

De los Editores de
Entrepreneur[®]
MAGAZINE

Copatrocinado por la SBA
Agencia Federal para el Desarrollo
de la Pequeña Empresa



*Introducción para
Iniciar un Negocio de*

Servicio de Limpieza

***Serie para Emprender un
Negocio de Entrepreneur.com***

No. de Autorización 03-7611-54 _____

El apoyo dado por la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA) a esta actividad no constituye un aval implícito o expreso a cualquier copatrocinador o participante, sus opciones, productos o servicios. Todos los programas de la SBA o programas copatrocinados por la SBA son proporcionados al público de forma no discriminatoria.



©2004 by Entrepreneur Media Inc.
Derechos Reservados

Este material no puede ser reproducido o transmitido por ningún medio total o parcialmente (incluidos los electrónicos) mas allá de lo permitido por la Sección 107 o 108 de la ley de los Derechos de Autor de los Estados Unidos de 1976, sin permiso escrito del dueño de los derechos. Las solicitudes para obtener el permiso deben ser dirigidos al Business Products Division, Entrepreneur Media Inc.

Esta publicación se creó para aportar información precisa y fidedigna sobre cómo desarrollar un negocio sobre el tema que se ha cubierto. Se vende con el entendimiento que el editor no está otorgando consejos legales, contables u otros de tipo profesional. Si requiere ayuda jurídica o de otro tipo, sugerimos consulte con un especialista en la materia.

Guías para Emprender un Negocio

Entrepreneur Media Inc.
2445 McCabe Way, Suite 400
Irvine, CA 92614

www.entrepreneur.com

Índice

Introducción	1
¿Tiene Lo Que Se Necesita?	2
¿Franquicia u Operación Independiente?	2
Tipos de Negocios de Limpieza	3
Inversión Inicial	5
Operación del Negocio	6
¿Necesita Empleados?	8
Fijación de Precios	9
Facturación	10
Mercadotecnia	11
Los Elementos de la Imagen	12
Recursos	13

Servicio de Limpieza

Si no le molesta ensuciar sus manos y aprecia el sentido de un trabajo bien hecho, entonces un negocio de servicio de limpieza podría ser su oportunidad perfecta.

SI ALGO SE PUEDE ENSUCIAR, es probable que alguien esté dispuesto a pagarle para limpiarlo. Por esto es que pocas industrias pueden decir que hay tantas oportunidades como la industria de la limpieza profesional lo puede hacer.

La industria de la limpieza tiene dos mercados principales: El consumidor individual y el comercial. El mercado del consumidor individual consiste principalmente de los servicios de limpieza residenciales, además de servicios de limpieza de alfombra, ventanas y de una variedad de servicios de limpieza requeridos con menos frecuencia. El mercado comercial está dominado por los servicios de mantenimiento que normalmente proveen los servicios de limpieza residencial además de otras compañías de limpieza, como limpieza de alfombra y ventanas que se dirigen a empresas en vez de a consumidores individuales. Mientras le recomendamos que se decida por un segmento del mercado y se concentre en formar una empresa que servirá su mercado elegido, es completamente realista que pueda servir a varios mercados con éxito.

Antes que usted se lance a la industria de la limpieza, es importante mirarlo claramente. Aunque la tecnología indudablemente ha tenido un impacto sobre los servicios de limpieza, éste no es un negocio de alta tecnología, por lo que habrá veces que le será difícil conseguir que lo respeten. Un aspecto positivo de esta industria es que usted puede formar una empresa sumamente rentable que generará ingresos rápidamente. La mayoría de las empresas de servicios de limpieza pueden ser operadas dedicando medio tiempo o tiempo completo, desde su casa o un local comercial. Esa flexibilidad hace que este negocio sea muy atractivo para una amplia gama de personas con diferentes objetivos.

Otro aspecto positivo de la industria es que dentro de cada categoría de limpieza hay nichos de mercado y estilos de operación que varían muchísimo. Michael R. de Salt Lake City, propietario de un servicio de mantenimiento dice: "Ofrecemos una amplia gama de servicios a una clientela muy limitada. Hemos reducido nuestro grupo de clientes a un tamaño en el que nosotros sentimos que podemos servir mejor de manera que nos permita mantener a esos clientes de forma permanente."

Esto quiere decir que usted puede formar su negocio con su propio estilo y talento individual. Si le gusta hacer el trabajo usted mismo, puede mantenerse pequeño y hacerlo. Si sus talentos son administrativos, puede reunir y dirigir equipos para hacer el trabajo. Para las personas a quienes les gusta trabajar en exteriores, las oportunidades en las áreas de limpieza de ventanas y el lavado a presión son abundantes. Los servicios de limpieza residenciales tienen horarios de trabajo fijos; la limpieza y restauración después de desastres pueden significar llamadas a cualquier hora del día o la noche.

Pocas industrias ofrecen esta variedad de oportunidades, y se espera que la necesidad por los servicios de limpieza general y de nicho aumente en el futuro.

¿Tiene Lo Que Se Necesita?

Los requisitos dependen, por supuesto, del tipo de servicio de limpieza que usted decide empezar. Pero para cualquier tipo de empresa de servicio, usted necesita tener determinación para que el negocio sea un éxito, tener buena voluntad para complacer al cliente y tener dedicación para poder limpiar minuciosamente.

Otro requisito indispensable para el propietario y los empleados de cualquier tipo de servicio de limpieza es la honradez. "Los clientes deben tener confianza total en las personas que vienen a limpiar sus casas", dice Fenna O., dueña de un servicio de limpieza de casas en Orlando, Florida. Esto es importante si limpia baños cada semana, limpia alfombras dos veces al año, o sacude y pasa la aspiradora en una oficina cada noche.

Un servicio de limpieza residencial es quizá la empresa más simple en relación a los conocimientos de limpieza necesarios. Los servicios de mantenimiento, lavado de alfombra y aquellos que limpian oficinas entre otros a menudo requieren tener capacitación en el uso de equipo especial y/o soluciones de limpieza que debe saber manejar.

Más allá de ser capaz de hacer el trabajo, un administrador de servicio de limpieza necesita tener conocimientos básicos de cómo dirigir una empresa. Debe tener los conocimientos administrativos, debe poder usar su tiempo eficientemente, y debe poder desarrollar relaciones con sus empleados y sus clientes.

¿Franquicia u Operación Independiente?

Las franquicias trabajarán muy de cerca con usted cuando empieza su empresa y lo llevan hasta el punto donde su empresa está funcionando correcta y rentablemente, lo que es una ventaja, especialmente al principio. Pero usted podría descubrir que en cuanto usted ya este establecido y económicamente seguro, un contrato de franquicia quizá sea una desventaja.

Para las personas que quieren iniciar su propia empresa y prefieren elegir una oportunidad que ha sido probada exitosamente con anterioridad, en vez de intentar desarrollar su propio sistema, una franquicia es la mejor opción. Además, la mayoría de las franquicias proveen apoyo en mercadotecnia—especialmente en publicidad nacional y en trabajar con una marca reconocida—lo cual es extremadamente difícil para un individuo.

A largo plazo, usted probablemente invertirá mucho menos dinero operando como un servicio de limpieza independiente que como parte de una franquicia. Además, como una empresa independiente, usted no estará atado a ningún sistema preestablecido sobre el concepto, nombre, servicios que brindará, etcétera. Como persona independiente tiene una ventaja y una desventaja. La ventaja es que usted puede hacer las cosas de su manera. La desventaja es que usted no tiene ninguna pauta para seguir. Todo lo que usted hace, desde definir su mercado hasta limpiar una bañera, será el resultado de sus intentos y sus errores. Como propietario independiente, usted debe investigar cada aspecto de la empresa, antes y durante la vida de su empresa, así empezará correctamente y se adaptará a los cambios del mercado.

Tipos de Negocios de Limpieza

▼ Servicios de Contratación de Empleadas Domésticas

Un servicio de limpieza residencial es un buen negocio para comenzar desde su casa y que puede dirigir a solas o con empleados. Cuando su empresa crece, puede decidir si va a alquilar una oficina pequeña con un poco de espacio de almacenamiento, aunque algunos empresarios prósperos nunca tienen que tomar ese paso.

El servicio de limpieza de casas normalmente cuenta con varias personas que se encargan de limpiar, y el propietario participa en limpieza en un grado mínimo, si es que lo hace. Los propietarios cuidan la planificación, tratan los asuntos relacionados con el servicio al cliente, pide los suministros, toma las llamadas telefónicas, se encarga de la nómina, y prepara las facturas mientras las empleadas hacen la limpieza general. Indudablemente hay propietarios que también limpian, pero cuando su empresa crece, descubren que es mejor invertir el tiempo en dirigir la empresa, que usar su tiempo limpiando.

El beneficio principal que un servicio de limpieza residencial provee es que les ahorra tiempo a los clientes. Lo que les tardaría todo un día para algunos clientes, o incluso un fin de semana entero, puede ser manejado por una empleada o equipo de empleadas en sólo unas horas.

Una de las razones principales detrás del tremendo aumento en la industria de

limpieza residencial es que más mujeres han entrado a la fuerza laboral durante los últimos 40 años. En familias donde tanto el marido como la esposa trabajan, ningún cónyuge quiere pasar su tiempo limitado de ocio en quehaceres domésticos, haciéndolos excelentes candidatos para contratar el servicio de limpieza. Familias con cónyuges en donde ambos trabajan y con ingresos de \$50,000 o más son también buenos candidatos para venderles el servicio.

Por supuesto las familias con dos ingresos no son los únicos posibles clientes. Usted también podrá trabajar con familias de altos ingresos en las que las esposas no están empleadas pero prefieren usar su tiempo haciendo otras cosas, así como los solteros que no tienen el tiempo o la inclinación de hacer su propia limpieza y los jubilados que no son físicamente capaces de limpiar sus casas.

▼ Servicio de Mantenimiento

Mientras los servicios de limpieza de casas normalmente sólo limpian residencias, las empresas de mantenimiento limpian oficinas, hospitales, restaurantes y escuelas por nombrar solo unos cuantos. Lo que hace al servicio de mantenimiento un negocio atractivo no es su glamour, sino sus ganancias potenciales.

Normalmente los servicios de mantenimiento requieren más inversión que un servicio de limpieza de casas; aun así, los costos iniciales para una empresa de mantenimiento son relativamente bajos. Es posible empezar a trabajar desde una oficina en su casa con sólo un vehículo y una cantidad mínima de equipo.

Pero mientras los servicios de limpieza de casas se llevan a cabo durante horas normales, los servicios de mantenimiento son casi el contrario. Usted descubrirá que algunos clientes quieren que usted limpie durante el día, pero la mayoría preferirán que usted empiece cuando sus empleados hayan terminado su trabajo y se hayan ido a casa.

Con pocas excepciones, el trabajo de mantenimiento va a ser considerablemente más solicitado que el servicio de limpieza de casas—incluso si usted empieza con clientes pequeños. “Si usted llevara a alguien que está acostumbrado a limpiar casas y lo pone en un edificio de oficinas grandes, dudarían y pensarían que no puede limpiar ese lugar tan inmenso”, dice Michael R., dueño de un servicio de mantenimiento en Salt Lake City. La clave es no intimidarse; sólo divida la obra en las tareas que pueden realizarse en orden lógico y razonable.

Aunque no todas las empresas contratarán con una compañía de mantenimiento externa, todas sus instalaciones tienen que estar limpias. No sólo deben cubrir regulaciones sanitarias, sino que también querrán dar una buena impresión a sus clientes.

Los edificios de oficinas son los clientes principales de la mayoría de los servicios de mantenimiento, pero también puede tener éxito limpiando restaurantes, escuelas (incluyendo colegios y universidades), hospitales, oficinas médicas, museos, tiendas comerciales, almacenes o fábricas.

▼ **Servicio de Limpieza de Alfombras y Tapicería**

La mayoría de los negocios de servicios de limpieza de alfombra empiezan en las casas. Cuando el negocio crece, puede decidir mudarse a un local comercial, aunque muchos servicios rentables nunca lo hacen.

Cada propietario de casa y dueño de negocio que tenga alfombras instaladas y/o muebles tapizados es un cliente potencial. Atender a un mercado residencial representará menos costos al montar la nueva empresa y en la compra del equipo, ya que las empresas no sólo requieren tener sus alfombras limpias (usted necesitará más equipo para atenderlos). Sin embargo, debido al gran número de empresas comerciales que usan servicios de limpieza de alfombras y tapicería, lo convierte en un mercado muy lucrativo que vale la pena atender. Los negocios que usan servicios de limpieza de alfombras y tapicería son edificios de apartamentos, oficinas, escuelas, bancos, restaurantes, hoteles, iglesias, centros para jugar boliche (bolos), estaciones de transporte y muchísimos más.

La mayoría de los servicios de limpieza de alfombra hacen más que sólo limpiar alfombras. También pueden ofrecer: limpieza de tapicería, limpieza de paredes, limpieza de cortinas, aplicación de químicos para proteger alfombras y tapicerías, tratamiento químico de cortinas y tapicería para retardar el fuego, limpieza de manchas, limpieza a fondo y restauración de daño por humo, o daño de agua, limpieza de techos, pintura de alfombras, restauración de alfombras, o control de malos olores.

Inversión Inicial

La mayoría de los operadores de servicios de limpieza con los que hablamos usaron sus ahorros personales para empezar sus empresas, y luego reinvirtieron sus ganancias en el negocio para financiar su crecimiento. Si necesita comprar equipo, debe buscar financiamiento, especialmente si puede demostrar que puso un poco de su propio dinero en la empresa. Más allá del financiamiento tradicional, tiene varias opciones para recaudar el dinero que necesita. Algunas sugerencias son:

▼ **Recursos propios.** Haga un inventario minucioso de sus posesiones. La mayoría de la gente tiene más posesiones de lo que cree. Esto puede incluir cuentas de ahorros, valor en efectivo en bienes raíces, cuentas de jubilación, vehículos, equipo de

esparcimiento, cobro de deudas y otras inversiones. Puede optar por vender sus posesiones por efectivo o usarlas como garantía para obtener un préstamo. Éche un vistazo también, a su línea de crédito personal. Muchas empresas prósperas han comenzado con tarjetas de crédito.

▼ **Amigos y familia.** El próximo paso lógico después de usar sus propios recursos es acercarse a amigos y parientes que creen en usted y quieran ayudarlo a tener éxito. Sea cauteloso con estos arreglos; no importa cuán cercanos sean, preséntese de manera profesional, haga todo por escrito, y asegúrese que las personas a las que usted se acerca pueden permitirse tomar el riesgo de invertir en su empresa. Nunca le pida a un amigo o miembro de su familia que inviertan o que le preste dinero que no pueda perder.

▼ **Socios.** Usando el principio de “en la unión está la fuerza”, busque alguien que quiera trabajar en equipo con usted en su aventura empresarial. Podría escoger a alguien que tenga recursos financieros y quiera trabajar con usted en la empresa. O puede encontrar a alguien que tenga dinero para invertir pero que no tiene interés en hacer el trabajo. Asegúrese de crear un acuerdo por escrito con su socio que claramente defina sus responsabilidades y obligaciones respectivas.

▼ **Programas del gobierno.** Aproveche la abundancia de programas locales, estatales y federales diseñados para apoyar a las pequeñas empresas. Haga su primera búsqueda en la SBA (Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa); y luego investigue otros programas para mujeres, minorías y veteranos. Investigue las posibilidades de financiamiento para ayudar a grupos de mujeres, minorías y veteranos a iniciar su negocio. La sección de negocios de su biblioteca local es un buen lugar para empezar su investigación.

Operación del Negocio

▼ Un Negocio Establecido en Casa

Una de las tendencias actuales más frecuentes es tener su oficina en casa y el negocio de servicio de limpieza es un candidato excelente para esto. Después de todo, es muy poco probable que sus clientes vengan a su oficina ya que todo su trabajo se hace en las casas de los clientes. Pero esto no es lo único que debe influir en su decisión de operar el negocio desde su casa o desde un local comercial.

Muchos municipios tienen reglamentos que limitan el tipo y volumen de actividades comerciales que puede haber en zonas residenciales. Algunos prohíben por completo el establecimiento de empresas en casas. Otros pueden permitir tales empresas pero po-

nen restricciones respecto a letreros, tráfico, empleados y vehículos comerciales y ruido. Antes de que usted solicite su licencia del negocio, averigüe qué reglamentos existen en relación a los negocios establecidos en casa, ya que pudiera necesitar ajustar su plan para cumplir con los reglamentos.

▼ **Abrir una Local Comercial**

Muchos veteranos de la industria creen que para crecer, deben tener un local comercial. Indudablemente, hacerlo le ayuda a crear una imagen próspera y profesional, pero antes de que usted empiece a buscar una oficina, piense cuidadosamente en lo que necesitará.

El área de su oficina debe ser bastante grande como para tener una recepción pequeña, un espacio para usted y otro personal administrativo además de una área de almacenamiento para equipo y suministros. Quizá también querrá tener espacio para una lavandería e incluso un lugar en donde pueda hacer reparaciones pequeñas de equipo. Dependiendo de cuanto personal tenga, considere tener una área pequeña para tiempos de descanso.

Sin importar el tipo de negocio de limpieza que tenga, recuerde que las posibilidades de que sus clientes alguna vez acudan a su oficina son remotas. Así que busque un local que cubra sus necesidades de operación y que esté ubicado en un lugar razonablemente seguro, pero no pague por una área prestigiosa—no vale la pena.

▼ **Vehículos**

Porque su trabajo se lleva a cabo en los locales o casas de sus clientes, los vehículos son tan importantes para su empresa como la ubicación de su oficina. Sus vehículos son fundamentalmente su compañía sobre ruedas. Tienen que escogerse cuidadosamente y debe ocuparse del mantenimiento para que funcionen y lo representen adecuadamente. Para un servicio de limpieza de casas, un auto económico o una camioneta familiar (van) basta. Necesita espacio suficiente para guardar equipo y suministros, y transportar sus empleados, normalmente no estará cargando equipo grande que requeriría un camión grande.

Usted puede proveer los vehículos o sus empleados pueden usar los suyos. Si usted proveyera los vehículos, pinte el nombre de su compañía, logotipo y teléfono en ellos. Sus vehículos anunciarán su empresa por toda la ciudad. Si sus empleados usan sus propios vehículos—que es común con éste tipo de servicio—pídales prueba de seguro suficiente para cubrirlos en caso de un accidente. También confirme con su agente de seguros que su propio seguro de responsabilidad civil lo protege bajo esas circunstancias.

El tipo de vehículo que usted necesitará para un servicio de mantenimiento depende del tamaño y equipo que se usa, tanto como el número de empleados que necesite transportar. Un auto económico o una camioneta familiar (van) podrían funcionar si está haciendo limpieza relativamente ligera en oficinas pequeñas, pero para la mayoría de las empresas de mantenimiento, es más probable que necesite un camión pequeño o una furgoneta (van).

Para servicios de limpieza de alfombras, usted necesitará un camión pequeño o furgoneta nueva o usada para cada empleado y su equipo. Un buen camión usado cuesta aproximadamente \$10,000, mientras que uno nuevo costará desde \$18,000 y más.

¿Necesita empleados?

▼ Para una Empresa de Limpieza de Casas:

Sus necesidades de personal iniciales dependerán de cuánto capital tenga y que tamaño de empresa quiere tener, así como el volumen de clientes que pudiera atender. Muchos servicios de limpieza de casas independientes empiezan con sólo el propietario. Otros empezarán con el propietario y un número razonable de empleados. Si usted realiza las tareas administrativas, probablemente no necesitará contratar a más ayudantes para la oficina de forma inmediata.

▼ Para una Empresa de Mantenimiento:

Usted puede empezar sin empleados—o con sólo uno o dos trabajadores de medio tiempo. Si tiene capital disponible y ya tiene una lista de clientes que lo esperan, quizá necesite contratar más personal. Quizá querrá contratar a una persona para que se encargue de lo administrativo para que maneje los expedientes y conteste el teléfono durante el día; después de todo, si usted está trabajando toda la noche, tiene que hacer tiempo para dormir. Cuando su empresa crezca, considere contratar a una persona que se encargue de la promoción y las ventas, un responsable de servicio al cliente, y supervisores así como a más personal que haga la limpieza.

▼ Para una Empresa de Limpieza de Alfombras:

Dependiendo de su campaña de promoción de preapertura y de su presupuesto inicial, contrate a al menos una persona que haga la limpieza—y posiblemente dos—cuando este empezando, además de un empleado con experiencia en el trabajo de oficina que pueda hacer las citas y manejar la mayoría de las tareas administrativas. Aunque probablemente una persona puede manejar la mayoría de los trabajos residenciales que usted consiga puede considerar poner a dos personas en cada camión

con: un supervisor y un ayudante. El ayudante puede hacer el trabajo de preparación para cada trabajo (descargar equipo, mover muebles ligeros, etcétera), mezclar químicos, vaciar baldes, limpiar a fondo, etc. Esto hará que cada trabajo se haga más rápido, lo cual hace que sea más eficiente, rentable y de mayor satisfacción al cliente.

Fijación de Precios

La fijación de precios puede ser tediosa y tomar mucho tiempo, si usted no tiene facilidad para los números. Especialmente al principio, no realice este proceso. Si su cotización es demasiado baja, usted se estará tomando de sus propias ganancias o se verá forzado a bajar la calidad de su trabajo para cumplir con el precio. Si usted calcula demasiado alto, podría perder el contrato por completo, especialmente si usted está en una situación de competencia con otro negocio de limpieza. Recuerde, en muchas situaciones, usted podría estar compitiendo contra el cliente mismo; si su cotización es alta, él o ella podrían pensar, "por tanto dinero lo podría hacer yo mismo."

Durante los primeros días de operación, debe fijarse bien en los costos reales de cada trabajo, después de haber terminado cada trabajo, para ver cuán aproximado fueron los cálculos a la realidad. Aprenda cómo calcular la mano de obra empleada y los gastos generales, y el tiempo extra de manera apropiada que le permitirá fijar precios competitivos y lograr las ganancias que necesita.

Para fijar los precios en el servicio que usted proporciona considere estos tres factores:

▼ **Mano de Obra y Materiales.** Hasta que usted tenga registros para usar como guía, tendrá que calcular los costos de la mano de obra y los materiales. Los costos de mano de obra incluyen sueldos y beneficios que usted paga a sus empleados. Si usted está involucrado en la ejecución del trabajo, aunque su participación sea mínima, el costo de su trabajo debe ser incluido en el cargo de trabajo total. El costo de la mano de obra normalmente se cobra por hora.

▼ **Gastos Generales.** Esto consta de todos los costos indirectos requeridos para operar su empresa. Los gastos generales normalmente se calculan en porcentaje de mano de obra y materiales. Si usted tiene gastos de operación anteriores para guiarse, calcular un promedio de gastos generales no es difícil. Sume sus costos por un año, exceptuando la mano de obra y los materiales. Divida este número por su costo total de la mano de obra y los materiales para determinar su porcentaje de gastos generales. Cuando se comienza el negocio, no tiene costos anteriores para guiarse, así

que use cifras aceptadas por su industria como promedios. Más tarde podría bajar o subir los números, basándose en operaciones reales.

▼ **Ganancias.** Esta es la diferencia entre lo que le cuesta proveer un servicio y lo que se le cobra al cliente. Incluya su utilidad neta en su cálculo aproximado, aplicando el porcentaje de ganancia a los costos combinados de mano de obra, materiales y gastos generales. El porcentaje de ganancia será más grande que los porcentajes de ingreso bruto con el que usted determinará la utilidad neta. Por ejemplo, si usted planea ganar el 38 por ciento (antes de impuestos) de su ingreso bruto, usted necesitará aplicar un promedio de ganancia de aproximadamente el 61.3 por ciento al costo de su mano de obra, materiales y gastos generales.

Facturación

Si usted les está extendiendo crédito a sus clientes—lo que es probable si tiene cuentas corporativas o si tiene un negocio de mantenimiento—necesita establecer y seguir procedimientos de facturación razonables.

Coordine su sistema de facturación con el sistema de pago de sus clientes. Pregunte directamente lo que puede hacer para asegurar que le paguen puntualmente; eso incluye confirmar la dirección a la que se envía la factura y preguntar qué tipo de documentos se requieren para ayudar al cliente a determinar la validez de la factura. Tenga en mente que muchas compañías grandes pagan ciertos tipos de facturas en determinados días del mes; averigüe si sus clientes hacen eso, y programe sus facturas para que lleguen a tiempo del próximo ciclo de pago.

Su factura debe de indicar claramente los términos de pago bajo los cuales usted ha extendido el crédito. Los términos incluyen la fecha en que la factura es pagadera, cualquier descuento por pago temprano y cargos adicionales por pago atrasado. También es una buena idea especificar la fecha en que la factura será considerada atrasada para evitar cualquier malentendido. Si se cobra una multa por pago atrasado, asegúrese de que su factura indique que es un cargo por un pago atrasado y no cargos por reenvío de la factura, o cargos financieros.

Use sus facturas como una herramienta de mercadotecnia. Mencione sus próximas ofertas, nuevos servicios u otra información que puedan animar a sus clientes a usar sus servicios con mayor frecuencia. Ponga un folleto en el sobre—aunque la factura se envíe a un cliente existente, usted nunca sabe donde sus folletos van a terminar.

Mercadotecnia

Aunque el mercado de los servicios de limpieza es muy grande, usted debe decidirse por un segmento del mercado en el que usted se centrará. Si usted quiere enfocarse en la limpieza residencial, pregúntese, ¿quiere usted limpiar casas particulares, apartamentos, o unidades de apartamentos vacíos? Si usted está empezando una empresa de mantenimiento, ¿se concentrará en oficinas, tiendas o fábricas? ¿se centrará en clientes pequeños, medianos o grandes? Como servicio de lavado de alfombras, ¿limpiará residencias, comercios o los dos? ¿Y qué otros servicios aparte de lavar alfombras proveerá?

En cuanto se haya decidido por un nicho de mercado, mire el área geográfica que le interesa servir. Si usted está empezando un servicio de limpieza de casas, puede programar las limpiezas de una manera que reduzca el tiempo de viaje. Lo mismo se aplica para los servicios de lavado de alfombras. El personal de mantenimiento que tienen que cambiarse de edificio a edificio tiene el mismo problema. Después de identificar qué quiere hacer y dónde le gustaría hacerlo, investigue los datos demográficos del área para asegurarse que tiene un número suficiente de clientes potenciales. Si lo hace, usted está listo para continuar. Si no los tiene, usted necesita reconsiderar cómo ha definido su segmento de mercado o el área geográfica.

Un mercado densamente poblado permite que usted sirva a más clientes porque su tiempo de transporte es mínimo, pero también significa que usted necesitará consumir más suministros. Esto lo tiene que prever y considerar en los precios.

Usted puede comenzar una empresa de limpieza muy próspera con recomendaciones, pero necesita a esos primeros clientes para empezar. ¿En dónde están? Bane-Clene Corp. de Indianápolis sugiere que empiece poniéndose en contacto con los siguientes grupos:

- ▼ Amigos y Parientes
- ▼ Vecinos
- ▼ Ex-compañeros de Trabajo y Empleadores
- ▼ Grupos sociales y clubes, incluyendo clubes de membresía, equipos de boliche (bolos), ligas deportivas, asociaciones estudiantiles, grupos de ex-alumnos, y asociaciones de colonias residenciales
- ▼ Miembros de su iglesia

Los Elementos de la Imagen

Una de las herramientas de mercadotecnia más importante es la imagen que usted proyecta. Jim Cavanaugh, fundador y presidente de Jani-King International, una franquicia de limpieza comercial en Dallas, dice que la imagen está formada por varios componentes, incluyendo:

▼ **La manera en que usted y su equipo se presentan.** ¿Sus trabajadores están limpios y pulcros, usan uniformes atractivos o por lo menos pantalones de mezclilla o pantalones de vestir?

▼ **Sus materiales impresos.** ¿Sus facturas y estados de cuenta están escritas a máquina o por computadora? ¿Los documentos que usted produce demuestran su profesionalismo, o perjudica su imagen usando facturas escritas a mano o papel borrador para notas?

▼ **Equipo.** ¿Su equipo está limpio y en buen estado, o sucio, con ruedas flojas, con cinta adhesiva en los cordones y en mal estado en terminos generales?

▼ **Integridad.** ¿Opera y actúa usted de manera que los administradores de los edificios y los propietarios se sienten cómodos confiándole a usted y a sus empleados el acceso sin vigilancia a sus instalaciones?

▼ **Seguro.** Si tiene su empresa cobertura de seguro suficiente, incluyendo seguro de responsabilidad civil, indemnización para trabajadores en caso de accidente y una fianza para sus empleados, construya su credibilidad e imagen.

▼ **Sus Vehículos.** ¿Los vehículos de la compañía están limpios, funcionan bien y tienen el logotipo de su compañía? Un camión sucio y abollado que arroja humo no impresionará bien a sus clientes.

Servicio de Limpieza

Más Recursos de SoyEntrepreneur.com:

Ayuda Para Emprender

- ▼ ¿Listo para emprender?
- ▼ 12 preguntas básicas
- ▼ Herramientas de apoyo
- ▼ No hay lugar como el hogar

Planeando su Éxito

- ▼ Como escribir un plan de negocios
- ▼ Como escribir un plan de mercadotecnia
- ▼ Póngase a prueba

Operaciones

- ▼ La importancia de llamarse....
- ▼ Ubicación, ubicación, ubicación
- ▼ Como crear un consejo de administración
- ▼ Empleados de poca duración

Financiamiento

- ▼ Como atraer capital
- ▼ Bancos para empresas pequeñas

Oportunidades de negocio

- ▼ Franquicias y otras oportunidades

Smallbizbooks.com

- ▼ Para más información sobre este y otros negocios, visite www.smallbizbooks.com.

Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (SBA)

1 800 UASK SBA (1 800 827-5722)

Recursos Importantes:

- ▼ www.negocios.gov
- ▼ www.sba.gov/espanol/Primeros_Pasos/
- ▼ www.sba.gov/espanol/Asesoría_y_Capacitación