**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**

**MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN**

**UNIVERSITARIA, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**INSTITUTO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA**

**DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL**

**EXTENSIÓN MARACAY**

**LIMPIVEN**

**ASEO AL INSTANTE, RESULTADOS BRILLANTES**

**PLAN DE VENTA**



**Maracay, Abril 2025.**

***Contenido***

[1. Estudios previos 2](#_3cfbtb5jruet)

[1.1 Identificación de los productos o servicios 2](#_jpo9hlcak6fn)

[1.1.1 Análisis de ventajas competitivas 3](#_r740zvoal9z9)

[1.2 Identificación del mercado 3](#_a8d3i4kh6rps)

[1.2.1 Análisis de la competencia 4](#_bjkdxkyhvhx5)

[Análisis 4](#_vnncjg4b5sf6)

[1.2.2 Análisis de la oferta y demanda de los productos o servicios 5](#_vqx97jbtmjji)

[1.2.3 Análisis del mercado objetivo 5](#_6vzd86opn0w)

[1.3 Identificación del sector 5](#_xsjagzlqc054)

[1.3.1 Análisis del crecimiento del sector 5](#_acvn0gujxvk3)

[1.4 Análisis FODA del negocio 6](#_v0789nzxl8m)

[2. Planeación 7](#_mdqrkwynjry3)

[2.1 Definir los objetivos de ventas 7](#_zc77anbb1ljv)

[2.1.1 Objetivos a corto plazo 7](#_21z3xxjjj8it)

[2.1.2 Objetivos a mediano plazo 7](#_wt0ia6peke2d)

[2.1.3 Objetivos a largo plazo 7](#_39v0f1g7iyma)

[2.2 Definir los escenarios 7](#_j302cxrkdqfh)

[2.2.1 Peor escenario 7](#_3oyqtnuh7ng9)

[2.2.2 Mejor escenario 7](#_dykcf4mg27py)

[2.3 Definir las estrategias 7](#_n7yg7u9r8kji)

[2.4 Definir el pronóstico de ventas 7](#_utvxtbfwucks)

[2.4.1 Previsión mensual y anual de ventas 7](#_7vuyktyjs61p)

[2.4.2 Presupuesto de ventas 7](#_rw7tvqtdrt1l)

[3. Implementación 8](#_7faiuzn0d5cs)

[3.1 Determinar la fuerza de ventas 8](#_qrtvvc99i4tw)

[4. Seguimiento y control 8](#_tkvoi3pd1u1a)

LIMPIVEN

Plataforma de app móvil de servicios de limpieza a domicilio en Maracay, Venezuela, que atiende a las necesidades de su público de manera eficaz, rápida y segura.

(Periodo del Plan de Ventas)

***1. Estudios previos***

***1.1 Identificación de los productos o servicios***

**Productos:**

1. **Aplicación móvil:** es un producto digital que funciona como una herramienta tecnológica que permite la conexión entre los clientes y los trabajadores. Se define como una aplicación de fácil uso y acceso, donde los trabajadores pueden ofrecer sus servicios y los clientes pueden evaluar las opciones disponibles en cuanto a precios, características del servicio y paquetes. Además, cuenta con funcionalidades como la programación del servicio (fecha, hora, ubicación) y la selección del método de pago que el cliente considere más conveniente (pago móvil, zelle, punto de venta, binance).

**Servicios:**

1. **Limpieza a domicilios:** servicio de limpieza a domicilio con distintas modalidades que se adapten a las necesidades y deseos del cliente, con alto nivel de calidad y confianza garantizada.
2. **Capacitación para trabajadores**: Cursos de desinfección de superficies y objetos, manipulación y limpieza según los tipos de superficies y suelos, uso adecuado de utensilios y productos de limpieza, prevención de intoxicación por uso de productos de limpieza, protección y seguridad respiratoria, atención al cliente y manejo de objeciones, limpieza de espacios para mascotas.

***1.1.1 Análisis de ventajas competitivas***

**Capacitación y Formación**: LimpiVen ofrece a sus trabajadores cursos de capacitación para garantizar la excelencia en su trabajo, así como también instruye sobre el cuidado y la protección ante el uso de productos químicos y utensilios de limpieza.

**Enfoque Local**: Al centrarse en el mercado de Maracay, LimpiVen entiende mejor las necesidades y preferencias del público local, lo que le permite adaptar sus servicios de manera más efectiva.

**Confianza y seguridad garantizada:** LimpiVen a través de su plataforma emplea la calificación de los trabajadores, además de ofrecer un monitoreo en tiempo real del servicio, donde tanto el cliente como el trabajador puede reportar alguna situación de peligro.

**Personal calificado:** LimpiVen exige a sus trabajadores la realización de una prueba psicológica simple para garantizar que el personal está calificado psicológicamente para llevar a cabo el servicio.

**Comunidad de trabajadores**: LimpiVen fomenta la creación de una comunidad entre los trabajadores y la empresa, permitiendo el intercambio de experiencias y manejo de inquietudes, algo que fortalece la lealtad hacia la marca.

**Plataforma Intuitiva**: Su interfaz está diseñada para ser fácil de usar, garantizando la eficacia y la facilidad para el cliente de programar su servicio, atrayendo a aquellos que pueden no estar familiarizados con la tecnología.

**Compromiso con la Calidad**: LimpiVen busca ofrecer un servicio de alta calidad y compromiso, por ello se enfoca en la correcta capacitación de sus trabajadores y se interesa en el nivel de satisfacción del cliente a través de las calificaciones.

**Adaptación a Comportamientos de Consumo**: La capacidad de LimpiVen para adaptarse a los hábitos de consumo y preferencias de los consumidores la coloca en una posición favorable frente a la competencia.

**Valor diferencial**: Además de ofrecer un servicio de limpieza, LimpiVen cuenta con una plataforma digital de fácil acceso y uso que ofrece una gran variedad de funcionalidades para garantizar la eficiencia del servicio, al mismo tiempo se enfoca en la excelencia fomentando la capacitación y calificación de sus trabajadores, ofreciendo seguridad y confianza a sus clientes.

***1.2 Identificación del mercado***

**Mercado Objetivo**:  
LimpiVen se enfoca en un nicho específico de mercado en Maracay, Edo. Aragua, Venezuela. Este mercado incluye tanto a hombres como a mujeres, con edades comprendidas entre 25 y 55 años, con una mayor inclinación a mujeres, puesto que son mayormente las que gestionan el mantenimiento del hogar que buscan la manera sencilla, inmediata y confiable de obtener servicios de limpieza en su hogar.

**Características del Mercado**:

* **Demografía**: El mercado abarca hombres y mujeres en edades comprendidas entre los 25 a 55 años, ubicados en la ciudad de Maracay, específicamente en conjuntos residenciales, urbanizaciones y hogares en zonas con nivel socioeconómico medio y alto. Familias, parejas con o sin hijos o profesionales y trabajadores solteros.
* **Psicografía**: El perfil de los consumidores incluye a personas que tienen un estilo de vida ocupado, con tiempo limitado para destinar a tareas domésticas del hogar, clientes que valoran la limpieza y el orden pero prefieren delegar esas tareas para optimizar su tiempo. Al mismo tiempo, se caracterizan por ser personas que necesitan sentir confianza y seguridad al momento de contratar un servicio a domicilio.

**Competencia**:

* **Competencia Directa**: LimpiVen se enfrenta con la competencia de Manserca.ve, que a pesar de ofrecer servicios similares no cuenta con una aplicación móvil, pasando por alto un recurso tecnológico sin explotar que puede garantizar eficacia y rapidez al momento de llevar a cabo el servicio.
* **Competencia Indirecta**: LimpiVen enfrenta competencia indirecta de empresas como Jomi.SuperApp y Tilín, que ofrecen servicios generales para el hogar, no están enfocados solo en la limpieza, si no en mantenimiento y reparación doméstica o cualquier otro servicio de interés, y que a pesar de implementar una aplicación móvil, carecen del enfoque en capacitación y certificación de su personal.

***1.2.1 Análisis de la competencia JOSE***

| ***Competidor*** | ***Calidad del servicio*** | ***Facilidad de uso*** | ***Alcance de la audiencia*** | ***Capacitación del personal*** | ***Calificación promedio*** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Manserca.ve* | ***7*** | ***6*** | ***6*** | ***8*** | ***7*** |
| *Jomi* | ***7*** | ***4*** | ***9*** | ***3*** | ***6*** |
| *Servizi* | ***8*** | ***4*** | ***8*** | ***9*** | ***8*** |

***Análisis modificar y cambiar colores JOS***

1. **Manserca.ve**
   * **Calidad del servicio**: 7. Plataforma antigua, pero puede carecer de atención personalizada.
   * **Facilidad de uso**: 6. Falta de información de los servicios que ofrecen en su portal.
   * **Alcance de la audiencia**: 6. Su único canal de comunicación para llegar a más clientes es Instagram y carecen de interacción e inactividad de la cuenta
   * **Capacitación del personal:** 8. La persona al querer postularse o trabajar con la empresa tendrá que pasar ciertas pruebas fáciles para comprobar su experiencia

**Calificación promedio**: 7

1. **Jomi**
   * **Calidad del servicio**: 7. Falta de soporte específico para vendedores.
   * **Facilidad de uso**: 4. Al ingresar en la app y solicitar servicio y ubicación tiene problemas de ejecución e incluso se llega a salir de la misma.
   * **Alcance de la audiencia**: 8. Su único canal de comunicación es Instagram además de que están activos con el contenido también Interactúan con su audiencia
   * **Capacitación del personal**: 3. Cualquier persona puede ingresar y postular su servicio sin una prueba ni experiencia comprobada

**Calificación promedio**: 6

1. **Servizi**
   * **Calidad del servicio**: 8. Atención al cliente medianamente rápida, puede mejorar.
   * **Facilidad de uso**: 4. Al ingresar en la app y solicitar servicio y ubicación tiene problemas de ejecución e incluso se llega a salir de la misma.
   * **Alcance de la audiencia**: 8. Canal de comunicación con sus clientes Instagram, Realizan videos sobre sus servicios bien explicados aunque carecen de actividad en la misma.
   * **Capacitación del personal**: 9. La persona al querer postularse o trabajar con la empresa tendrá que pasar ciertas pruebas un poco complejas para comprobar su experiencia

**Calificación promedio**: 8

***1.2.2 Análisis de la oferta y demanda de los productos o servicios***

**Oferta de Productos y Servicios**

**Producto**: Aplicación móvil

* + **Demanda por parte de los trabajadores:** La app tendría buen índice de demanda tanto por parte de los proveedores del servicio, ya que además de ofrecer flexibilidad de horarios por su modelo colaborativo, funciona como una herramienta que otorga visibilidad a los trabajadores para conseguir mayores oportunidades de trabajo, con ventajas como la capacitación, la certificación y la donación de utensilios de limpieza requeridos para ejecutar un servicio atrayente ante el público.
  + **Demanda por parte de los consumidores:** La app contaría con una buena demanda por parte de los consumidores, puesto que al utilizar la app tienen acceso a más opciones y modalidades del servicio, como paquetes, precios promocionales, descuentos y métodos de pago que se ajusten a sus necesidades, cabe resaltar, que la app le garantiza confianza y seguridad al cliente, a través del monitoreo en tiempo real del servicio, y le permite hacer una calificación del trabajo realizado por el colaborador.

**Servicios**: **Limpieza a domicilio**

* + **Prioridad de limpieza:** La demanda de servicios de limpieza se ve impulsada aún más después del COVID-19, muchas familias y hogares le dan un mayor valor a mantener espacios limpios, ordenados y desinfectados.
  + **El ritmo de vida ocupado:** promueve el consumo del servicio, ya que profesionales con poco tiempo o personas que priorizan comodidad y conveniencia encontrarán muy conveniente el servicio y su inmediatez.
  + **Eventos y reuniones:** Los servicios antes o después de eventos también pueden tener buena acogida en temporadas altas de celebraciones, como cumpleaños, reuniones familiares, navidad, entre otros.

**Retos potenciales:**

* La situación económica del país podría limitar el acceso al servicio de ciertas personas, especialmente en segmentos de ingresos bajos.
* Es importante que el precio del servicio sea competitivo y percibido como una inversión en comodidad y calidad.

**Capacitación para trabajadores**

* + **Capacitación como incentivo:** Ofrecer cursos y certificados agrega valor para aquellos que deseen profesionalizarse en el sector.
  + **Certificados exclusivos**: Otorgar certificados reconocidos, incentiva a los trabajadores a permanecer dentro de la plataforma para mantener su credibilidad y reputación profesional.
  + **Acceso a oportunidades**: Los trabajadores que completen los cursos podrían tener acceso prioritario a los servicios más solicitados o ser destacados como "Especialistas certificados" en la app, incrementando la confianza de los clientes en ellos y al mismo tiempo sus oportunidades de trabajo.

**Retos potenciales:**

* Podría haber desafíos en la captación de trabajadores si las tarifas o beneficios percibidos no son competitivos frente a otras oportunidades informales.

***1.2.3 Análisis del mercado objetivo***

**Perfil de los Consumidores**

1. **Demografía**:

**Ubicación geográfica:** Ciudad de Maracay, específicamente en conjuntos residenciales, urbanizaciones y zonas de nivel socioeconómico medio-alto.

**Edad:** Adultos entre 25 y 55 años, ya que son más propensos a contratar servicios de limpieza por su ritmo de vida ocupado.

**Ingresos:** Personas con ingresos medios y altos, capaces de costear un servicio de limpieza.

**Estado civil y composición familiar:** Parejas jóvenes con o sin hijos, familias con niños o adolescentes que necesitan ayuda extra para mantener el orden en casa, personas solteras o profesionales independientes con altos niveles de ocupación.

**Género:** Mujeres y hombres por igual, aunque con un mayor interés entre mujeres que gestionan el mantenimiento del hogar.

**Nivel de Educación**: Sin distinción; el mercado incluye desde personas sin educación formal hasta profesionales con títulos universitarios.

1. **Psicografía**:

**Estilo de vida:** Personas ocupadas con poco tiempo disponible para tareas domésticas, como profesionales, emprendedores o familias con múltiples responsabilidades. Clientes que valoran la limpieza y el orden pero prefieren delegar esas tareas para optimizar su tiempo.

**Motivaciones:** Deseo de comodidad y conveniencia. Necesidad de confianza en el servicio debido a la naturaleza personal del trabajo en el hogar. Valoración de la calidad y la profesionalidad en los servicios contratados.

**Intereses y valores:** Personas que buscan mantener un entorno limpio y saludable para sus familias. Clientes interesados en experiencias confiables, rápidas y sin complicaciones.

1. **Comportamiento** **de consumo:**

* **Uso de tecnología:** Usuarios de tecnología habituados a las aplicaciones móviles para acceder a servicios.
* **Soluciones rápidas:** Personas que buscan soluciones inmediatas para problemas cotidianos, como limpiar antes o después de eventos o rutinas de limpieza recurrentes.
* **Hábitos de Consumo**: Prefieren plataformas que ofrezcan facilidad de uso y un servicio de calidad, con funcionalidades avanzadas que hagan más cómoda la experiencia del servicio.

***1.3 Identificación del sector***

***1.3.1 Análisis del crecimiento del sector***

**Sector**

LimpiVen pertenece al sector de los **servicios de limpieza** y al sector de las **aplicaciones móviles** que funciona como puente entre la oferta y la demanda del servicio.

**Crecimiento del Sector**

1. **Crecimiento del sector de los servicios de limpieza en Venezuela**:
   * La pandemia aceleró la necesidad de servicios de limpieza y desinfección, especialmente en hogares y negocios que buscan mantener altos estándares de higiene.
   * Aunque el comercio electrónico y los servicios a domicilio han crecido significativamente en el país, el sector de limpieza a domicilio aún está en desarrollo, con oportunidades para expandirse mediante aplicaciones móviles y plataformas digitales.
   * Se ha reportado un aumento en las transacciones digitales, con un crecimiento anual aproximado del **30%** en el uso de plataformas digitales y aplicaciones móviles desde el año 2020.
2. **Características del Sector**:
   * **Aumento de la Digitalización**: La pandemia de COVID-19 aceleró la adopción de herramientas digitales, llevando a más consumidores a buscar plataformas en línea para obtener sus servicios básicos.
   * **Innovación tecnológica**: La implementación de aplicaciones móviles y sistemas de gestión podría transformar la forma en que se ofrecen estos servicios, mejorando la eficiencia y la experiencia del cliente.
   * **Demanda del servicio de limpieza:** Se espera que la demanda de servicios de limpieza continúe aumentando, especialmente en sectores como el residencial, comercial e industrial.
   * **Diversificación de los servicios:** El mercado de servicios de limpieza a domicilio ofrece múltiples oportunidades para diversificar y expandir la oferta, siguiendo las tendencias actuales y las necesidades de los clientes como la desinfección especializada, la limpieza ecológica y los servicios premium.
3. **Oportunidades para LimpiVen**:
   * Con el crecimiento del sector, LimpiVen tiene la oportunidad de posicionarse como un líder regional al ofrecer no solo un servicio de limpieza de calidad, sino también de ser una fuente de empleo en el país y generar capacitación a personas que buscan aprender nuevas habilidades dentro del área.
   * El crecimiento también brinda la oportunidad de establecer relaciones más duraderas con los clientes. Implementar programas de fidelización, suscripciones o beneficios exclusivos puede asegurar ingresos recurrentes y fortalecer la base de clientes.
   * Al mismo tiempo, si el mercado está prosperando en la región, se puede considerar la posibilidad de expandirse a nuevas ciudades o zonas donde la demanda aún está en desarrollo, posicionándose como pionera.
   * Por último, el crecimiento del sector permitiría a LimpiVen diversificar los servicios que ofrece según las tendencias del mercado, abarcando nuevas ofertas que solucionen problemas o atiendan nuevas demandas reprimidas en el sector de los servicios a domicilio.

***1.4 Análisis FODA del negocio***

(Definimos la fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del negocio.)

| ***Fortalezas*** | ***Oportunidades*** |
| --- | --- |
|  **Capacitación Integral**: Ofrece cursos y capacitación en aseo y limpieza de domicilios, lo que mejora las habilidades de los trabajadores.   **Variedad de opciones**: Proporciona una gran variedad de paquetes, precios y modalidades del servicio, adaptándose a las necesidades específicas de cada cliente.   **Enfoque Local**: Conocimiento profundo del mercado de Maracay, lo que permite adaptarse a las necesidades y preferencias locales.   **App móvil Intuitiva**: Interfaz de fácil acceso y uso que hace sencillo el proceso de solicitud del servicio y su ejecución.   **Verificación y seguridad:** Garantiza la calificación del personal y el monitoreo del servicio generando confianza en el cliente. |  **Crecimiento de la digitalización**: Aumento en la adopción de plataformas digitales en Venezuela, lo que representa una oportunidad para atraer más usuarios.   **Expansión geográfica:** Oportunidad de establecerse en otras ciudades o estados del país donde la demanda y las condiciones del mercado sean rentables.   **Diversificación de la oferta**: Posibilidad de diversificar la oferta con nuevos servicios adaptados a las tendencias y necesidades del mercado.   **Colaboraciones Locales**: Oportunidades para asociarse con otras empresas locales que complementen su oferta.   **Modelo colaborativo**: Atracción de trabajadores que optan por horarios más flexibles que se adapten a sus necesidades y estilo de vida. |
| ***Debilidades*** | ***Amenazas*** |
|  **Dependencia del Mercado Local**: Focalización en Maracay puede limitar el crecimiento a nivel nacional.   **Recursos Limitados**: Como startup, puede enfrentar restricciones en términos de recursos financieros y logísticos.   **Falta de Reconocimiento de Marca**: Aún no es tan conocida como competidores establecidos, lo que puede dificultar la captación de nuevos usuarios.   **Dificultades Técnicas**: Posibles problemas tecnológicos que puedan afectar la experiencia del usuario en la plataforma. |  **Nuevos competidores:** El desarrollo de nuevas empresas competidoras que puedan ofrecer servicios similares y emplear plataformas digitales de vanguardia.   **Inestabilidad Económica**: La situación económica en Venezuela puede afectar el poder adquisitivo y la disposición a pagar por el servicio regularmente.   **Cambios en las Regulaciones**: Posibles cambios en las políticas gubernamentales que afecten el uso y acceso a plataformas y aplicaciones móviles en el país. |

***2. Planeación***

***2.1 Definir los objetivos de ventas***

***2.1.1 Corto plazo:*** Recuperar la inversión inicial de la app y los costos iniciales en un período de 3 meses y generar un 25% de ganancias en ese período.

* + 1. ***Mediano plazo (1-2 años):*** Obtener ganancias en un 40% y aumentar el ticket medio de los clientes en un 15% a través de ventas adicionales/ventas cruzadas y ofertas atractivas del servicio en el próximo plazo de 12 meses.
    2. ***Largo plazo (2-5 años):*** Posicionar a LimpiVen como una plataforma líder en el mercado de los servicios de limpieza a domicilio y lograr la conversión de un 25% de los clientes en consumidores de paquetes premium en un período de 24 meses.

***2.2 Definir los escenarios***

* + 1. ***Peor escenario***
* Deserción de trabajadores o colaboradores: Alta rotación debido a condiciones laborales insatisfactorias o falta de motivación, y el incremento de costos operativos por la necesidad constante de capacitación.
* Disminución de ventas: Caída en la demanda de servicios por crisis económica o pérdida de clientes clave, mala gestión de marketing, resultando en bajo reconocimiento de la marca y falta de nuevos clientes y la presencia de competidores ofreciendo precios más bajos o paquetes más atractivos, lo que desplazaría nuestra oferta en el mercado.
* Falta de competitividad: Rezago tecnológico frente a otras apps que ofrecen mejores funcionalidades, la ausencia de diferenciación en el mercado, haciendo que los clientes opten por alternativas más innovadoras o confiables y el descontento de los clientes por tiempos de respuesta lentos o servicios inconsistentes.
  + 1. ***Mejor escenario***
* Retención de trabajadores o colaboradores: Equipo motivado y comprometido, generando el crecimiento de la red de colaboradores para cubrir una mayor demanda de servicios.
* Aumento de la retención de clientes: La retención de clientes aumenta en un 25% debido a la satisfacción con los servicios de LimpiVen y a los beneficios que ofrece la plataforma ante una venta informal del servicio fuera de la app, al mismo tiempo como resultado de estrategias de fidelización oportunas.
* Crecimiento de las ventas: Las ventas aumentan en un 30% debido al aumento de la retención de clientes y la expansión de la oferta de servicios, lo que permite la expansión geográfica de la empresa aumentando su alcance en el territorio venezolano.

Ventaja competitiva: Innovación en la app, con funcionalidades únicas que faciliten la interacción del cliente, construcción de una imagen de marca sólida que inspire confianza y marketing digital exitoso que posiciona la marca como líder en servicios de limpieza.

***2.3 DEFINIR ESTRATEGIAS ANGI***

***2.3.1 Estrategias para lograr los objetivos***

* Promociones de Descarga: Ofrecer descuentos o créditos para el primer servicio a los usuarios que descarguen la app durante los primeros 3 meses. Por ejemplo: ¡Descarga la app y obtén un 15% de descuento en tu primera limpieza!
* Optimización de la App Store (ASO): Asegurar que la descripción y las palabras clave de la aplicación en la tienda (Google Play Store) sean relevantes para las búsquedas de servicios de limpieza en Maracay.
* Paquetes de Servicios**:** Ofrecer paquetes de limpieza predefinidos con diferentes frecuencias (semanal, quincenal, mensual) y alcance (básico, profundo, especializado), incentivando a los clientes a optar por opciones de mayor valor.
* Servicios Adicionales**:** Promocionar servicios complementarios como limpieza de ventanas, limpieza de alfombras, organización de armarios, desinfección especializada, que puedan ser añadidos a la reserva principal.
* Programa de Lealtad**:** Implementar un sistema de puntos o recompensas por cada servicio contratado, que puedan canjearse por descuentos en futuros servicios o servicios adicionales gratuitos
* Encuestas de Satisfacción y Mejora Continua: Recopilar feedback de los clientes de forma regular a través de encuestas post-servicio y utilizar esta información para mejorar la calidad del servicio, la funcionalidad de la app y la oferta de paquetes premium.
* Expansión Geográfica Estratégica**:** Evaluar y ejecutar la expansión a otras ciudades o estados del país con potencial de mercado, manteniendo los estándares de calidad y la propuesta de valor de LimpiVen.
* Desarrollo de Paquetes Premium Atractivos: Diseñar paquetes premium que ofrecerán beneficios significativos, como mayor frecuencia, servicios especializados incluidos, personal mejor calificado (con mejores calificaciones), atención prioritaria al cliente, o productos de limpieza ecológicos.
* Demostración de Valor a Largo Plazo**:** Comunicar de manera efectiva el ahorro y los beneficios a largo plazo que representan los paquetes premium en comparación con la contratación de servicios individuales de forma recurrente.

***2.3.2 Estrategias para retener a los clientes***

* Resolución Rápida de Problemas: Establecer un proceso claro y ágil para atender quejas o inconvenientes y ofrecer soluciones efectivas.
* Comunicación Pro-activa: Mantener a los clientes informados sobre el estado de su servicio, enviar recordatorios de próximas citas y notificación sobre cualquier cambio o novedad.
* Recordatorios y Sugerencias Inteligentes: Enviar notificaciones personalizadas registrando la frecuencia de limpieza recomendada o sugiriendo servicios adicionales.
* Creación de una Comunidad: Fomentar un sentido de pertenencia a la comunidad LimpiVen a través de la app o redes sociales, compartiendo historias de éxito, consejos de limpieza y creando espacios para la interacción.
* Comunicación Transparente: Ser claro y honesto en la descripción de los servicios, los precios y las políticas de la empresa.

***2.3.3 Estrategias para atraer a nuevos clientes***

* · Marketing de Contenidos (Blog/Redes Sociales**):** Crear contenido valioso y relevante sobre limpieza, organización y los beneficios de contratar un servicio profesional, atrayendo tráfico orgánico y generando interés en LimpiVen.
* · Comunicar las Ventajas Competitivas**:** Destacar en toda la comunicación los elementos que hacen único a LimpiVen: la capacitación del personal, la seguridad, la facilidad de la aplicación, el enfoque local.
* · Ofertas de Primer Servicio Atractivo**:** Mantener una oferta especial para nuevos clientes que incentiva la prueba del servicio.
* · Facilidad de Uso de la App**:** Asegurar que la app sea intuitiva y el proceso de reserva sea rápido y sencillo.
* · Disponibilidad y Flexibilidad**:** Ofrecer horarios de servicio amplios y opciones de programación flexibles para adaptarse a las necesidades de los nuevos clientes.

***2.4 Definir el pronóstico de ventas GRISMER Y ARIANA***

***2.4.1 Previsión mensual y anual de ventas***

La empresa LimpiVen decidió aplicar cuotas de volumen de ventas, ya que expresa de forma fácil las ventas a realizar durante un tiempo estimado, en este caso, durante el año de lanzamiento.

Se quiere lograr que durante el año de lanzamiento se recupere la inversión y se obtengan ganancias de un 46,61%, esto da como resultado un total de $2680

**La cuota de venta anual será de:**

* 46 paquetes básicos
* 26 paquetes premium

Lo que es equivalente a un total de 72 paquetes al año.

Cada vendedor tendrá la misión de concretar la venta de 4 planes baciscos y 2 paquetes premium al mes, es decir 6 paquetes al mes para poder cumplir con la cuota de venta anual

***2.4.2 Presupuesto de ventas***

**Costos directos de la creación son los siguientes.**

1. Diseño y desarrollo: Persona encargada en el diseño y desarrollo de la aplicación móvil, creación de contenido visual y en la presentación de información el cual tiene un costo de honorarios profesionales de $200.
2. App Store Optimization:Optimización de la ficha de la aplicación en las tiendas de aplicaciones para aumentar la visibilidad, atraer descargas y mejorar la conversión de usuarios. Incluye: análisis de palabras clave, optimización del título y descripción, diseño de íconos y capturas de pantalla, investigación de la competencia y pruebas A/B, tiene un costo de 49$ al mes.
3. Capacitación: incluye 4 clases de capacitación al personal dentro de un lapso de dos semanas, se ejecuta dos veces por mes y puede variar de acuerdo a la disponibilidad de trabajadores. Cada capacitación tiene un costo de 20$.
4. Servidores y almacenamiento de la nube: se adquiere un paquete premium de almacenamiento de Internxt por 2 años con un costo de 342$

| **Costos Directos** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cantidad** | **Descripción** | **Precio Unitario** | **Precio Total** |
| 1 | Diseño y desarrollo de la app | $400 | $400 |
| 1 | App Store Optimization | $49 | $147 |
| 1 | Capacitación | $40 | $120 |
| 1 | Servidores y almacenamiento de la nube | $320 | $320 |
|  |  |  |  |
|  |  | **Total** | **$987** |

El total de los costos directos fueron de $809 los cuales representan la inversión directa necesaria para la creación de la aplicación móvil de LimpiVen y la capacitación de sus colaboradores.

**Costos Indirectos**

1. Electricidad: $15 por mes destinado a cubrir el consumo eléctrico de los equipos. El monto a pagar por tres meses del servicio sería 45$.
2. Internet: Un costo de $40 mensual y de 120$ por trimestre.
3. Mantenimiento y soporte: Tiene un costo de $70 mensuales, es decir, 210$ por trimestre.
4. Marketing y publicidad: Campaña publicitaria de google ads y contenido en redes sociales por 250$
5. Alquiler: el alquiler de la oficina de operaciones tiene un costo de 80$ mensual y 240$ por cada trimestre.

| **Costos Indirectos** | | | |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cantidad** | **Descripción** | **Precio Unitario** | **Precio Total** |
| 1 | Electricidad | $0,5 | $45 |
| 1 | Internet | $1,3 | $120 |
| 1 | Mantenimiento y soporte | $70 | $210 |
| 1 | Marketing y publicidad | $250 | $250 |
| 1 | Alquiler | 5$ | $450 |
|  | | **Total** | **$1075** |

El total de los costos indirectos fueron de $865 los cuales representan la inversión indirecta necesaria para la creación y operatividad de la aplicación móvil LimpiVen. **Dando como resultado el costo final del servicio**

CT = $987 + $1075

CT = $2062

**Para conocer el precio de venta del servicio se realizó la siguiente fórmula:**

**Precio de Venta.**

Se establece un margen de ganancia del 20% sobre el costo total.

PV = [(costo del artículo) ÷(100 – porcentaje de ganancia)] x 100

PV = [($2062) ÷(100 – 20%)] x 100 = **$2577,5**

**Ajuste de precio según el mercado:**

Tomando en cuenta que LimpiVen ofrece un servicio que va dirigido a un nicho de mercado bastante específico, como lo son los servicios de limpieza domésticos, y luego de llevar a cabo una investigación de mercado donde se observaron los precios que ofrecen otras empresas cuyos servicios son similares a los de LimpiVen, además de tomar en cuenta el valor diferenciador que nos caracteriza en sentido de capacitación y la implementación de un recurso tecnológico innovador, se plantean los siguientes precios y paquetes con el fin de ofrecer un servicio de calidad y valor con un precio apto para competir en el mercado y que garantice la rentabilidad de la empresa y el cumplimiento de los objetivos de venta establecidos.

**Paquete Bajo:**

Limpieza Básica po 25$

Cocina:

- Limpieza del fregadero y grifos para eliminar residuos y manchas.

- Barrido y trapeado del piso para mantener la higiene básica.

Baños:

- Limpieza del inodoro, lavabo y grifos, asegurando la eliminación de gérmenes y suciedad visible.

- Barrido y trapeado del piso.

Habitaciones:

- Barrido y trapeado del piso.

- Limpieza de superficies visibles como mesas y estantes con un paño húmedo.

Sala:

- Barrido y trapeado del piso.

- Limpieza de superficies visibles.

Frecuencia: Semanal.

Espacios a limpiar: Hasta 3 habitaciones, 1 sala, 1 cocina y 1 baño.

**Paquete Mediano:**

Limpieza Profunda por 35$

Cocina:

- Desinfección completa de mesones y superficies de trabajo.

- Limpieza exhaustiva del fregadero, grifos y electrodomésticos (por fuera).

- Barrido y trapeado del piso.

Baños:

- Limpieza profunda del inodoro, lavabo y ducha/bañera con productos desinfectantes.

- Limpieza de espejos y superficies para eliminar manchas de agua.

- Barrido y trapeado del piso.

Habitaciones:

- Barrido y trapeado del piso.

- Limpieza de polvo en muebles visibles con un paño seco o ligeramente húmedo.

Sala:

- Barrido y trapeado del piso.

- Limpieza de superficies visibles.

Frecuencia: Cada dos semanas.

Espacios a limpiar: Hasta 3 habitaciones, 1 sala, 1 cocina y hasta 2 baños.

**Paquete Premium Minucioso: 70$**

Cocina:

- Desinfección de grifos y mesones utilizando un desinfectante específico para eliminar gérmenes y bacterias. Se prestará especial atención a las áreas de contacto frecuente.

- Limpieza profunda de los azulejos con un limpiador adecuado, asegurando que se eliminen manchas y residuos.

- Limpieza a fondo del horno (interior y exterior), microondas (incluyendo la bandeja) y nevera (interior y exterior). Se utilizarán productos específicos para cada superficie, garantizando una limpieza a fondo sin dañar los materiales.

Baños:

- Desinfección completa del inodoro utilizando productos específicos para eliminar gérmenes. Se limpiará tanto el interior como el exterior, incluyendo la base.

- Limpieza minuciosa del lavabo, grifos y encimeras con desinfectantes para eliminar manchas de agua y jabones.

- Limpieza profunda de la ducha o bañera, eliminando moho y residuos de jabón. Se prestará atención a las juntas de los azulejos.

- Limpieza de espejos con productos que no dejan rayas. Superficies como estantes y accesorios serán desinfectados.

Habitaciones:

- Limpieza general de cada habitación, que incluye el polvo en todas las superficies (mesas, estanterías, etc.).

- Arreglo de camas: Cambio de sábanas y organización de almohadas y cobijas. Se asegurará que las camas queden presentables.

- Organización de closets: Revisión y organización de ropa en closets. Se pueden doblar prendas o colgar adecuadamente según lo necesites.

- Limpieza de peinadoras: Organización de productos de belleza, limpieza de superficies y espejos. Se asegurará que todo esté en su lugar y libre de polvo.

Tratamiento de Alfombras y Tapicerías:

- Alfombras: Aspirado profundo utilizando una aspiradora con filtro HEPA para atrapar alérgenos. Tratamiento con vapor o productos específicos según el tipo de material, asegurando la eliminación de manchas difíciles.

- Tapicerías: Limpieza a fondo con productos adecuados según el tipo de tela (sintética, natural, etc.). Se prestará especial atención a las áreas más expuestas al uso.

Mantenimiento de Ventanas:

- Limpieza interior: Uso de un limpiador específico para cristales, asegurando que no queden rayas ni manchas.

- Limpieza exterior: Acceso seguro para limpiar el exterior, utilizando herramientas adecuadas para llegar a todas las áreas, incluyendo marcos y persianas.

Desinfección de Superficies Sensibles:

- Superficies delicadas: Uso de productos específicos para mármol, madera u otros materiales delicados. Esto incluye mesas, sillas y escritorios.

- Desinfección general: Todos los objetos que se tocan con frecuencia (manijas de puertas, interruptores) serán desinfectados cuidadosamente.

Frecuencia: Personalizable según necesidad.

Espacios a limpiar: Hasta 6 habitaciones, 1 sala, 1 cocina y hasta 4 baños.

**Cuota de venta.**

Teniendo en cuenta la información anterior, la empresa LimpiVen decidió aplicar cuotas de volumen de ventas, ya que expresa de manera sencilla la proyección de la ventas a alcanzar en un tiempo estimado, en este caso durante el primer trimestre posterior al lanzamiento.

Se quiere lograr en un período de 3 meses que se recupere la inversión inicial de la creación y el lanzamiento de la aplicación. Esto da como resultado un total de 2062$.

La cuota de venta mensual será de:

* 1Paquete premium
* 24 Paquetes medios
* 36 paquetes bajos

En este caso cada vendedor tendrá la misión de garantizar la venta de 12 paquetes bajos, 8 paquetes medios y al menos uno de ellos debe concretar la venta de 1 solo paquete premium al mes para poder cumplir con la cuota de venta trimestral.

***3. Implementación CARLOS***

***3.1 Determinar la fuerza de ventas***

**Cálculo de la Fuerza de Ventas Necesaria**

Ahora dividimos el total de paquetes necesarios por la cantidad que puede vender un vendedor en un período de 3 meses.

**Fuerza de Venta para Paquetes Básicos:**

Número de Vendedor = 61 paquetes = 2,90 vendedores 36 paquetes/vendedor 21 paquetes/vendedor

**Remuneración para los vendedores.**

La empresa LimpiVen ofrece a los vendedores pago por comisión, al vender un paquete se quedan con un 15% del mismo. Lo que puede motivar significativamente a los vendedores debido a que se pagan solos, con su propio trabajo directo.

***Recursos Disponibles para Llevar a Cabo el Plan de Ventas de LimpiVen***

1. **Plataforma Digital**: Una interfaz de app móvil intuitiva que permite a los trabajadores y consumidores obtener beneficios mutuos de manera directa y segura.
2. **Contenido de Capacitación**: Cursos y materiales de formación y capacitación en el área de limpieza y mantenimiento de espacios, que pueden ser utilizados para atraer y retener colaboradores.
3. **Equipo de atención al usuario**: Personal capacitado para ofrecer asesoría y gestionar cualquier inconveniente que pueda desarrollarse durante la prestación del servicio.
4. **Red de trabajadores**: Una comunidad activa de prestadores de servicio que pueden compartir experiencias, colaborar y ofrecer apoyo mutuo, lo que fortalece la propuesta de LimpiVen.
5. **Herramientas de Marketing**: Estrategias de marketing digital y publicidad en redes sociales para aumentar la visibilidad de la plataforma y atraer nuevos usuarios.
6. **Datos de Investigación de Mercado**: Resultados de encuestas y análisis que proporcionan información sobre las necesidades y preferencias de los consumidores, permitiendo una mejor segmentación y enfoque en la oferta.
7. **Colaboraciones Locales**: Posibles asociaciones con proveedores de productos de limpieza y otras empresas locales que pueden complementar la oferta del servicio y ampliar su alcance.
8. **Recursos Financieros:** Fondos destinados a invertir en publicidad, desarrollo de la plataforma y capacitación, asegurando la continuidad y crecimiento del negocio.

**Remuneración para los vendedores**

La empresa Limpiven ofrece a los vendedores un pago por comisión, al vender un paquete se quedan con el 15% del mismo. Lo que puede motivar significativamente a los vendedores, debido a que su remuneración dependerá netamente de su éxito al momento de logar los objetivos y la cuota de venta establecida.

Definición del territorio de ventas

* Girardot
* Francisco Linares Alcántara
* Santiago Mariño
* Sucre
* Libertador
* Mario Briceño Iragorry

Justificación para la división del territorio de ventas

La división del territorio de ventas en el Estado aragua es fundamental para que LimpiVen opere de manera eficiente y efectiva. Esta estructura organizada, no solo mejora la percepción de la empresa como profesional ante los clientes, sino que también proporciona claridad en la responsabilidad de los vendedores facilitando la gestión de su tiempo y esfuerzo al concentrarse en áreas específicas, los vendedores pueden desarrollar un mejor conocimiento del mercado local y establecer relaciones más cercanas con los clientes, además de evitar la duplicidad, gestiones y permitir un seguimiento más preciso de las cuotas de ventas. Se asegura una cobertura adecuada del mercado y se facilita el control del desempeño de cada vendedor. Esta división también apoya la identificación de áreas con potencial de crecimiento, lo que es crucial para los planes de expansión futura de la empresa.