



**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA EN
QUITO CON LA BASE ESTRUCTURA CANVAS.**

MARÍA AUGUSTA MORILLO SARMIENTO

Director
MSc. Christian Carvajal

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional
Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 15 septiembre de 2024

DEDICATORIA

Dedico con todo mi amor y corazón mi tesis: A Dios ya que me ha dado la inteligencia y capacidad para lograr todo lo que me propuse, a la vez me agradezco a mí por seguir adelante, por ser valiente, amorosa, dedicada, sanadora, responsable y perseverante, a mi esposo y a mis hijos que estuvieron a mi lado brindándome el apoyo y la fortaleza para no rendirme, son mi pilar fundamental, siempre creen en mí, a mis Padres por siempre estar a mi lado dándome ejemplo de superación, humildad, sacrificio y por su apoyo incondicional, a mi hermano y a mis sobrinas y a mi hermana que es de corazón por siempre brindarme su ayuda en todo lo que he necesitado y darme la valentía para seguir, al Instituto Tecnológico Internacional Universitario, a mis profesores y a mí tutor que han sido una guía constante para mi aprendizaje y enseñanza, por ayudarme a lograr la culminación de mi carrera universitaria. A mis amigos y familiares por creer en mí y alegrarse de mis logros.

AGRADECIMIENTO

Antes que nada, quiero agradecer a Dios por darme salud, a mis padres por darme la vida, por ser ejemplo de vida por sus valores, por sus principios por darme una infancia, adolescencia y juventud plena y feliz por su guía y educación que con mucho sacrificio lograron darme.

Gracias por estar presente a mi esposo y a mis hijos en esta importante etapa de mi vida y en todo momento, ofreciéndome siempre lo mejor, comprendiendo los tiempos de estrés, cansancio, miedos y también por compartir mis logros y hacerlos nuestros. Dios le pague por ser parte de mi felicidad de mi alegría, en ustedes encuentro lo mejor y siempre quiero dar mi mejor versión en todo para ustedes.

Este logro es uno de mis sueños y anhelos cumplidos, lo logramos gracias por todo Familia, Docentes y Amigos.

AUTORÍA

Yo, María Augusta Morillo Sarmiento autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

María Augusta Morillo Sarmiento

D.M. Quito, 15 septiembre de 2024

MS.c Christian Carvajal.

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Christian Carvajal.

D.M. 15 septiembre de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. María Augusta Morillo Sarmiento por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. – La Srta. María Augusta Morillo Sarmiento, realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto integrador para la creación de una empresa de limpieza en quito con la base estructura canvas”**. para optar por el título de, Tecnóloga en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Christian Carvajal**.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. María Augusta Morillo Sarmiento, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto integrador para la creación de una empresa de limpieza en quito con la base estructura canvas”**., y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MS.c Christian Carvajal

María Augusta Morillo Sarmiento

D.M. Quito, 15 septiembre de 2024

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN	16
CAPÍTULO I	18
Nombre del proyecto	18
Marco contextual – Antecedentes.....	18
Análisis de involucrados.....	20
Problema de investigación.....	21
Idea a defender.....	22
Objeto de estudio y campo de acción	23
Objeto de estudio	23
Campo de Acción	23
Justificación	23
Objetivo General.....	24
Objetivos Específicos	24
CAPÍTULO II.....	25
MARCO TEÓRICO	25
Qué es empresa	25
Características de la empresa.....	25

Elementos constitutivos de una empresa	27
Clarificación de los tipos de empresas.....	29
Tipos de empresas.....	29
Limpieza	33
Tipos de limpieza.....	34
Materiales de limpieza.....	35
Procesos de empresas de limpieza.....	35
Modelo estructural de CANVAS.....	36
Estructura del modelo de CANVAS.....	37
Módulos del Modelo Canva.....	38
Beneficios del uso del Modelo Canvas.....	46
CAPÍTULO III.....	47
INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA	47
Antecedentes diagnósticos.....	47
Tipos de investigación	48
Exploratoria:	48
Descriptiva:.....	48
Metodología de investigación.....	48
Cuantitativo:	49

	10
Cualitativa:.....	49
Deductivo:.....	49
Población y muestra.....	51
Población	51
Muestra	51
Indicadores.....	53
Información primaria.....	53
Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados.....	53
Síntesis del capítulo	65
CAPÍTULO IV	66
ANÁLISIS FINANCIERO	66
Objetivo de la inversión.....	66
Elementos de la inversión.....	66
Estructura de la inversión	67
Estados financieros	67
<i>Inversión total</i>	67
<i>Balance General Inicial</i>	69
<i>Ingresos proyectados</i>	70
Flujo de caja.....	71

Punto de equilibrio ventas (PE).....	75
REFERENCIAS	78
ANEXOS	82
Anexo 1: Formato de la encuesta.....	82
Anexo 2. Aplicación	82

Índice de tablas

Tabla 1. Análisis de involucrados.....	20
Tabla 2. Problema de investigación.....	21
Tabla 3. Elementos de una empresa	27
Tabla 4. Tipos de empresas	29
Tabla 5. Tipos de limpieza.....	34
Tabla 6. Lienzo modelo CANVAS.....	37
Tabla 7. Pregunta 1 de la encuesta.....	53
Tabla 8. Pregunta 2 de la encuesta.....	54
Tabla 9. Pregunta 1	55
Tabla 10. Pregunta 2	56
Tabla 11. Pregunta 3	57
Tabla 12. Pregunta 4	58
Tabla 13. Pregunta 5	59
Tabla 14. Pregunta 6	60
Tabla 15. Pregunta 7	61
Tabla 16. Pregunta 8	62
Tabla 17. Pregunta 9	63
Tabla 18. Pregunta 10	64
Tabla 19. Estructura inicial de la inversión	68
Tabla 20. Financiamiento de la inversión.....	68
Tabla 21. Inversión fija.....	68
Tabla 22. Inversión diferida.....	69

Tabla 23. Capital de trabajo.....	69
Tabla 24. Balance General Inicial	69
Tabla 25. Servicio recurrente.....	70
Tabla 26. Servicio Bussines PRO.....	71
Tabla 27. Flujo de Caja proyectado.....	71
Tabla 28. Cálculo del VAN, TIR, PRI y TMAR.....	72
Tabla 29. TMAR.....	73
Tabla 30. Cálculo del PRI.....	73
Tabla 31. Cálculo del VAN.	74
Tabla 32. Cálculo del TIR	74
Tabla 33. Cálculo del PE.....	75

Índice de figuras

Figura 1. Segmentos del mercado.....	38
Figura 2. Propuesta de valor	39
Figura 3. Estructura de propuesta de valor	40
Figura 4. Canales	41
Figura 5. Relación con los clientes.....	41
Figura 6. Flujo de ingresos / fuentes de ingresos.....	42
Figura 7. Recursos clave.....	43
Figura 8. Actividad clave.....	43
Figura 9. Aliados clave	44
Figura 10. Estructura de costos.....	45
Figura 11. Género	53
Figura 12. Edad.....	54
Figura 13. Resultado primera pregunta	55
Figura 14. Resultado segunda pregunta.....	56
Figura 15. Resultado tercera pregunta	57
Figura 16. Resultado cuarta pregunta de la encuesta.....	58
Figura 17. Resultado quinta pregunta.....	59
Figura 18. Resultado sexta pregunta.....	60
Figura 19. Resultado séptima pregunta	61
Figura 20. Resultado octava pregunta	62
Figura 21. Resultado novena pregunta	63
Figura 22. Resultado decima pregunta	64

Figura 23. Punto de equilibrio 76

“Proyecto integrador para la creación de una empresa de limpieza en Quito con la base estructura canvas”.

María Augusta Morillo Sarmiento

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 15 de septiembre 2024

RESUMEN

El presente proyecto investigativo posee como objetivo brindar un servicio de calidad y excelencia en los hogares y en las Empresas PYMES, de la ciudad de Quito, logrando generar un confort en el cliente al momento de solicitar y ya palpar el servicio especializado de limpieza, ya que en la actualidad contar con una empresa confiable de limpieza de hogares y oficinas es un elemento esencial para las familias y los empresarios, tomando en cuenta las necesidades de aseo, limpieza y desinfección de los ambientes donde se desarrollan sus actividades diarias. Los tipos de investigación son la exploratoria, descriptiva, con una metodología cuantitativa y cualitativa, a la vez de deductiva, analítica – sintética, con la técnica de la observación y la encuesta, dando como resultado la identificación de sus fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, por otra parte, se emplea la cuantitativa, ya que se aplicó las encuestas a los clientes donde se conoció la opinión que tiene cada uno de la empresa, los que se tabularon y presentaron con representaciones gráficas y su respectivo análisis, concluyendo que se obtuvo que el servicio que ofrece la empresa es excelente con un 83% y de igual manera es de gran calidad presentando precios accesibles y personal de confianza en donde los clientes tienen la confianza de dejar sus casas, oficinas o empresas para que realicen su trabajo.

Palabras clave: Inversión, implementación, factibilidad, creación de una empresa,
Canvas.

CAPÍTULO I

Nombre del proyecto

PROYECTO INTEGRADOR PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LIMPIEZA EN QUITO CON LA BASE ESTRUCTURA CANVAS.

Marco contextual – Antecedentes

La Empresa “Que Pro Limpieza” fue creada en el año 2020, es una empresa ecuatoriana que se incorpora en el mercado como una compañía de Limpieza Empresarial a Nivel Nacional con los más altos estándares de calidad de servicio, productividad y resultados orientados a la satisfacción de los clientes. Este modelo de negocio está enfocado en la prestación de servicios de Limpieza, la misma que se está implementando en la ciudad de Quito Provincia de Pichincha Sector Norte – Carcelén con aproximadamente 26.000 habitantes, según (CENSO 2023).

Contamos con un espacio de 80m², 1 CEO que también hace las veces de Administrador, 1 vendedor, 1 contador, 1 diseñador gráfico, 1 supervisor, y 4 cómplices de limpieza; buscando cubrir la demanda de aquellos hogares que, aprovechando la inclusión de la mujer en el ámbito laboral, la misma que a parte de sus obligaciones laborales y tomando en consideración el rol de ama, debe llegar a casa a realizar las tareas domésticas para mantener su hogar limpio, ordenado y bien cuidado.

Que Pro se creó con la idea de un proyecto social generando empleo directo a más de 2000 personas, creando así una cadena de valor inmensa. Ayudando a madres emprendedoras que desean ganar dinero para sus familias en el tiempo que ellas lo

deseen y a la vez mejorando la calidad de vida en conjunto de las mujeres profesionales y emprendedoras.

De ahí surge la necesidad de una empresa de Limpieza que va directamente a las instalaciones u oficina ofreciendo un sistema de trabajo sistemático y organizado que satisfaga las necesidades de cada uno de nuestros clientes manteniendo ambientes confortables, limpios, desinfectados, organizados, aseados, para lograrlo nuestras cómplices de limpieza cuenta con un kit de limpieza que incluye: un bolso grande, aspiradora, escoba, mopas, espátulas, guantes, pañitos para cocina y baño, insumos de limpieza de excelente calidad y que no dañan el medio ambiente y nos facilita y ahorra el tiempo de limpieza. Permittiéndonos ayudar y brindar un bienestar a las amas de casa y a dueños de oficinas que requieren de una atención personalizada y un servicio innovador y de excelencia. caracterizando por tener un equipo humano con excelentes valores, como la honradez, honestidad, lealtad, puntualidad y respeto por su trabajo, por la familia y por la empresa.

La eficiencia, calidad de servicio, seguridad, confianza y garantía de nuestro servicio de limpieza juega un papel sumamente importante al momento de mejora continua de nuestros servicios expresados por la satisfacción de nuestros usuarios y como resultado su lealtad y referencial del servicio generando lograr uno de los métodos tradicionales de marketing que es el “Boca a Boca”.

Es por ello que incorporamos en Slogan de “Limpiamos por ti, mientras tú haces lo más te gusta”. Frase que la utilizamos para poder tener una venta efectiva y promocionar nuestro servicio por Redes Sociales.

La limpieza es una necesidad básica tanto para los hogares como para las empresas que desarrollan sus actividades en lugares donde el ruido visual, el aseo, la higiene permita a cada uno de los integrantes sentirse a gusto y se pueda generar mayor productividad y buen desempeño laboral.

Para ampliar el panorama empresarial en este rubro de negocio es necesario analizar la competencia de compañía similares que también se encuentran en el mercado, conocer sus estrategias, sus fortalezas, debilidades, precios, nicho de mercado o potenciales clientes y plasmar mis ideas de valor agregado para generar nuevas experiencias, atención personalizada con seguimiento de calidad y poder llegar a la fidelización del cliente.

Análisis de involucrados

Tabla 1.

Análisis de involucrados

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS GRUPOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS (recursos que aporten y mandatos son leyes, normas a seguir)
Clientes	Precios	Competencia Precios Baja calidad	Calidad Servicio Capacitación
Dueños	Seguimiento	Supervisión del servicio	Llamados de atención por incumplimiento
Trabajadores	Comprometidos Cuidar la seguridad de la empresa Personas confiables	Poca Responsabilidad	Llamados de atención
Competencia	Seguridad	Robos	Garantía reembolso por perdida

Proveedores	Precios	Calidad de Productos	Nuevos Proveedores Tiempo
-------------	---------	----------------------	------------------------------

Nota: tabla de análisis de involucrados

Problema de investigación

Tabla 2.

Problema de investigación

CAUSAS →	DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	CONSECUENCIAS
Entorno y cuidado personal de las cómplices de limpieza. Desconfianza del personal al entrar a sus hogares o instalaciones. Servicio de mala calidad. Productos Malos. Calidad y trato. Presentación del personal de Limpieza.	Contar con una empresa de Limpieza que tenga con un sistema de trabajo sistemático y organizado que satisfaga las necesidades de cada uno de nuestros clientes tanto es su hogar como en sus oficinas manteniendo ambientes confortables, limpios, desinfectados, organizados, aseados	No renovación de contrato. No volverán a pedir el servicio. No darán referencias del servicio. Devolución de dinero. Cambio de empresa. Desempleo.
	↑	
	INDICADORES	
	Mejorar y dar realce empresarial con los más los estándares de servicio, calidad, seguridad y competitividad. Capacitación constante de las cómplices de limpieza. Proponer un cambio cultural dando a conocer que existen servicios nuevos e innovadores.	

Nota: tabla problema de investigación

¿Cómo contratar una empresa de Limpieza que satisfaga las necesidades de Aseo, atención, calidad y seguridad?

Actualmente la cultura ecuatoriana aún no logra romper algunos paradigmas referentes a cambios, nuevos procesos, nuevos programas sistematizados, nuevas ideas para generar empleo y dinero es por ello que al momento de introducir en el mercado nuestra Empresa surgieron algunas dudas por parte de los clientes o prospectos, sin embargo nuestro proyecto integrador nos ha permitido ir haciendo mejoras en la marcha, implementando nuevos servicios, tomando recomendaciones, adaptándonos a los horarios de nuestros clientes, tomándonos el tiempo de visitar todas las instalaciones, empresas y hogares al que estamos brindando el servicio y de manera conjunto supervisamos las labores de nuestras cómplices y a la vez generamos ese vínculo de empatía con nuestros clientes; logrando así un tridente y un grupo de trabajo que se encamina en la excelencia del servicio.

Idea a defender

Mediante la implementación de PROYECTO INTEGRADOR PARA LA FORMACIÓN DE EMPRESA DE LIMPIEZA “QUE PRO!”, las empresas Pymes y los hogares de la Ciudad de Quito, pueden contar con una Empresa de Limpieza innovadora que realmente se adapte a todas las necesidades de cada uno de sus clientes; los mismos que están teniendo una experiencia de sentir y ver que su entorno y que la inversión que están haciendo al contratar nuestro servicio de limpieza le garantice excelencia en: calidad, servicio, precio, bienestar, buen trato, realce empresarial, buena presencia, calidad humana y seguridad.

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto de estudio

Se busca solventar y solucionar las necesidades, problemas, y conflictos que tienen actualmente las empresas PYMES y los hogares con sus actuales proveedores de servicio de Limpieza o con personal que trabaja independientemente.

Campo de Acción

El servicio de limpieza se lleva a cabo en Empresas PYMES y hogares de la ciudad de Quito, con la incursión de Que Pro Limpieza el usuario o cliente tendrá la seguridad de obtener muchos beneficios y buenos resultados en aseo, higiene, calidad en productos y servicio.

Justificación

En la actualidad contar con una empresa confiable de limpieza de hogares y oficinas es un elemento esencial para las familias y los empresarios, tomando en cuenta las necesidades de aseo, limpieza y desinfección de los ambientes donde se desarrollan sus actividades diarias.

Una cómplice de limpieza capacitada dará a nuestros clientes confianza y seguridad, que obtendrá un servicio de calidad y excelencia; visualizando su entorno limpio, ordenado, organizado, desinfectado y con un aroma agradable generando un ambiente de armonía en su hogar y mejor productividad en su empresa.

Las familias y los trabajadores son más felices estando en ambientes agradables y limpios, logrando desarrollan sus aptitudes y habilidades asertivamente y ser más productivos; al contar con un agregado de valor (Aromas Relajantes en Liquido) los colaboradores de la Organización pueden controlar altos niveles de

estrés ya que gracias a nuestras esencias ambientales estarán en un ambiente relajante. En las familias este aroma también tiene beneficios como el descanso reparador permitiéndonos ser más activos al día siguiente.

Para nuestros clientes contar con el personal idóneo en su hogar u oficina dará el realce social y empresarial, es por ello que realizamos una selección de personal minuciosa y logramos que se acolen a nuestro sistema de trabajo permitiendo que vean la oportunidad de ofrecer siempre un valor agregado a la más mínima oportunidad. El fortalecimiento humano es constante para todas nuestras cómplices de limpieza logrando un trabajo estratégico logrando mejorar la experiencia, el servicio y los precios de nuestros competidores.

Objetivo General

Evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de la creación de una empresa de limpieza en la ciudad de Quito, por medio de la aplicación del modelo de negocio Canvas, para la determinación potencial de éxito dentro del mercado local.

Objetivos Específicos

- Identificar las principales tendencias del mercado y las diversas necesidades insatisfechas de los clientes en el segmento seleccionado.
- Calcular el punto de equilibrio, la tasa interna de retorno (TIR) y el valor presente neto (VPN) del proyecto de la empresa en un horizonte de tiempo de cinco años.
- Establecer un análisis de sensibilidad para la evaluación del impacto de diferentes escenarios económicos en la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Qué es empresa

Una empresa es una organización la cual puede dedicarse en la producción de los servicios o de los bienes los cuales satisfacen las diversas necesidades de los clientes y a la vez permiten la obtención de las ganancias, este va a ir combinando los recursos personales, maquinarias, tecnología y las capitales para que transforme la materia prima en el producto o para que se preste los servicios correctos dentro de los consumidores.

Por otra parte (Quintana y Carmen, 2021) mencionan que empresa es cualquier entidad operativa que posee la finalidad de ejecutar actividades económicas en maneras organizadas para poder obtener remuneraciones, aquí intervienen con una o más personas que según las calificaciones realizan determinados trabajos, para satisfacer las múltiples necesidades de la clientela.

Por ende, se comprende que las empresas son todas las entidades que se van realizando esta sea personal o de forma grupal, estas pueden ser grandes, medianas, micro o pequeñas dependiendo de la ocupación que se las quiera dar, así poder satisfacer a los clientes de diversos índoles.

Características de la empresa

Las características que debe de poseer una empresa son las siguientes según (Tapia, 2022) las menciona a continuación:

- **Objetivos de lucro:** Todas las empresas buscan obtener diversos beneficios económicos por medio de la venta de los servicios o de los productos.

- **Estructuras organizativas:** La empresa poseen estructuras definidas con diversos departamentos como son el de marketing, las producciones, finanza, entre otros y el rol asignado a cada empleado.
- **Relación con los entornos:** La empresa interactúa con múltiples actores como es el proveedor, cliente, competidor, los gobiernos y las sociedades en general.
- **Ciclos de vida:** La empresa va desde que nace, crece, madura y puede llegar a desaparecerse.

Como explica el anterior autor las empresas poseen diversas características las cuales se basan a que poseen un gran ciclo de vida desde que se piensa el negocio hasta que crece o desaparece dependiendo de los movimientos que se realicen, siempre que posean metas y propósitos similares para que lleguen a un mismo objetivo, a la vez que las estructuras organizativas son fundamentales.

Por otra parte, según (Figuroa, 2019) a continuación se mencionan que son las siguientes:

- **Satisfacen necesidades:** Los principales motivos de las empresas son cubrir las demandas, porque es la razón de la creación y de sus constantes funcionamientos por medio del tiempo.
- **Buscar beneficios económicos:** La empresa se caracteriza porque se persigue beneficios económicos por medio de los servicios o de los productos que se ofrece a los mercados.

- **Poseer recursos humanos:** Todas las organizaciones poseen diversos conjuntos de empleados para que se lleve a cabo las actividades.
- **Disponer de capital:** La empresa cuenta con el recurso financiero y bienes físicos que son usados para el financiamiento y posibilidades de sus operaciones.
- **Variedades de perfiles profesionales:** Una empresa posee diversas figuras para que esta funcione adecuadamente, en donde existen diversos puestos de trabajo.
- **Equipos de trabajo:** Las empresas están condicionadas por las eficacias de los trabajos en equipo. Si los múltiples profesionales que compone las organizaciones que no trabajan en conjunto.

Elementos constitutivos de una empresa

Los elementos que constituyen las empresas se basan a los procesos de transformaciones y creaciones de los productos que se deben combinar, según (Caron y Markusen, 2020) mencionan que son los siguientes elementos:

Tabla 3.

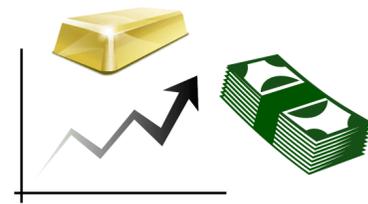
Elementos de una empresa

Elemento	Definición	Imagen
Recursos humanos	Representan a todos los individuos que laboran en las diversas áreas de las empresas. Los empleados están distribuidos en niveles de jerarquía compuestos por el cargo	

o puesto de trabajo, donde cada uno de estos poseen requisitos sociales, psicológicos y técnicos, que son específicos y está relacionado con las funciones que la desempeña en la empresa.

**Recursos
Financieros**

Representan el dinero con el que cuenta las empresas para poderse financiar los gastos. Este recurso corresponde a los aportes iniciales de los socios, a la venta generada por la empresa, y a la vez los créditos que se otorgan dentro de los mercados financieros y de la capital.



Tecnología

Representan el proceso productivo seleccionado por las empresas para la elaboración de los bienes, y todos los elementos que se usan para sus fabricaciones o a la vez para promocionarse.



Administración

Representan los procesos que se combinan eficientemente con los recursos de las empresas, realizando sus cuatro funciones que resultan ser las básicas que



son las planificaciones,
organizaciones, direcciones y los
controles.

Nota: La tabla anterior muestra los elementos constitutivos de una empresa.

Clarificación de los tipos de empresas

Una empresa puede agrupar diversos acuerdos en las series de elementos que sean comunes estos se pueden basar a lo siguiente:

- Criterios económicos.
- Según los giros o actividades económicas.
- Según los orígenes de las capitales.
- Según los criterios jurídicos.
- Según los tamaños.
- Según los criterios geográficos.

Tipos de empresas

Los tipos de empresa se desglosan del contenido anterior según (Aldaz, 2020) las menciona a continuación:

Tabla 4.

Tipos de empresas

Criterio	Tipo de empresa	Definición
Según el criterio económico	Empresa del Sector Primario	Se dedica a la adquisición o extracción de los diversos bienes de la naturaleza de manera original.



Empresa del Sector Secundario

Corresponde a la empresa de transformación de insumos o de manufactura para las diversas fabricaciones de los bienes de consumo, intermedio o de capital.



Empresa del Sector Terciario

Corresponden a las diversas empresas que se dedican a las producciones de los múltiples servicios



Empresa del Sector Cuaternario

Especifican a las empresas que ofrece el servicio destinado a que se pueda cubrir los tiempos libres de que goza en manera creciente los empleados en países desarrollados.



Según su giro o
actividad
económica

Empresa industrial



Es aquella que produce los bienes por medio de transformaciones determinadas como materia prima o insumo en los productos físicos. Este es el caso de fábricas donde se realiza conversiones o transformaciones que permiten llegar a obtener resultados diferentes llamados productos.

Empresa de servicios industriales



Es aquella que se dedica a que se preste un servicio más o menos relacionado con las actividades fabriles o industriales.

Empresa comercial



Es una empresa donde se compra y se vende.

Empresa mixta o multiactiva

Es una empresa que a la vez produce bienes y presta servicios de algún tipo.

Empresa de servicio comunitario

Existen grandes gamas de empresas que realizan diversos servicios que satisfacen la necesidad de las comunidades y que no está ligado a las actividades industriales ni comerciales.

Según el origen del capital

Empresa privada

Es de la propiedad de particulares o personas naturales.

Empresa Pública

Empresa que pertenece al Estado.

Empresa Mixta



Corresponde a aquella empresa en que el capital es compartido entre el estado y personas particulares en algunas proporciones.

Nota: La tabla anterior muestra los tipos de empresas.

Limpieza

La acción de limpiar son los procesos de eliminación de las suciedades, los diversos residuos y de los distintos microorganismos de las superficies, objetos o de los múltiples espacios. Llegando a un estado en donde todo debe de encontrarse limpio sin ningún residuo, libres de suciedades y que esté completamente ordenado los espacios, esto está estrechamente vinculado con la higiene.

Según (Organización Mundial de la Salud, 2020) menciona que en la limpieza intervienen actividades que van eliminando los múltiples recursos orgánicos, inorgánicos o las suciedades que se encuentran en las superficies de los diversos dispositivos con el propósito principal de alcanzar que se deje de darse la condición que haría posible el incremento de los diferentes microorganismos, esto permite que los desinfectantes entren en contacto con el elemento requerido para que se acabe con estas bacterias.

Según él (Sistema Integrado de Gestión, 2020) la limpieza son las técnicas por medio de las cuales se obtienen las reducciones cuantitativas de las contaminaciones

orgánicas e inorgánicas visibles que se encuentran presentes de las áreas, equipos o materiales y que estos poseen los diversos propósitos:

- Reducción del número de los microorganismos que se encuentran presentes en los diversos objetos.
- Eliminación del resto de materia inorgánica y orgánica de los mismos.
- Favorecimiento del proceso de las desinfecciones y esterilizaciones.

Tipos de limpieza

A continuación, se detalla cuáles son los diversos tipos de limpieza según (Bioterio, 2023) son las siguientes:

Tabla 5.

Tipos de limpieza

Tipo de limpieza	Definición	Imagen
Limpieza doméstica	Hace mención a la limpieza que se hace en el hogar, donde se incluye el piso, pared, mueble, los baños, las cocinas, etc.	
Limpieza industrial	Abarcan las limpiezas de fábricas, oficinas, almacenes y de otros espacios que sean laborales.	

Limpieza personal Incluyen los cuidados de la higiene corporales, como lavarse las manos, bañarse y cepillarse los dientes.



Limpieza ambiental Se enfocan en las eliminaciones de los diversos residuos y las preservaciones de la naturaleza.



Nota. La tabla anterior muestra los tipos de limpieza.

Materiales de limpieza

Los productos de limpieza son sustancias químicas que se han diseñado para que se eliminen las suciedades y las diversas manchas que se puedan encontrar sobre diversos sitios, en donde se puede enlistar a los siguientes:

- **Jabones:** Para que se puedan limpiar los diversos tipos de limpieza como son las corporales o los diversos objetos.
- **Detergentes:** Los cuales son necesarios para eliminar las diversas superficies.
- **Desinfectantes:** Para que se puedan eliminar los gérmenes y bacterias.
- **Limpiador multiuso:** Para diversas superficies, así se puedan eliminar las diversas superficies.

Procesos de empresas de limpieza

Las diversas empresas de limpieza van a seguir múltiples procesos que se encuentren bien establecidos para que se pueda garantizar las calidades de los

servicios y las satisfacciones de sus clientes. Este proceso va variando según los tamaños de las empresas, los tipos de servicio que se ofreció y la necesidad específica de cada consumidor. No obstante, hay algunos pasos que son comunes y que suelen estar presentes en las diversas empresas de limpieza.

Los principales procesos de las empresas que se derivan de la empresa con los contactos iniciales y evaluaciones, donde se deben de pedir solicitudes de los servicios, las visitas a las instalaciones para que se evalué las necesidades particulares, los tamaños del área a limpiar, las frecuencias de los servicios y cualquier requerimiento especial. También de la elaboración de los presupuestos.

También se puede tener en cuenta las planificaciones y organizaciones, con la asignación de personal, las elaboraciones de los planes de limpieza, las reparaciones de los múltiples materiales, como son las herramientas y los productos, para así poder ejecutar los servicios, en donde se llega a los lugares, se realizan la limpieza, se hace inspecciones finales y se tienen seguimientos y comunicaciones, para la retroalimentación y mejorar siempre la limpieza, siempre y cuando se haga bien las facturaciones.

Modelo estructural de CANVAS

Son herramientas que se usan para el análisis y la creación de los diversos modelos de los negocios de manera abreviada. Estas se van visualizando de formas globales en los diversos lienzos divididos en el principal aspecto que va involucrando a los negocios y las diferentes giras en los entornos a las propuestas de los valores que se van ofreciendo.

A la vez se define al Modelo CANVAS, como los modelos visuales y estructurados en los que se pueden ordenar las diversas ideas en el momento que se va a contextualizarlo en la empresa a la que se va a aplicarse (Molina, 2021). Para finalizar, se dice que el modelo CANVAS es un instrumento para poder realizar un análisis de las estrategias de los nuevos modelos de negociación de manera simplificada, la que se usa para que se pueda pasar de ideas sueltas a proyectos y así crear los modelos empresariales. Los cuales se podrán modificarlos según se vayan generando las ideas nuevas.

Estructura del modelo de CANVAS

Los lienzos de los modelos de negocio son los lenguajes comunes para, visualizar, describir, modificar y evaluar el modelo de negocio. A continuación, se menciona los nueve modelos por los cuales está compuesto.

Tabla 6.

Lienzo modelo CANVAS

8. Aliados Clave	7. Diversas actividades Clave	2. Propuestas de Valor	4. Relaciones con los Clientes	1. Segmentos de Clientes
	6. Diferentes recursos Clave		3. Diferentes Canales	

9. Estructuras de los Costos	5. Estructuras de los Ingresos
-------------------------------------	---------------------------------------

Nota: Elaboración propia adaptada de (Expertemprende, 2019).

Módulos del Modelo Canva

Se detallan a continuación, cada uno de los módulos que intervienen en el modelo de CANVAS.

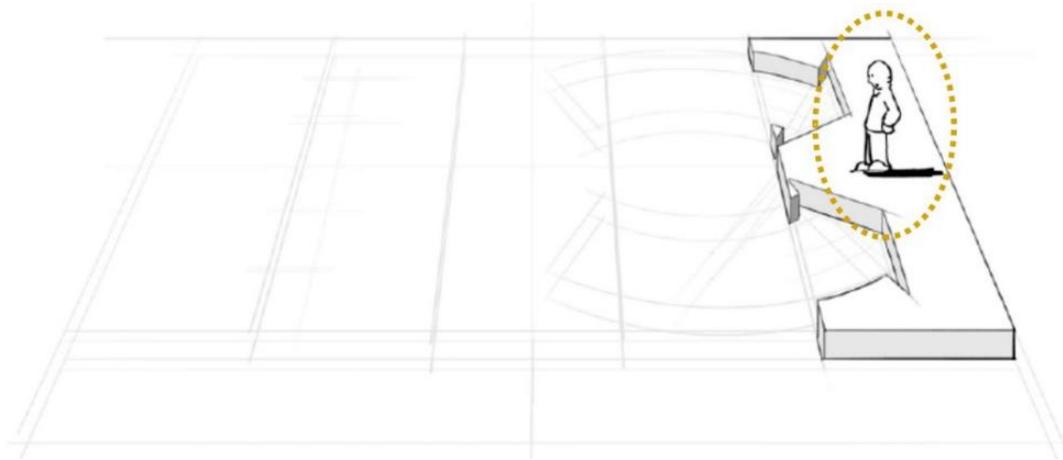
Segmentos de Mercado

En esta etapa los compradores son los objetivos hacia donde se van a dirigir los negocios. Estos pueden ser personales o poseer más grupos del cliente, pero discretamente diferenciados unos de otros, en donde se van a ir identificando con la necesidad que posea los mercados y los compradores. En donde el foco constantemente son los compradores y se debe de ubicar los productos a su necesidad y anhelo (Universidad del País Vasco, 2019).

Por lo cual, para alcanzar la detección de los compradores se deben de poner en su posición y se debe examinar las diversas sospechas, sabiendo como sienten, ven, escuchan, para así inconvenientes y los beneficios que se pueden dar al comercializar los diversos productos o servicios (Expertemprende, 2019).

Figura 1.

Segmentos del mercado



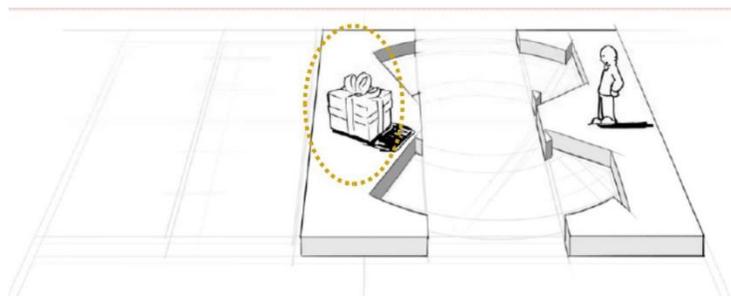
Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del Pais Vasco, 2019).

Propuesta de Valor

Se debe de tener en cuenta que, junto con los diversos objetivos, los clientes, se tienen que definirse qué se les van ofreciendo. Se puede contextualizar diferentes ofertas según las diversas agrupaciones de los clientes (Expertemprende, 2019). Estos módulos son las piezas clave de todos los modelos de comercio. La iniciativa de los costos o virtudes competitivas son las razones por los cuales los compradores van adquiriendo los servicios y no a otros. Aquí se van incluyendo lo cual les hacen distintos e innovadores a los servicios.

Figura 2.

Propuesta de valor



Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del Pais Vasco, 2019).

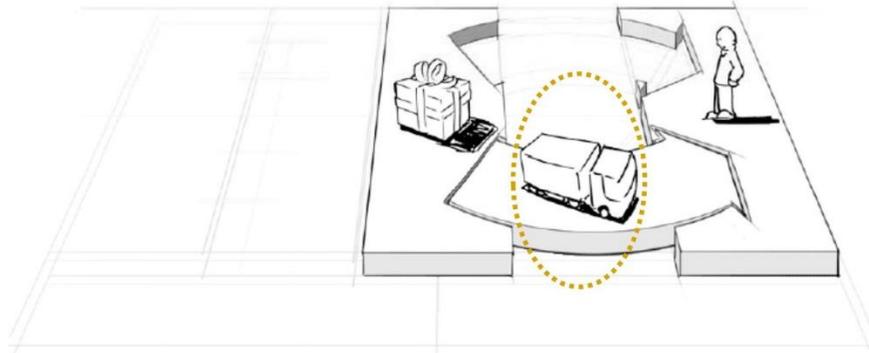
Figura 3.**Estructura de propuesta de valor**

Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del País Vasco, 2019).

Canales

Los canales son las diversas actividades que son fundamentales para poder proponer los productos que estén en los alcances de los consumidores que son las metas, que poseen como propósito la facilitación de las compras es redimensionando que estas son las estrategias que se va a utilizar para poseer diferentes contactos con los clientes y se puede llamar la atención, por medio de los módulos que se dan a conocer con propuestas de valor (Mestanza et al., 2020).

Teniendo en cuenta que una vez que se definió la iniciativa y los consumidores, haciendo énfasis en los costos que se ofrecen, se deben de llegar a ellos. Si desconocen, no va a solicitar los diferentes servicios, aquí se van a definir los canales de las reparticiones de los servicios.

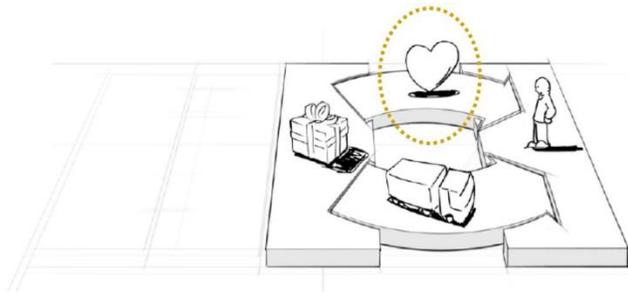
Figura 4.*Canales*

Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del País Vasco, 2019).

Relación con los clientes.

De acuerdo con (Osterwalder, 2020) las empresas deben de establecer los procesos, los protocolos y los estilos de comunicaciones que más les convengan a cada uno de los clientes. Estas relaciones pueden ser más personalizadas o menos. Estos quieren decir que se deben estar por medio de las comunicaciones de la forma correcta con los propios clientes y estar pendientes de ellos. Este es el eje central, por lo cual debe de saber las conceptualizaciones de las interacciones que se irá a poseer con cada uno de los segmentos mencionados, son primordiales para los triunfos de los comercios (Alvarez, 2020).

Figura 5.*Relación con los clientes*



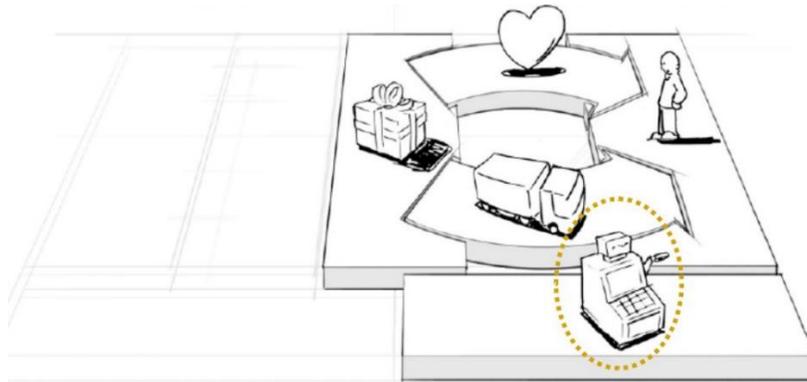
Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del País Vasco, 2019).

Flujo de ingresos / fuentes de ingresos.

Se debe de tener en cuenta el flujo de ingresos, para que el comercio sea más rentable y se pueda sobrevivir en los mercados, a la vez se debe de poseer diversos pensamientos de cómo se puede monetizar o como de va a adquirir las facturaciones (Collares, 2020).

Figura 6.

Flujo de ingresos / fuentes de ingresos



Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del País Vasco, 2019).

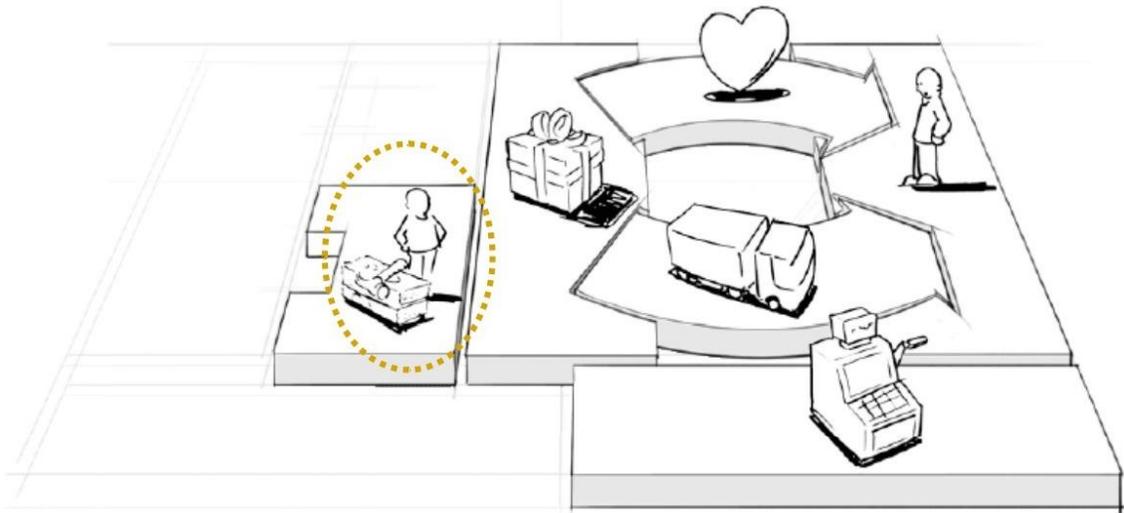
Recursos clave

Los recursos clave son muy importantes, ya que da a conocer los diversos recursos con los que se cuenta y con los que se debe de contar para la realización de las actividades del comercio, que son las claves en los momentos de comenzar los

proyectos de los nuevos negocios. En donde se debe de ser prudentes y cautos en los momentos de definir dichas herramientas. En donde se posee contante optimización, intentando lograr las máximas productividades que son viables a los mínimos costos.

Figura 7.

Recursos clave



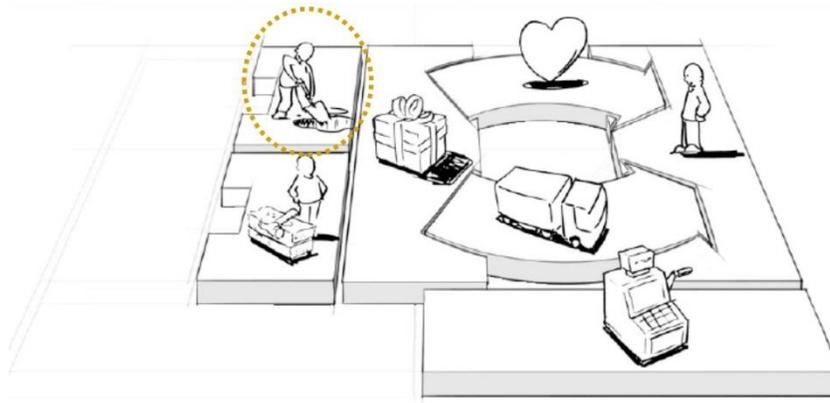
Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del País Vasco, 2019).

Actividades clave.

Las actividades clave, se las usa para la realización de las iniciativas de los costos que se desea dar a los propios consumidores, estos son primordiales haciendo énfasis a las ciertas ocupaciones que se utiliza para la elaboración de los productos anteriores a que lleguen a los mercados. Es decir, aquí lo que se piensa en el comercio digital (Lorente, 2020).

Figura 8.

Actividad clave



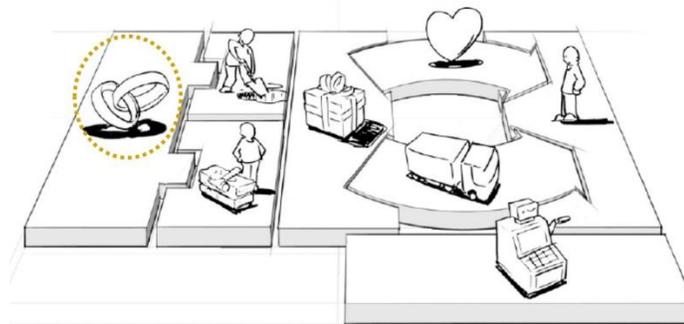
Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del Pais Vasco, 2019).

Aliados clave / Asociaciones clave.

Para la realización de los comercios digitales, es necesario poseer una serie de socios. Estas personas poseen las posibilidades de ser, es decir las secuencias de colaboradores o socios, los cuales van a poseer buenas redes de partners, el que posee la posibilidad de la contribución de llegar de manera eficaz más lejos de los compradores, deben de ser avalados por las famas y vivencias. En donde el proveedor, de estos van a otorgar las herramientas claves para el logro de poseer los servicios o productos finales (Alvarez, 2020).

Figura 9.

Aliados clave



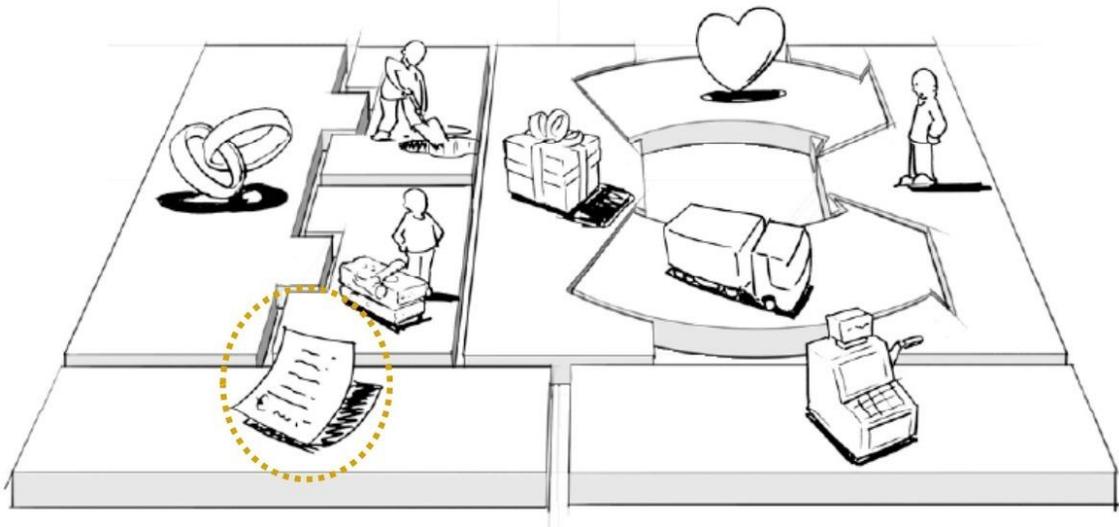
Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del Pais Vasco, 2019).

Estructura de costos

Las estructuras se basan a los trabajos de estos bloques de los Modelos CANVAS que consisten en las identificaciones, de al menos, el coste más alto, así como del coste fijo y de los variables, todos estos deben quedarse reflejados en estas casillas de los lienzos para así poseer una obtención final de las ideas de los negocios, los cuales pueden presentarse lo más definidos posibles, a partir de los cuales se puede rotar las búsquedas de los modelos de los negocios más rentables posibles (Expertemprende, 2019). Estas infraestructuras poseen un costo el cual se debe de optimizar y costear. Se deben de poseer ideas bien claras estas composiciones permitirán no desviarse del presupuesto y que los comercios fracasen por los diversos inconvenientes que se presenten en las financiaciones.

Figura 10.

Estructura de costos



Nota: La imagen anterior es adquirida de (Universidad del País Vasco, 2019).

Beneficios del uso del Modelo Canvas

Los beneficios principales del BMC están alrededor de los diferentes usos que se les puede dar al lienzo:

- Definición de modelos de negocios actuales y nuevos basados en el mercado.
- Demostración de viabilidad económica.
- Ejemplo visual para las personas involucradas en un proyecto el concepto global, su función y las interdependencias.
- Experticia: el hecho de que sea un modelo con más de 10 años permite una validación temporal en cualquier proyecto empresarial.

Estos beneficios aprueban su efectividad y brindan muchos patrones o enfoques para quienes van a llenarlo por primera vez.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA

Antecedentes diagnósticos

QuePro! Es una empresa ecuatoriana que se dedica a enlazar profesionales en el ámbito de la limpieza con clientes potenciales que necesitan un servicio, ya sea en su hogar, oficina o empresa. Fundada el 31 de enero de 2020. Que Pro! Se creó con la idea de un proyecto social para ayudar a miles de personas a conseguir trabajo, de una manera fácil, rápida, confiable y sobre todo que te permita disfrutar de tu tiempo, de tu familia y de tus ingresos (QuePro, 2024).

QuePro! es una de las mejores empresas de limpieza a domicilio por horas, cuentan con personal verificado, capacitado y entrenado, brindan la facilidad de elegir a tu cómplice de limpieza que irá a tu hogar mediante nuestra app y plataforma web. **SOMOS TU MEJOR ALIADO.**

Que Pro! Se creó con la idea de un proyecto social para ayudar a miles de mujeres ecuatorianas a conseguir trabajo, permitiendo disfrutar de su tiempo, con sus familia y generar ingresos. Que Pro! Limpieza, conoce de las labores diarias de la mujer de hoy y saben cuáles son sus prioridades, es por eso que quieren ser parte de tus días; permiten ayudar en tu hogar y oficina. Muy Pronto se vivirá una Experiencia Maravillosa en tu Hogar.

Tipos de investigación

Exploratoria:

De acuerdo con Velázquez (2023), la investigación exploratoria es “un tipo de investigación que se utiliza para investigar un problema que no está claramente definido, por lo que se hace para comprenderlo mejor, pero no proporciona resultados concluyentes”, es por esa razón que se utilizara en el presente estudio, ya que se realizara una observación exhaustiva para la aplicación del CANVAS en la empresa.

Descriptiva:

La investigación descriptiva según Ramos (2020), “analiza características de una población o fenómeno sin saber cómo se relacionan. Es el punto de partida de muchos estudios científicos y proporciona una base de conocimiento sólida para estudios más complejos”, es por esa razón que se utiliza este tipo de investigación, ya que permite describir respondiendo las pregunta que es lo que se va a realizar, donde, cuando y como se realiza la investigación, en este caso lo que se va a desarrollar es un proyecto integrador para la formación de la empresa de limpieza “QUE PRO!”, ubicada en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha en el sector de Carcelén considerando la base de estructura CANVAS en el año 2024.

Por otro lado, Guevara et al. (2020), manifiesta que “la investigación descriptiva permite describir los elementos principales de una investigación”.

Metodología de investigación

El tipo de enfoque a ser utilizado para la elaboración del presente proyecto y para la obtención de información adecuada se aplicará la investigación mixta.

Cuantitativo:

Como manifiesta Mata (2020), la investigación cuantitativa “implica la recopilación y análisis de datos numéricos. Este método es ideal para encontrar tendencias y promedios, hacer predicciones, probar relaciones y obtener resultados generales en grandes poblaciones. Este método se lo puede utilizar en economía, sociología, marketing, etc.”, es por esa razón que se aplica este enfoque, ya que para la obtención de información y conocer si es viable se procederá a realizar una encuesta a los integrantes de la empresa.

Cualitativa:

De acuerdo con Salazar (2020), la investigación cualitativa se utiliza “en los negocios si desea saber qué piensa un grupo específico sobre un nuevo producto, idea de servicio o simplemente quiere probar algo, porque le brinda acceso a una gran cantidad de información sobre cómo interactúan las personas”. La presente investigación se utiliza para conocer el cómo se encuentra estructurada la empresa por medio de la entrevista a los representantes, obteniendo información directa, permitiendo identificar las fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades de la empresa para desarrollar el modelo de gestión Canvas.

Deductivo:

Suárez (2024), da a conocer que el método deductivo “es el proceso de adquisición de conocimientos que implica desarrollar aplicaciones o resultados específicos basados en principios generales. Este método de investigación comienza formulando una o más hipótesis basadas en teorías o principios existentes y luego intenta probar estas hipótesis”. Con esta investigación permitirá adquirir información

para así poder plantear el modelo de gestión empresarial el cual permite identificar cada uno de los procesos a ser utilizados en el proyecto.

Analítico - Sistémico:

El método analítico tiene como finalidad sintetizar lo aprendido, su finalidad es crear una nueva teoría combinando diversos elementos del tema en estudio. Por otro lado, se adoptará un enfoque sistemático basado en descomponer el todo en partes, con el objetivo de visualizar el contexto y las implicaciones de los fenómenos para proponer nuevas teorías (Hernández et al., 2020). Con ayuda de la metodología se procede a desarrollar el proyecto identificando el problema que existe en la empresa, además se identificó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que tiene la empresa y así con el modelo de gestión Canvas poder mejorar su administración.

Técnicas e instrumentos de investigación

Observación:

Implica la observación cuidadosa de fenómenos, hechos o acontecimientos, reuniendo información y registrándola para su posterior análisis. Como expresan los autores Urréa et al. (2022), “La observación es un elemento esencial de cualquier proceso de investigación; los investigadores dependen de él para obtener la máxima cantidad de datos”. Con la aplicación de la presente técnica se obtendrá información para poder identificar las fortalezas y debilidades de la empresa y poder desarrollar el modelo de gestión Canvas.

Encuesta:

Según Feria et al. (2020), la encuesta es “la técnica más utilizada para extraer información de casi cualquier tipo de grupo de personas. Fuertes habilidades de estandarización de datos en procesamiento informático y análisis estadístico, especialmente para obtener información de los encuestados”. Esto permite obtener información directa de los clientes para conocer su opinión con respecto a la empresa. El instrumento a ser utilizado es un cuestionario de 10 preguntas las cuales son referentes a la empresa (Ver anexo 1).

Población y muestra***Población***

Se tomará en cuenta a 250 clientes los cuales se obtuvieron en el último trimestre conformado de mayo a julio.

Plan de muestreo**Muestreo Probabilístico**

El muestreo probabilístico es una técnica de muestreo en la que el investigador establece algunos criterios de selección y selecciona aleatoriamente miembros de la población. Con este parámetro de selección, todos los participantes tienen las mismas posibilidades de ser incluidos en la muestra (Manero, 2023). Se utiliza esta técnica para aplicar las encuestas a un número determinado de clientes es por esa razón que se aplica la fórmula.

Muestra**Fórmula**

Se aplica la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{250 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (250 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{250 * 3.84 * 0.275}{0.0025 * 249 + 3.84 * 0.275}$$

$$\frac{264}{0.6225 + 1.056}$$

$$\frac{264}{1.6785}$$

$$n = 157.28$$

La muestra establecida con la aplicación de la muestra es un total de 157 clientes los cuales se enviará la encuesta elaborada por Google Forms a sus respectivos números telefónicos en forma aleatoria.

Indicadores

Para la valoración del proyecto se aplicaron encuestas a los clientes para conocer su opinión y así se verificará la factibilidad de este. Estas encuestas fueron realizadas en Google Forms el cual de manera aleatoria a los participantes con la elaboración del cuestionario.

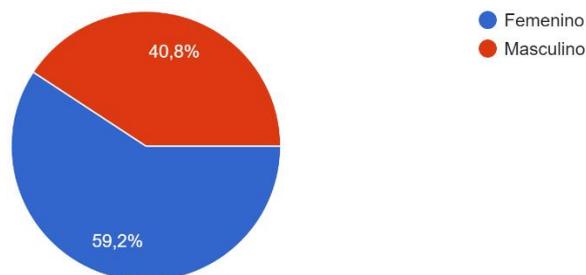
Información primaria

Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados

Figura 11.

Género

¿Cuál es su género?
157 respuestas



Nota. María Augusta Morillo

Tabla 7.

Pregunta 1 de la encuesta

Respuesta	¿Cuál es su género?
Femenino	93
Masculino	64
Total general	157

Realizada por: María Augusta Morillo

Análisis de resultados

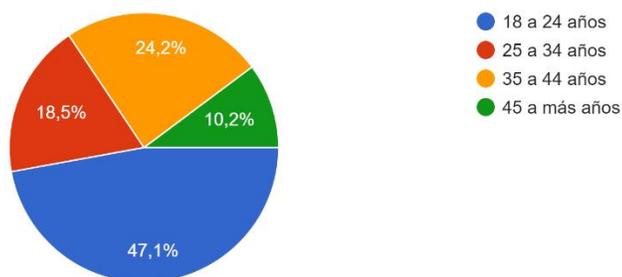
Como se observa en la tabla 1, en donde se pregunta cuál es el género, de 157 encuestados el 59% es de género femenino y el 41% de género masculino, lo cual quiere decir que las personas que más solicitan el servicio son mujeres.

Figura 12.

Edad

¿Cuál es su rango de edad que tiene actualmente?

157 respuestas



Nota. María Augusta Morillo

Tabla 8.

Pregunta 2 de la encuesta

Respuesta	¿Cuál es su rango de edad que tiene actualmente?
18 a 24 años	74
25 a 34 años	29
35 a 44 años	38
45 a más años	16
Total general	157

Nota. María Augusta Morillo

Análisis de resultados

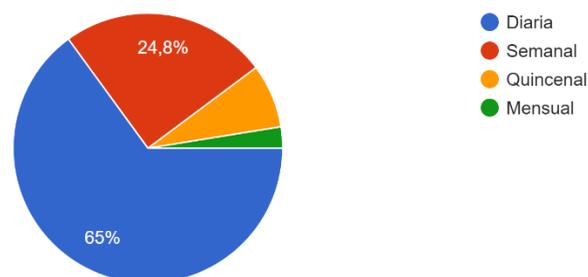
En la pregunta de cuál es su rango de edad que tiene actualmente, como se puede observar en la tabla 2 la mayor parte de los encuestados se encuentran en un

rango de edad entre los 18 a 24 años con un 47%, el 24% de 35 a 44 años, el 19% de 25 a 34 años, y el 10% que se encuentra a más de 45 años de edad, tomando en consideración los rangos de edades se manifiesta que la mayor parte se encuentran en un rango de adolescentes las cuales puede ser que por sus estudios y falta de tiempo deban acudir a contratar servicio de limpieza.

Figura 13.

Resultado primera pregunta

1. ¿Con que frecuencia realiza la limpieza de su hogar, oficina o empresa?
157 respuestas



Nota. María Augusta Morillo

Tabla 9.

Pregunta 1

Respuesta	1. ¿Con que frecuencia realiza la limpieza de su hogar, oficina o empresa?
Diaria	102
Mensual	4
Quincenal	12
Semanal	39
Total general	157

Nota. María Augusta Morillo

Análisis de resultados

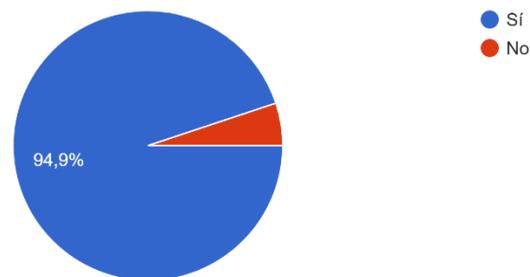
Como se indica en la tabla 3 de la encuesta realizada a 157 clientes, el 65% respondieron que adquieren el servicio diariamente, el 25% es semanal, el 8% es quincenal y el 2% lo realizan mensualmente, dando a conocer que la mayor parte de los clientes contratan su servicio a diario para satisfacer sus necesidades habituales.

Figura 14.

Resultado segunda pregunta

2. ¿Usted consideraría contratar servicio de limpieza para su hogar, oficina o empresa?

157 respuestas



Nota. María Augusta Morillo

Tabla 10.

Pregunta 2

Respuesta	2. ¿Usted consideraría contratar servicio de limpieza para su hogar, oficina o empresa?
No	8
Sí	149
Total general	157

Nota. María Augusta Morillo

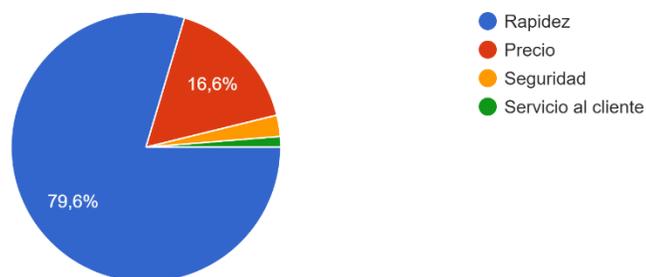
Análisis de resultados

En la pregunta 2, de 157 encuestados el 95% consideran contratar el servicio de limpieza para su hogar, oficina o empresa, mientras que el 5% manifiestan que no lo harían.

Figura 15.*Resultado t3ercera pregunta*

3.¿Cómo elegiría que aspectos consideraría usted para contratar servicio de limpieza para su hogar, oficina o empresa?

157 respuestas



Nota. María Augusta Morillo

Tabla 11.*Pregunta 3*

Respuesta	3. ¿Cómo elegiría que aspectos consideraría usted para contratar servicio de limpieza para su hogar, oficina o empresa?
Precio	26
Rapidez	125
Seguridad	4
Servicio al cliente	2
Total general	157

Nota. María Augusta Morillo

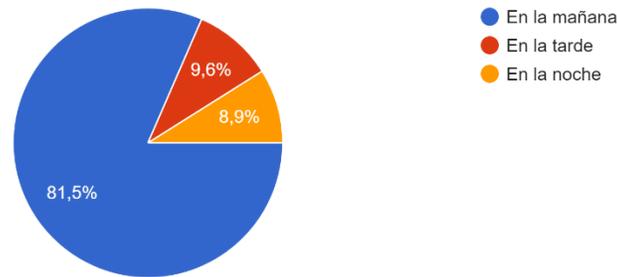
Análisis de resultados

En la pregunta 3, el 80% de los clientes dan a conocer que eligen contratar el servicio de limpieza por la rapidez que realizan su trabajo, seguido del 17% que manifiestan que es por el precio, el 2% por seguridad y el 1% que es por el servicio al cliente que ofrece en cada uno de sus servicios.

Figura 16.*Resultado cuarta pregunta de la encuesta*

4. ¿Qué horario preferiría que se realice el servicio de limpieza?

157 respuestas

*Nota.* María Augusta Morillo**Tabla 12.***Pregunta 4*

Respuesta	4. ¿Qué horario preferiría que se realice el servicio de limpieza?
En la mañana	128
En la noche	14
En la tarde	15
Total general	157

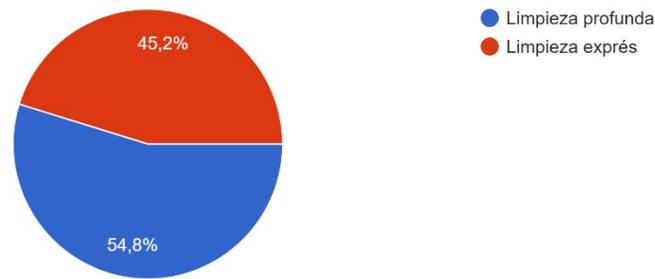
Nota. María Augusta Morillo**Análisis de resultados**

En la pregunta 4, el 81% de los clientes encuestados dan a conocer que la hora ideal para realizar sus actividades de limpieza es en la mañana, ya que se encuentra la casa disponible para sus actividades, el 10% en la tarde y el 8% en las noches las cuales son empresas y oficinas en las cuales no se encuentra ningún miembro de la misma y pueden realizar su trabajo tranquilamente.

Figura 17.*Resultado quinta pregunta*

5. ¿Qué actividad de limpieza estaría interesado para adquirir un servicio?

157 respuestas

*Nota.* María Augusta Morillo**Tabla 13.***Pregunta 5*

Respuesta	5. ¿Qué actividad de limpieza estaría interesado para adquirir un servicio?
Limpieza exprés	71
Limpieza profunda	86
Total general	157

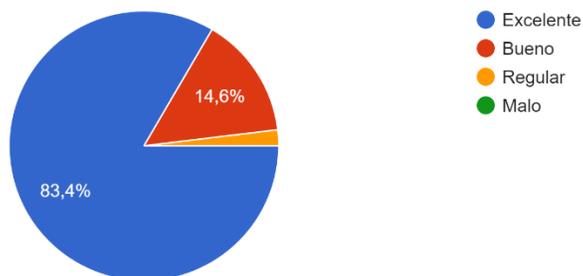
Nota. María Augusta Morillo**Análisis de resultados**

En la pregunta 5, los encuestados dan a conocer con un 55% que utilizan la limpieza profunda mientras que el 45% utilizan la limpieza exprés, lo cual la mayor parte de los clientes desean que sus hogares, oficinas o empresas se encuentren perfectamente limpios.

Figura 18.*Resultado sexta pregunta*

6. ¿Cómo valoraría el servicio de limpieza que ofrece la empresa?

157 respuestas

*Nota.* María Augusta Morillo**Tabla 14.***Pregunta 6*

Respuesta	6. ¿Cómo valoraría el servicio de limpieza que ofrece la empresa?
Bueno	23
Excelente	131
Regular	3
Total general	157

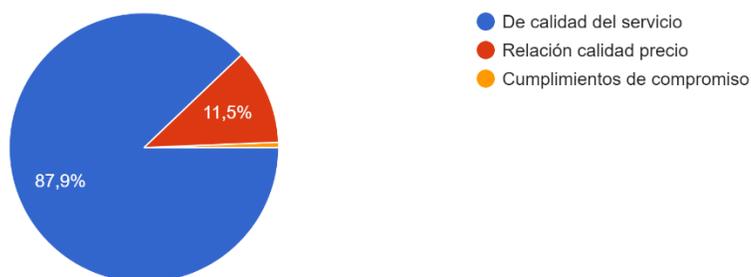
Nota. María Augusta Morillo**Análisis de resultados**

Los clientes encuestados dan a conocer con un 83% que el servicio de limpieza que ofrece la empresa es excelente, el 15% dice que es bueno y el 2% que el servicio es regular, tomando en consideración que la mayoría manifiesta que el servicio que ofrece la empresa es excelente se puede decir que los clientes están muy satisfechos de su trabajo.

Figura 19.*Resultado séptima pregunta*

7. ¿El servicio que ofrece la empresa debe ser?

157 respuestas

*Nota.* María Augusta Morillo**Tabla 15.***Pregunta 7*

Respuesta	7. ¿El servicio que ofrece la empresa debe ser?
Cumplimientos de compromiso	1
De calidad del servicio	138
Relación calidad precio	18
Total general	157

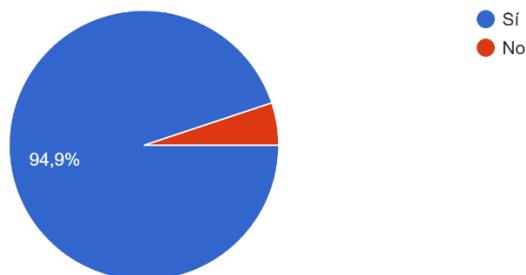
Nota. María Augusta Morillo**Análisis de resultados**

Los encuestados manifiestan con un 88% que el servicio que ofrece QuePro! es de calidad y el 11% la calidad depende del precio, y el 1% manifiestan que cumplen con su compromiso en el servicio ofrecido. Esto da a notar que el servicio que ofrecen es muy bueno para que vuelvan adquirir el servicio.

Figura 20.*Resultado octava pregunta*

8. ¿Le interesaría que la empresa de un servicio adicional?

157 respuestas

*Nota.* María Augusta Morillo**Tabla 16.***Pregunta 8*

Respuesta	8. ¿Le interesaría que la empresa de un servicio adicional?
No	8
Sí	149
Total general	157

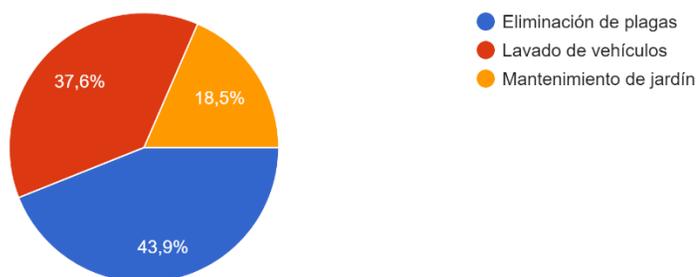
Nota. María Augusta Morillo**Análisis de resultados**

Los clientes manifiestan con un 95% que la empresa debería contar con un servicio adicional aparte de la limpieza de sus hogares, empresas u oficinas, mientras que el 5% dicen que no es necesario.

Figura 21.*Resultado novena pregunta*

9. Si su respuesta fue si ¿Cuál sería?

157 respuestas

*Nota. María Augusta Morillo***Tabla 17.***Pregunta 9*

Respuesta	9. Si su respuesta fue si ¿Cuál sería?
Eliminación de plagas	69
Lavado de vehículos	59
Mantenimiento de jardín	29
Total general	157

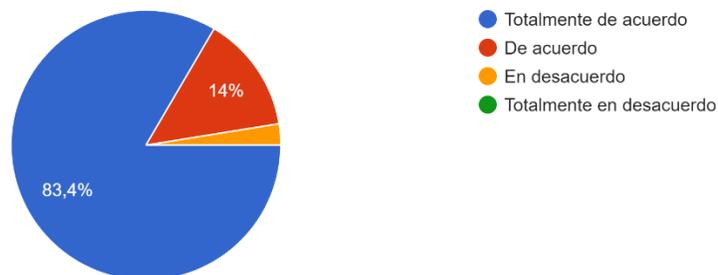
*Nota. María Augusta Morillo***Análisis de resultados**

Con un 44% de los clientes encuestados dan a conocer que el servicio adicional que la empresa debe ofrecer es la eliminación de plagas, el 39% dicen que sería bueno el lavado de vehículos y el 18% que se debería dar mantenimiento a sus jardines y plantas.

Figura 22.*Resultado decima pregunta*

10. ¿Cree usted que para la contratación de los servicios que ofrece la empresa, debe tener bien definido, el servicio, el precio, la plaza y la promoción que va a dar al cliente?

157 respuestas



Nota. María Augusta Morillo

Tabla 18.*Pregunta 10*

10. ¿Cree usted que para la contratación de los servicios que ofrece la empresa, debe tener bien definido, el servicio, el precio, la plaza y la promoción que va a dar al cliente?	
Respuesta	
De acuerdo	22
En desacuerdo	4
Totalmente de acuerdo	131
Total general	157

Nota. María Augusta Morillo

Análisis de resultados

El 83% de los clientes encuestados manifiestan que están totalmente de acuerdo que para la contratación de los servicios ya que mantenga definido el servicio, el precio, la plaza y la promoción que se va a entregar a cada uno de los clientes, ya que algunos desean servicios adicionales, el 14% dicen que están de acuerdo con que ya se encuentre establecido los servicios que va a dar la empresa y el

2% están en desacuerdo dicen que en ese momento deben de realizar las promociones que tienen por cada uno de los servicios.

Síntesis del capítulo

En este capítulo se ha realizado el análisis de los antecedentes que se dio a conocer por parte de la empresa en donde Que Pro! Limpieza, conoce de las labores diarias de la mujer de hoy y sabemos cuáles son sus prioridades, es por eso que se crea la empresa siendo parte día a día de cada persona que solicita su servicio.

Por otro lado, la empresa cuenta con 5 personas de administración las cuales manejan la misma, trabajando con amor cada día para reflejar un servicio de calidad en cada uno de sus contratos.

Además para la realización del proyecto se trabajó con el enfoque mixto el cual el cualitativo se refleja con la observación directa que se realiza en la empresa para identificar cuáles son sus fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades, por otra parte, se emplea la cuantitativa, ya que se aplicó las encuestas a los clientes para conocer la opinión que tiene cada uno de la empresa, las encuestas fueron aplicadas por Google forms, los datos obtenidos fueron tabulados, presentados con representaciones gráficas y su respectivo análisis.

En conclusión, se obtuvo que el servicio que ofrece la empresa es excelente con un 83% y de igual manera es de gran calidad presentando precios accesibles y personal de confianza en donde los clientes tienen la confianza de dejar sus casas, oficinas o empresas para que realicen su trabajo.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS FINANCIERO

Objetivo de la inversión

De acuerdo con el autor Muñoz (2021), da a conocer que “una inversión se realiza para obtener cualquier tipo de beneficio sea económico o tiempo incurriendo en el costo de oportunidad de renunciar a los recursos actuales para obtener ganancias futuras que se desconocen”. Tomando en consideración que las buenas inversiones pueden aumentar el valor de su dinero y ayudarlo a generar activos para el futuro al canalizar algunos de sus ahorros hacia instrumentos financieros.

Elementos de la inversión

Al momento de invertir se debe tener en consideración los siguientes elementos:

- **Inversor:** es la persona que invierte su dinero.
- **Capital:** es la cantidad de dinero que se invierte.
- **Plazo:** es el tiempo necesario para que la inversión empiece a generar los beneficios esperados.
- **Activo en el que invertir:** es aquello en lo que se decide invertir.
- **Resultado:** son los beneficios o pérdidas generados al desinvertir (Asset Management, 2020).

Estos elementos son importantes cumplirlos para obtener unas buenas ganancias con el dinero invertido.

Estructura de la inversión

En una inversión se encuentran algunos tipos de estructuras como son:

- La inversión fija: que se divide en dos tipos, como: Bienes físicos e intangibles
- La inversión diferida: son bienes y servicios intangibles
- El capital de trabajo: que son el capital bruto y el neto (Kajalli, 2022).

Es importante conocer sobre la estructura de inversión el cual se puede utilizar para cada uno de los inversores y el tiempo que crea conveniente realizarlo.

Estados financieros

Para conocer el estado de la empresa como comienza sus actividades es importante contar con un balance general en el cual se dé a conocer cómo es su inicio y con el capital inicial.

Inversión total

Para el funcionamiento de la Empresa “Que PRO!”, es importante realizar estudio de capital económico para las inversiones que se van a incurrir para el inicio de actividades del presente proyecto. Para ello se toma en cuenta la estructura física de las diferentes áreas de trabajo y todo lo esencial para su inicio.

Tabla 19.*Estructura inicial de la inversión*

Estructura inicial de la inversión	
Concepto	Valor
Inversión fija	
Local y equipos	590
Capital de trabajo	
Efectivo	400
Garantía por arrendamientos	320
Activo diferido	
Gastos de constitución	440
TOTAL	1750

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la empresa.

Tabla 20.*Financiamiento de la inversión*

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN					
DETALLE	VALOR TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
		%	VALOR	%	VALOR
Inversión fija	590	100%	590	0%	0
Capital de trabajo	720	100%	720	0,0%	
Inversión diferida	440	100%	440	0,0%	
TOTAL	1750		1750		0
		% EMPRESA	100%	% AJENOS	0%

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la empresa.

Con los datos obtenidos y con la representación de las tablas se evidencia que el financiamiento con lo que se desea comenzar son recursos propios.

Tabla 21.*Inversión fija*

ACTIVOS FIJOS	
Edificio	150
vehículo	272
Equipos de Computación	330
Muebles - enseres	158
Total, Activos fijos	910

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la empresa.

Tabla 22.

Inversión diferida

Gasto de constitución	
Descripción	pago anual
Acta de Constitución	50,00
Registro de Marca	100,00
Permiso de funcionamiento	90,00
Patentes	200,00
Total	440,00

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la empresa.

Tabla 23.

Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Efectivo	400
Garantía por arrendamientos	320
Total	720

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la empresa.

Balance General Inicial

De acuerdo con UNIR (2024) manifiesta que el balance inicial se lo realiza “al comienzo de la apertura de la empresa para conocer con los recursos que empieza la futura empresa”. Es por esa razón que se detalla a continuación:

Tabla 24.

Balance General Inicial

BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Circulante	400	Pasivo Corriente	0
Efectivo	400	Pasivo L/P	0
Activo Fijo	910	Préstamo Bancario	0
Local y equipo	590		
Garantía por arrendamientos	320	PATRIMONIO	1750

Activos Diferidos	440	Capital	1750
Acta de Constitución	50,00		
Registro de Marca	100,00		
Permiso de funcionamiento	90,00		
Patentes	200,00		
TOTAL, ACTIVO	1750	PASIVO + PATRIMONIO	1750

Nota. Elaboración propia con datos obtenidos de la empresa.

Como se puede evidenciar en el balance inicial la empresa cuenta con recursos propios para poder establecerse como “Que Pro!”, el cual con la iniciación se sus actividades lo realizan sin deudas a ser canceladas.

Ingresos proyectados

La empresa contará con dos servicios los recurrentes y los Bussines PRO, los cuales serán detallados a continuación:

Tabla 25.

Servicio recurrente

Servicio recurrente			
Planes	Valor mensual	Cantidad de ventas mensuales (proyectadas)	Valor total
Super PRO	217,35	3	652,05
Mega PRO	308,2	2	616,4
Premium PRO	433,55	2	867,1
total	959,1	7	2135,55

Nota. Elaboración propia.

El servicio Super PRO conta del trabajo por 4 horas dos días a la semana con un total de 8 días al mes, el Mega PRO sería de 6 horas por tres días con un total de 12 días al mes, y el Premium PRO está conformado de 8 horas, por tres días a la semana con un total de 12 días al mes los valores de cada plan se encuentran en la tabla anterior.

Tabla 26.*Servicio Bussines PRO*

Servicio Bussines PRO			
Planes	Valor mensual	Cantidad de ventas	
		mensuales (proyectadas)	valor total
4 horas/d	555,14	3	1665,42
6 horas/d	763,46	2	1526,92
8 horas/d	973,73	1	973,73
total	2292,33	6	4166,07

Nota. Elaboración propia.

El servicio Bussines estará pronosticado para empresas, los servicios a ofrecer son: el primero de 4 horas diarias de lunes a viernes con una Cómplice de limpieza, el segundo 6 horas diarias de lunes a viernes con una Cómplice de limpieza y el tercero es de 8 horas diarias de lunes a viernes con una Cómplice de limpieza, estos planes son exclusivamente para los clientes que deseen.

Flujo de caja

Con los datos proyectados anteriormente se procede a proyectar el flujo de caja proyectado a 5 años, para conocer si será viable o no el proyecto.

Tabla 27.*Flujo de Caja proyectado*

CUENTAS	FLUJO DE CAJA					
	0	1	2	3	4	5
Utilidad Operativa		24431,16	25171,96	25935,06	26721,12	27530,85
Depreciación		180,19	180,19	180,19	180,19	180,19
Amortización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Base impositiva		6107,79	6292,99	6483,76	6680,28	6882,71
- Gastos financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Pago capital		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Valor de salvamento		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
+ Capital de trabajo		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Reposición de activos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

= Flujo Neto de Caja	-22350,32	18.503,56	19.059,16	19.631,48	20.221,03	20.828,33
-----------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Nota. Elaboración propia.

Con la elaboración del flujo de caja permite establecer y registrar los ingresos y gastos que podría tener la empresa, garantizando su liquidez y así poder evidenciar la viabilidad de la puesta en marcha de la empresa.

Evaluación financiera

La evaluación financiera se realiza para analizar el proyecto desde su punto de vista económico, enfocándose en el análisis para conocer el periodo de recuperación de la inversión, la tasa interna de retorno y el valor actual neto que tendrá la empresa para conocer si es viable o no la puesta en marcha.

Con los datos proyectados se procede a realizar los cálculos correspondientes para verificar si el proyecto es beneficioso para su creación.

Tabla 28.

Cálculo del VAN, TIR, PRI y TMAR

Cálculo del VAN, TIR, PRI y TMAR	
Valor actual	35.024,97 \$
VAN	\$33.274,97
TIR	77%
PRI	0,1
TMAR	15,94%

Nota. Elaboración propia.

Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Para tener en consideración el TMAR se debe tener en consideración la tasa de riesgo (10%) y la inflación (5,40%), siendo la medida de rentabilidad mínima que exigen los inversores a un proyecto al que han destinado capital (Estrategias de Inversión, 2024).

Tabla 29.*TMAR*

Calculo TMAR	
Riesgo	10%
Inflación	5,40%
TMAR	15,94%

Nota. Elaboración propia.***Periodo de recuperación de la inversión (PRI)***

Se puede evidenciar que el periodo de recuperación de la inversión.

Tabla 30.*Cálculo del PRI*

	Inversión Inicial	1750
Flujo de caja acumulado proyectado		
0	-23260,32	
1	18.503,56	18.503,56
2	19.059,16	37.562,71
3	19.631,48	57.194,19
4	20.221,03	77.415,23
5	20.828,33	98.243,56
	PRI	0,1

Nota. Elaboración propia.

De acuerdo a la tabla anterior con el flujo de caja acumulado proyectado, tiene un valor de 0,1 (PRI), se representa que en 0 años y un mes se recuperará la inversión realizada siendo adecuada la puesta en marcha.

Valor actual neto VAN

Para la obtención del VAN se realiza primero el cálculo del valor actual que es = VNA (interés TMAR; flujos de caja) (López, 2023).

Tabla 31.*Cálculo del VAN.*

	Inversión Inicial	1750
	Flujo de caja acumulado proyectado	
0	-23260,32	
1	18.503,56	18.503,56
2	19.059,16	37.562,71
3	19.631,48	57.194,19
4	20.221,03	77.415,23
5	20.828,33	98.243,56
	Valor actual	\$35.024,97
	VAN	\$33.274,97

Nota. Elaboración propia.

Como se puede evidenciar el valor del VAN es un valor mayor a 0 (cero) lo que da a conocer que el proyecto es viable para su puesta en marcha.

Tasa interna de retorno (TIR)

Es importante conocer la tasa de interés de retorno para la iniciación de una empresa, ya que es necesario restar al valor final esperado de los datos proyectados en el flujo de caja y el valor inicial del mismo, después, de la obtención del resultado es importante multiplicar por 100 y así se obtendrá el valor de la tasa en %.

Tabla 32.*Cálculo del TIR*

	Inversión Inicial	1750
	Flujo de caja acumulado proyectado	
0	-23260,32	
1	18.503,56	18.503,56
2	19.059,16	37.562,71
3	19.631,48	57.194,19
4	20.221,03	77.415,23
5	20.828,33	98.243,56
	TIR	77%

Nota. Elaboración propia.

Como se evidencia en la tabla el valor del TIR es del 77% y es superior a la tasa del TMAR esto da a conocer que el proyecto a ser implementado es rentable y se recomienda ponerlo en marcha lo más pronto posible.

Punto de equilibrio ventas (PE)

Para la obtención del punto de equilibrio se debe establecer los siguientes datos:

Tabla 33.

Cálculo del PE

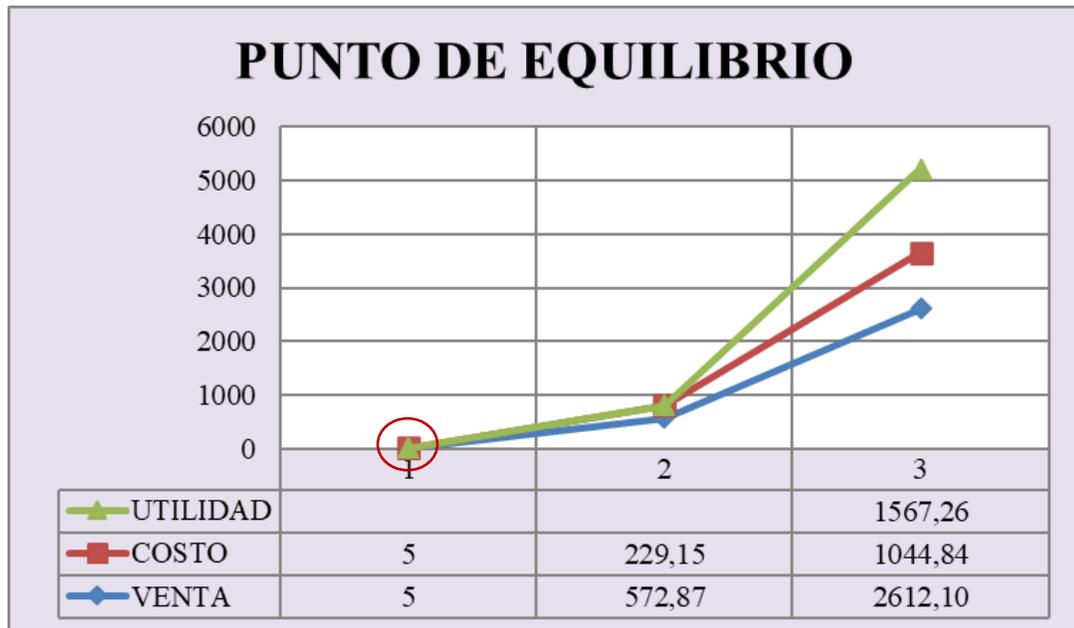
Costos Fijos	
Arriendo	150,00
Sueldos	1417,26
Total	1567,26

Trabajo de Limpiezas		
Precio	572,87	
Costo	229,15	
Ganancia	343,72	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCION				
PE=	5	Limpiezas	0,2	diario

Venta	5	572,87	2612,10
Costo	5	229,15	1044,84
Utilidad			1567,26
PUNTO DE EQUILIBRIO			0
Ventas Proyectadas			
11	6301,62	75619,44	ventas
11	2520,65	30247,78	costo

Nota. Elaboración propia.

Figura 23.*Punto de equilibrio**Nota.* Elaboración propia.

Como se puede ver en la imagen y con el análisis anterior se puede evidenciar que el punto de equilibrio se encontrará en el primer año, ya que tomando en consideración que según el periodo de recuperación de la inversión es en un mes y desde ahí se puede ver el margen de utilidad y en la imagen se evidencia que obtendrán buenos resultados con las ventas pronosticadas.

En conclusión, se puede manifestar que con el análisis financiero permite que la empresa tome las mejores decisiones, permitiendo a la empresa decidir si un proyecto es viable y rentable antes de realizar inversiones significativas, de igual manera permite identificar y evaluar riesgos financieros, asegurando que se tomen

medidas adecuadas para mitigarlos, además facilita la asignación eficiente de recursos financieros, maximizando el retorno sobre la inversión y minimizando pérdidas.

Con los datos obtenidos como es el valor actual con un resultado del \$35.024,97, con el VAN de \$33.274,97, el TIR que es un 77%, y su PRI del 0,1 (recuperación en un mes), tomando en consideración la tasa de descuento TMAR del 15,94%, se da a conocer que el proyecto es rentable para su puesta en marcha.

REFERENCIAS

- Aldaz, H. (2020). *tipos de empresas en el Ecuador*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://itq.edu.ec/wp-content/uploads/2024/05/2024-05-15_doxa_2-1-6.pdf
- Alvarez, J. (2020). *El Business Model Canvas es una herramienta fantástica para pensar y crear modelos de negocio planteada por el consultor suizo Alexander Osterwalder . La metodología se puede utilizar tanto para diseñar un nuevo negocio o una nueva línea de negocio dentro*.
https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/pdf/explicacion_metologia_canvas.pdf
- Asset Management. (2020). Elementos de una inversión. *PICTET*.
- Bioterio, J. (2023). *Manual de Limpieza y Desinfección*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.uaeh.edu.mx/bioterio/docs/2023/programa-limpieza-desinfeccion.pdf
- Caron, J., & Markusen, J. (2020). *La empresa como unidad económica básica*. 1–23. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24191w/r_s11_02.pdf
- Collares, A. (2020). *Modelo CANVAS*. 1–4. <https://fundacionactivate.org/wp-content/uploads/2015/01/BUSINESS-MODEL-CANVAS.pdf>
- Estrategias de Inversión. (2024). Evaluacion económica. *Estrategias de Inversión*, 156–162.
- Expertemprende. (2019). Guía Didáctica Modelo Canvas. *Extremadura: Joven*

Iniciativa, 112.

Feria, H., Matilla, M., & Mantecón, S. (2020). *La entrevista y la encuesta*. 62–79.

file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-

MetodosYTecnicasDeInvestigacionUtilizadosEnLosEstu-7706797.pdf

Figueroa, A. (2019). *Empresa*. 1–3. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.marcialpons.es/media/pdf/book-attachment-6089.pdf

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodología de investigación

descriptiva, experimentales, etc. *Revista Científica Mundo de La Investigación y Conocimiento*. <https://doi.org/10.26820>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2020). *Metodología de la investigación*

(MCGRAW-HILL (ed.); cuarta edi).

Kajalli, D. (2022). ESTRUCTURA DE INVERSION. *Prezi*.

López, M. (2023). El VAN. *IMF-MBA*.

Lorente, B. (2020). *Aplicación del modelo de negocio Canvas a una empresa de música electrónica : el caso de 8B*.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/92466/TFG>

DEFINITIVO.pdf?sequence

Manero, P. (2023). Muestreo probabilístico. *Inteligencia de Mercado*.

Mata, L. (2020). Métodos y técnicas de investigación cuantitativa. *Investigalia*.

<https://investigaliacr.com/investigacion/metodos-y-tecnicas-de-investigacion-cuantitativa/>

Mestanza, B., Figueroa, C., & Duque-Aldaz. (2020). Propuesta de un modelo de

negocio basado en la metodología Canvas para la microempresa It's Healthy Food. *Universidad de Guayaquil*.

Molina, D. (2021). Qué es el Modelo Canvas. *IEBS SCHOOL*.

Muñoz, F. (2021). Objetivo de inversión. *Veletta*.

Organización Mundial de la Salud. (2020). *Cuidado, limpieza, desinfección y esterilización de dispositivos respiratorios y desinfección*. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://itq.edu.ec/wp-content/uploads/2024/05/2024-05-15_doxa_2-1-6.pdf

Osterwalder, A. (2020). *Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas*.

<https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/Guía+para+el+diseño+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf>

QuePro. (2024). *Que PRO empresa de limpieza*. Queproec.

Quintana, J., & Carmen, P. del. (2021). Importancia Del Modelo De Gestión

Empresarial Para Las Organizaciones Modernas. *Revista Enfoques*, 4(16), 272–283. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v4i16.99>

Ramos, C. (2020). Investigación descriptiva. *Los Alcances de Una Investigación*.

<https://doi.org/https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>

Salazar, L. S. (2020). Investigación Cualitativa. *Dialnet*, VI, 101–110.

<https://doi.org/10.35381/cm.v6i11.327>

Sistema Integrado de Gestión. (2020). *Guía de limpieza y desinfección*. chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.minambiente.gov.co/wp-

content/uploads/2021/11/GUIA_DE_LIMPIEZA_Y_DESINFECCION.pdf

Suárez, E. (2024). Método inductivo y deductivo. *Universitarios*.

Tapia, I. (2022). Its teleology from the Administration, Law, and Economics Sciences. *Revista de La Facultad de Derecho y Ciencias Politicas*, 52(136), 262–287. <https://doi.org/10.18566/rfdcp.v52n136.a11>

UNIR. (2024). Balance general de una empresa. *Universidad Internacional RIOJA*.

Universidad del País Vasco. (2019). Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas. *Programa Garaituz , Universidad Del País Vasco*, 46.

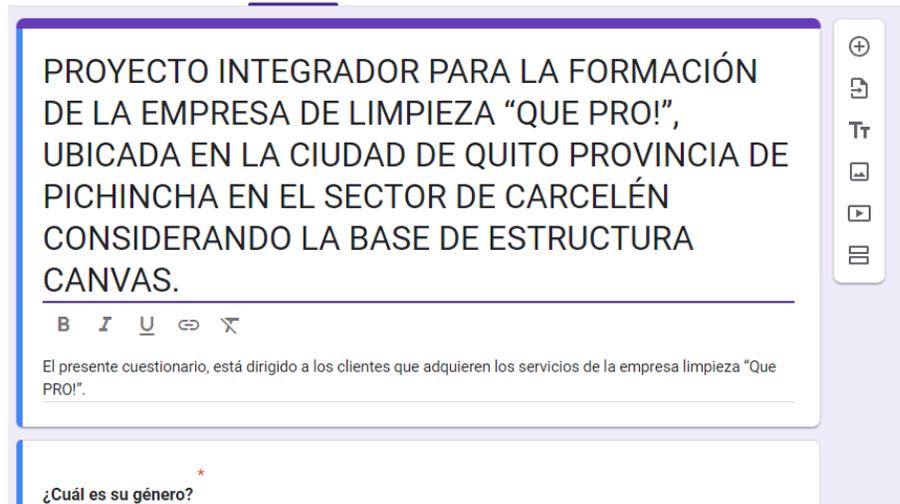
Urréa, H., Real, J., Ordoñez, J., Gavino, G., & Saldarriaga, G. (2022).

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

Velázquez, A. (2023). Investigación Exploratoria. *Questionpro*.

ANEXOS

Anexo 1: Formato de la encuesta



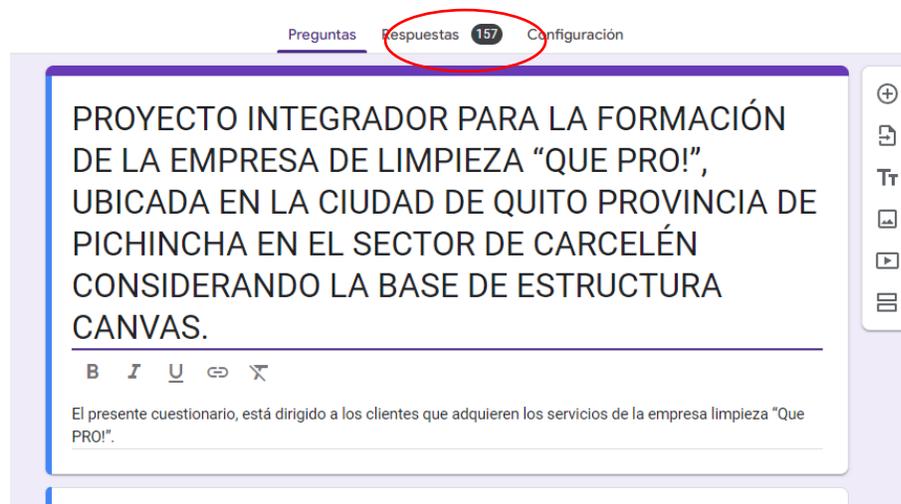
PROYECTO INTEGRADOR PARA LA FORMACIÓN DE LA EMPRESA DE LIMPIEZA “QUE PRO!”, UBICADA EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR DE CARCELÉN CONSIDERANDO LA BASE DE ESTRUCTURA CANVAS.

B I U ↻ ✖

El presente cuestionario, está dirigido a los clientes que adquieren los servicios de la empresa limpieza “Que PRO!”.

¿Cuál es su género? *

Anexo 2. Aplicación



Preguntas Respuestas 157 Configuración

PROYECTO INTEGRADOR PARA LA FORMACIÓN DE LA EMPRESA DE LIMPIEZA “QUE PRO!”, UBICADA EN LA CIUDAD DE QUITO PROVINCIA DE PICHINCHA EN EL SECTOR DE CARCELÉN CONSIDERANDO LA BASE DE ESTRUCTURA CANVAS.

B I U ↻ ✖

El presente cuestionario, está dirigido a los clientes que adquieren los servicios de la empresa limpieza “Que PRO!”.



Identificación de reporte de similitud: oid:11830:384173144

NOMBRE DEL TRABAJO

trabajo final MORILLO SARMIENTO MARI
A AUGUSTA.docx

AUTOR

María Morillo

RECuento DE PALABRAS

11459 Words

RECuento DE CARACTERES

61851 Characters

RECuento DE PÁGINAS

84 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.0MB

FECHA DE ENTREGA

Sep 22, 2024 6:37 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 22, 2024 6:37 PM GMT-5

● **2% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 2% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 50 palabras)