



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MODALIDAD: PROYECTO DE DESARROLLO

Título:

Creación de una Empresa de Multiservicios para hogares y
oficinas en la ciudad de Latacunga

Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Magister en
Administración de Empresas

Autora

Freire Andrade Lorena Elizabeth

Tutor

Dr. Vásquez Erazo Edwin Joselito PhD.

LATACUNGA –ECUADOR

2022



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Posgrado

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS PARA HOGARES Y OFICINAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**” presentado por Freire Andrade Lorena Elizabeth, para optar por el Título Magíster en Administración de Empresas.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y se considera que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación para la valoración por parte del Tribunal de Lectores que se designe y su exposición y defensa pública.

Latacunga, julio, 2022.


.....
Dr. Edwin Vasquez Erazo PhD.
CC.: 1001303997



APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación: **“Creación de una Empresa de Multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga”**, presentado por la Ing. Lorena Elizabeth Freire Andrade, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previo a la obtención del Título de Magíster en Administración de Empresas; el presente trabajo reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la exposición y defensa.

Latacunga, julio 2022

.....
Angelina Azucena Falconi Tapia
0502037674
Presidente del Tribunal

.....
Yadira Aracely Herrera Martinez
0502904857
Lector 2

.....
Luisa Carolina Villa Andrade
1803071198
Lector 3

DEDICATORIA

A mi querida familia, ya que con su apoyo constante e incondicional han aportado para la culminación de esta meta en mi vida.

Elsa Guadalupe

César Augusto

Juan Sebastián

Esteban Andrés

Verónica Paulina

Anita Lucia

César Antonio

AGRADECIMIENTO

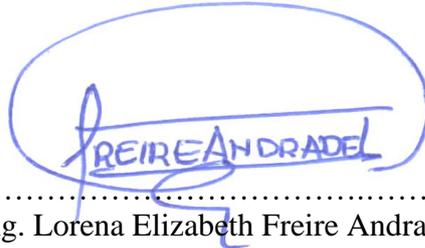
Mi eterno agradecimiento a Dios Todopoderoso por guiarme siempre por el camino del bien y proporcionarme la suficiente sabiduría para culminar este trabajo, por darme los dos motores de mi vida Juan Sebastián y Esteban Andrés por quienes cualquier esfuerzo vale la pena.

Gracias Dios...

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Quien suscribe, declara que asume la autoría de los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de titulación.

Latacunga, julio, 2022.



.....

Ing. Lorena Elizabeth Freire Andrade
C.C. 0502221591

RENUNCIA DE DERECHOS

Quien suscribe, cede los derechos de autoría intelectual total y/o parcial del presente trabajo de titulación a la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Latacunga, julio, 2022



.....
Ing. Lorena Elizabeth Freire Andrade
C.C. 0502221591



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Posgrado

AVAL DEL VEEDOR

Quien suscribe, declara que el presente Trabajo de Titulación: “**Creación de una Empresa de Multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga**” presentado por la Ing. Lorena Elizabeth Freire Andrade contiene las correcciones a las observaciones realizadas por los lectores en sesión científica del tribunal.

Latacunga, julio 2022

Mgs. Angelita Azucena Falconi Tapia
C.C. 0502037674
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: “Creación de una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga”

Autor: Freire Andrade Lorena Elizabeth

Tutor: Dr. Edwin Vásquez Erazo PhD

RESUMEN

En este documento se presenta un estudio de factibilidad, que permite evaluar la viabilidad para la creación de una empresa de multiservicios de hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga, enfocada a brindar un servicio integral, rápido, seguro y confiable, como solución a las necesidades de clientes insatisfechos por una inadecuada selección de personal contratado para realizar labores en los hogares y oficinas como limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de electrodomésticos, jardinería y encomiendas. La metodología que se utilizó para el desarrollo del proyecto fue el método cuantitativo mediante un proceso descriptivo - explicativo que permitió el análisis de los datos obtenidos en las encuestas para determinar actitudes y opiniones en el campo de estudio y de esta manera poder establecer estimaciones precisas, además se utilizó el método analítico ya que se establecieron fundamentos teóricos con el objeto de llegar a la solución del problema planteado. La población con la que se trabajó son las viviendas habitadas de la ciudad de Latacunga, pertenecientes a los estratos de nivel socioeconómico alto (A) y medio alto (B), con información basada en el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC, también se consideró las empresas calificadas por el Servicio de Rentas Internas SRI como Contribuyentes Especiales. El estudio de mercado permitió determinar las principales características de la población, identificando sus necesidades y requerimientos; transformándolos en soluciones a través del desarrollo de la herramienta CANVAS, identificando las distintas áreas de la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga. El estudio de Factibilidad arrojó un VAN de \$ 154.043,97, lo que permite determinar que el proyecto es económicamente viable, se obtuvo un TIR de 60,35% lo que se traduce en que el proyecto es rentable. El valor del B/C es del 1,26 y el PAYBACK determinó que a partir del tercer año se empezará a recuperar la inversión.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, Factibilidad, Viabilidad, Multiservicios, CANVAS, VAN, TIR, B/C, PAYBACK.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Topic: "A Multiservice Enterprise creation for homes and offices into Latacunga city".

Author: Freire Andrade Lorena Elizabeth

Tutor: Dr. Edwin Vásquez Erazo PhD.

ABSTRACT

Into this document is presents a feasibility study, what allows assessing the viability for the multiservice company creation of homes and offices into Latacunga city, it focused onto providing an integral, fast, safe and reliable service, as a solution to the unsatisfied customer needs, due to an inadequate hired staff selection to perform tasks into homes and offices, such as: cleaning, infrastructure maintenance, appliance repair, gardening and assignments. The methodology, which is used for the project development was the quantitative method, through a descriptive-explanatory process, which allowed the got data analysis in the surveys to determine attitudes and opinions into study field and, in this way, it can to set precise estimates. Besides, it was used the analytical method, since it was established theoretical foundations in order to reach the problem posed solution. The population with what it was worked, they are the inhabited dwellings from Latacunga city, belonging to the high level (A) and medium high (B) socioeconomic social stratum, with information based on the Statistics and Census Ecuadorian Institute INEC, it was considered the enterprises qualified by the Internal Revenue Service SRI as Special Taxpayers, also. The market study allowed to determine the population main characteristics, by identifying their needs and requirements; by transforming them into solutions, through the CANVAS tool development, identifying the multiservice enterprise different areas for homes and offices into Latacunga city. The feasibility study showed a \$154,043.97 VAN, what allow to determine, which the project is economically viable, it was got a 60.35% TIR, what translates, which the project is profitable. The B/C value is 1.26 and the PAYBACK determined, what from the third year will begin to be recovered the investment.

KEY WORDS: Entrepreneurship, feasibility, viability, multiservice, CANVAS, VAN, TIR, B/C, PAYBACK.

Yo, Marco Paul Beltrán Semblantes con cédula de identidad número:0502666514 Magister en Lingüística Aplicada a la Enseñanza del idioma Inglés como Lengua Extranjera con número de registro de la SENESCYT: 1020-2021-2354162; **CERTIFICO** haber revisado y aprobado la traducción al idioma Inglés del resumen del trabajo de investigación con el título: "Creación de una Empresa de Multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga" de: Freire Andrade Lorena Elizabeth, aspirante a Magíster en Administración de Empresas..



Mg. Marco Paul Beltrán Semblantes
0502666514



CENTRO
DE IDIOMAS

Latacunga, julio, 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN.....	1
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
Justificación	6
Metodología.....	7
Encuesta.....	7
Población	7
Muestra.....	9
Tamaño de la Muestra.....	9
CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
1.1. Antecedentes	11
1.2. Fundamentación epistemológica.....	12
1.2.1 Emprendimiento.....	12
1.2.2. Estudio de Factibilidad.....	16
1.2.3. Empresa de Servicios	18
1.3. Fundamentación del estado del arte.....	21
1.4. Conclusiones	22
CAPÍTULO II. PROPUESTA.....	23
2.1. Idea de Negocio.....	23
2.2. Estudio de Mercado.....	23
2.2.1 Segmento de mercado	23
2.2.2 Demanda	24
2.2.3 Demanda por Servicio.....	25
2.2.4 Proyección de la demanda	26
2.2.5 Análisis de la oferta local.....	27
2.2.6 Demanda Satisfecha.....	28
2.2.7 Demanda Insatisfecha.....	30
2.3 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter.....	31
2.3.1 Amenaza de nuevos entrantes	31
2.3.2 Poder de negociación de los proveedores	32
2.3.3 Poder de negociación de los compradores.....	32
2.3.4 Amenaza de los productos o servicios sustitutos	32

2.3.5 Rivalidad entre los competidores existentes.....	32
2.4 Hallazgos y conclusiones de la encuesta.....	32
2.4.1 Segmento de Clientes:.....	34
2.4.2 Propuesta de Valor.....	34
2.4.3 Canales.....	35
2.4.4 Relaciones con Clientes.....	35
2.4.5 Fuentes de Ingresos.....	36
2.4.6 Recursos Claves.....	36
2.4.7 Actividades Claves.....	36
2.4.8 Socios clave.....	36
2.4.9 Estructura de Costos.....	37
2.4.10 Resumen del modelo de Negocio CANVAS.....	38
CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	39
3.1 Estudio Técnico.....	39
3.1.1 Análisis de Localización.....	39
3.1.2 Distribución de Planta.....	42
3.1.3 Capacidad instalada y utilizada.....	43
3.1.4 Procesos.....	44
3.1.5 Maquinaria y equipos.....	47
3.2 Estudio Financiero.....	50
3.2.1 Inversión.....	50
3.2.2 Financiamiento.....	52
3.2.3 Ventas.....	53
3.3 Estados Financieros.....	53
3.3.1 Estado de resultados.....	53
3.3.2 Flujo de efectivo.....	54
3.4 Indicadores Financieros.....	55
3.5 Punto de equilibrio.....	56
3.6 Estudio Administrativo.....	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	60
Conclusiones:.....	60
Recomendaciones:.....	60
BIBLIOGRAFÍA.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Actividades por objetivo específico	5
Tabla 2 Información considerada como población.	8
Tabla 3 Porcentaje y frecuencia de aceptación de la empresa multiservicios para hogares	24
Tabla 4 Porcentaje y frecuencia de aceptación de la empresa multiservicios para oficinas	25
Tabla 5 Requerimiento de servicios hogares.....	25
Tabla 6 Requerimiento de servicios oficinas	26
Tabla 7 Proyección de viviendas hasta el año 2026.....	26
Tabla 8 Proyección de servicio en oficinas hasta el año 2026	27
Tabla 9 Empresas con servicios similares en la ciudad de Latacunga.....	27
Tabla 10 Empresas con servicios similares en la ciudad de Latacunga	28
Tabla 11 Proyección de empresas de servicios en la ciudad de Latacunga	28
Tabla 12 Demanda satisfecha servicios para hogares	29
Tabla 13 Proyección de viviendas hasta el año 2026.....	29
Tabla 14 Demanda satisfecha servicios para oficinas.....	30
Tabla 15 Proyección de demanda satisfecha oficinas	30
Tabla 16 Demanda Insatisfecha hogares	30
Tabla 17 Demanda Insatisfecha oficinas.....	31
Tabla 18 Modelo CANVAS.....	38
Tabla 19 Matriz de macro localización	40
Tabla 20 Matriz de Micro localización	41
Tabla 21 Distribución de planta	42
Tabla 22 Capacidad Instalada	43
Tabla 23 Capacidad utilizada	44
Tabla 24 Infraestructura	47
Tabla 25 Útiles de Oficina	47
Tabla 26 Muebles y enseres	47
Tabla 27 Equipo de Computación.....	48
Tabla 28 Vehículos motorizados.....	48
Tabla 29 Maquinaria	48
Tabla 30 Insumos para servicios	48
Tabla 31 Materiales para servicios.....	49
Tabla 32 Talento Humano.....	49
Tabla 33 Inversión.....	50
Tabla 34 Financiamiento.....	52
Tabla 35 Costos.....	52
Tabla 36 Ingresos	53
Tabla 37 Estado de Resultados	54
Tabla 38 Flujo de Efectivo	55
Tabla 39 Indicadores financieros	56
Tabla 40 Punto de Equilibrio	56

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene la finalidad **desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga**; el proyecto se enfoca en la línea de investigación de “Administración y Economía para el Desarrollo Social” y la sublínea de “Emprendimiento”; porque está orientado a impulsar la transformación de la matriz productiva, mediante un estudio de factibilidad en donde se analiza el mercado, los aspectos técnico, administrativo, ambiental y financiero; necesarios para conocer si el proyecto genera rentabilidad a sus accionistas, así como también permite identificar si el proyecto satisface las necesidades de los habitantes de la ciudad de Latacunga en el área de servicios para el hogar y oficinas.

Para el desarrollo del segundo capítulo referente al estudio de mercado, se utiliza la investigación descriptiva y el método **cuantitativo** porque se analizaron los datos obtenidos en las encuestas para determinar actitudes y opiniones en el campo de estudio y de esta manera poder establecer estimaciones precisas.

En el tercer capítulo, se aplicó el **método inductivo** porque el estudio de factibilidad fue estructurado en base a los resultados obtenidos en el diagnóstico.

En el proceso de investigación se revisó varios antecedentes siendo los de mayor relevancia los siguientes:

Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa Administradora de Servicios Domésticos en la Ciudad de Pereira de los autores Carlos Britto Cañas y Angie Catherin García Hernández, año 2016; cuyo objetivo general manifiesta: Efectuar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa administradora de servicios domésticos en la ciudad de Pereira para el año 2016. En cuanto a la metodología utilizada por la naturaleza del proyecto el tipo de investigación seleccionado fue el descriptivo, debido a que por medio de él se busca especificar características del mercado en el que se desempeñará la empresa prestadora de servicios domésticos, a su vez se recolectó toda la información pertinente que lleve a conocer situaciones y alternativas relacionadas con el problema de la investigación, encaminada al cumplimiento y la validación de los objetivos. Los

resultados obtenidos fueron que, de acuerdo al módulo técnico, es viable crear la empresa si se siguen todos los criterios desarrollados en este punto, será una empresa funcional y rentable según las proyecciones financieras, de cumplirse todo lo estipulado en el módulo financiero se espera un buen futuro económico para la empresa y aún más si se toma en cuenta los resultados obtenidos en la (VPN) y la (TIR).

Otra de las investigaciones es **“Estudio de Factibilidad para la creación de una Pequeña Empresa que proporcione Servicios de Limpieza para Hogares y Oficinas en la Provincia de Imbabura.”** de la autora Mónica Patricia Pozo Franco año 2014; cuyo objetivo general es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa que proporcione servicios de limpieza para hogares y oficinas en la provincia de Imbabura, los métodos utilizados en esta investigación fueron el método inductivo, que permitió llegar a conclusiones y deducciones de carácter general, a través del estudio de hechos y acontecimientos de carácter particular. Realizando también un estudio descriptivo, que permitió investigar todo el proceso de prestación de servicios de limpieza, ya que busca conocer el sector donde se implantará la pequeña empresa, así como también determinar las características principales del mercado, los requerimientos técnicos y de capital. La búsqueda de información minuciosa a través de la aplicación del método sintético, el cual permitió elaborar organigramas, cuadros sinópticos, análisis y redacciones. Como conclusión principal se estableció que existe la demanda del servicio, lo que enfatizó la importancia de crear la empresa y las condiciones adecuadas para poner en marcha el presente proyecto.

Es también relevante la información de la tesis con el título: **Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Servicio de Limpieza para el Sector Privado en el Cantón Esmeraldas** de las autoras Basurto Castro María José y Estupiñán Segura Dayana Yamileth, año 2017 en la que se plantea como objetivo general: desarrollar un estudio de factibilidad que permita definir la viabilidad para la creación de una microempresa prestadora de servicios especializada en limpieza, cuyo enfoque es para el sector empresarial privado en el cantón Esmeraldas. Para el desarrollo del tema planteado, se involucran varios métodos de investigación de mercado, los cuales se derivan de los métodos de

investigación exploratoria y descriptiva. En la elaboración de esta investigación se considera un enfoque cuantitativo que también se lo conoce como matemático, una de sus principales características de este método es el uso de números y la interpretación de gráficos y tablas. Como conclusión principal respecto al estudio de factibilidad, se establece que este es rentable y viable, por lo tanto, es recomendable realizar la inversión. Esto basado en que los indicadores de VAN, TIR, retorno sobre patrimonio y período de recuperación del capital. El valor Actual Neto es de \$12.061,27, que implica el beneficio que se obtiene por la inversión en el horizonte de tiempo. El TIR determina que en el proyecto se genera el 19,84% más de lo que se exige de la inversión, por lo cual se obtienen mayores beneficios.

Con respecto al **planteamiento del problema**, en las últimas décadas se ha observado un cambio notorio en la condición laboral de las personas. Por mucho tiempo las tareas de limpieza doméstica y mantenimiento eran realizadas por los miembros de la familia, con el paso del tiempo las personas han ido cambiando sus actividades a otros sectores tanto económicos como laborales; lo que ha generado que estas actividades se vean descuidadas.

En la actualidad se puede apreciar que existen varios sectores con la necesidad de adquirir este tipo de servicios entre ellas se destacan personas de la tercera edad, personas con cierto grado de discapacidad o enfermedad, personas con empleos a tiempo completo, que por sus condiciones físicas y disponibilidad de tiempo o desconocimiento les resulta complicado realizar personalmente estas labores.

Según datos tomados de la plataforma del Servicio de Rentas Internas SRI en la ciudad de Latacunga existen 56 RUCs con la actividad de: *limpieza general (no especializada) de todo tipo de edificios, estudios profesionales, locales comerciales, profesionales y edificios con múltiples unidades residenciales como: oficinas, casas y departamentos, fábricas, establecimientos comerciales e instituciones. Estas actividades consisten sobre todo en la limpieza de interiores, aunque pueden abarcar la limpieza de zonas exteriores conexas, como ventanas y pasadizos*, de los cuales ocho son empresas legalmente constituidas y el resto son personas naturales que brindan sus servicios de manera personal, además la mayoría de ellas trabajan en limpieza de oficinas tanto del sector público como privado,

dejando a un lado la limpieza de hogares, por lo que se ve la oportunidad de incursionar en este ámbito..

Entre las principales causas y efectos de este trabajo de investigación se establecen las siguientes:

La inadecuada selección del personal contratado para realizar labores en hogares y oficinas ha hecho que muchas veces las personas sean víctima de estafas, robos y malas experiencias; debido a que no se analiza a profundidad los antecedentes y referencia personales.

La falta de personal capacitado para realizar labores de limpieza y mantenimiento ocasiona que el cliente se sienta insatisfecho con respecto a la calidad de los servicios contratados.

Al no existir garantías en la satisfacción del servicio prestado, los clientes no se sienten respaldados por una empresa a la que pueden hacer llegar sus quejas, inquietudes e inconformidades.

Los altos costos que implica la contratación de personal fijo para la realización de este tipo de servicios: salario básico, seguro social y beneficios de ley, desaniman a las personas que necesitan contratar personal para realizar las labores o servicios para hogares y oficinas, exponiéndose muchas veces a demandas laborales.

Con todo lo expuesto anteriormente se determina la siguiente pregunta **¿Qué factores determinan la factibilidad de crear una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga?**

Objetivo General

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga.

Objetivos Específicos

1. Elaborar el marco teórico sobre los principales factores de un estudio de factibilidad para un mejor análisis del objeto de estudio, desde el punto de vista de varios autores.
2. Conocer mediante un estudio de mercado las necesidades en cuanto a la contratación de servicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga.
3. Realizar el estudio de factibilidad que determine la creación de una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga.

Se ha elaborado un conjunto de tareas o actividades que en su ejecución aseguren el cumplimiento de los objetivos específicos, la misma que se observa en la Tabla No. 1.

Tabla 1

Actividades por objetivo específico

Objetivo	Actividad (tareas)	Resultado Esperado
1. Elaborar el marco teórico sobre los principales factores de un estudio de factibilidad para un mejor análisis del objeto de estudio, desde el punto de vista de varios autores.	1.1 Revisión de bibliografía sobre los componentes de un estudio de factibilidad para la creación de empresas.	Construcción del Marco Teórico
2. Conocer mediante un estudio de mercado las necesidades en cuanto a la contratación de servicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga.	2.1 Elaboración, ejecución y análisis de encuestas.	Estudio de Mercado
	2.2 Determinación del segmento de mercado objetivo.	
	2.3 Análisis de la oferta y demanda.	
	2.4 Proyección de la demanda.	

	2.5 Análisis de la demanda insatisfecha en el mercado.	
	2.6 Análisis de la competencia.	
3. Realizar el estudio de factibilidad que determine la creación de una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga.	3.1 Estudio técnico	Marco Propositivo
	3.2 Estudio administrativo	
	3.3 Estudio ambiental	
	3.4 Estudio financiero	

Elaborado por: Lorena Freire Andrade

Justificación

El proyecto tiene relevancia científica porque según (Timmons, 1989) “El emprendimiento significa tomar acciones humanas, creativas para construir algo de valor a partir de prácticamente nada. Es la búsqueda insistente de la oportunidad independientemente de los recursos disponibles o de la carencia de estos. Requiere una visión, pasión y compromiso para guiar a otros en la persecución de dicha visión. También requiere la disposición de tomar riesgos calculados”.

Desde la visión técnico instrumental, el proyecto resulta interesante porque se utilizó el modelo **CANVAS** como una herramienta estratégica que permitió generar, modelar, visualizar y comprender el modelo de negocio de la empresa; mediante el cual se crea, genera y entrega los servicios que satisfacen las necesidades de los clientes asegurando al mismo tiempo su factibilidad.

En cuanto a la aplicación práctica el proyecto está basado en el estudio de factibilidad como instrumento para determinar los aspectos básicos a considerar para la creación de una empresa, entre ellos podemos nombrar el mercado, el técnico, el administrativo, el ambiental y el financiero.

El proyecto tiene relevancia social ya que permite satisfacer la necesidad de los clientes que requieren de un servicio integral, rápido, seguro y confiable en lo referente a la prestación de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga y lo más importante permite generar fuentes de empleo a personas que

cuentan con el perfil adecuado para realizar estas actividades y que por falta de oportunidades se encuentran en la desocupación.

Metodología

Para el desarrollo del proyecto se empleó el método cuantitativo a través de un proceso descriptivo - explicativo porque se analizaron los datos obtenidos en las encuestas para determinar actitudes y opiniones en el campo de estudio y de esta manera poder establecer estimaciones precisas.

También se utilizó el método analítico al establecer fundamentos teóricos de varios autores con el objeto de llegar a la solución del problema planteado. A través de este método se efectuó el análisis de las bases teóricas que sirvieron de sustento para el desarrollo del proyecto, recurriendo al análisis de las citas bibliográficas.

Encuesta

Según, (Malhotra, 2004) “Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. La técnica de la encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica”.

En este trabajo se aplicó la encuesta como técnica de investigación, la misma que permitió obtener información precisa sobre la necesidad de contar con una empresa de multiservicios en la ciudad de Latacunga.

Población

Según (Arias, 2006) define población como “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio”.

Para el desarrollo del proyecto se consideraron las viviendas habitadas y las oficinas de empresas privadas de la ciudad de Latacunga como potenciales clientes.

La población total de viviendas habitadas en la ciudad de Latacunga es de 42.387, para la investigación se trabajó con los estratos socioeconómicos de clase alta (A) y media alta (B), información obtenida del INEC en su documento Encuesta de Estratificación de Nivel Socioeconómico NSE de diciembre 2011, en donde identifica los grupos socioeconómicos relevantes y sus características como vivienda, educación, economía, bienes, tecnología y hábitos de consumo.

Según la encuesta de estratificación de nivel socioeconómico se determinó que 1,9% de la población se encuentra en el estrato A y el 11,2% en el estrato B. Al multiplicar el número de viviendas habitadas por los porcentajes de los estratos sociales se obtiene una población de 5.553.

Con respecto a población de las empresas de la ciudad de Latacunga se seleccionó únicamente a las consideradas como Contribuyentes Especiales, las mismas que son designadas de acuerdo a su nivel de activos, el volumen de operaciones declaradas en un ejercicio fiscal y su porcentaje de participación en cuanto a la recaudación del impuesto dentro de un determinado período. La información fue tomada del catálogo del Servicio de Rentas Internas SRI, el mismo que se encuentra en su página WEB, indicando que existen 81 empresas con esta calificación. Lo explicado anteriormente se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 2

Información considerada como población.

Número de viviendas habitadas en la ciudad de Latacunga INEC - https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/cotopaxi.pdf	42.387	
Estratos Socioeconómicos a analizar en el estudio	A	B
INEC - https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/	1,9%	11,2%
Población a considerar viviendas habitadas ciudad de Latacunga	5.553	
Número de Empresas - Contribuyentes Especiales en la ciudad de Latacunga SRI - Catastro de Contribuyentes Especiales https://www.sri.gob.ec/web/intersri/catastros	81	

Elaborado por la autora

Muestra

Según (Tamayo y Tamayo, 2006); define la muestra como: "el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada"

Tamaño de la Muestra

Considerando la información obtenida del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC la cantidad de viviendas que podrían demandar los multiservicios de que se ofrece fueron 42.387 consideradas como universo de viviendas para determinar la muestra.

Para el desarrollo del proyecto, se aplicó la técnica de investigación de muestreo considerando exclusivamente las viviendas de la ciudad de Latacunga que pertenecen a los estratos socioeconómicos alto (A) y medio-alto (B) con la finalidad de obtener conclusiones que van de lo particular a lo general.

La fórmula empleada para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

N	Tamaño de la población	5.553
z	Nivel de confianza	1,96
p	Probabilidad de éxito	0,5
q	Probabilidad de fracaso	0,5
e	Margen de error	0,05

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)(5553)}{(0,05)^2(5553 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 359,21 \approx 360$$

Al aplicar la fórmula se obtuvo una muestra de 360 hogares que fueron encuestados.

De la misma manera se procedió con las empresas consideradas como Contribuyentes Especiales.

Donde:

N	Tamaño de la población	81
z	Nivel de confianza	1,96
p	Probabilidad de éxito	0,5
q	Probabilidad de fracaso	0,5
e	Margen de error	0,05

Sustituyendo los datos de la tabla en la fórmula se obtuvo una muestra de 68 empresas a ser encuestadas.

En este proyecto se aplicó la técnica de investigación de muestreo probabilístico aleatorio simple, considerando la población mencionada en el ítem anterior se realizó la encuesta a 360 viviendas y 68 oficinas.

CAPÍTULO I. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Antecedentes

Al realizar la revisión bibliográfica resalta la investigación realizada por (Guarnizo, 2013) en la Universidad Nacional de Loja, cuyo objetivo principal es la implementación de una empresa de multiservicios (electricidad, servicios generales y plomería) en la cual se establece las siguientes conclusiones:

Se ha demostrado que existe una demanda que no es atendida en la ciudad de Loja y determina que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización de este servicio.

También resalta la investigación realizada por (Ushiña, 2011), en la Universidad Politécnica Salesiana con el tema: “Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la limpieza y mantenimiento de la infraestructura de domicilios, ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito”; en donde se determina la viabilidad de poner en marcha el proyecto mediante un análisis de mercado, un estudio técnico, financiero y de impacto. Con el estudio de mercado se comprobó la existencia de una demanda insatisfecha de los servicios de limpieza y mantenimiento en la ciudad de Quito. Mediante el estudio técnico se pudo conocer la manera en que la empresa tendrá que manejar su organización y la operatividad del propio proyecto; en el estudio financiero se estableció los análisis pertinentes y sus proyecciones para saber si el proyecto es viable y favorable a partir del cuarto año de operación; finalmente el estudio de impactos de las variables determinó un efecto positivo para el medio ambiente y la sociedad en general.

Dentro de lo que son empresas ya constituidas sobresale ManpowerGroup que es una empresa líder mundial en la innovación de soluciones de recursos humanos, conectando el potencial humano con el empoderamiento del negocio, que permite

a sus clientes triunfar en el cambiante mundo del trabajo. Su objetivo es ayudar a desarrollar el mundo del trabajo. Hoy, más que nunca, el capital humano es el recurso que permite superar los actuales retos del mercado; la capacidad de conectar los propios objetivos de negocio con la estrategia de talento humano es cada vez más determinante para tener éxito. ManpowerGroup es el socio estratégico de empresas y personas en lo referente a soluciones innovadoras en la estrategia de talento, con el objetivo de ofrecer una propuesta de valor apropiada para garantizar soluciones eficaces para cada necesidad concreta.

1.2. Fundamentación epistemológica

Como aporte al desarrollo del proyecto se consideró analizar teóricamente las categorías definidas en el problema.

1.2.1 Emprendimiento

El significado de emprendimiento se deriva del francés entrepreneur (pionero), haciendo mención a aquella persona que tiene la capacidad y destreza de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar un objetivo definido, se puede expresar también que es una persona que está lista para tomar decisiones o iniciar algún negocio (Rodríguez, 2010), siendo también utilizado para referirse a aquel individuo innovador que es capaz de generar proyectos nuevos o dar un valor agregado a los ya existentes.

La definición de emprendedor se describe por primera vez en el Diccionario de las Autoridades de la Real Academia Española en el año 1732 como aquella persona que emprende, realiza y lleva a cabo una operación importante (Carmen & Viveros, 1996), más adelante el economista irlandés Richard Cantillon en 1978 describió al emprendimiento como la voluntad que tienen las personas para desarrollar nuevas formas de obtención de recursos, el cual implica un nivel de riesgo económico considerado al iniciar una nueva empresa.

Adicionalmente el francés Jean-Baptiste en el año de 1804 brinda un aporte interesante al de Cantillon afirmando que: “el entrepreneur es un individuo líder, previsor, que asume riesgos, evalúa proyectos, además moviliza los recursos

necesarios desde una zona en donde no son explotados en su totalidad a una zona de alto rendimiento y por ende de alta productividad” (Minniti, 2012).

Contraponiéndose a este acontecimiento el filósofo Peter F. Drucker 1986 (Citado en (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014), argumenta que un negocio pequeño, aunque sea nuevo no es un emprendimiento, así se asuman riesgos, para él un emprendimiento es algo grande, es ir más allá de las empresas comunes, es tener un pensamiento visionario y que genere grandes resultados.

Jean Baptiste Say (Citado en (Stevenson & Jarillo, 2012)), expresa que el emprendedor está involucrado con los factores de producción (tierra, capital y trabajo) por lo que se vuelve como un protagonista de la economía y las actividades en general.

En la misma línea, Schumpeter en 1934(Citado en (Carrasco & Castaño, 2008)), define al emprendedor como el creador de una nueva empresa, un innovador que hace a un lado la forma habitual de hacer las cosas, el mismo que debe tener un nivel alto de liderazgo, capaz de identificar oportunidades en donde otros solo ven problemas, por esta razón los emprendedores no son gerentes ni inversores, los emprendedores son un tipo especial de persona, para este autor, lo más importante al momento de realizar un emprendimiento es la “innovación”.

Así mismo (Zamora, 2018), señala que las innovaciones dinámicas de la clase empresarial constituyen una poderosa fuerza competitiva en el desarrollo económico, generando así efectos positivos en la creación de empleo.

De igual forma (Elliot, 2017), hace hincapié a la versión de Schumpeter, señalando que los productos “innovadores” son competitivos y desplazan del mercado a los productos viejos., al respecto Adam Smith, Jhon Stuart y David Ricardo, principales economistas clásicos, también describen que el emprendimiento innovador es uno de los principales motores de la expansión y desarrollo de la economía. (Aguirre, 2018).

(Carree, Stel, Thurik & Wennekers, 2002), con respecto a lo mencionado anteriormente añaden que: “la introducción de nuevas tecnologías tiene un efecto positivo con el grado de desarrollo económico”, por cuanto es importante que los

emprendimientos estén relacionados positivamente con la innovación y de esa forma lograr auténticos resultados.

En la misma línea (Carrer, Ploski, Orlandelli & Lins, 2010) fundamentan que la escuela clásica expone al espíritu emprendedor como un motor de la economía, un agente de cambios y de innovación y que es capaz de generar un crecimiento económico, de acuerdo con estos autores (Rodríguez, 2010), manifiesta que los emprendedores son personas que llevan en sí mismo un alto estado de innovación, tienen un carácter motivacional y son muy comprometidos en alguna tarea, también son individuos que poseen características de planeación, ejecución y que están expuestas a los riesgos que se pueden generar en ésta actividad, en base a estas teorías (Ruiz & Duarte, 2009), expresan que a los emprendedores se les conoce por sus cualidades que poseen, ya que son capaces de realizar algo novedoso o de modificar alguna característica a un producto o a un proceso ya existente y de esa manera participan en la transformación de su propia vida así como también del entorno. Por ello, se puede decir que el emprendedor es aquel capaz de generar un negocio productivo, que contribuye con el desarrollo de la sociedad, generando empleo a terceros, con una combinación eficiente de los recursos, es alguien que organiza, administra y asume los riesgos de un negocio o empresa, es un agente de cambio. Sin embargo, para (Acs, 2006), la decisión de empezar un emprendimiento exitoso está determinada por algunas características dentro del entorno comercial, conocidas como: condiciones del marco emprendedor, una de las condiciones hace referencia a la capacidad que tiene un país para alentar a la creación de nuevas empresas, las cuales al ser combinadas con las habilidades y motivaciones de los individuos, fortalecen la economía del desarrollo emprendedor, lo que da lugar a la innovación y a la fuerza competitiva en el mercado.

En su libro de emprendimiento (Cuervo, Ribeiro & Roig, 2007), aportan un nuevo concepto de emprendimiento y lo describen como: “La existencia, la naturaleza y el descubrimiento de oportunidades como el núcleo real de la iniciativa empresarial”, ellos señalan que las personas que reconocen estas oportunidades, aprovechan y desarrollan emprendimientos de acuerdo a su potencial de creatividad.

En ese sentido, Kirzner manifiesta que los emprendedores ganan por estar muy alerta de las oportunidades que se presenten en situaciones inciertas de desequilibrio, el cual les permite cubrir esa oportunidad antes que los demás (Castillo, 1999).

Sin embargo, para (Stam, 2009), los emprendedores son individuos que dependen directamente de sus arduos esfuerzos y extraordinarios talentos de tal manera que les permitan superar las dificultades que se presentan a la hora de iniciar una nueva empresa. Por su parte, Say (Citado en (Santos & Brugni, 2014)) introdujo el papel del empresario en el centro de la teoría económica cuando inventó el término "emprendedor" para destacar su papel vital en la economía, en la que sería el responsable del crecimiento de la industria, es decir, que forma parte del proceso productivo.

(Casson, 2010); manifiesta que más allá del ámbito de la economía convencional, se pueden encontrar en la literatura dos formas fundamentales para describir el emprendimiento, una de ellas es mirar al emprendedor como el creador de una pequeña o mediana empresa y la otra, definir al emprendedor en términos de la función económica que él o ella desempeñan. Luego, Shane (Citado en, (Marulanda, Montoya, & Vélez, 2014)), sustenta que la probabilidad del éxito en el proceso emprendedor es relativamente baja, afirma también que las personas que están dispuestas a continuar a pesar de el gran riesgo que amerita esta actividad son más optimistas que otros individuos y por eso es de total importancia incluir el estudio acerca de la motivación en el proceso de emprendimiento.

Por lo expuesto anteriormente, se puede decir que el emprendedor es aquella persona que actúa sobre la motivación de otros individuos conjuntamente con la utilización de nuevos métodos, ya sea, en la producción, prestación de un servicio, así como también en la introducción de nuevas prácticas en un proceso y al mismo tiempo implementar formas innovadoras de organización, para que de esa manera se pueda ir a la conquista de nuevos mercados.

Posterior a ello y con una definición actualizada (Kuratko, 2017) expresa que los emprendedores se han distinguido también por la combinación de las siguientes habilidades: control interno, organización, fijación de objetivos, asumir riesgos,

innovación, toma de decisiones y sobre todo se caracterizan por su independencia. Al mismo tiempo, Van & Verloot (Citado en (Herrera, 2012)), expresan que los emprendedores a más de obtener ciertas características deben contribuir a la economía del lugar en el cual se desarrollan en cuatro áreas específicas: empleo, innovación, productividad y crecimiento.

1.2.2. Estudio de Factibilidad

El autor (Cerde, 2003) menciona que resulta complicado determinar un significado único al término proyecto, debido a que su aplicación se da en todas las áreas, por lo que su definición se considera imprecisa. Su origen proviene del latín “proiectus” cuyo prefijo “pro”, significa hacia adelante o hacia el futuro e “iectus” que es el pasado participio del verbo lacere, traducido como lanzar. En conclusión, su significado se estima como lanzarse hacia delante o abrirse al futuro, principalmente como un deseo o una meta no concebido necesariamente como un plan estratégico con propósitos y objetivos específicos, como se lo reconoce actualmente.

En la antigüedad, el término, abarcaba un significado más extenso a nivel filosófico, puesto que se refería al deseo del ser humano por manifestarse hacia los demás y trascender. Otros autores como (Ortega y Gasset (citado en Secchi, 2007)) señalan a la vida misma como un proyecto, puesto que el ser humano constantemente se enfrenta a nuevas situaciones que se le presentan a lo largo de la vida. Por otro lado, los profesionales de la sociología y antropología manifiestan que el progreso de una comunidad constituye un proyecto de desarrollo, debido a las acciones que se deben realizar que involucran un cambio en su forma de pensar y de relacionarse (Cerde Gutiérrez, 2003).

El autor (Arias (citado en Dubs de Moya, 2002)), define el proyecto como una organización de ideas y actividades planificadas, que tienen como propósito cumplir un objetivo. Un proyecto se planea como una sucesión de actividades que van a depender del tipo de proyecto o de lo que se planea hacer, pero generalmente en su ejecución se consideran las siguientes tareas:

- a. Identificación del problema.
- b. Estudio de pre-factibilidad.

- c. Estudio de factibilidad.
- d. Diseño.
- e. Negociación.
- f. Implantación
- g. Monitoreo y evaluación.

Vale la pena recalcar que un proyecto no es lo mismo que un programa, esté último corresponde a un conjunto de proyectos; un proyecto es la entidad operativa, autónoma y detallada que forma parte de un programa, por esta razón se declara que existen diferentes tipos de proyectos, que pueden ser de: desarrollo, inversión, investigación, aprendizaje, factible, entre otros, que dependen del fin que persiguen.

El objetivo de un proyecto factible es que la propuesta pueda ser realizada de forma inmediata, considerando que su propuesta se da como respuesta o solución a un problema previamente identificado (Dubs de Moya, 2002).

Para realizar un estudio de factibilidad se debe haber identificado claramente el problema, y definido una solución viable económica, social y ambientalmente, que permitirá mostrar evidencias de los motivos por los que debe llevarse a cabo, argumentándose en una propuesta de diseño, análisis de costos y exposición de beneficios económicos (División General de Planificación (DGP), 2008).

Según (Santos, 2008) menciona que un estudio de factibilidad establece el cierre de los análisis de preinversión, que involucra el desarrollo de actividades que comprenden el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectivamente justificada y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso. Para llevar a cabo el estudio general de factibilidad se requiere analizar tres estudios: de mercado, técnico y financiero.

El autor (Córdoba, 2011); indica que el estudio de factibilidad tiene cuatro componentes básicos que son: un inversionista o persona que decide, las variables que puede controlar, las que no puede y las opciones que debe evaluar. Las variables se definirán por el análisis que se haya realizado, del entorno al que pertenece la idea, negocio o proyecto, que permitirán conocer el impacto o el grado de afectación que tendrán.

(Miranda, 2005); establece que luego de realizar el estudio de factibilidad se puede decidir renunciar al proyecto, por no considerarse suficientemente aceptable o beneficioso para el inversionista, o esperar para mejorarlo, quizá modernizando su diseño considerando las recomendaciones de personal experto; además se espera que con este estudio se certifique la existencia de un mercado potencial y la justificación técnica, administrativa y financiera para su ejecución.

1.2.3. Empresa de Servicios

Según (Casanueva & García del Junco, 2006), afirman: “la empresa es una entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados.

(Romero, 2006) expone: "la empresa es el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".

En un mercado tan competitivo como el actual, las empresas buscan elementos que supongan una posición de ventaja frente a los demás, (Kotler, 2013) refiere, que el servicio es una actividad realizada para brindar un beneficio o satisfacer una necesidad.

En este sentido, el servicio es el elemento que las empresas líderes, han elegido para diferenciarse en el mercado, tanto en el sector industrial como en el propio sector de los servicios.

Según (Stanton, Etzel y Walker, 2004) definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades"

Para (Sandhusen, 2022) "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo"

Según (Lamb, Hair & McDaniel, 2002); "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente"

Así mismo (Kotler, 2001); expone que una empresa de servicio podría prosperar prestando de forma consistente un servicio de más alta calidad que sus competidores, y excediendo las expectativas de los clientes, por lo tanto, las organizaciones deben identificar las siguientes brechas que impiden el éxito en la prestación del servicio:

Diferencias entre las expectativas del consumidor y las percepciones de la gerencia: la gerencia no siempre percibe correctamente lo que los clientes quieren.

Diferencia entre las percepciones de la gerencia y la especificación de calidad del servicio: la gerencia podría percibir correctamente los deseos del cliente, pero no fijar una norma de desempeño específica.

Diferencia entre especificaciones de calidad de servicio y entrega del servicio: el personal podría estar mal capacitado, ser incapaz de cumplir con la norma, o no querer hacerlo. O bien, se les podría exigir cumplir con normas contradictorias, como darse tiempo para escuchar a los clientes y atenderlos con rapidez.

Diferencia entre entrega del servicio y comunicaciones externas: las declaraciones de los representantes de la empresa y los anuncios afectan las expectativas de los consumidores.

Diferencia entre servicio percibido y servicio esperado: esta brecha se presenta cuando el consumidor percibe erróneamente la calidad del servicio.

Todas las personas desean que su hogar, como lugar para el descanso y la convivencia familiar, reúna las mejores condiciones de confortabilidad y comodidad, siendo necesario para ello que todo funcione perfectamente. Además, no todo el mundo puede solucionar los contratiempos, incidencias o averías que se producen en el hogar, por simples que sean, lo que incrementa la demanda de estos servicios. Más aún, si con acudir a un sólo lugar o realizar una llamada podemos solucionar cualquier incidencia del tipo que sea.

Según (Danes & de las Heras, 2020) “una empresa multiservicios es aquella que no desarrolla una actividad concreta, sino que presta multitud de servicios. Una empresa que ofrece sus servicios de seguridad, limpieza, mensajería, mantenimiento de edificios, jardinería, transporte, etc. La empresa está ofreciendo lo que se denomina “servicios integrales”, aquellos que normalmente llevarían a cabo varias empresas diferentes”.

1.2.4 Definición de Costo

Para el desarrollo del proyecto es importante tener claro cuál es el significado de costos para ello se presentan las siguientes definiciones:

Según (Begoña, 2006) el costo se define como el equivalente monetario de los bienes o servicios consumidos en el proceso de producción.

Para (Amat, 2004) el costo es el valor del consumo de entrada que se precisa para poder producir un bien o servicio.

Los autores citados anteriormente concuerdan con la definición de costos, lo definen como el valor del consumo que se utiliza para producir un bien o servicio, el costo es el valor que tiene un producto terminado o servicio ofertado.

Por lo tanto, se puede definir que el costo es la inversión que se genera al producir un bien o servicio, el cual es recuperable.

En otras palabras, el costo es el valor en el cual se incurre para la elaboración de un producto o servicio, para concientizar y evaluar cómo será su recuperación.

1.2.5 Definición de Gasto

Toda erogación realizada dentro de una empresa puede ser considerada como un costo o un gasto. Habiendo establecido que los costos hacen referencia al proceso productivo o de servicio, los desembolsos de actividades de apoyo pueden ser estimados como gasto.

Según (Cuervo & Osorio, 2007) los gastos son las erogaciones por parte de la empresa destinadas a mantener la administración de las misma. Estas erogaciones pueden ser: sueldos administrativos, comisiones por ventas, depreciaciones de los activos, servicios públicos, entre otros. Los autores citados mencionan además que

una partida puede ser costo y gasto al mismo tiempo, distribuyéndose así en la parte que le corresponde a cada uno.

1.3. Fundamentación del estado del arte

Según (Moncayo, 2020) en su tesis Creación de la Empresa de Multiservicios Home Service en la ciudad de Babahoyo busca ofrecer los mejores servicios generales que el hogar requiere, garantizando la calidad del buen servicio y el compromiso con nuestros clientes. Finalmente, se concluye que la propuesta emprendedora es aceptada por la ciudadanía correspondiente al mercado objetivo seleccionado, lo cual es respaldado por el análisis financiero proyectado que garantiza la viabilidad del mismo, y los resultados del respectivo VAN y TIR que constatan que el proyecto sea conveniente ponerlo en ejecución. La Empresa “Home Service”, es un proyecto rentable, ya que hasta el momento no tiene competencia directa en la ciudad de Babahoyo, sin embargo, se aplicará un plan estratégico de ventas y diferenciación en precio calidad, innovación y servicio, para así conseguir la fidelización de los clientes.

(Pozo, 2014) en su proyecto “Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa que proporcione servicios de limpieza para hogares y oficinas en la provincia de Imbabura” propone la creación de una pequeña empresa que se dedique a la prestación de servicios de limpieza para hogares y oficinas dentro de la provincia de Imbabura, aportando a la generación de empleo, basado de que en la actualidad, los servicios de apoyo al hogar han aportado de manera significativa en salud, alimentación, vestimenta, descanso, recreación, entre otras; siendo la limpieza el factor preponderante para que la población tenga condiciones óptimas de vida, tanto en el hogar como en el lugar de trabajo; partiendo de este punto de vista se identificó a la limpieza como una necesidad la cual debe ser solventada a través de la oferta de servicios de calidad que se acoplen a los deseos del cliente. Mediante la elaboración de los diferentes estudios, para la puesta en marcha de este proyecto; permitió identificar el mercado meta al cual se dirigirá el servicio, determinando las necesidades fundamentales del mismo, buscando alternativas que permitan sobresalir dentro de un mercado en crecimiento para fascinar con el servicio brindado; a través de los estudios realizados, se demostró las bondades que

implica la ejecución de este proyecto tanto en el ámbito social, económico, ambiental y tecnológico. Concluyendo en que los criterios de evaluación para el proyecto conducen a escenarios positivos, en los cuales la pequeña empresa de limpieza de hogares y oficinas obtendrá beneficios mayores al costo de oportunidad del capital; por tanto, es conveniente ejecutar el proyecto en vista de su viabilidad y rentabilidad.

1.4. Conclusiones

- Las empresas de servicios han tenido un gran avance, con el desarrollo de las nuevas tecnologías ya que ponen a disposición del cliente soluciones inmediatas, incluso superando las expectativas de los mismos.
- El desarrollo del estudio de factibilidad de un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil, factible y rentable para que la empresa logre sus metas y objetivos. La búsqueda de estas metas y objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no dispone.
- La creación de una empresa de multiservicios permite ofertar a un mismo cliente varios servicios y posibilidades para solucionar sus problemas o necesidades, por lo que es una opción muy rentable tanto para el empresario como para el cliente que evita estar buscando diferentes alternativas y lo más importante evita la pérdida de tiempo.

CAPÍTULO II. PROPUESTA

2.1. Idea de Negocio

Crear una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga, que tiene por objeto solucionar los problemas y requerimientos de los clientes que necesiten servicios especialmente hogares y oficinas.

2.2. Estudio de Mercado

El mercado que se analizó son viviendas ubicadas en sectores estratégicos para la investigación, ya que al momento de delimitar la población se determinó como posibles clientes a los niveles socioeconómicos con categoría A y B y las oficinas de Empresas registradas en el Servicio de Rentas Internas SRI como Contribuyentes Especiales.

De acuerdo a la información tomada del Censo del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC - Sección Provincia de Cotopaxi, se registran 42.387 casas particulares con personas presentes en toda la ciudad de Latacunga, y un porcentaje de 1.9% correspondiente al nivel socioeconómico Alto - A y el 11.2% al nivel medio alto - B.

Sobre la base de la información obtenida de la página del Servicio de Rentas Internas SRI se determina la existencia de 81 empresas catalogadas como Contribuyentes Especiales.

2.2.1 Segmento de mercado

Un segmento de mercado es un grupo de consumidores que tienen características comunes para satisfacer una necesidad. También se define como un grupo de

consumidores que muestran determinados hábitos parecidos de compra, esto permite planear estrategias para responder mejor a la satisfacción de la necesidad del consumidor.

2.2.2 Demanda

2.2.2.1 Hogares

Para establecer la cantidad de potenciales clientes que usarán los servicios ofertados para hogares, se utilizó la información obtenida en la encuesta, en la pregunta 11, donde se determinará el nivel de aceptación. De un total de 360 propietarios de viviendas el 82,22% respondió que SÍ le gustaría contactar con una empresa de multiservicios para el hogar de acuerdo como se detalla en la **Tabla 3**

Tabla 3

Porcentaje y frecuencia de aceptación de la empresa multiservicios para hogares

Nivel de aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Si	296	82,22%
No	64	17,78%
Total	360	100%

Nota: Información obtenida del estudio de mercado

Los datos de la tabla anterior sirvieron para calcular la demanda, para esto se tomó el valor total de la población que es 5.553 viviendas habitadas en la ciudad de Latacunga y se multiplicó por el porcentaje de aceptación del 82.22% indicado en la tabla 3, obteniendo una demanda de 4.566 viviendas.

2.2.2.2 Oficinas

Los potenciales clientes que usarán los servicios para oficinas, luego de aplicada la encuesta específicamente la pregunta 7, donde se mide el nivel de aceptación. De un total de 61 propietarios de empresas encuestadas el 72,06% respondió que, SÍ le gustaría contactar con una empresa de multiservicios para el hogar de acuerdo como se detalla en la **Tabla 4**; obteniendo un total de aceptación de $68 \times 72,06\% = 49$ oficinas que representa la demanda.

Tabla 4

Porcentaje y frecuencia de aceptación de la empresa multiservicios para oficinas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	72,06%
No	19	27,94%
Total	68	100%

Nota: Información obtenida del estudio de mercado

2.2.3 Demanda por Servicio

2.2.3.1 Hogares

Para determinar la Demanda por servicio para hogares, se utilizó la información obtenida de la encuesta específicamente la pregunta 6, donde se mide la necesidad por servicio que ofrece la empresa, cabe resaltar que en esta pregunta los encuestados pudieron escoger más de una opción obteniendo 810 respuestas, siendo el servicio de limpieza el más escogido con 304 respuestas, seguido del servicio de jardinería con 207, luego la reparación de electrodomésticos y línea blanca 115, el mantenimiento de infraestructura y el servicio de encomiendas son las opciones menos escogidas con 98 y 86 respuestas respectivamente.

Tabla 5

Requerimiento de servicios hogares

Opciones	Respuestas
Limpieza	304
Mantenimiento infraestructura	98
Reparación de electrodomésticos / línea blanca	115
Jardinería	207
Encomiendas	86
Total	810

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

2.2.3.2 Oficinas

Al analizar la demanda por servicio para oficinas, se obtuvo que 43 empresas utilizarían los servicios de reparación de maquinaria y equipo de oficina, seguido

del servicio de limpieza con 32 respuestas, los servicios de jardinería y mantenimiento de infraestructura ocupan el tercer lugar y el servicio de encomiendas al final con 25 respuestas.

Tabla 6

Requerimiento de servicios oficinas

Opciones	Respuestas
Limpieza	32
Mantenimiento infraestructura	27
Reparación de maquinaria y equipo de oficina	43
Jardinería	27
Encomiendas	25
Total	154

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

2.2.4 Proyección de la demanda

2.2.4.1 Hogares

Para la proyección de la demanda se tomó en cuenta la información del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Latacunga 2016-2028, de donde se desprende la información que para el año 2026 la ciudad de Latacunga tendrá 59.107 viviendas, lo que representa un incremento de 4.180 viviendas por año, información que se detalla en la **Tabla 7**.

Tabla 7

Proyección de viviendas hasta el año 2026

Año	Viviendas	Nivel socio económico A-B	Demanda Proyectada
2022	42.387	5.553	4.565
2023	46.567	6.100	5.016
2024	50.747	6.648	5.466
2025	54.927	7.195	5.916
2026	59.107	7.743	6.366

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

2.2.4.2 Oficinas

Para la proyección de la demanda relacionadas con las empresas se tomó datos de la página del Servicio de Rentas Internas en donde se determinó la siguiente información:

Tabla 8*Proyección de servicio en oficinas hasta el año 2026*

Año	Empresas	Demanda Proyectada
2021	81	58
2022	83	60
2023	85	61
2024	87	63
2025	89	64
2026	91	66

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

2.2.5 Análisis de la oferta local

2.2.5.1 Hogares

Para conocer la oferta de los multiservicios en la ciudad de Latacunga, se utilizó la información obtenida de la encuesta, en la pregunta 5. Del total de encuestados, 326 propietarios de viviendas que representa el 90,56% de la muestra seleccionada, NO conoce de empresas que brinden servicios (limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de electrodomésticos /línea blanca, jardinería y encomiendas) para hogares.

Tabla 9*Empresas con servicios similares en la ciudad de Latacunga*

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	34	9,44%
No	326	90,56%
Total	360	100%

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

2.2.5.2 Oficinas

En cuanto a la oferta para oficinas, se utilizó la información obtenida de la encuesta, específicamente en la pregunta 1, en donde el 63,24% de los representantes legales de las empresas encuestadas respondieron que NO conocen de empresas que brinden servicios de limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de equipo de oficina y encomiendas,

Tabla 10

Empresas con servicios similares en la ciudad de Latacunga

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	25	36,76%
No	43	63,24%
Total	68	100%

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

Para la proyección de la oferta local se utilizó datos de la página del Servicio de Rentas Internas SRI en donde se consultó el número de RUCs con las actividades relacionadas a la presente investigación desde el año 2018 hasta el año 2022, se aplicó el método de regresión lineal para establecer la tendencia a partir del año 2023 hasta el año 2026 obteniendo la siguiente información:

Tabla 11

Proyección de empresas de servicios en la ciudad de Latacunga

Año	Empresas
2018	8
2019	8
2022	8
2021	8
2022	9
2023	9
2024	9
2025	9
2026	9

Nota: Proyección oferta de empresas de servicios – Latacunga 2026

Como se puede observar el número de empresas que prestan este tipo de servicios se mantiene desde el año 2022 hasta el 2026, por lo que se concluye que no hay un incremento significativo de empresas, lo que lleva a determinar que las necesidades de los clientes no están siendo atendidas de manera adecuada.

2.2.6 Demanda Satisfecha

2.2.6.1 Demanda Satisfecha Hogares

Para analizar la demanda satisfecha de los servicios para hogares, se utilizó la información obtenida en la encuesta, pregunta 10.

De un total de 360 encuestas el 2,78% calificó al nivel de satisfacción con 5 puntos nivel máximo de satisfacción y el 4,17% con 4 puntos.

Tabla 12*Demanda satisfecha servicios para hogares*

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
1 (mínima)	271	75,28%
2	41	11,39%
3	23	6,39%
4	15	4,17%
5 (máxima)	10	2,78%
Total	360	100%

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

Por lo tanto, apenas el 6,95% está en cierta forma conforme con los servicios contratados para el hogar, es un porcentaje muy bajo de satisfacción, lo que representa una oportunidad para que la empresa de multiservicios oferte servicios de calidad en la ciudad de Latacunga. Al contrarrestar esta información con la demanda proyectada hasta el 2026 obtenemos los siguientes datos:

Tabla 13*Proyección de viviendas hasta el año 2026*

Año	Demanda	Demanda Satisfecha
2022	4.565	317
2023	5.016	349
2024	5.466	380
2025	5.916	411
2026	6.366	442

*Nota: Demanda proyectada vs. demanda satisfecha***2.2.6.2 Demanda Satisfecha Oficinas**

Para analizar la demanda satisfecha de los servicios para oficinas, se utilizó la información obtenida en la pregunta 6 de la encuesta.

De un total de 68 encuestas realizadas en las oficinas de los Contribuyentes Especiales apenas el 11,76% calificó al nivel de satisfacción con 5 puntos correspondiente al nivel máximo de satisfacción y el 14,71% con 4 puntos. Se puede apreciar que el 26,47% de los clientes se encuentra satisfechos con el servicio.

Tabla 14*Demanda satisfecha servicios para oficinas*

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
1 (mínima)	30	44,12%
2	16	23,53%
3	4	5,88%
4	10	14,71%
5 (máxima)	8	11,76%
Total	68	100%

Nota: Información obtenida del estudio de mercado.

Al analizar la información del nivel de satisfacción y la demanda proyectada hasta el año 2026 obtenemos los siguientes datos:

Tabla 15*Proyección de demanda satisfecha oficinas*

Año	Demanda	Demanda Satisfecha
2022	58	15
2023	60	16
2024	61	16
2025	63	17
2026	64	17

Nota: Demanda proyectada vs. demanda satisfecha

2.2.7 Demanda Insatisfecha

2.2.7.1 Demanda Insatisfecha Hogares

Tomando en cuenta los datos obtenidos en la aplicación de la encuesta y la proyección de la satisfacción de los clientes en los servicios prestados a hogares, se estableció la proyección de la demanda insatisfecha los resultados favorecen la ejecución del proyecto como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 16*Demanda Insatisfecha hogares*

Año	Demanda	Demanda Satisfecha	Demanda Insatisfecha
2022	4.565	317	4.248
2023	5.016	349	4.667
2024	5.466	380	5.086
2025	5.916	411	5.505
2026	6.366	442	5.924

Nota: Demanda insatisfecha en base a la proyección y la demanda satisfecha

2.2.7.2 Demanda Insatisfecha Oficinas

Se procedió de la misma forma para el análisis de la demanda insatisfecha de los servicios prestado en oficinas y se obtuvo la siguiente información

Tabla 17

Demanda Insatisfecha oficinas

Año	Demanda	Demanda Satisfecha	Demanda Insatisfecha
2022	58	15	43
2023	60	16	44
2024	61	16	45
2025	63	17	46
2026	64	17	47

Nota: Demanda insatisfecha en base a la proyección y la demanda satisfecha

2.3 Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter

Para analizar la competencia del mercado y la rivalidad de los competidores al contratar los servicios de mantenimiento domiciliario y enfrentar a la competencia, se aplica el modelo de las cinco fuerzas de Michael Porter.

2.3.1 Amenaza de nuevos entrantes

En el mercado no existen empresas que ofrezcan multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga de manera integral, sin embargo, las empresas existentes podrían incrementar más servicios de los ofertados actualmente; por lo tanto, se convertirían en competencias directas.

Los trabajadores informales, representan una competencia indirecta, dado que, para solventar diversos tipos de servicios, los clientes deberían contratar a varias personas, actividad que toma mucho tiempo y las desventajas de seguridad y calidad que esto conlleva.

En conclusión, se puede señalar que la amenaza de nuevos competidores es alta, debido a la facilidad de ingreso al mercado y de los hábitos de consumo de los habitantes del cantón Latacunga.

2.3.2 Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es bajo, ya que actualmente existe una variedad de proveedores tanto nacionales como extranjeros para los suministros de herramientas, materiales e insumos para la limpieza, jardinería, reparación de electrodomésticos, línea blanca y mantenimiento de infraestructura de tal forma que no se vería afectada la continuidad de la empresa.

2.3.3 Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores es medio, dado que tienen pocas opciones para contratar servicios de limpieza, jardinería, reparación de electrodomésticos, línea blanca y mantenimiento de infraestructura, para hogares y oficinas; estas opciones no cuentan con la suficiente confianza y garantía al momento de prestar el servicio al cliente.

2.3.4 Amenaza de los productos o servicios sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es alta, debido a que se pueden contratar los servicios de limpieza, jardinería, reparación de electrodomésticos, línea blanca y mantenimiento de infraestructura en el sector informal a bajo costo, sin embargo, no podrán superar la calidad, garantía y seguridad del servicio ofertado por la empresa de multiservicios.

2.3.5 Rivalidad entre los competidores existentes

Considerando que el mercado donde se va a desarrollar la empresa es competitivo, la rivalidad entre competidores es bajo si se analiza desde el punto de vista de los multiservicios que se ofrecen, con mano de obra calificada que proporciona seguridad y garantía a los clientes. Finalmente, en el mercado no hay empresas dominantes, pues es un negocio en fase inicial.

2.4 Hallazgos y conclusiones de la encuesta

La técnica de la encuesta se aplicó a 360 hogares de los estratos sociales A y B, todos ellos ubicados en la ciudad de Latacunga y determinados mediante un

muestreo probabilístico simple. Como resultado de la aplicación de esta técnica de investigación se concluye:

- Los principales consumidores de los multiservicios para hogares son personas de género femenino (66,39%), en un rango de edad de 30 a 59 años (80,56%); de estado civil casado (63,89%), con empleos a tiempo completo (48,61%).
- El 90,56% de las personas encuestadas no conocen empresas que oferten múltiples servicios para los hogares, contribuyendo favorablemente para la creación de la empresa de multiservicios para hogares en la ciudad de Latacunga, en lo que corresponde a los servicios para empresas el 63,24% afirma no conocer la existencia de empresas de multiservicios.
- En cuanto a la contratación del personal para este tipo de servicios tanto para hogares y oficinas los encuestados coinciden en manifestar que los contratan en su mayoría por ser personal recomendado, la segunda opción más elegida es que contratan por tratarse de personal conocido. Esto afecta directamente en el tipo de servicio recibido el mismo que según sus repuestas ha concluido con trabajos mal realizados, no garantizados, ejecutados por personal no capacitado y en ciertas ocasiones han tenido inconvenientes de robos generando desconfianza e inseguridad.
- Los servicios con mayor puntuación de demanda en cuanto a hogares en orden descendente son limpieza (304), jardinería (207), reparación de electrodomésticos y línea blanca (115), mantenimiento de infraestructura (98) y encomiendas (86), estos resultados nos ayudan a concluir que el servicio de limpieza y jardinería para hogares serán los más solicitados. En cuanto a los servicios para oficinas son limpieza (51.47%), reparación de equipo de oficina (22,06%), mantenimiento de infraestructura (14,71%) y encomiendas (11,76).
- La satisfacción se determina que el 6,39% de los encuestados se encuentran medianamente satisfechos con los servicios adquiridos para su hogar, mientras que el 86.67% se manifiesta insatisfecho y apenas el 6.95% se encuentra completamente satisfecho. En las oficinas se presentan repuestas

similares, medianamente satisfechos el 5,88%; insatisfechos el 67,65% y completamente satisfechos el 26,47%.

- Los canales de comunicación que mayor aceptación de los encuestados corresponde a las redes sociales, correo electrónico, aplicativos de celular; información que aporta significativamente para definir el modelo de negocio.
- El método de ingreso para el servicio de mantenimiento brindado, será por precio fijo de acuerdo al tipo de mantenimiento; además, los medios de pago de mayor preferencia del mercado es el pago en efectivo y mediante transferencias bancarias.

2.4.1 Segmento de Clientes:

Con base en la encuesta realizada, se determinó que los potenciales clientes para la empresa de multiservicios son:

- Mujeres
- Edad 30 a 59 años
- Empleados a tiempo completo
- Nivel socio económico Alto (A), medio-alto (B)
- Gusto por limpieza de su hogar, oficina y/o sitio de trabajo.

También se pudo determinar que el servicio más demandado es la limpieza de hogares, por lo que el proyecto se enfocará en ofertar este tipo de servicio y el estudio de factibilidad se desarrolla en relación a los requerimientos de los potenciales clientes.

2.4.2 Propuesta de Valor

Para solucionar los inconvenientes de los clientes, al momento de contratar personal para determinadas labores del hogar y oficinas que la empresa de multiservicios ofrece (limpieza, jardinería, mantenimiento de infraestructura, reparación de electrodomésticos, línea blanca, equipo de oficina, jardinería y encomiendas se presenta la siguiente propuesta de valor:

- Brindar multiservicios para el hogar y la oficina (limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de electrodomésticos/línea blanca, reparación de equipos de oficina, jardinería y encomiendas, con personal capacitado, trabajo garantizado, precios asequibles, seguridad y confiabilidad.
- Servicio los 7 días a la semana, incluido feriados. Trabajo por horas. El cliente elige el tiempo por el cual requiere el servicio.
- Ayudar a mejorar la calidad de vida de los clientes.
- Utilización de productos de limpieza biodegradables, cuidando el medio ambiente.
- Evita demandas laborales de empleadas domésticas permanentes.
- Opciones pago mediante transferencia bancaria, efectivo, tarjeta de crédito y débito.

2.4.3 Canales

Los principales canales para llegar a los potenciales clientes son:

- Oficina.
- Redes sociales.
- Correo electrónico
- Teléfono.
- Publicidad en instituciones públicas y privadas.

2.4.4 Relaciones con Clientes

Basada en los resultados de la encuesta la relación con los clientes se la establecería mediante:

- Buen trato.
- Atención personalizada.
- Buen servicio
- Puntualidad en la hora de inicio y culminación.
- Reserva del servicio por medio de Redes sociales.

2.4.5 Fuentes de Ingresos

Los ingresos que la empresa de multiservicios generará se los obtiene por:

- Venta de multiservicios (limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de electrodomésticos, línea blanca y equipo de oficina, jardinería y encomiendas. Basada en los resultados de la encuesta aplicada el estudio de factibilidad se elaboró basado el servicio de limpieza de hogares que es el servicio más demandado por los potenciales clientes, ofertando como un
- Venta de artículos de limpieza, repuestos e insumos para la reparación y el mantenimiento ofertado.

2.4.6 Recursos Claves

- Centro de operaciones de la empresa de multiservicios.
- Personal calificado y capacitado periódicamente.
- Herramientas de trabajo
- Maquinaria
- Insumos y repuestos

2.4.7 Actividades Claves

Para la creación de la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga las actividades clave son:

- Legalizar la creación de la empresa.
- Adecuación de del centro de operaciones de multiservicios.
- Reclutamiento y capacitación del personal
- Diseñar los procesos para la prestación de multiservicios y atención al cliente.

2.4.8 Socios clave

- Alianzas estratégicas con en mantenimiento de infraestructura.
- Alianzas estratégicas con profesionales en la reparación de electrodomésticos, línea blanca, equipo de oficina.

- Proveedores
- Empleados (hombres y mujeres reclutados para que presten el servicio de limpieza y jardinería)
- Clientes

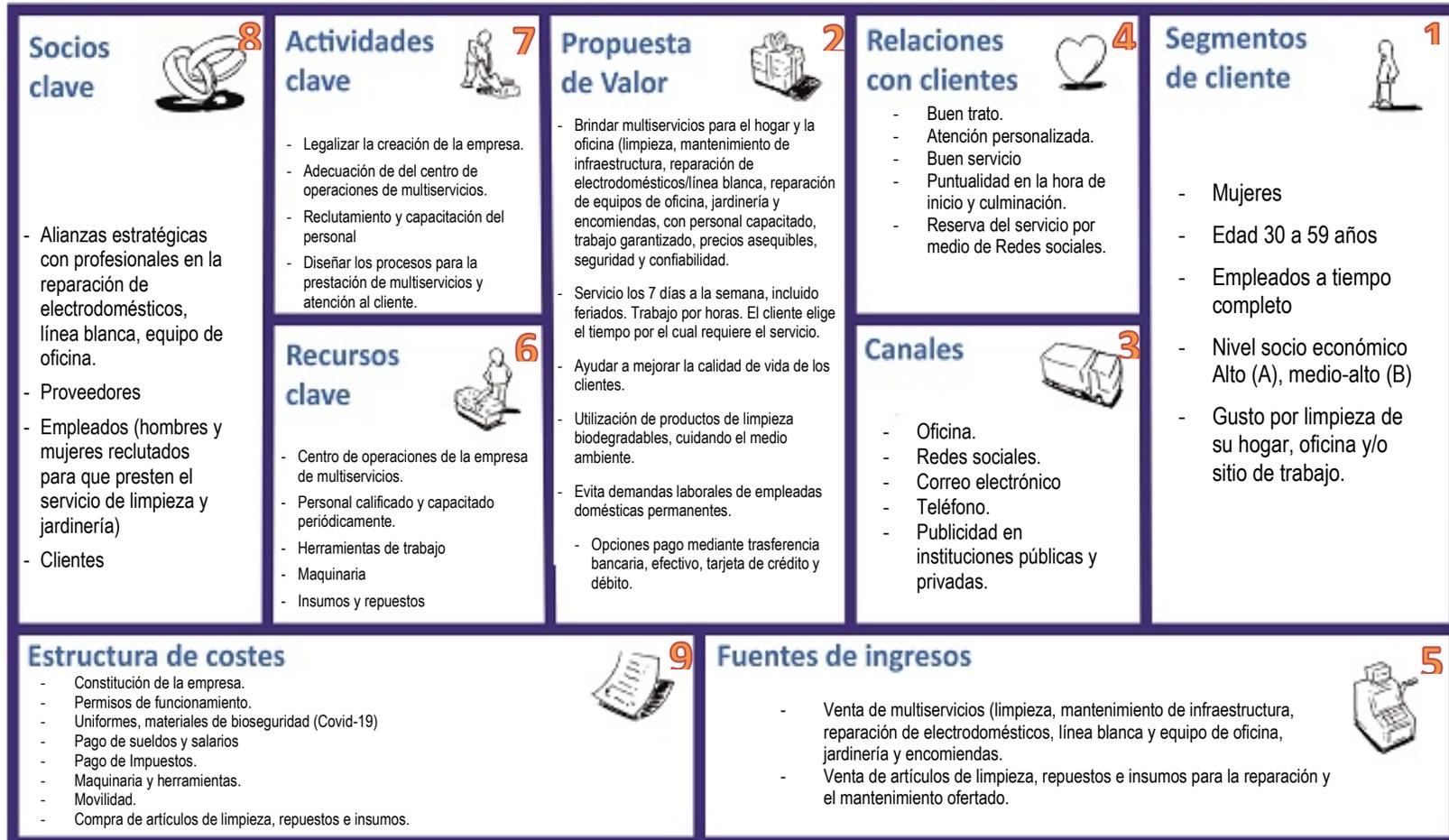
2.4.9 Estructura de Costos

- Constitución de la empresa.
- Permisos de funcionamiento.
- Uniformes, materiales de bioseguridad (Covid-19)
- Pago de sueldos y salarios
- Pago de Impuestos.
- Maquinaria y herramientas.
- Movilidad.
- Compra de artículos de limpieza, repuestos e insumos.

2.4.10 Resumen del modelo de Negocio CANVAS

Tabla 18

Modelo CANVAS



CAPÍTULO III. APLICACIÓN Y/O VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Estudio Técnico

En el estudio técnico de una empresa se analizan elementos que tienen como plan básico en el área de la ingeniería del producto o servicio, proceso implementado para la descripción detallada de un producto o servicio con la finalidad de mostrar todo lo requerido para su óptima funcionabilidad.

El estudio técnico que a continuación se presenta, está relacionado con las características de la localización, planta, tamaño, procesos, análisis de la maquinaria y equipos, es decir, los aspectos que intervienen para el proceso de atención a los multiservicios a ofrecer para satisfacer la necesidad de los usuarios.

3.1.1 Análisis de Localización

El análisis de localización es de gran importancia para la implementación de una empresa y para su cadena de valor, este puede afectar de forma significativa la relación con los proveedores y clientes, es importante analizar las variables geográficas para el desarrollo y éxito de la empresa. El análisis de la localización tiene dos etapas, las mismas que se describen a continuación:

- **Macro localización**

Siendo la macro localización la determinación de la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; se describe la zona geográfica general donde se va a encontrar el mismo, esta ubicación es considerada la más favorable para el proyecto, determinando los indicadores socioeconómicos y características físicas más relevantes, de tal forma que se cubran los requerimientos que ayuden a disminuir los costos de inversión, esta ubicación debe contribuir a minimizar los gastos y costos

operativos durante todo el período productivo del proyecto; los datos se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 19

Matriz de macro localización

FACTORES	PESO	LA MATRIZ		ELOY ALFARO		IGNACIO FLORES	
		Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.
Costo transporte	0,20	7	1,4	8	1,6	8	1,6
Costo de insumos	0,35	9	3,15	9	3,15	8	2,8
Tráfico vehicular	0,10	8	0,8	10	1	8	0,8
Talento humano	0,35	9	3,15	9	3,15	9	3,15
TOTAL	1		8,5		8,9		8,35

Elaborado por: La autora

En concordancia con el análisis de la matriz de macro localización, se identifica que la calificación más alta es de 8,9; lo que se refleja como el lugar que presenta mayores factores para el desarrollo de la empresa; siendo este lugar el más idóneo para realizar el proceso de creación de una empresa de multiservicios para hogares y oficinas, pues existe la necesidad de cubrir una demanda insatisfecha existente en la ciudad de Latacunga.

Gráfico 1

Macro localización



- **Micro localización**

En el proyecto también es importante realizar el factor de micro localización, que permite la selección de un sitio específico en un área geográfica donde se establecerán las instalaciones del domicilio comercial para realizar las actividades para la que fue creada.

Para este proceso se analizaron factores como: local propio, proveedores, servicios básicos, comunicación y localización estratégica. La matriz de micro localización se detalla en la Tabla 20.

Tabla 20

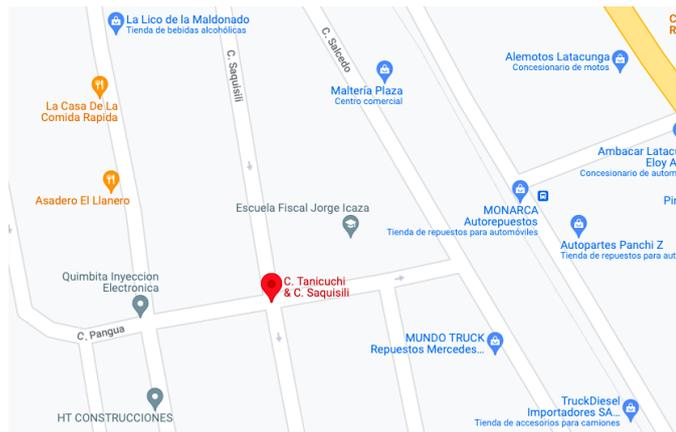
Matriz de Micro localización

FACTORES	PESO	PARQUE VICENTE LEÓN		CDLA. MALDONADO TOLEDO		LA LAGUNA	
		Calf.	Pond.	Calf.	Pond.	Calf.	Pond.
Local(socio)	0,25	5	1,25	10	2,5	5	1,25
Proveedores	0,15	8	1,2	9	1,35	7	1,05
Servicios Básicos	0,15	8	1,2	8	1,2	8	1,2
Comunicación	0,20	9	1,8	9	1,8	7	1,4
Localización estratégica	0,25	7	1,75	10	2,5	7	1,75
TOTAL	1		7,2		9,35		6,65

Elaborado por: La autora

En el análisis de la matriz de micro localización, se puede apreciar que el puntaje más alto es de 9,35, lo que significa que la empresa de multiservicios se ubicará en la Ciudadela Maldonado Toledo, siendo una zona con un alto crecimiento comercial, cercano a puntos con una gran afluencia de personas como el Mall la Maltería, frente a la Unidad Educativa “Jorge Icaza”, cercana a la Universidad Técnica de Cotopaxi y la Panamericana E35, con rutas accesible para toda la ciudad libres de tráfico vehicular.

Gráfico 2



Ciudadela Maldonado Toledo

3.1.2 Distribución de Planta

En la implementación de una empresa, la distribución de la planta juega un papel importante ya que tiene como objetivo determinar la forma más adecuada y ordenada de los equipos, implementos y áreas de trabajo.

Las áreas que se consideraron son: administrativa, atención al cliente, almacenamiento (artículos de limpieza, repuestos e insumos de la empresa), personal (vestidores y duchas) y servicios higiénicos (baños).

Tabla 21

Distribución de planta

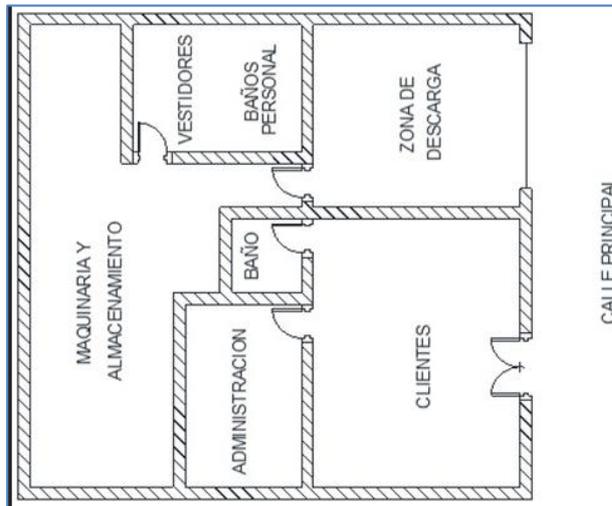
ÁREA	ESPACIOS EN METROS CUADRADOS
Área administrativa	35 m ²
Área de atención al cliente	95 m ²
Área de almacenamiento (artículos de limpieza, repuestos e insumos)	105 m ²
Área de personal (vestidores, duchas)	38 m ²
Servicios higiénicos (baños)	12 m ²
TOTAL	285 m²

Elaborado por: La autora

De acuerdo a la tabla de distribución de planta se establece que la Empresa Multiservicios ubicada en la Ciudadela Maldonado Toledo de la ciudad de Latacunga requiere un área de 285 m², esto permitirá brindar un un servicio de calidad en la Empresa de Multiservicios.

Gráfico 3

Planos de la planta



Elaborado por: La autora

3.1.3 Capacidad instalada y utilizada

- **Capacidad instalada**

Siendo la capacidad instalada el potencial de producción o servicio o volumen máximo de producción o servicio que una empresa en particular, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta los recursos disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, talento humano, tecnología, experiencia, conocimientos, etc.

Para la empresa de multiservicios la capacidad instalada permitirá determinar el número de servicios que la empresa puede brindar diariamente, tomando en cuenta la infraestructura y el personal necesario. Sobre la base de la información obtenida en las encuestas el servicio de limpieza de hogares y oficinas es el más requerido, por lo que el cálculo se realizará en función de este servicio. Se determinó la capacidad de servicios de limpieza por día equivalente a 8 horas laborales, se estima que el tiempo promedio por servicio de limpieza es de dos horas, por lo tanto se establece que por día se estará cumpliendo 4 servicios diarios por empleado; para cubrir las necesidades de los clientes encuestados (17.256 servicios de limpieza al año) se requiere aproximadamente 17 empleados lo que nos da una capacidad de 68 servicios de limpieza al día, si trabajan 5 días a la semana producen 340 servicios de limpieza semanal, por las 52 semanas que tiene el año son 17.680 servicios que se cubrirá anualmente, siendo cifras relevantes para que la empresa pueda posicionarse en el mercado. Lo expuesto anteriormente se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 22

Capacidad Instalada

Descripción	Servicios	Unidad
Capacidad de servicio en un día de 8 horas laborables	68	Servicio de limpieza
Capacidad semanal de servicios (5 días laborales)	340	Servicio de limpieza
Capacidad anual de servicios (52 semanas del año)	17.680	Servicio de limpieza

Elaborado por: La autora

- **Capacidad utilizada**

Al iniciar el funcionamiento de la empresa se estima cubrir el 80% de capacidad instalada que corresponde a 14.144 servicios de limpieza, en el transcurso de 5 años se espera cubrir el 100% de dicha capacidad, que

equivale a 17.680 servicios de la capacidad instalada, como podemos observar en la siguiente tabla:

Tabla 23

Capacidad utilizada

Capacidad Instalada	2022	2023	2024	2025	2026
	80%	85%	90%	95%	100%
17.680	14.144	15.028	15.912	16.796	17.680

Elaborado por: La autora

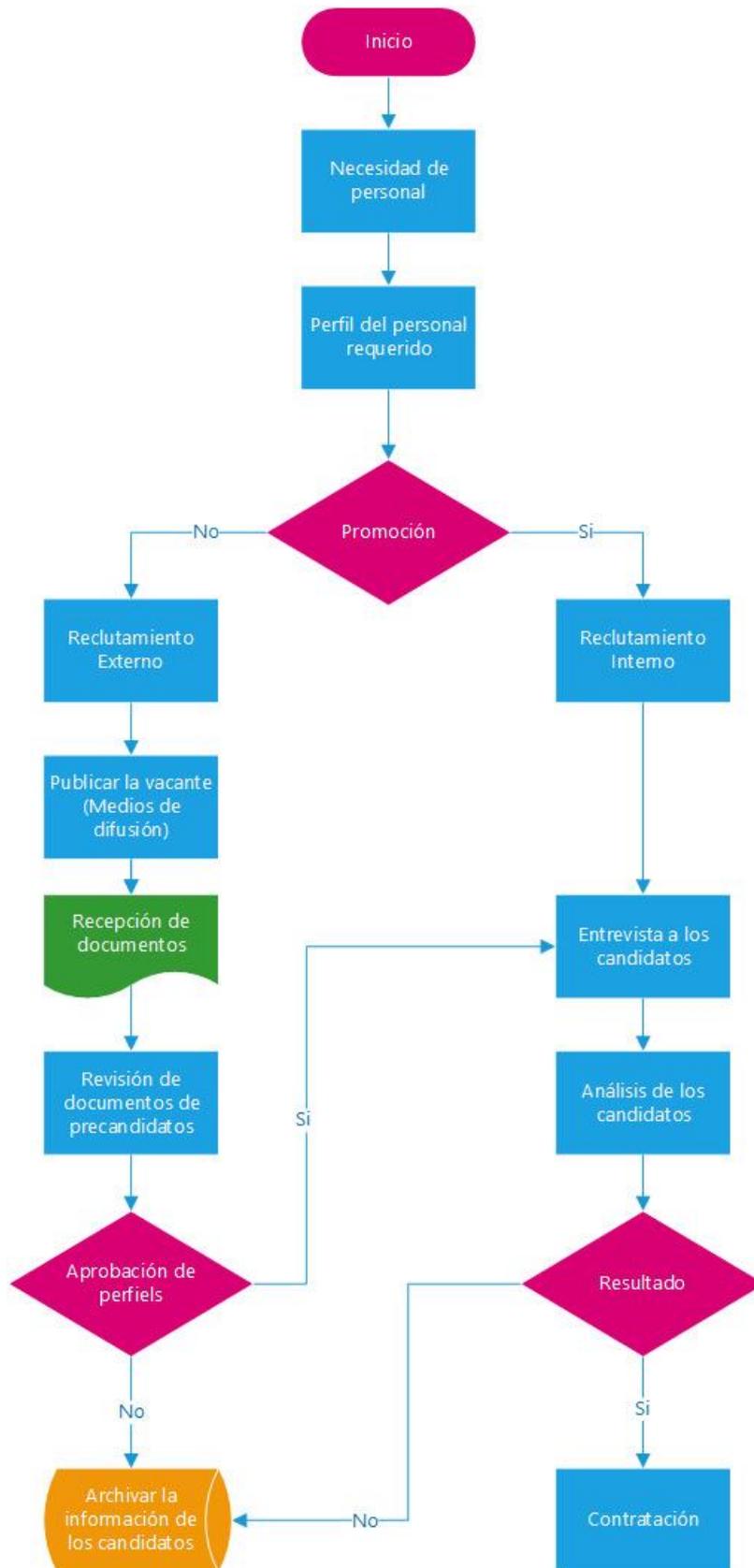
Este estudio permite observar un incremento significativo con el paso del tiempo, lo cual implicará cubrir un mayor número de servicios, mejorar la infraestructura e incrementar personal a fin de brindar un servicio eficiente

3.1.4 Procesos

En los siguientes diagramas se muestra los procesos que se establecieron para el servicio propuesto. Se puede observar cómo la empresa interactúa con los trabajadores, clientes proveedores y clientes de manera integrada a nuestro modelo de negocio.

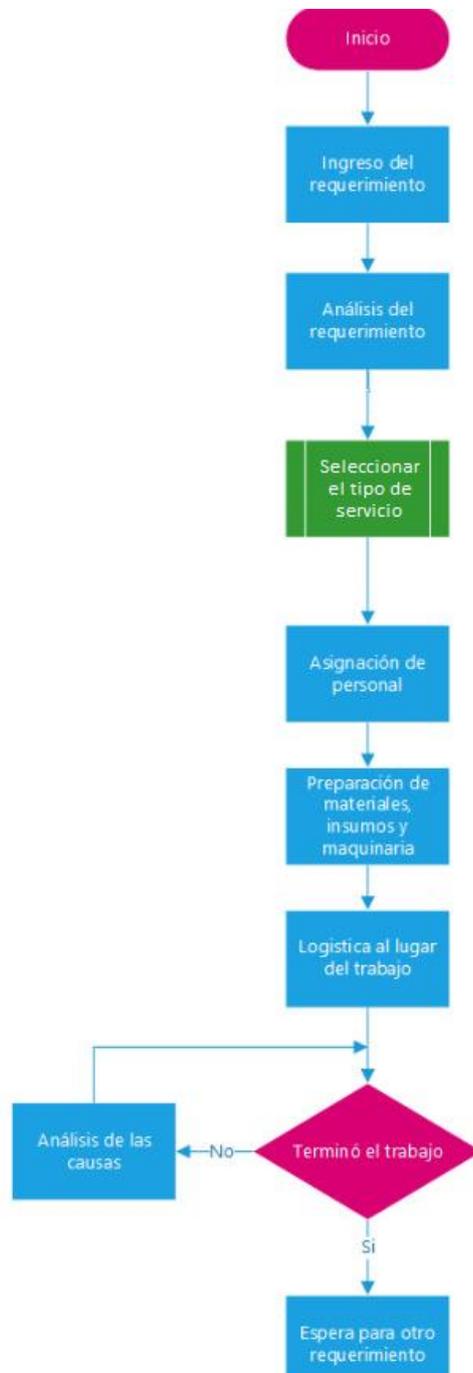
3.1.4.1 Proceso de reclutamiento de trabajadores

En el siguiente diagrama se puede observar las actividades que se desarrollaran para que el reclutamiento de los trabajadores se lo realice de la mejor manera a fin de garantizar un servicio integral, es decir observando calidad, seguridad y conformidad del cliente.



3.1.4.2 Proceso de atención al cliente

En este diagrama se podrá observar las diferentes actividades que se realizaran en la empresa desde el momento en que el cliente solicita el servicio para su hogar u oficina hasta su finalización que consiste en la revisión por parte del supervisor y del cliente.



3.1.5 Maquinaria y equipos

A continuación, se presenta el detalle de la maquinaria, equipos e insumos indispensables para brindar una adecuada atención en la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga.

Tabla 24

Infraestructura

No.	Infraestructura	Cuenta
1	Oficina de 200 m2	Infraestructura
1	Conexiones eléctricas	Infraestructura
1	Instalaciones	Infraestructura

Elaborado por: La autora

Tabla 25

Útiles de Oficina

No.	Útiles de Oficina	Cuenta
10	Resmas de papel boom	Útiles de oficina
3	Cajas de esferos	Útiles de oficina
3	Grapadoras	Útiles de oficina
30	Folders	Útiles de oficina
3	Perforadoras	Útiles de oficina
3	Resaltadores	Útiles de oficina
3	Sacagrapas	Útiles de oficina
6	Marcadores pizarra	Útiles de oficina
3	Borrador pizarra	Útiles de oficina

Elaborado por: La autora

Tabla 26

Muebles y enseres

No.	Muebles y Enseres	Cuenta
3	Escritorios de trabajo	Muebles y Enseres
3	Archivadores	Muebles y Enseres
3	Sillas ejecutivas	Muebles y Enseres
2	Sillón de espera 3 puestos	Muebles y Enseres
6	Sillas de visita	Muebles y Enseres
1	Mesa reuniones con 6 sillas	Muebles y Enseres
1	Pizarra	Muebles y Enseres

Elaborado por: La autora

Tabla 27*Equipo de Computación*

No.	Equipo de computación	Cuenta
2	Computadores de escritorio	Equipo de computación
1	Computador Portátil	Equipo de computación
1	Impresora multiservicios	Equipo de computación
1	Teléfono fijo	Equipo de computación

*Elaborado por: La autora***Tabla 28***Vehículos motorizados*

No.	Equipo de computación	Cuenta
2	Camionetas Doble Cabina	Vehículos motorizados
1	Moto	Vehículos motorizados

*Elaborado por: La autora***Tabla 29***Maquinaria*

Cantidad	Unidad	Detalle
5	Unid.	Aspiradora seca /húmedo con accesorios
5	Unid.	Lavadora de alfombras y muebles
2	Unid.	Enceradora y abrillantadora
2	Unid.	Moto podadora
2	Unid.	Máquinas para fumigar

*Elaborado por: La autora***Tabla 30***Insumos para servicios*

Cantidad Mensual	Unidad	Detalle
5	Galón	Abrillantador de madera
5	Galón	Ambiental
5	Galón	Cera para pisos
5	Galón	Cloro líquido
5	Galón	Desinfectante de baño y pisos
5	Galón	Shampoo de alta espuma
5	Galón	Jabón líquido
5	Galón	Líquido limpia vidrios y espejos
5	Galón	Líquido limpiador de muebles
5	Galón	Líquido quita grasas
5	Galón	Líquido suavizante
5	Galón	Shampoo para alfombras

Elaborado por: La autora

Tabla 31*Materiales para servicios*

Cantidad Semestral	Unidad	Detalle
20	Unid.	Esponja de baño
20	Unid.	Esponja de cocina
60	Unid.	Franelas
6	Paq x 100	Fundas de basura
6	Paq x 12	Guantes
6	Paq x 50	Mascarillas
6	Paq x 6	Baldes
6	Paq x 10	Cepillos
6	Paq x 10	Envase atomizador
2	Unid.	Escalera de 3 metros
6	Paq x 10	Escobas
12	Unid.	Limpia vidrios
3	Paq x 6	Medidor de líquidos
12	Unid.	Palas pequeñas
12	Unid.	Palas de basura
12	Unid.	Trapeadores
6	Paq x 10	Gafas protectoras
6	Paq x 10	Guantes para jardinería
6	Paq x 10m	Mangueras
6	Unid.	Rastrillos
12	Unid.	Tijera de mano para podar

Elaborado por: La autora

- **Requerimiento de Talento Humano**

El talento humano ayudará a brindar un servicio eficiente y lo detallamos a continuación.

Tabla 32*Talento Humano*

N.º	Cargo	Cuenta
1	Gerente	Sueldos y salarios
1	Administrador	Sueldos y salarios
10	Personal Operativo	Sueldos y salarios
1	Chofer	Sueldos y salarios

Elaborado por: La autora

3.2 Estudio Financiero

La importancia del estudio financiero es que permite identificar los aspectos económicos y financieros con que funciona una empresa con respecto al nivel de liquidez, solvencia, endeudamiento, eficiencia, rendimiento y rentabilidad, permitiendo tomar decisiones gerenciales, económicas y financieras en la actividad empresarial. Además, nos permitirá establecer el valor de inversión y por ende se determinará la factibilidad.

3.2.1 Inversión

Para invertir en la creación de una empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga se necesita **\$80.679,94** dólares americanos, estará constituida por activos fijos, diferidos y capital de trabajo, siendo cuentas primordiales para poner en marcha la organización.

Tabla 33

Inversión

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL
		ACTIVOS FIJOS	66.770,00
	INFRAESTRUCTURA		6.000,00
1	Oficina de 285 m2	5.000,00	5.000,00
1	Conexiones eléctricas	500,00	500,00
1	Instalaciones	500,00	500,00
	MAQUINARIA		14.200,00
5	Aspiradora seca /húmedo con accesorios	1200	6.000,00
5	Lavadora de alfombras y muebles	800	4.000,00
2	Enceradora y abrillantadora	750	1.500,00
2	Moto podadora	1200	2.400,00
2	Bombas para fumigar	150	300,00
	MUEBLES Y ENSERES		1.950,00
3	Escritorios de trabajo	120,00	360,00
3	Archivadores	80,00	240,00
3	Sillas ejecutivas	100,00	300,00
2	Sillón de espera 3 puestos	250,00	500,00
6	Sillas de visita	30,00	180,00
1	Mesa reuniones con 6 sillas	250,00	250,00
1	Pizarra	120,00	120,00
	EQUIPO DE OFICINA		2.620,00
2	Computadores de escritorio	700,00	1.400,00
1	Computador Portátil	850,00	850,00
1	Impresora multiservicios	250,00	250,00
1	Teléfono fijo	120,00	120,00
	VEHICULOS MOTORIZADOS		42.000,00
1	Camioneta Doble Cabina	25.000,00	25.000,00
1	Furgoneta	15.000,00	15.000,00

1	Moto	2.000,00	2.000,00
	ACTIVOS DIFERIDOS		1.200,00
	Trámites de Constitución		500,00
	Apertura de RUC		-
	Permiso de Funcionamiento		100,00
	Permiso Bomberos		100,00
	Software		500,00
	CAPITAL DE TRABAJO		12.030,02
	CAJA BANCOS		2.000,00
	ÚTILES DE OFICINA		140,02
10	Resmas de papel bond	4,00	40,00
3	Cajas de esferos	5,00	15,00
3	Grapadoras	2,75	8,25
30	Folders	1,80	54,00
3	Perforadoras	3,25	9,75
3	Resaltadores	0,90	2,70
3	Sacagrapas	0,84	2,52
6	Marcadores pizarra	0,80	4,80
3	Borrador pizarra	1,00	3,00
	PUBLICIDAD PREPAGADA		300,00
	Publicidad: Redes sociales, aplicaciones móviles, correo electrónico		300,00
	SUELDOS Y SALARIOS PREPAGADOS		7.350,00
	Sueldos del personal		7.350,00
	MATERIALES E INSUMOS		2.240,00
	Costos de producción		2.240,00
5	Abrillantador de madera Gl.	30,00	150,00
5	Ambiental Gl.	25,00	125,00
5	Cera para pisos Gl.	25,00	125,00
5	Cloro líquido Gl.	10,00	50,00
5	Desinfectante de baño y pisos Gl.	8,00	40,00
5	Shampoo de alta espuma Gl.	12,00	60,00
5	Jabón líquido Gl.	9,00	45,00
5	Líquido limpia vidrios y espejos Gl.	15,00	75,00
5	Líquido limpiador de muebles Gl.	20,00	100,00
5	Líquido quita grasas Gl.	20,00	100,00
5	Líquido suavizante Gl.	10,00	50,00
5	Shampoo para alfombras Gl.	20,00	100,00
20	Esponja de baño Unid.	1,00	20,00
20	Esponja de cocina Unid.	1,00	20,00
60	Fanelas Unid.	0,50	30,00
6	Fundas de basura Paq x 100	10,00	60,00
6	Guantes Paq x 12	9,00	54,00
6	Mascarillas Paq x 50	3,00	18,00
36	Baldes Unid.	2,00	72,00
6	Cepillos Paq x 10	10,00	60,00
6	Envase atomizador Paq x 10	2,00	12,00
2	Escalera de 3 metros Unid.	200,00	400,00
6	Escobas Paq x 10	10,00	60,00
12	Limpia vidrios Unid.	1,00	12,00
3	Medidor de líquidos Paq x 6	5,00	15,00
12	Palas pequeñas Unid.	1,00	12,00
12	Palas de basura Unid.	2,00	24,00
12	Trapeadores Unid.	1,50	18,00
6	Gafas protectoras Paq x 10	10,00	60,00
6	Guantes para jardinería Paq x 10	7,50	45,00
6	Mangueras	25,00	150,00
6	Rastrillos Unid.	3,00	18,00
12	Tijera de mano para podar Unid.	5,00	60,00
	TOTAL, DE INVERSIÓN		80.000,02

Elaborado por: La autora

3.2.2 Financiamiento

Una vez obtenido el valor de inversión es relevante detallar cómo se financiará la creación de la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga, el 100 % del total de la inversión y que corresponde a \$ 80.000,00 dólares será financiado con aportaciones de cuatro socios de forma equitativa, el detalle se expone en la siguiente tabla:

Tabla 34

Financiamiento

Descripción	Dólares	Porcentaje
Recursos Propios	80.000,00	100%
Socio 1	20.000,00	25%
Socio 2	20.000,00	25%
Socio 3	20.000,00	25%
Socio 4	20.000,00	25%

Elaborado por: La autora

Costos y Gastos

Para iniciar el funcionamiento de la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga es necesario conocer los costos de los sueldos operativos, el mantenimiento, la reparación de activos y los costos de adquisición y los gastos operacionales.

Tabla 35

Costos y Gastos

Valor de la inflación anual	2,38%	1,50%	1,30%	1%	
COSTOS FIJOS	89.220,00	91.343,44	93.517,41	95.743,12	98.021,81
<i>Sueldos Administrativos</i>	14.400,00	14.742,72	15.093,60	15.452,82	15.820,60
<i>Sueldos Trabajadores</i>	66.900,00	68.492,22	70.122,33	71.791,25	73.499,88
<i>Planes de celular</i>	360,00	368,57	377,34	386,32	395,52
<i>Internet</i>	360,00	368,57	377,34	386,32	395,52
<i>Publicidad</i>	1.200,00	1.228,56	1.257,80	1.287,74	1.318,38
<i>Alquiler de local</i>	6.000,00	6.142,80	6.289,00	6.438,68	6.591,92
COSTOS VARIABLES	40.230,00	41.187,47	42.167,74	43.171,33	44.198,81
<i>Gasolina</i>	10.950,00	11.210,61	11.477,42	11.750,59	12.030,25
<i>Insumos</i>	26.880,00	27.519,74	28.174,71	28.845,27	29.531,79
<i>Mantenimiento y reparación de vehículos motorizados</i>	960,00	982,85	1.006,24	1.030,19	1.054,71
<i>Mantenimiento maquinaria</i>	1.440,00	1.474,27	1.509,36	1.545,28	1.582,06

GASTOS OPERACIONALES	11.417,00	11.436,99	11.457,46	11.478,41	11.499,87
Gasto Depreciación	10.577,00	10.577,00	10.577,00	10.577,00	10.577,00
<i>Depreciación Infraestructura</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>
<i>Depreciación maquinaria</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>
<i>Depreciación muebles y enseres</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>
<i>Depreciación equipo de oficina</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>
<i>Depreciación vehículos motorizados</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>
Gasto Servicios Básicos	840,00	859,99	880,46	901,41	922,87
<i>Teléfono</i>	<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Energía eléctrica</i>	<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Agua Potable</i>	<i>120,00</i>	<i>122,86</i>	<i>125,78</i>	<i>128,77</i>	<i>131,84</i>

Elaborado por: La autora

3.2.3 Ventas

Las ventas de la Empresa de multiservicios para el hogar y la oficina en la ciudad de Latacunga están proyectadas en base a la capacidad instalada en donde se estimó iniciar con una capacidad utilizada del 80%, proyectado en 5 años llegar al 100% de la capacidad instalada.

Tabla 36

Ingresos

Precio de venta del servicio de limpieza + inflación anual	12,00	12,29	12,58	12,88	13,18
Años	2022	2023	2024	2025	2026
Servicios de limpieza al año	14.144,00	15.028,00	15.912,00	16.796,00	17.680,00
Ventas Totales en USD	169.728,00	184.628,00	200.141,09	216.288,03	233.090,20

Elaborado por: La autora

3.3 Estados Financieros

3.3.1 Estado de resultados

El estado de resultados, también llamado estado de pérdidas y ganancias, recoge los ingresos y gastos que ha tenido la empresa durante un periodo de tiempo determinado para el presente proyecto de determino un periodo anual con proyección de 5 años es decir hasta el año 2026.

Tabla 37*Estado de Resultados*

CONCEPTO	2022	2023	2024	2025	2026
(+) VENTAS	169.728,00	184.628,00	200.141,09	216.288,03	233.090,20
COSTOS FIJOS	89.220,00	91.343,44	93.517,41	95.743,12	98.021,81
<i>Sueldos Administrativos</i>	<i>14.400,00</i>	<i>14.742,72</i>	<i>15.093,60</i>	<i>15.452,82</i>	<i>15.820,60</i>
<i>Sueldos Trabajadores</i>	<i>66.900,00</i>	<i>68.492,22</i>	<i>70.122,33</i>	<i>71.791,25</i>	<i>73.499,88</i>
<i>Planes de celular</i>	<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Internet</i>	<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Publicidad</i>	<i>1.200,00</i>	<i>1.228,56</i>	<i>1.257,80</i>	<i>1.287,74</i>	<i>1.318,38</i>
<i>Alquiler de local</i>	<i>6.000,00</i>	<i>6.142,80</i>	<i>6.289,00</i>	<i>6.438,68</i>	<i>6.591,92</i>
COSTOS VARIABLES	40.230,00	41.187,47	42.167,74	43.171,33	44.198,81
<i>Gasolina</i>	<i>10.950,00</i>	<i>11.210,61</i>	<i>11.477,42</i>	<i>11.750,59</i>	<i>12.030,25</i>
<i>Insumos</i>	<i>26.880,00</i>	<i>27.519,74</i>	<i>28.174,71</i>	<i>28.845,27</i>	<i>29.531,79</i>
<i>Mantenimiento y reparación de vehículos motorizados</i>	<i>960,00</i>	<i>982,85</i>	<i>1.006,24</i>	<i>1.030,19</i>	<i>1.054,71</i>
<i>Mantenimiento maquinaria</i>	<i>1.440,00</i>	<i>1.474,27</i>	<i>1.509,36</i>	<i>1.545,28</i>	<i>1.582,06</i>
(-) COSTOS TOTALES	129.450,00	132.530,91	135.685,15	138.914,45	142.220,62
(=) UTILIDAD BRUTA	40.278,00	52.097,09	64.455,95	77.373,58	90.869,58
(-) GASTOS OPERACIONALES	11.417,00	11.436,99	11.457,46	11.478,41	11.499,87
Gasto Depreciación	10.577,00	10.577,00	10.577,00	10.577,00	10.577,00
<i>Depreciación Infraestructura</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>	<i>300,00</i>
<i>Depreciación maquinaria</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>	<i>1.420,00</i>
<i>Depreciación muebles y enseres</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>	<i>195,00</i>
<i>Depreciación equipo de oficina</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>	<i>262,00</i>
<i>Depreciación vehículos motorizados</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>	<i>8.400,00</i>
Gasto Servicios Básicos	840,00	859,99	880,46	901,41	922,87
<i>Teléfono</i>	<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Energía eléctrica</i>	<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Agua Potable</i>	<i>120,00</i>	<i>122,86</i>	<i>125,78</i>	<i>128,77</i>	<i>131,84</i>
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	28.861,00	40.660,09	52.998,49	65.895,16	79.369,71
(-) IMPUESTOS	4.329,15	8.132,02	15.899,55	23.063,31	27.779,40
(=) UTILIDAD EN EL EJERCICIO	24.531,85	32.528,08	37.098,94	42.831,86	51.590,31

*Elaborado por: La autora***3.3.2 Flujo de efectivo**

Al flujo de efectivo es la variación de las entradas y salidas de dinero en un período determinado, y su información mide la salud financiera de una empresa.

A continuación, se presenta el flujo de efectivo de la empresa de multiservicios para hogares y oficinas de la ciudad de Latacunga.

Tabla 38

Flujo de Efectivo

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS	-	169.728,00	184.628,00	200.141,09	216.288,03	233.090,20
COSTOS FIJOS		89.220,00	91.343,44	93.517,41	95.743,12	98.021,81
(+) VALOR RESCATE DEPRECIACION DE ACTIVOS	-					13.885,00
(=) INGRESOS TOTALES	-	169.728,00	184.628,00	200.141,09	216.288,03	233.090,20
COSTOS FIJOS	-	89.220,00	91.343,44	93.517,41	95.743,12	98.021,81
<i>Sueldos Administrativos</i>		<i>14.400,00</i>	<i>14.742,72</i>	<i>15.093,60</i>	<i>15.452,82</i>	<i>15.820,60</i>
<i>Sueldos Trabajadores</i>		<i>66.900,00</i>	<i>68.492,22</i>	<i>70.122,33</i>	<i>71.791,25</i>	<i>73.499,88</i>
<i>Planes de celular</i>		<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Internet</i>		<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Publicidad</i>		<i>1.200,00</i>	<i>1.228,56</i>	<i>1.257,80</i>	<i>1.287,74</i>	<i>1.318,38</i>
<i>Alquiler de local</i>		<i>6.000,00</i>	<i>6.142,80</i>	<i>6.289,00</i>	<i>6.438,68</i>	<i>6.591,92</i>
COSTOS VARIABLES	-	40.230,00	41.187,47	42.167,74	43.171,33	44.198,81
<i>Gasolina</i>		<i>10.950,00</i>	<i>11.210,61</i>	<i>11.477,42</i>	<i>11.750,59</i>	<i>12.030,25</i>
<i>Insumos</i>		<i>26.880,00</i>	<i>27.519,74</i>	<i>28.174,71</i>	<i>28.845,27</i>	<i>29.531,79</i>
<i>Mantenimiento y reparación de vehículos motorizados</i>		<i>960,00</i>	<i>982,85</i>	<i>1.006,24</i>	<i>1.030,19</i>	<i>1.054,71</i>
<i>Mantenimiento de maquinaria</i>		<i>1.440,00</i>	<i>1.474,27</i>	<i>1.509,36</i>	<i>1.545,28</i>	<i>1.582,06</i>
(=) COSTOS TOTALES	-	129.450,00	132.530,91	135.685,15	138.914,45	142.220,62
(-) GASTOS OPERACIONALES		840,00	859,99	880,46	901,41	922,87
<i>Teléfono</i>		<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Energía eléctrica</i>		<i>360,00</i>	<i>368,57</i>	<i>377,34</i>	<i>386,32</i>	<i>395,52</i>
<i>Agua Potable</i>		<i>120,00</i>	<i>122,86</i>	<i>125,78</i>	<i>128,77</i>	<i>131,84</i>
(=) TOTAL COSTOS Y GASTOS		130.290,00	133.390,90	136.565,61	139.815,87	143.143,48
COMPRA ACTIVO FIJO	66.770,00					
COMPRA ACTIVO DIFERIDO	1.200,00					
COMPRA CAPITAL DE TRABAJO	12.030,02					
(=) SALDO FINAL	-80.000,02	39.438,00	51.237,09	63.575,49	76.472,16	89.946,71
ACUMULADO	-80.000,02	-40.562,02	10.675,07	74.250,56	150.722,73	240.669,44

Elaborado por: La autora

3.4 Indicadores Financieros

Los indicadores financieros permiten obtener información clave para dirigir la empresa, evaluar su salud financiera, su capacidad de desarrollo y detectar a tiempo los problemas de financiamiento, para el presente Estudio de factibilidad se ha considerado los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Costo / Beneficio (B/C)
- Período de Recuperación (PAYBACK)

Tabla 39

Indicadores financieros

AÑO	INGRESOS	COSTOS Y GASTOS	FLUJO DE EFECTIVO	TASA (1+t) ⁻ⁿ	INGRESOS ACTUAL	EGRESOS ACTUAL	PERIODO RECUPERAC PAYBACK
AÑO 0		-80.000,02	-80.000,02	1,00000		80.000,02	-80.000,02
AÑO 1	169.728,00	130.290,00	39.438,00	0,90909	154.298,18	118.445,45	35.852,73
AÑO 2	184.628,00	133.390,90	51.237,09	0,82645	152.585,12	110.240,41	42.344,71
AÑO 3	200.141,09	136.565,61	63.575,49	0,75131	150.368,97	102.603,76	47.765,20
AÑO 4	216.288,03	139.815,87	76.472,16	0,68301	147.727,64	95.496,12	52.231,52
AÑO 5	233.090,20	143.143,48	89.946,71	0,62092	144.730,67	88.880,84	55.849,83
TOTAL	1.003.875,32	603.205,84	240.669,44		749.710,58	595.666,61	154.043,97

VALOR ACTUAL NETO	VAN	154.043,97	\$234.043,99
TASA INTERNA DE RETORNO	TIR	60,35%	\$154.043,97 VAN
COSTO BENEFICIO	B/C	1,26	

Elaborado por: La autora

3.5 Punto de equilibrio

Tabla 40

Punto de Equilibrio

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	169.728,00	184.628,00	200.141,09	216.288,03	233.090,20
COSTOS FIJOS	89.220,00	91.343,44	93.517,41	95.743,12	98.021,81
COSTOS VARIABLES	40.230,00	41.187,47	42.167,74	43.171,33	44.198,81
GATOS OPERACIONALES	840,00	859,99	880,46	901,41	922,87
TOTAL COSTOS Y GASTOS	130.290,00	133.390,90	136.565,61	139.815,87	143.143,48
PUNTO DE EQUILIBRIO USD.	118.038,14	118.678,70	119.595,44	120.745,47	122.096,80
PUNTO DE EQUILIBRIO %	70%	64%	60%	56%	52%
NÚMERO DE SERVICIOS AL AÑO	14.144	SERV. CUBRIR PUNTO DE EQUILIBRIO			
PUNTO DE EQUILIBRIO - SERVICIO	9.836	820		MENSUAL	
		205		SEMANAL	
COSTO UNITARIO	9,21	29		DIARIO	

3.6 Estudio Administrativo

La estructura organizacional de la empresa de multiservicios para hogares y oficinas estará conformada por las áreas de Gerencia, Comercialización, Compras, Administración, Supervisión y Producción.

A las personas involucradas en cada área se les asignará tareas específicas, lo que implica la mutua colaboración entre todas las personas vinculadas a la empresa de multiservicios.

- **Gerencia**

Las funciones de gerente, serán realizadas por un profesional especializado en Administración de Empresas, quien contará con conocimientos y la experiencia apropiados para el manejo del emprendimiento y estará facultado a llevar a cabo actividades de alta jerarquía. Estará a cargo el área de comercialización y compras. Será el encargado de la publicidad y promoción de la empresa de multiservicios a través del marketing directo. Desarrollará la logística de abastecimiento de herramientas e insumos de trabajo para el servicio de limpieza; repuestos para la reparación de electrodomésticos, línea blanca y equipo de oficina; material para el mantenimiento de infraestructura, estará en contacto con los principales proveedores, seleccionará al personal de la empresa.

- **Producción**

Supervisión

Para el proceso de supervisión de labores está a cargo del supervisor, responsable del contacto con clientes (agendamiento de citas), control de la asistencia del personal, de las tareas desarrolladas por los operarios, control del correcto procedimiento de trabajo, control de usos adecuado de uniforme y elementos de protección, control de uso de maquinaria, herramientas e insumos de trabajo, seguimiento de quejas, sugerencias y felicitaciones, presentar informes semanales al Gerente del personal a su cargo.

Personal Operativo

Operarios

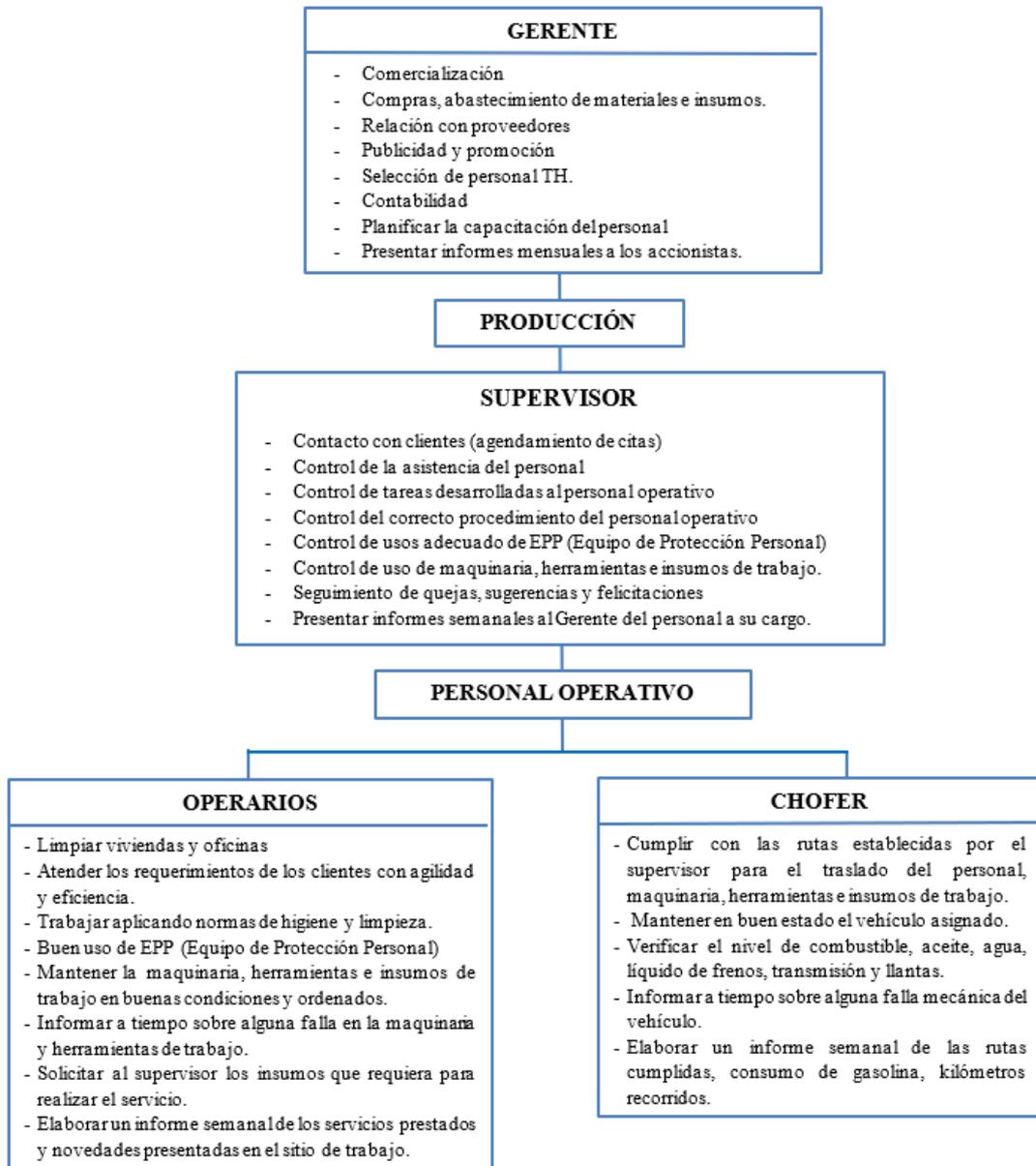
Para la prestación de los servicios de limpieza, se empezará por contratar a 10 trabajadores que prestarán servicios durante 40 horas semanales. Para la selección del personal operativo se tomará en cuenta la edad personas de entre 25 y 50 años, con un nivel de instrucción secundaria, se analizará las referencias personales, los antecedentes de empleos anteriores, certificados

de buena conducta, certificado de antecedentes penales. Es muy importante el perfil de los trabajadores ya que ellos tendrán contacto directo con los clientes, por este motivo se realizará una selección minuciosa. Sus funciones serán: acudir a las viviendas que requieran el servicio de limpieza, en donde podrán realizar la limpieza general de todas las áreas de la casa (sala, cocina, comedor, dormitorios, baños) de acuerdo a las necesidades del cliente. Sus funciones son: limpiar viviendas y oficinas, atender los requerimientos de los clientes con agilidad y eficiencia. trabajar de acuerdo a las normas de higiene y limpieza, mantener el equipo, herramientas e insumos de trabajo en buenas condiciones y ordenados, informar en tiempo sobre alguna falla en la maquinaria y herramientas de trabajo, solicitar al supervisor los insumos que requiera para realizar el servicio y realizar un informe semanal de los servicios prestados y anomalías presentadas en el sitio de trabajo.

Chofer

Para el proceso transporte de operarios y maquinaria, herramientas e insumos necesarias para labores requeridas por los clientes se contratará un chofer, responsable de cumplir con las rutas establecidas por el supervisor, mantener en buen estado el vehículo asignado, verificar el nivel de combustible, aceite, agua, líquido de frenos, transmisión y llantas; informar a tiempo sobre alguna falla mecánica del vehículo, elaborar un informe semanal de las rutas cumplidas, consumo de gasolina, kilómetros recorridos.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones:

- La fundamentación teórica con respecto a las categorías analizadas, permitió conocer los principales fundamentos para el diagnóstico de los resultados obtenidos en el presente estudio.
- El Estudio de mercado permitió determinar las principales características de la población, identificando sus necesidades y requerimientos; transformándolos en soluciones a través del desarrollo de la herramienta CANVAS, identificando las distintas áreas de la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga.
- El estudio de Factibilidad arrojó un Valor Actual Neto (VAN) de \$ **154.043,97**, lo que permite determinar que el proyecto es económicamente viable, además este indicador es equivalente al desembolso de la inversión inicial del proyecto más el valor actual de los flujos futuros.
- El Porcentaje de la tasa Interna de Retorno (TIR) es del **60,35%** lo que se traduce en que el proyecto es rentable porque este valor representa el interés o rentabilidad que nos ofrece la inversión.
- En cuanto al Costo-Beneficio de la inversión (B/C) se obtuvo un valor de **1.26** lo que quiere decir que por cada dólar que se invierta este se recupera y además con una ganancia de 0.26 centavos adicionales.
- El Período de Recuperación o PAYBACK permite conocer a partir de qué año se recuperará el valor invertido, al crear la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga. Este valor se empezará a recuperar a partir del tercer año.

Recomendaciones:

- Establecer estrategias de promoción y publicidad con el fin de llamar la atención de los clientes y al brindar un servicio de calidad para fidelizar su preferencia.
- Capacitar de forma constante al talento humano de la empresa con la finalidad de obtener los mejores resultados en su desempeño laboral.

- Los datos obtenidos en el estudio de mercado, reflejan resultados significativos sobre las necesidades y requerimientos de los potenciales clientes de los servicios que oferta la empresa de multiservicios para hogares y oficinas en la ciudad de Latacunga, la misma que puede ser utilizada en otras investigaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. (2006). How Is Entrepreneurship Good for Economic Growth. *Innovations*, 1(1), 97-107.
<https://www.mitpressjournals.org/doi/10.1162/itgg.2006.1.1.97>
- Aguirre, J. (2018). Emprendimiento en América Latina. Espejismo o realidad Entrepreneurship in Latin America. *INNOVA Research Journal*, 3(8), 110-125.
<http://www.journaluidegye.com/magazine/index.php/innova/article/view/614>
- Carmen, C., & Viveros, H. (1996). Los emprendedores desarrollan el concepto de emprendimiento. *Lumen Gentium*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-de-estratificacion-del-nivel-socioeconomico/>
- Carrasco, I., & Castaño, S. (2008). El emprendedor Schumpeteriano y el contexto social. *Información Comercial Española: ICE.*, 122(845), 126.
http://www.revistasice.com/cache/pdf/ICE_845_121-34F6565B36FDFD765A932BB8BEEE9AAB41.pdf
- Carree, M., Van Stel, A., & Thurik, R. (2002). Economic Development and Business Ownership: An Analysis Using Data of 23 OECD Countries in the Period 1976–1996. *Small Business Economics*, 19, 271–290.
<https://doi.org/10.1023/A:1019604426387>
- Carrer, C., Ploski, G., Orlandelli, C., & Lins, C. (2010). Innovation and entrepreneurship in scientific research. *Revista Brasileira de Zootecnia*, 39, 17-25. <http://www.scielo.br/pdf/rbz/v39sspe/03.pdf>
- Casanueva, C., & García del Junco, J. (2006). *Prácticas de la gestión empresarial* (1a ed.). México: McGraw-Hill. (p22-23)
- Casson, M. (2010). *Entrepreneurship*. Cheltenham, Inglaterra: Edward Elgar Publishing, Inc
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del Emprendimiento. *INTEC*(21),

6.ftp://ftp.ucauca.edu.co/Facultades/FIET/Materias/Gestion_tecnologica/2005/Clase%2012/Emprendimiento.pdf

Cerda Gutiérrez, H. (2003). *Cómo elaborar proyectos: Diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos* (Cuarta ed.). Bogotá, Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio

Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá. Colombia: ECOE Ediciones

Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2007). *Entrepreneurship*. Heidelberg: Springer-Verlag

División general de Planificación (DGP). (octubre de 2008). *Manual para realizar Estudios de Prefactibilidad y Factibilidad*. Nicaragua: Programa de Apoyo al Sector Transporte – PAST-DANIDA. Ministerio de Transporte e Infraestructura

Dubs de Moya, R. (2002). *El Proyecto Factible: una modalidad de investigación*. Sapiens. Revista Universitaria de Investigación.

Elliot, E. (2017). *The Theory of Economic Development*. Abingdon: Routledge.
<https://content.taylorfrancis.com/books/download?dac=C2017-0-49007-6&isbn=9781315135564&format=googlePreviewPdf>

Fernández, C., & De la Riva, B. (2014). *Mentalidad emprendedora y cultura del emprendimiento*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 137-143.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.044>

Fundamentos de Marketing, 13va. Edición, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, 2004, Págs. 333 y 334.

GAD MUNICIPAL LATACUNGA. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2016 – 2018 Latacunga*. Consultado el 17 abril 2020.
https://www.latacunga.gob.ec/images/pdf/PDyOT/PDyOT_Latacunga_2016-2028.pdf

Herrera, C. (2012). *Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor*. *Económicas*, 33(1), 191-204.

<https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/194/pdf>
36

INEC (2011). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011*. Consultado el 15 de febrero del 2021. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas Sociales/Encuesta Estratificacion Nivel Socioeconomico/111220 NSE Presentacion.pdf>

INEC (2018). *Directorio Empresarial*. Consultado el 10 abril 2021. <https://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/VDATOS2-war/paginas/administracion/direcEmpresarial.xhtml>.

Kuratko, D. (2017). *Entrepreneurship* (10 ed.). Boston, USA. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=6v9UCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=evolution+of+entrepreneurship+theory&ots=f67aCe0IJc&sig=MjwAkc_mpeDHqfX93s6FSzYayXU#v=onepage&q=evolution%20of%20entrepreneurship%20theory&f=false

Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores, 2002, Pág. 344.

Marulanda, F., Montoya, I., & Vélez, J. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión* (36), 204-236. **¡Error! Referencia de hipervínculo no válida.**

Mercadotecnia, Primera Edición, de Sandhusen L. Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 385

Minniti, M. (septiembre de 2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial* (383), 23. <http://www.mincotur.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/383/Mar%C3%ADa%20Minniti.pdf>

Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: evaluación financiera, económica, social y ambiental*. Bogotá. Colombia: MM Editores.

- Rodríguez, A. (2010). New perspectives for understanding business entrepreneurship. *Pensamiento y Gestión* (26), 94-119
<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/864>
- Romero, R. (2006). *Marketing* (2a ed.). Mexico: Palmir E.I.R.L (p9-15).
- Ruiz y Duarte. (2009). Enterprising, an option to the development. *Scientia et Technica*(43), 329. <http://www.redalyc.org/html/849/84917310058/>
- Santos, A., & Brugni, T. (2014). Entrepreneurship from the perspective of small business support entities. *Tourism & Management Studies*, 10, 19-25.
https://www.academia.edu/26201215/Entrepreneurship_from_the_perspective_of_small_business_support_entities
- Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la economía, electrónico*.
- Secchi, G. (2007). *La vida humana en el pensamiento de Ortega y Gasset*. Chile: Universidad de Chile Facultad de Filosofía y Humanidades Departamento de Filosofía Escuela de Postgrado.
- Stam, E. (2009). Entrepreneurship, evolution and geography. *Econstor*(0907), 4. Obtenidode
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/32668/1/608743380.pdf>
- Stevenson, H., & Jarillo, J. (2012). *A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management*. *Journal of Management and Strategy*, 11, 17-27.
https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/JOURNALS/unreadable_Journal%20Strategic%20Management%202486667.pdf
- Tamayo y Tamayo, M. (2006) *El Proceso de la Investigación Científica*, Limusa Noriega Editores, México
- Zamora, C. (2018). *Importance of Entrepreneurship to the Economy: The Case of Ecuador* |. *Espacios*, 39(7), 15.
<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85042435757&origin=resultslist&sort=plff&src=s&st1=emprendimiento&nlo=&nlr=&nls=&si>

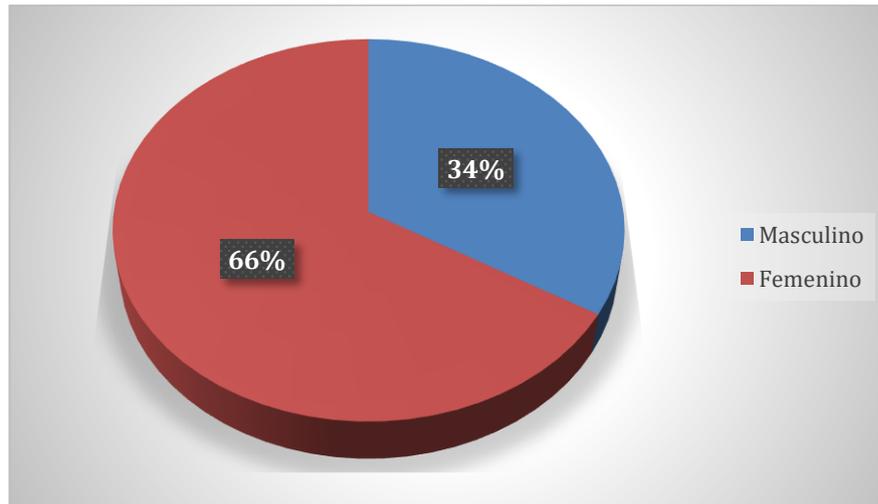
d=3d069e319b0ec4a0df5f140280cd5a9d&sot=b&sdt=b&sl=29&s=TITLE
ABSKEY%28emprendimiento%29&relpos=20&citeCnt=0&searchTer

Anexos

Tablas y gráficos de la encuesta aplica a las viviendas.

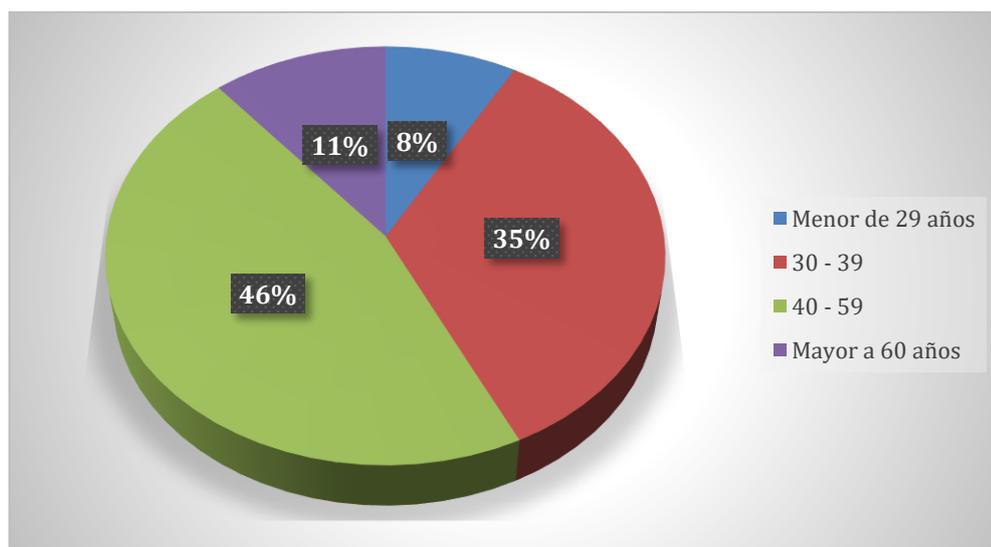
1. Seleccione su género:

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	121	33,61%
Femenino	239	66,39%
Total	360	100%



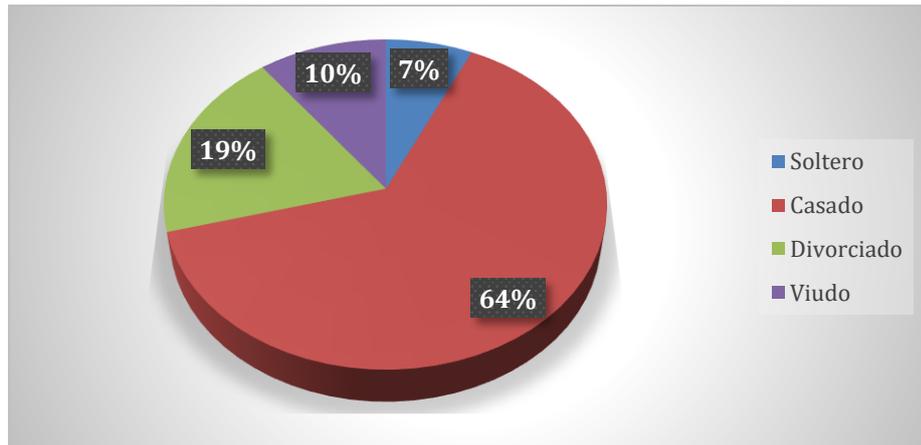
2. Rango de edad

Rango Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menor de 29 años	30	8,33%
30 - 39	124	34,44%
40 - 59	166	46,11%
Mayor a 60 años	40	11,11%
Total	360	100%



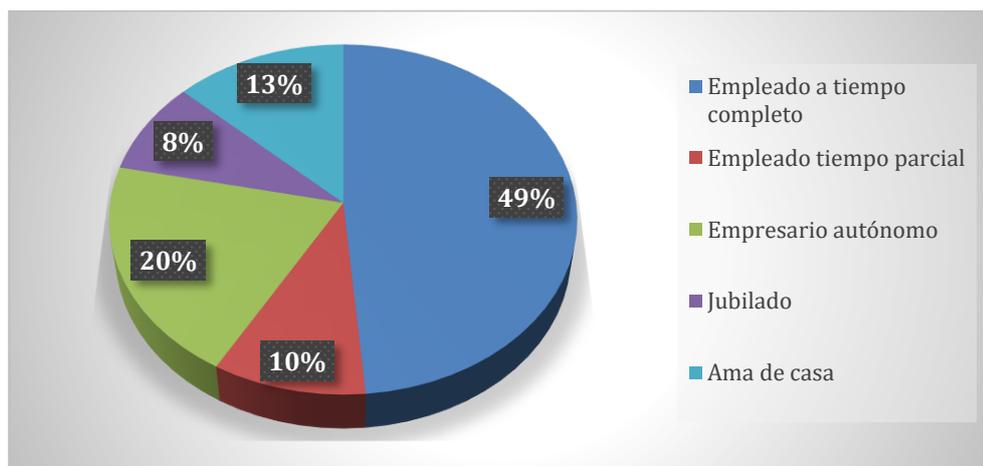
3. Estado Civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	25	6,94%
Casado	230	63,89%
Divorciado	68	18,89%
Viudo	37	10,28%
Total	360	100%



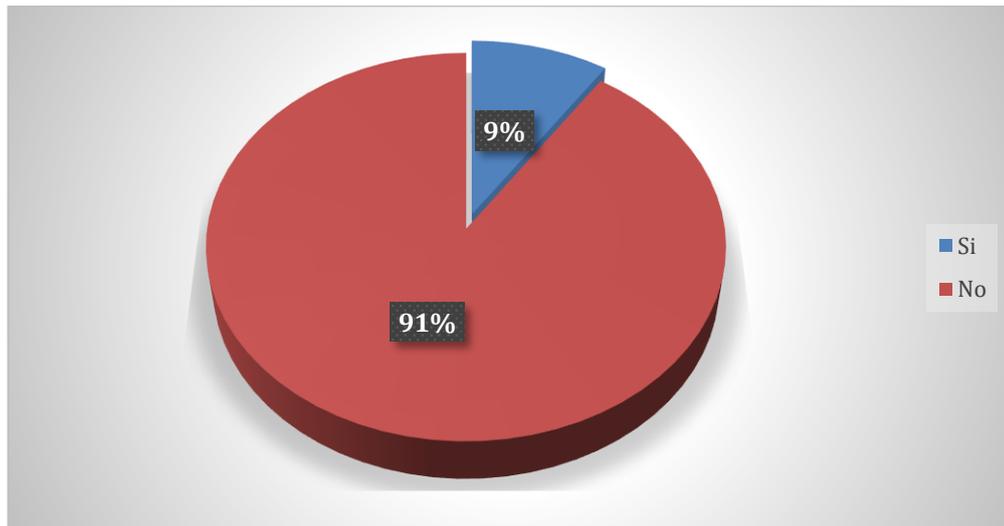
4. Situación laboral

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje
Empleado a tiempo completo	175	48,61%
Empleado tiempo parcial	35	9,72%
Empresario autónomo	72	20,00%
Jubilado	31	8,61%
Ama de casa	47	13,06%
Total	360	100%



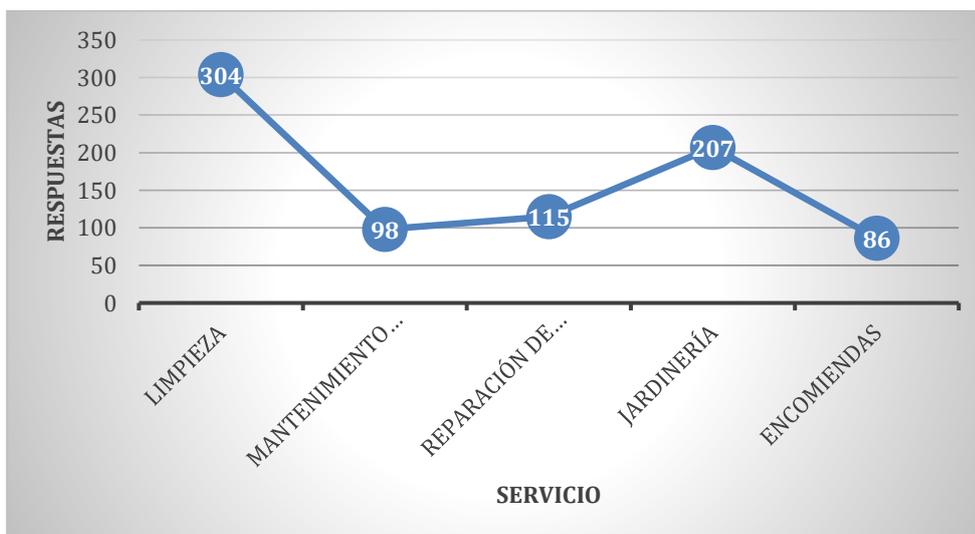
5. ¿Ha utilizado empresas que ofrezcan servicios (limpieza, infraestructura, reparación de electrodomésticos/línea blanca, jardinería y encomiendas) para el hogar en la ciudad de Latacunga?

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	34	9,44%
No	326	90,56%
Total	360	100%



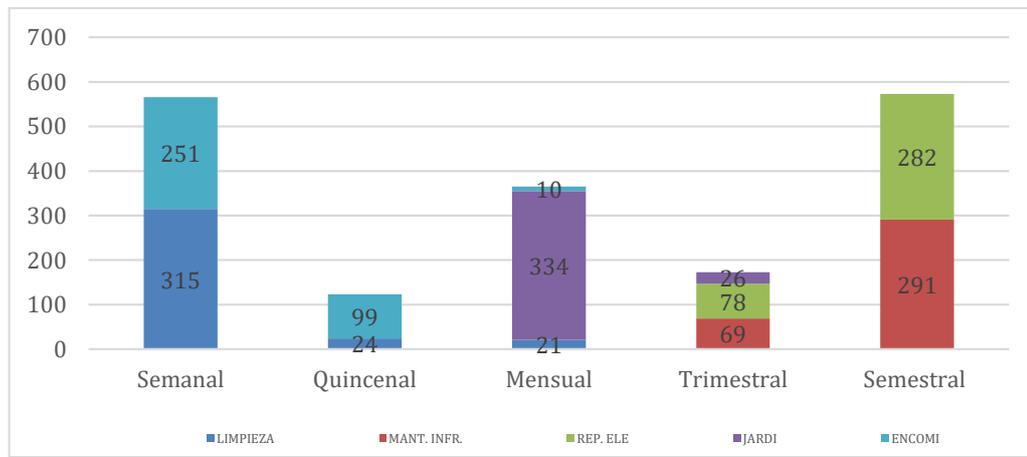
6. Tipos de servicios que ha requerido

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Limpieza	304	37,53%
Mantenimiento infraestructura	98	12,10%
Reparación de electrodomésticos / línea blanca	115	14,20%
Jardinería	207	25,56%
Encomiendas	86	10,62%
Total	810	100%



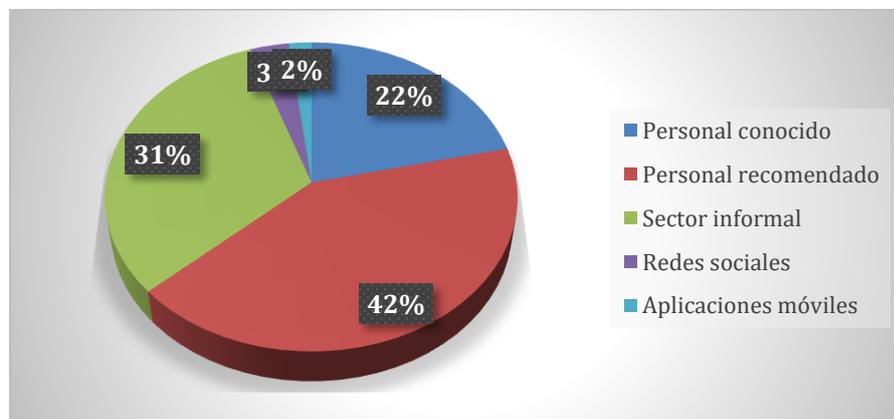
7. ¿Con qué frecuencia Usted requeriría los servicios de limpieza para su hogar?

OPCIONES	LIMPIEZA	MANT. INFR.	REP. ELE	JARDI	ENCOMI
Diario					
Semanal	315				251
Quincenal	24				99
Mensual	21			334	10
Trimestral		69	78	26	
Semestral		291	282		
Total	360	360	360	360	360



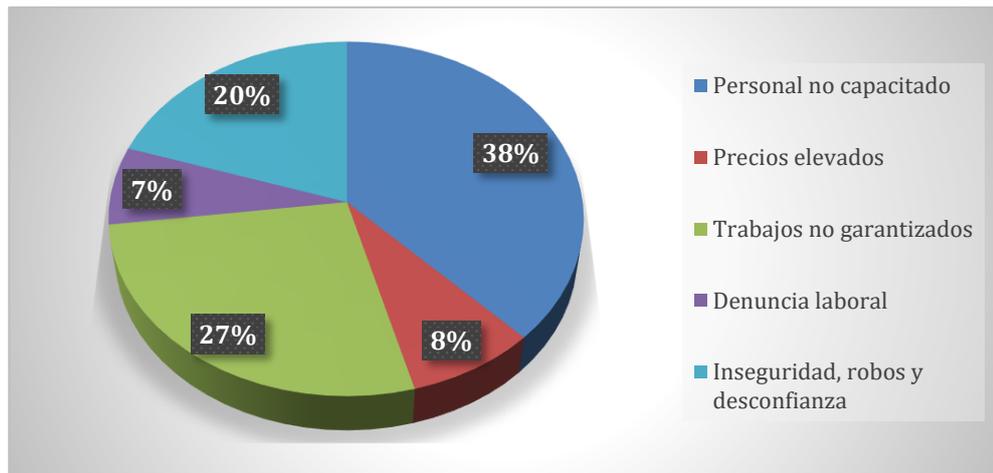
8. Seleccione una respuesta, cuando ha requerido servicios para su hogar. ¿Cómo lo ha contratado?

Opciones	Personas	Porcentaje
Personal conocido	77	21,39%
Personal recomendado	151	41,94%
Sector informal	113	31,39%
Redes sociales	12	3,33%
Aplicaciones móviles	7	1,94%
Total	360	100%



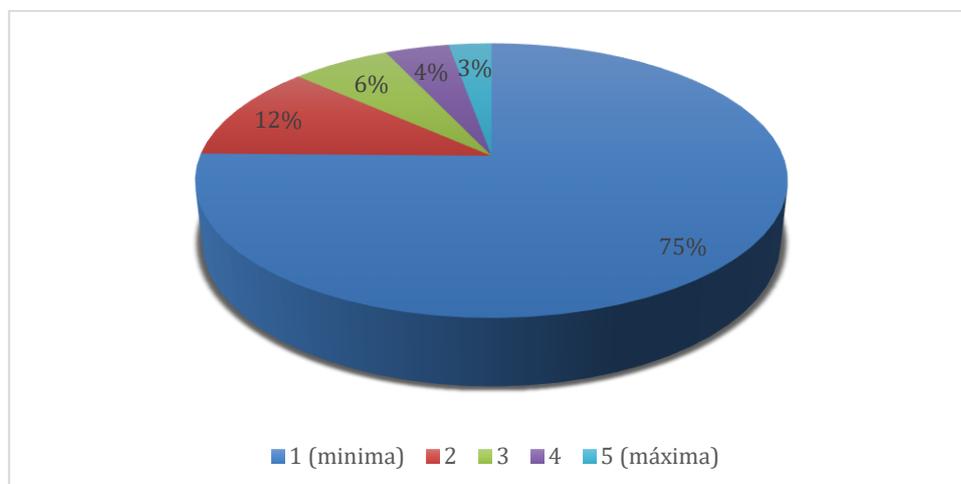
9. ¿Qué tipo de problemas ha tenido al momento de contratar personal para prestar servicios en su hogar?

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personal no capacitado	271	37,74%
Precios elevados	58	8,08%
Trabajos no garantizados	195	27,16%
Denuncia laboral	51	7,10%
Inseguridad, robos y desconfianza	143	19,92%
Total	718	100%



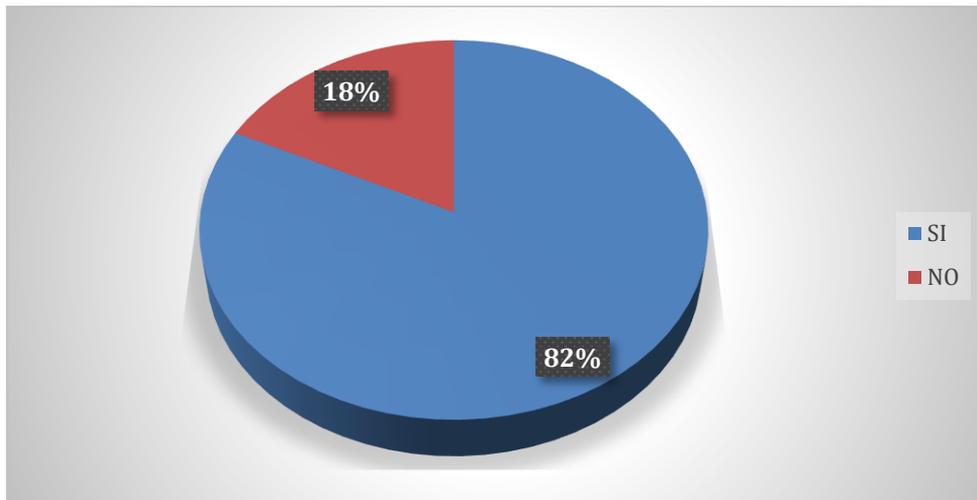
10. Seleccione el nivel de satisfacción de los servicios que Ud ha contratado para su hogar (1 mínima satisfacción - 5 máxima satisfacción)

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
1 (mínima)	271	75,28%
2	41	11,39%
3	23	6,39%
4	15	4,17%
5 (máxima)	10	2,78%
Total	360	100%



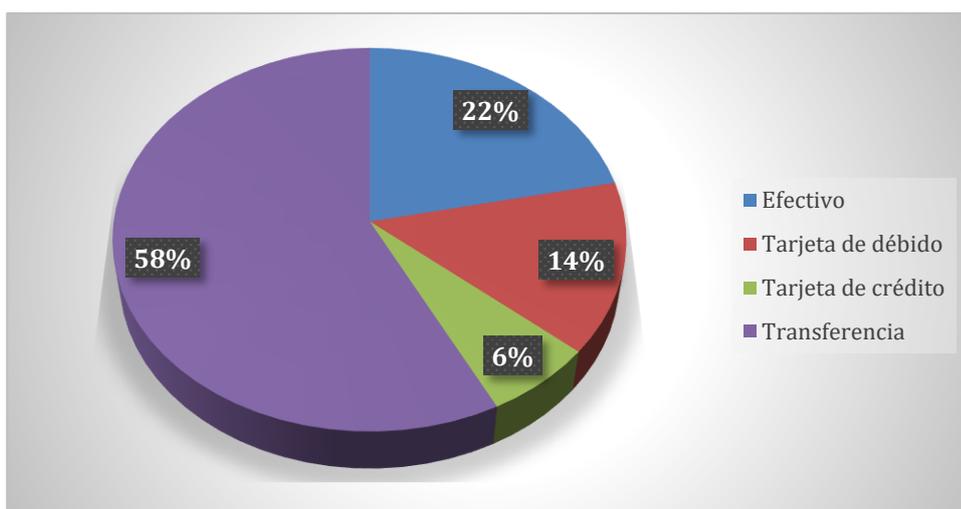
11. ¿Desearía Usted que en la ciudad de Latacunga exista una empresa que oferte multiservicios para su hogar?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
SI	296	82,22%
NO	64	17,78%
Total	360	100%



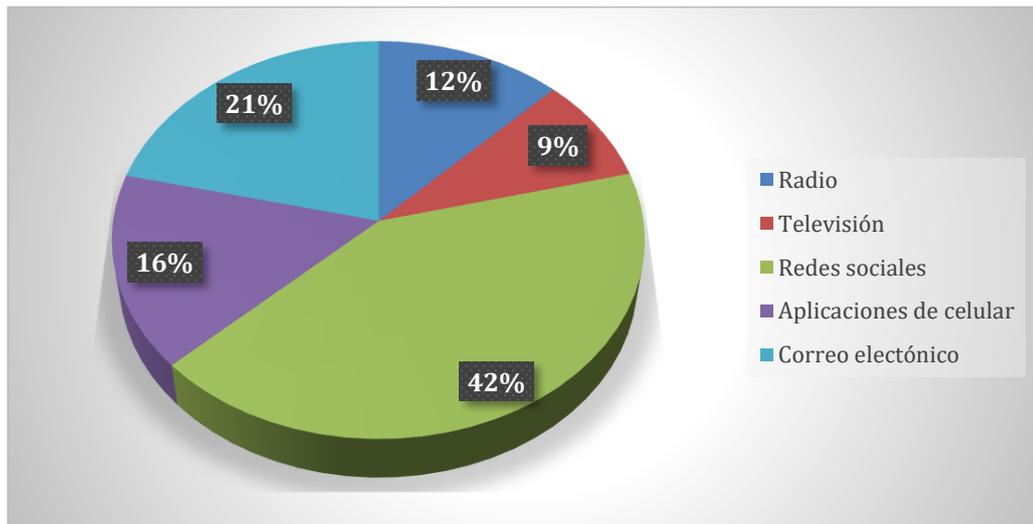
12. ¿Cuál es el medio de pago más cómodo y descomplicado para Usted?

Opciones	Personas	Porcentaje
Efectivo	78	21,67%
Tarjeta de débito	52	14,44%
Tarjeta de crédito	23	6,39%
Transferencia	207	57,50%
Total	360	100%



13. ¿Mediante qué canal de comunicación le gustaría recibir información sobre la empresa de multiservicios?

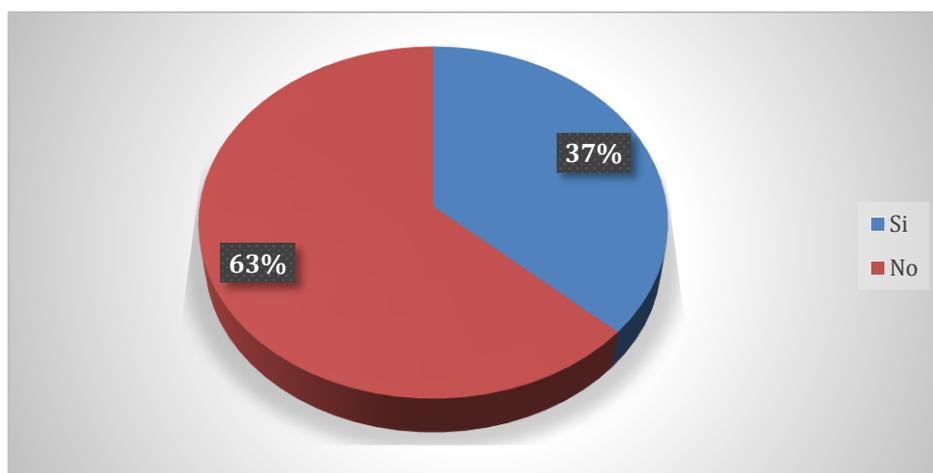
OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	73	12,39%
Televisión	51	8,66%
Redes sociales	247	41,94%
Aplicaciones de celular	93	15,79%
Correo electrónico	125	21,22%
Total	589	100%



Tablas y gráficos de la encuesta aplica a las Empresas

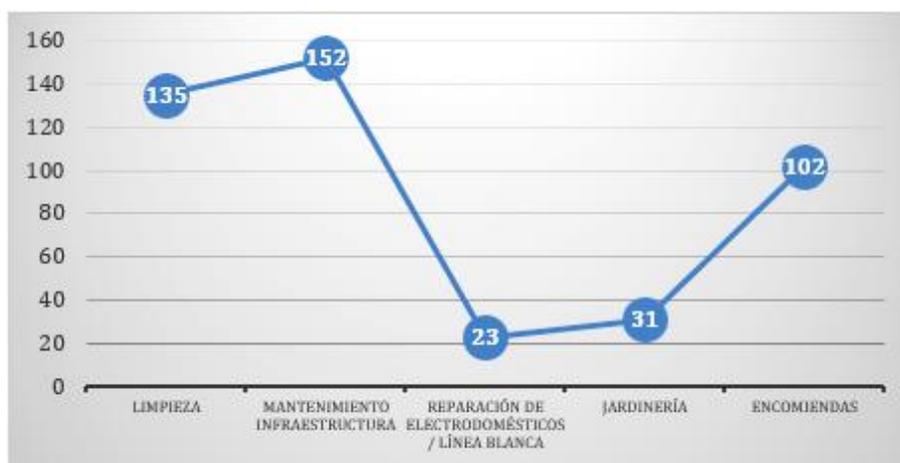
1. ¿Conoce de empresas que ofrezcan multiservicios (limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de equipo de oficina y encomiendas) para oficinas en la ciudad de Latacunga?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	36,76%
No	43	63,24%
Total	68	100%



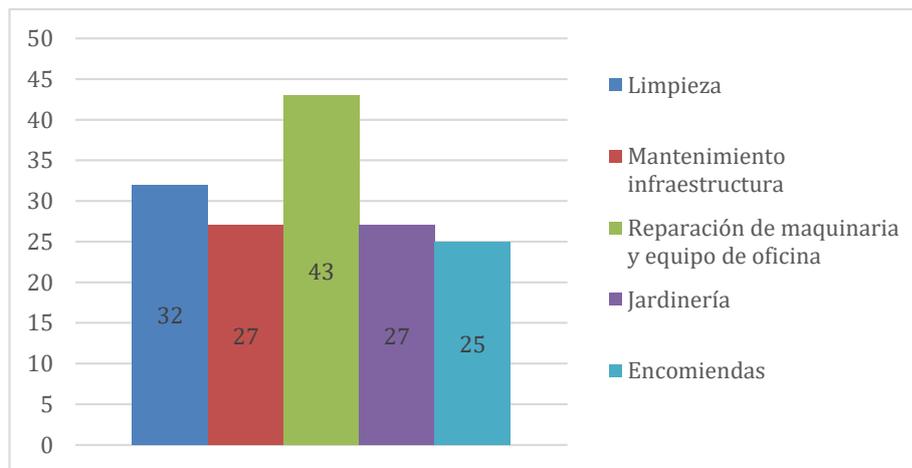
2. Seleccione ¿Qué tipo de servicio necesitaría recibir en su empresa?

Opciones	Frecuencia
Limpieza	135
Mantenimiento infraestructura	152
Reparación de electrodomésticos / línea blanca	23
Jardinería	31
Encomiendas	102
Total	443



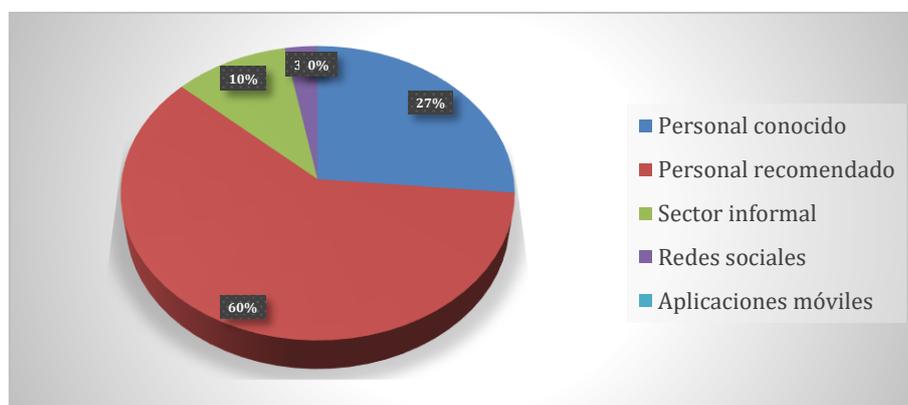
3. ¿Con qué frecuencia Usted requiere servicios de apoyo en su empresa?
 Nota: Seleccione con una X la celda que corresponda a la frecuencia y al tipo de servicio que requiera.

Opciones	Respuestas	Porcentaje
Limpieza	32	20,78%
Mantenimiento infraestructura	27	17,53%
Reparación de maquinaria y equipo de oficina	43	27,92%
Jardinería	27	17,53%
Encomiendas	25	16,23%
Total	154	100%



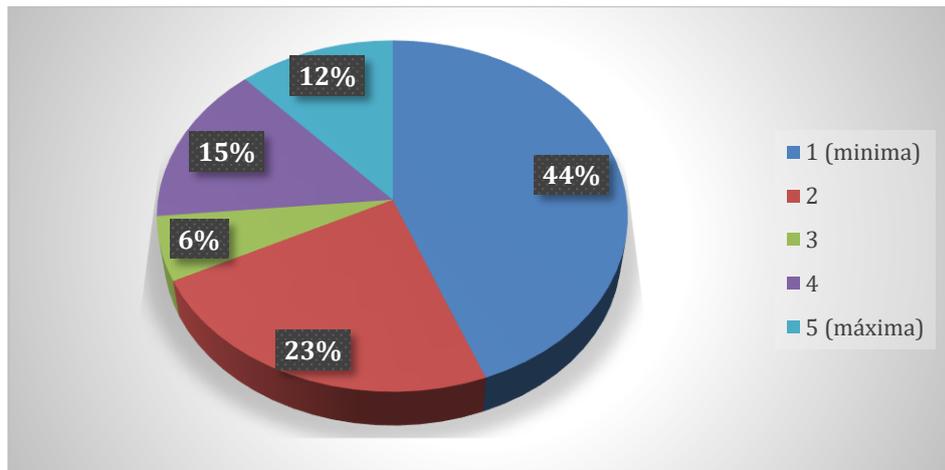
4. Seleccione una respuesta, cuando ha requerido servicios (limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de equipo de oficina, jardinería y encomiendas) para su empresa. ¿Cómo lo ha contratado?

OPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personal conocido	18	26,47%
Personal recomendado	41	60,29%
Sector informal	7	10,29%
Redes sociales	2	2,94%
Aplicaciones móviles	0	0,00%
Total	68	100%



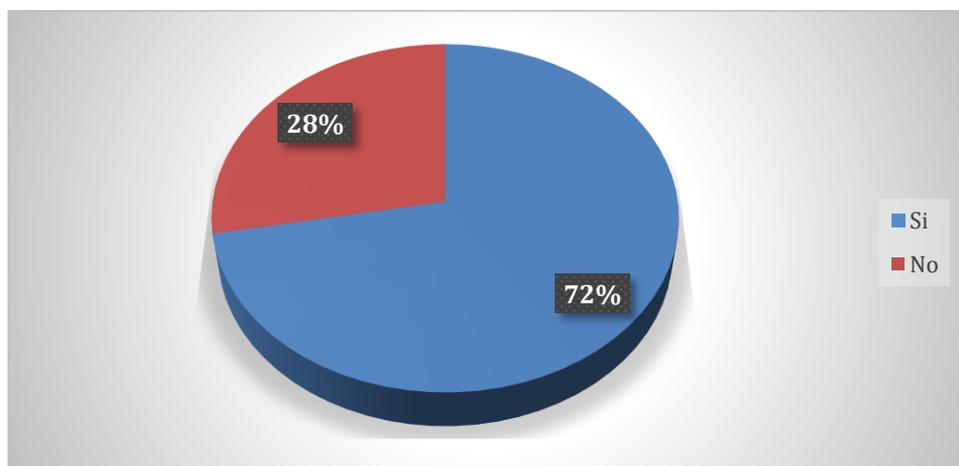
5. Seleccione el nivel de satisfacción de los servicios que Usted ha contratado para su empresa (5 máxima satisfacción - 1 mínima satisfacción)

Nivel de satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
1 (mínima)	30	44,12%
2	16	23,53%
3	4	5,88%
4	10	14,71%
5 (máxima)	8	11,76%
Total	68	100%



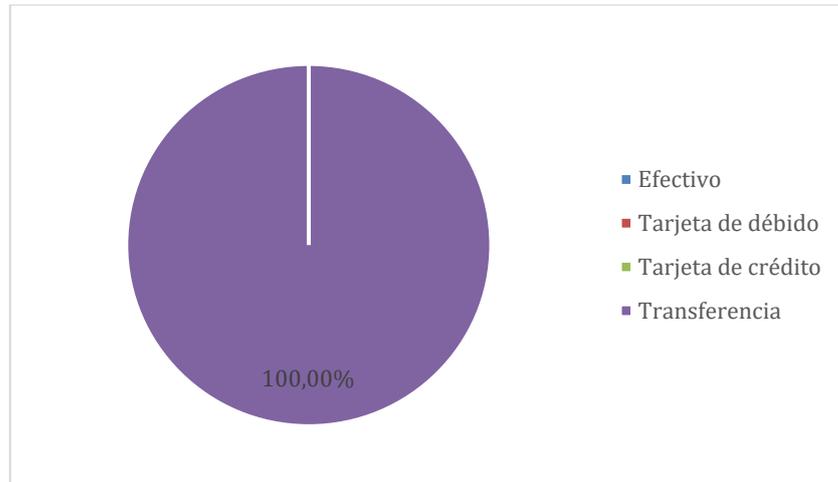
6. ¿Desearía Usted que en la ciudad de Latacunga exista una empresa que oferte multiservicios (limpieza, mantenimiento de infraestructura, reparación de equipo de oficina, jardinería y encomiendas) para su oficina?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	49	72,06%
No	19	27,94%
Total	68	100%



7. ¿Cuál es el medio de pago más cómodo y menos complicado para Usted?

Opciones	Personas	Porcentaje
Efectivo	0	0,00%
Tarjeta de débito	0	0,00%
Tarjeta de crédito	0	0,00%
Transferencia	68	100,00%
Total	68	100%



8. ¿Mediante qué canal de comunicación le gustaría recibir información sobre la empresa de multiservicios?

OPCION	FRECUENCIA
Radio	2
Televisión	4
Redes sociales	68
Aplicaciones de celular	42
Correo electrónico	25
Total	141

