que se usen como estantes.
- e) Las puertas deberán ser de superficie lisa y no absorbente y, cuando así proceda deberán tener cierre automático.

- f) Las escaleras, montacargas y estructuras auxiliares, como plataformas, escaleras de mano y rampas, deberán estar situadas y construidas de manera que no sean causa de contaminación de los alimentos. Las rampas deberán construirse con rejillas de inspección y deberán ser fácilmente desmontables para su limpieza y buena conservación.
- g) Todas las estructuras y accesorios elevados deberán instalarse de manera que se evite la contaminación directa o indirecta de alimentos y de la materia prima por condensación de vapor de agua y goteo y no se entorpezcan las operaciones de limpieza.

Artículo 26.- La zona de preparación de alimentos deberá estar separada de los recintos destinados a alojamientos, servicios higiénicos, vestuarios y acopio de desechos.

Artículo.27.- Deberá disponer de abundante abastecimiento de agua potable que se ajustará a lo dispuesto en la reglamentación vigente, a presión y temperatura conveniente, así como de instalaciones apropiadas para su almacenamiento, distribución y con protección contra la contaminación.

Artículo.28.- El hielo, utilizado en contacto directo con el alimento, deberá fabricarse con agua que se ajuste a lo dispuesto en el presente reglamento, y habrá de tratarse, manipularse, almacenarse y utilizarse de modo que esté protegido contra la contaminación.

Artículo 29.- El vapor de agua utilizado en contacto directo con alimentos no deberá contener ninguna sustancia que pueda contaminar el alimento.

Artículo 30.- El agua no potable que se utilice para la producción de vapor, refrigeración, lucha contra incendio y otros propósitos similares no relacionados con los alimentos, deberán transportarse por tuberías completamente separadas, identificadas por colores, sin que haya ninguna conexión transversal ni sifonado de retroceso con las tuberías que conducen el agua potable.

Artículos 31.- Los establecimientos deberán disponer de un sistema eficaz de evacuación de aguas residuales, el que deberá mantenerse en buen estado de funcionamiento. Todos los conductos de evacuación (incluidos los sistemas de alcantarillado) deberán ser diseñados para soportar cargas máximas y deberán construirse de manera que se evite la contaminación de abastecimiento de agua potable.

Artículo 32.- Todos los establecimientos de producción, elaboración, transformación de alimentos deberán disponer de vestuario y servicios higiénicos convenientemente situados y en números conforme a lo dispuesto por el Reglamento Sobre Condiciones Sanitarias y Ambientales en los Lugares de Trabajo.

Los servicios higiénicos deberán estar bien iluminados y ventilados y no tendrán comunicación directa con la zona donde se manipulen los alimentos. Los

lavamanos contarán con grifos para el agua fría y caliente, provisto de jabón para lavarse las manos y medios higiénicos para secárselas, tales como toallas de papel, aire caliente u otras. Deberá ponerse rótulos en los que se indique al personal la obligación de lavarse las manos después de usar los servicios.

Las ventanas y otras aberturas deberán estar provistas de mallas protectoras contra vectores.

Artículos 33.- En las zonas de elaboración deberá disponerse de lavamanos provisto de jabón y medios higiénicos para secarse las manos, tales como, toallas de un solo uso o aire caliente.

Artículo 34.- Todo el establecimiento deberá tener una iluminación natural o artificial adecuada, que no deberá alterar los colores, y que permita la apropiada manipulación y control de los alimentos. La iluminación no deberá ser menor a 540 lux en todo los puntos de inspección, 220 lux en las salas de trabajo, 110 lux en otras zonas.

Las lámparas que estén suspendidas sobre el material alimentario en cualquiera de las fases de producción, deben ser de fácil limpieza y estar protegidas para evitar la contaminación de los alimentos en caso de rotura.

Artículos 35.- Deberá proveerse una ventilación adecuada para evitar el calor excesivo, la condensación de vapor de agua y acumulación de polvo y para eliminar el aire contaminado. La dirección de la corriente de aire no deberá

desplazarse de una zona sucia a una zona limpia. Las aberturas de ventilación deberán estar provistas de rejillas u otras protecciones de material anticorrosivo y que puedan retirarse fácilmente para su limpieza.

Artículo 36.- Deberá disponer de instalaciones separadas del lugar de elaboración para el almacenamiento de los desechos y materiales no comestibles, donde permanecerán hasta su eliminación.

Artículo 37.- los establecimientos de alimentos en que mantengan almacenen o exhiban alimentos o materias primas, que precisen de frío para su conservación deberán contar con refrigeradores, vitrinas refrigeradas o cámaras frigoríficas según corresponda, además estos equipos deberán estar provistos de un termómetro o de un dispositivo para el registro de su temperatura.

Párrafo V. De los Requisitos de higiene de los Establecimientos.

Artículos 38.- Los establecimientos, sus equipos, utensilios y demás instalaciones, incluidos los desagües, deberán mantenerse en buen estado limpio y ordenados.

Artículos 39.- Los desechos deberán retirarse de las zonas de manipulación y otras zonas de trabajo, cuantas veces sea necesaria y por lo menos una vez al día.

Artículo 40.- Se deberá impedir el acceso de las plagas a los desechos. Inmediatamente después de su evacuación, los receptáculos utilizados para el

almacenamiento y todo el equipo que haya entrado en contacto con los desechos deberán limpiarse. La zona de almacenamiento de desechos deberá, asimismo, mantenerse limpia.

Artículo 41.- Deberá establecerse para todo establecimiento de producción, elaboración y transformación de alimentos un calendario de limpieza y desinfección permanente, con atención especial a las zonas, equipos y materiales de más alto riesgo. Todo el personal de aseo deberá estar capacitado en técnica de limpieza.

Artículo 42.- Para impedir la contaminación de los alimentos, todo el equipo y utensilios deberán mantenerse debidamente protegidos en estantes, vitrinas, u otros, después de limpiarse y desinfectarse.

Artículo 43.- Deberán tomarse precauciones adecuadas para impedir que el alimento se contamine cuando las salas, el equipo y los utensilios se limpien o desinfecten con agua y detergente o con desinfectantes o soluciones de éstos. Los desinfectantes deberán ser apropiados al fin perseguido, debiendo eliminarse cualquier residuo de modo que no haya posibilidad de contaminación de los alimentos.

Artículo 44.- Inmediatamente después de terminar el trabajo de la jornada o cuantas veces sea necesario deberán limpiarse minuciosamente los pisos,

incluidos los desagües, las estructuras auxiliares y las paredes de la zona de manipulación de alimentos.

Artículos 45.- Las salas de vestuario, servicios higiénicos, vías de acceso y los patios situados en las inmediaciones de los locales y que sean partes de éstos, deberán mantenerse limpios.

Artículo 46.- Se prohíbe la entrada a las salas de elaboración de los establecimientos de alimentos de toda especie animal, excepto en los mataderos, de aquellas destinadas al faenamiento.

Artículo 47.- Deberá aplicarse un programa preventivo, eficaz y continuo de lucha contra las plagas. Los establecimientos y las zonas circundantes deberán inspeccionarse periódicamente para cerciorarse de que no exista infestación.

Artículo 48.- En caso que alguna plaga invada los establecimientos deberán adoptarse medidas de erradicación. El tratamiento con agentes químicos, físicos o biológicos sólo deberá aplicarse de acuerdo a la reglamentación vigente, por empresas autorizadas para tales efectos por la autoridad sanitaria correspondiente.

Artículo 49.- Sólo deberá emplearse plaguicidas si no pueden aplicarse con eficacia otras medidas de prevención. Antes de aplicar plaguicidas se deberá tener

cuidado de proteger todo los alimentos, equipo y utensilios contra la contaminación. Después de aplicar los plaguicidas, y con el fin de eliminar los residuos, estos equipos y utensilios se deberán limpiar minuciosamente antes de volverse a usar.

Artículos 50.- Se prohíbe la mantención de plaguicidas u otras sustancias tóxicas que puedan presentar un riesgo para la salud, en las zonas de producción, elaboración, transformación, envase y almacenamiento de alimentos.

Artículo 51.- No deberá almacenarse en la zona de manipulación de alimentos ninguna sustancia que pueda contaminar los alimentos ni depositarse ropa u objetos personales en las zonas de manipulación de alimentos.

ANEXO N° 3: BPM, HACCP, ISO9001

La Limpieza Industrial debe cumplir con ciertas normativas que cada cliente posee en su empresa al momento de prestar sus servicios, estas son: “BPM”, “HACCP” y “ISO 9001”, estos son documentos guías que se refiere a los procesos de implementación, donde indican la inocuidad, los puntos críticos de los focos contaminantes y calidad de los productos fabricados, procesados o producidos en una empresa, hospital, laboratorio clínicos, restaurantes, casinos y más.

A continuación se describirán cada una de las normativas:

- **Buenas Prácticas de Manufacturación (BPM)**

Es un instructivo que debe cumplir un conjunto de normas, reglas y actividades para reducir y minimizar los focos de contaminación y peligros físicos, químicos y biológicos, basadas en el orden y la higiene que al ser cumplida hace que los procesos alimenticios que se elaboren se desarrollen bajo ciertas condiciones de sanitarias y seguras, las cuales deben cumplir de manera permanente.

- **Norma HACCP**

HACCP “es un Sistema de Seguridad de los alimentos que se basa en la prevención. Brinda un método sistemático para analizar los procesos de los alimentos, define los peligros posibles y establece los puntos de control críticos para evitar que lleguen al cliente alimentos no seguros. La norma HACCP está basada en el Codex Alimentarius desarrollado por la Organización de las Naciones

Unidas para la Agricultura y la Alimentación y la Organización Mundial de la Salud”.

- **ISO 9001**

La ISO 9001 “es una Norma Internacional que se aplica a los Sistemas de Gestión de calidad (SGC) y que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que le permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios”.

ANEXO N° 4: LISTADOS DE RESTAURANTES EN VIÑA DEL MAR Y CONCÓN

- Restaurantes de Viña del Mar

1. Donde la Cuca.	2. Torito Parilla.
3. El Che Mario.	4. La Flor de Chile.
5. Tierra de Fuego.	6. Rancho Linares.
7. Ramadas de Viña del Mar	8. Restaurant Top Top.
9. Carnes al Paso.	10. La Saltaparrilla.
11. Tropical.	12. La Picá de Emeterio.
13. Hierro Viejo Restaurant	14. La Picá de Martín.
15. Camarón Grill.	16. Los Pomairinos
17. La Consentida	18. Delicias del Mar.
19. Albatros.	20. Margarita.
21. Fornoni.	22. Hot Chili Peppers.
23. Le Bistrot Merci.	24. Restaurant Cap Ducal.
25. Andaluz Bistro Restaurant.	26. Pincho Moruno.
27. Da`Elena Trattoria Ristorante.	28. La Buona Mezza.
29. Restaurant la Dolce Vita.	30. Divo Pecado.
31. Gran Casona.	32. San Luis Restaurant.
33. Contigo pan y Cebolla.	34. Donde Willy Restaurante.
35. Jerusalén.	36. Restaurant Gran Torre.
37. Fuente de Soda África.	38. Café Mangos.
39. Café Anayak.	40. Obelisco.
41. Sabores del Sur.	42. Erdiko.
43. Entre Masas.	44. Restaurant Bokado.

45. Pueblo Rico.	46. El Mesón.
47. Arena Bistro.	48. Las Gaviotas.
49. Mediterráneo.	50. Restaurante Donde JL.
51. La Ciboulette.	52. Chimichurri.
53. Panda Chico.	54. Donde Kebab.
55. Rincón Aleman.	56. Paella Lista.
57. Txipirón Restaurant.	58. Casa Lila.
59. Café Journal.	60. Samoiedo Café.
61. Bar Tercer Tiempo.	62. Café Florida.
63. Pau San.	64. Work & Roll.
65. Mai Tai.	66. Sushiban.
67. Restaurante Hon San.	68. Sushi Mono.
69. Tip y Tap.	70. Barlovento Tapas Bar.
71. Telepizza.	72. Diego Pizza.
73. McDonald`s	74. Sibarítico.
75. SchopDog.	76. Fritz Mall Marina Arauco.
77. Platón.	78. Domino.
79. El Poderoso Cevasco.	80. Sabronomico.

- Restaurantes de Concón.

1. La Picá de Juan Segura.	2. La Gatita.
3. Aquí Jaime.	4. Calipso Restaurant.
5. La Picá de Higuierilla.	6. El Rincón de Charlie.
7. Los Delfines.	8. Nikko Seafood and Sushi.
9. Restaurante Albastro.	10. Don Chico.
11. Restaurante Pedro y Fabiola.	12. Punta del Este.
13. Santa Brasa.	14. Empanadas Las Deliciosas.
15. Rincón del Mono..	16. Restaurant Picá La Perla del pacífico.

ANEXO N° 5: ENCUESTA
ENCUESTA SOBRE LOS SERVICIOS DE LIMPIEZA INDUSTRIAL EN LA
CIUDAD DE VIÑA DEL MAR Y CONCÓN

La presente encuesta es eminentemente académica, producto de un estudio de mercado sobre la Limpieza Industrial, realizada por una alumna tesista de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad de Valparaíso y toda la información proporcionada es de carácter confidencial.

Datos de la empresa:

Dirección sucursal o casa matriz: _____

Facturación anual aproximada:

- a) \$0 - \$ 54.738.096.
- b) \$54.760.903,54 – \$570.188.500.
- c) \$570.211.307,5 - \$2.280.754.000.
- d) \$2.280.776,808 o Más.

1. ¿Ha contratado o contrata actualmente algún servicio de limpieza industrial para su empresa?

- a) Sí. (Pase a la pregunta N°3)
- b) No. (Pase a la pregunta N°2)

2. ¿Cuál es el motivo para no contratar los servicios de limpieza industrial?

(Puede marcar más de una alternativa)

- a) Desconfianza.
- b) Desconocimiento.
- c) Altos Precios.
- d) Lo realizo de manera interna.
- e) Otros, especifique: _____

Nota: pase a la pregunta N°11.

3. ¿Cuál es la principal razón para contratar los servicios de una empresa de limpieza industrial externa?

- a) Tiempo.
- b) Precio.
- c) Calidad de servicio entregado.
- d) Comodidad.
- e) Otros, especifique: _____

4. ¿Con qué frecuencia contrata el servicio de limpieza industrial para su empresa?

- a) Una vez a la semana.
- b) Cada 15 días.
- c) Una vez al mes.
- d) Cada tres meses.
- e) Otros, especifique: _____

5. ¿Cuál es el rango de precio que paga por el servicio de limpieza industrial que tiene contratado actualmente?

- a) Entre \$50.000 a \$100.000.
- b) Entre \$100.000 a \$200.000.
- c) Entre \$200.000 a \$300.000.
- d) Entre \$300.000 o más.**

6. ¿Cuál es la empresa que actualmente le otorga el servicio de limpieza industrial?

- a) Nombre de la empresa: _____
- b) No sabe o no responde.

7. ¿Cuáles son los servicios que le entrega su actual empresa de limpieza industrial?

- a) Limpieza y sanitización de pisos y paredes.
- b) Limpieza y sanitización de equipos que procesan alimentos.
- c) Limpieza de cámara de grasa.
- d) Otros, especifique _____

8. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con su actual empresa de limpieza industrial?

- a) Muy satisfecho.
- b) Satisfecho.
- c) Poco satisfecho.
- d) Insatisfecho.

9. ¿Estaría dispuesto a cambiar su actual empresa de limpieza industrial?

- a) Sí.
- b) No. (fin de la encuesta)

10. ¿Cuál sería la razón para cambiar su actual empresa de limpieza industrial?

- a) Mejores Precios.
- b) Mayor oferta de servicios.
- c) Ambas.
- d) Otros, especifique_____

Nota: pase a la pregunta N°13

11. Si existiese una empresa que lograra superar los motivos que le impiden contratar los servicios de limpieza industrial, ¿Estaría dispuesto a contratarla?

- a) Sí.
- b) No.(fin de la encuesta)

12. ¿Cuáles son los servicios que estaría dispuesto a contratar a una empresa de limpieza industrial?

- a) Limpieza y sanitización de pisos y paredes.
- b) Limpieza y sanitización de equipos que procesan alimentos.
- c) Limpieza de cámara de grasa.
- d) Otros, especifique_____

13. ¿Con qué frecuencia estaría dispuesto a contratar el servicio de limpieza industrial para su empresa?

- a) Una vez a la semana.
 - b) Cada 15 días.
 - c) Una vez al mes.
 - d) Cada tres meses.
 - e) Otros, especifique:_____
- _____

14. ¿Cuál es el de rango de precio que estaría dispuesto a pagar por ello?

- a) Entre \$50.000 a \$100.000.
- b) Entre \$100.000 a 200.000.
- c) Entre 200.000 a \$300.000.
- d) Entre \$300.000 o más.

ANEXO N° 6: FICHA DE SOLICITUD DE SERVICIO

N° de Servicio: _____

Fecha: _____

Nombre de la Empresa: _____

Solicitado por: _____

Carnet Identidad: _____

Teléfono: _____, celular: _____

Email: _____

Servicios de: Esterilización, Sanitización, Desinfección.

Esterilización:

- Esterilización cocina.
- Esterilización piso.
- Esterilización baños.
- Esterilización utensilios
- Esterilización otros: _____

Sanitización de:

- Sanitización cocina:
- Sanitización piso.
- Sanitización baños.
- Sanitización bodega de alimentos.
- Sanitización mesones.
- Sanitización otros: _____

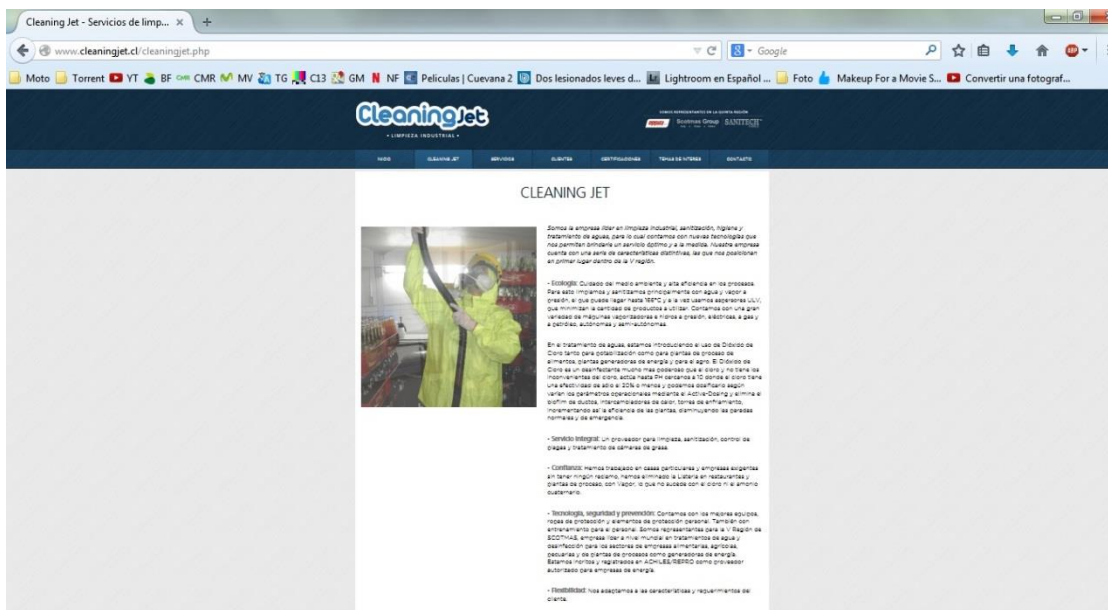
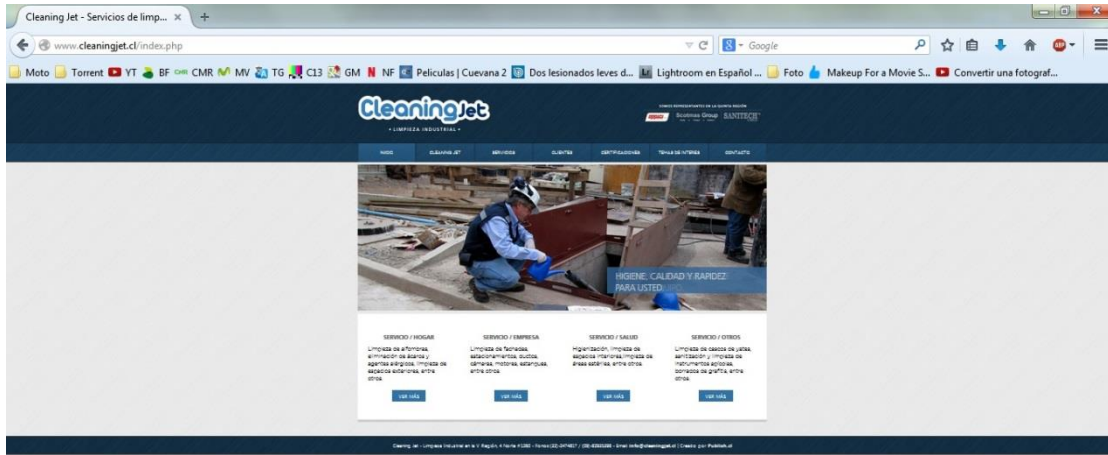
Desinfección:

- Desinfección de pasillo.
- Desinfección de bodega.
- Desinfección de recinto completo.
- Desinfección otros: _____

Observaciones: _____

ANEXO N° 7: PAGINA WEB DE CLEANING JET

- Página web de CLEANING JET: <http://www.cleaningjet.cl/index.php>



- En facebook: <https://www.facebook.com/cleaningjet?fref=ts>

